



La sostenibilidad en logística queda en un vacío legal por la falta de métricas independientes

La tendencia de las cadenas de suministro a declararse como sostenible está en alza. La logística y el transporte ponen bajo la lupa su rendimiento ambiental para ganar ventaja competitiva, fidelizar a clientes y adelantarse a la legislación internacional. Sin embargo, a día de hoy, los parámetros cuantitativos que permitirían medir la actividad sostenible de las empresas de forma externa e independiente a la información que ofrecen las propias compañías son prácticamente inexistentes. Según los expertos, genera una situación de agujero legal para evaluar la huella real del sector sobre el medioambiente.

«Ahora todo el mundo proclama que es sostenible, y es lícito preguntarse quién se toma en serio la sostenibilidad y quién está simplemente tratando de pintar de verde a toda prisa sus productos», asegura el director de Distribución de Federated Hermes en España, Andorra y Portugal, Carlos Capela. Las sospechas de greenwashing, o la práctica de marketing verde para crear una imagen de supuesta responsabilidad ecológica, surgen al mismo ritmo que la sostenibilidad se abre paso en el discurso logístico actual sin que aún exista un modelo comunitario obligatorio que ofrezca criterios con los que contrastar los datos de las compañías en sus evaluaciones.

La regulación europea avanza hacia la integración por igual de los impactos económicos, sociales y medioambientales de las organizaciones en las métricas, un concepto que la directora de Ansari, Helena Ancos, denomina «doble materialidad». Según denuncia, «uno de los problemas constantes que afectan a la medición de los impactos medioambientales o sociales es la falta de datos comparables, transparentes y fiables». Por ello, «el panorama actual de presentación de informes, combinado con un número cada vez mayor de iniciativas de presentación, ha dado como resultado la generación de información incompleta, no verificada en algunos casos e incomparable», asegura.

La proliferación del greenwashing podría encontrarse, según los expertos, incluso en los propios planes internacionales de descarbonización, los fondos destinados a la transición ecológica y los plazos establecidos para la reducción de emisiones a cero. «Esto ha propiciado que algunas organizaciones, bien por desconocimiento, bien por ser conscientes de que su forma de actuar no contribuye a un desarrollo sostenible, usen el greenwashing para no quedarse fuera», razona la directora de Desarrollo de Empresas por la Movilidad Sostenible, May López. En ese sentido, Carlos Capela (Federated Hermes) rompe una lanza en favor del sector y aboga por abordar la sostenibilidad «sin exageraciones ni amenazas». En este sentido, afirma que «si se fuerza a las empresas a centrarse en aspectos que no pueden cumplir nunca, solo se consigue que estas maquillen o distorsionen la información».

Para evitar este tipo de prácticas y sortear los vacíos legales actuales, la Comisión Europea «tiene previsto publicar en el primer semestre de 2022 algunas directrices, por lo que la huella ambiental va a coger un mayor protagonismo», vaticina May López. En países como Dinamarca, Reino Unido y Países Bajos, ya es obligatorio para las empresas justificar sus acciones de marketing con datos verificados por un tercero independiente.

La normativa actual obliga a las empresas con más de 250 trabajadores a informar de aspectos sociales y ambientales, para lo que existen modelos de referencia como Global Reporting Initiative (GRI), que cuenta con indicadores específicos para sectores. «No evita el greenwashing, ya que siempre es la organización la que provee la información, pero permite comparar la evolución de las organizaciones e identificar las que no son del todo transparentes», asegura la directora de Desarrollo de Empresas por la Movilidad Sostenible.

## LA DISPARIDAD DE CRITERIOS IMPIDE REALIZAR UNA FOTOGRAFÍA COMPLETA

Según los expertos, los criterios de sostenibilidad están cada vez más estandarizados por las exigencias de los inversores y la normativa nacional y comunitaria, aunque aún queda camino por recorrer. En España, el Registro que el ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico lleva a cabo junto con el Observatorio Español del Cambio Climático (OECC) muestra que el sector del transporte y almacenamiento emitió 363 huellas de carbono en 2020 con un total de 129 empresas adscritas a dicho registro. Es el cuarto sector en España en número de organizaciones registradas y la segunda en emisiones de CO<sub>2</sub>, solo por detrás de la industria manufacturera.

Passador

## TRES EJEMPLOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVOS

Se trata de un registro oficial en el que las empresas de cada sector de actividad pueden inscribirse para registrar su huella de carbono, su compromiso de reducción y compensación y proyectos de absorción de CO<sub>2</sub>, aunque estos dos últimos parámetros no son obligatorios para considerar a una empresa como inscrita en el Registro.

- El Registro permite filtrar por sectores y subsectores de actividad, así como por regiones para conocer la huella de carbono de cada una de ellas.

- Son las propias empresas las que adjuntan su documentación, que obtienen gracias a las calculadoras facilitadas por el Registro, que adoptan los estándares de referencia europeos.
- Hasta 2020, el número de organizaciones inscritas alcanzó las 1.389, habiendo inscrito entre todas 3.241 huellas de carbono.
- En 2020 se produjo un incremento del 23% en la cifra de compensaciones inscritas respecto a 2019.

El programa Lean&Green de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc) se puso en marcha en 2017 para ayudar a las empresas a avanzar en el proceso de descarbonización de sus procesos logísticos. “Una vez entran en el proyecto, acompañamos a las empresas en la creación de un plan de reducción de emisiones”, explican fuentes de Aecoc. En el análisis también se audita la eficiencia de las medidas, el rediseño de sus procesos logísticos, el uso de energías renovables o la renovación de sus flotas de transporte.

- Las empresas se comprometen a elaborar un plan de acción para reducir las emisiones de CO2 en su logística.
- Cálculo de emisiones con estándares como ISO 14064 o UNE-EN 16.258 y resultados auditados por la consultora Ernst&Young.
- Lean&Green cerró 2021 con 88 empresas adheridas. 30 de ellas fueron nuevas incorporaciones.
- Las compañías han incrementado su actividad logística en el 26% desde 2017 y han reducido el 20% de emisiones.

Esta ONG gestiona una plataforma con la que las empresas pueden medir todas las emisiones de carbono de su supply chain con inteligencia artificial para optimizar la cantidad de información. La plataforma recoge los datos de todas las partes de la cadena de suministro y hace predicciones sobre las posibilidades de reducción emisiones. Los datos quedan encriptados por seguridad. De su encuesta de 2021 con más de 13.000 compañías desprenden que:

- El 80% de las compañías no reporta sus emisiones de la supply chain.
- Sólo el 2,5% tiene metas en línea con los objetivos del Acuerdo de París.
- Sólo uno de cada 40 objetivos comunicados en 2021 a la organización han sido aprobados con base científica.
- Las emisiones de la cadena de suministro superan en 11 veces las de las operaciones de la empresa, pero sólo el 38% de las compañías se comprometen a reducir su huella de carbono.

Previous

Next

Fuente: [Elaboración propia a partir de datos del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Aecoc y CDP](#)

Los datos que ofrecen los estudios disponibles sobre reducción de emisiones y los criterios empleados arrojan cifras inconsistentes. "Es importante definir indicadores que puedan capturar de forma fidedigna los impactos medioambientales de una organización, y al mismo tiempo que permitan relacionarlos con el desempeño global de la misma", manifiesta Helena Ancos (Ansari). Por su parte, Carlos Capela (Federated Hermes) pide "paciencia y tiempo" para homogeneizar los criterios a nivel internacional hasta garantizar la transparencia en el proceso de verificación para que los episodios de greenwashing "queden superados y pasar a una etapa de soluciones que aporten valor".

En este sentido, May López (Empresas por la Movilidad Sostenible) cree que cada vez son más las corporaciones que reportan resultados en busca de valor añadido, pero percibe el problema de la importancia del precio sobre los estándares de sostenibilidad. "Todavía les resulta difícil ponerlo en valor de cara al consumidor y que su compromiso cuente en la decisión de compra", reconoce May López.

### SIGNOS QUE INDICAN GREENWASHING

Los expertos apuntan a unas características comunes en las compañías que llevan a cabo esta práctica. "Una de ellas es lanzar un producto autoetiquetado como verde centrado en un supuesto impacto positivo medioambiental, pero sin tener en cuenta

todos los impactos verdaderos del producto o los compromisos medioambientales de la organización", apunta Helena Ancos (Ansari), que denuncia una falta de supervisión para medir el compromiso real de una organización en materia de reducción de emisiones. "Los coches solo tienen que emitir menos de 50 gramos de CO2 por kilómetro para ser considerados sostenibles según la nueva normativa comunitaria, y solo hasta 2026", explica como ejemplo.

Otra estrategia, según Ancos, es hacer referencia a algún impacto medioambiental positivo, pero omitiendo otros impactos medioambientales o sociales graves producidos por la empresa. "Son organizaciones que dicen más que hacen y se caracterizan por una falta de transparencia y, al mismo tiempo, por un exceso de información que dificulta el análisis", explica May López. En su opinión, es necesario comunicar en pro de la sostenibilidad para acelerar el cambio, "pero no todo vale", sentencia la directora de Desarrollo de Empresas por la Movilidad Sostenible.