

LA EMPRESA PRIVADA Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE: LEGITIMIDAD O GREENWASHING

Autor: Antonio Vives
antoniov@cumpetere.com
Socio Principal, Cumpetere
Exprofesor adjunto, Stanford University

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar la legitimidad de las contribuciones reportadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, y distinguirlas de las que son más aparentes que reales, que podríamos llamar lavado de cara (*greenwashing*). En este sentido es importante entender que quiere decir para las empresas “contribuir a los ODS” y para ello hay que hacer la distinción entre lo que son las actividades de la empresa “asociables a algún ODS” de lo que son actividades que “tienen impacto en el logro de los ODS”. Para hacer esta distinción primero analizaremos el ecosistema de los ODS, los integrantes y sus diferentes motivaciones y la estructura de los ODS y sus metas para poder entender porque se prestan y son aprovechados por esos integrantes para sus intereses particulares, los que pueden incluir la exageración y la tergiversación de las contribuciones a su logro. Dentro

de este contexto analizaremos dos áreas donde los ODS se prestan para ello, el reporte de sus contribuciones y el financiamiento de sus proyectos y actividades, analizando ejemplos en cada caso, para luego proponer cinco criterios que deberían cumplir esas contribuciones para mejorar su legitimidad. Analizamos además las contribuciones negativas, que en general no se reportan. Por último, haremos un llamado a la creación de un mecanismo institucional para monitorear y reportar sobre las contribuciones que puedan ser consideradas abusivas y destacar las legítimas.

Palabras clave: Objetivos de Desarrollo Sostenible; empresa privada; lavado de cara; reportes de sostenibilidad; inversión socialmente responsable; bonos vinculados a los ODS; bonos verdes.

Private sector and the sustainable development goals: legitimacy or greenwashing

Abstract

The objective of this paper is to analyze the legitimacy of reported private sector contributions to the achievement of the Sustainable Development Goals, SDGs, and assess the level of greenwashing. To this effect it is important to distinguish between activities that can be “associated” with some SDGs from activities that “actually contribute” to their achievement. To make this distinction we will first analyze the SDG ecosystem, their participants and their motivations and the structure of the SDGs and their targets to understand why they are conducive to greenwashing. Within this context we will analyze the areas of reporting and financing the SDGs, considering examples in both areas, to propose five criteria that would give legitimacy to those contributions. We will also consider the negative contributions of many firms that tend not to be reported. Finally, we will call for institutional arrangements to monitor and report on fake contributions and to highlight the legitimate ones.

Keywords: Sustainable Development Goals; private sector; greenwashing; sustainability reports; socially responsible investment; SDG-linked bonds; green bonds.

Fecha de recepción: 15/11/2019.

Fecha de aceptación: 10/12/2019.

I. INTRODUCCIÓN

La adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el año 2015 creó grandes expectativas en la sociedad de que podrían servir de guía a las instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil para profundizar el desarrollo de todos los países. Para responder a estas expectativas se han desarrollado mecanismos e instituciones y medios de promoción y seguimiento y en particular de estímulo a las empresas privadas para que contribuyan, junto con los gobiernos. Ello ha generado una respuesta muy dinámica de parte de muchas empresas para mostrar que, en efecto, sus actividades contribuyen al logro de los ODS. Pero en paralelo también se ha desarrollado un interés en mostrar contribuciones que son más aparentes que reales, que se explotan con fines de mejorar la imagen y reputación, en muchos casos abusando de la falta de rigor y de interés entre las partes en la consideración del impacto de estas contribuciones.

El objetivo de este artículo es analizar la legitimidad de las contribuciones reportadas y distinguirlas de las que son más aparentes que reales, que podríamos llamar de *greenwashing*. Para ello es importante entender que quiere decir para las empresas el “contribuir a los ODS” por lo que hay que hacer la distinción entre lo que son las actividades de la empresa “**asociables a algún ODS**” de lo que son actividades que “**tienen impacto en el logro de los ODS**”. Veremos que, en muchos casos, las empresas se preocupan más por poder decir que sus actividades pueden asociarse con los ODS que que los avanza de manera tangible. Por la naturaleza extremadamente amplia de los 17 ODS y sus 169 metas se puede decir que prácticamente todas las actividades empresariales se pueden asociar con algún ODS, pero son muy pocas las que los avanza, materialmente, con impacto, de forma medible y sostenible.

Para hacer esta distinción primero analizaremos el ecosistema de los ODS, los integrantes y sus diferentes motivaciones y la estructura de los ODS y sus metas para poder entender porque se prestan y son aprovechados por esos integrantes para sus intereses particulares, los que pueden incluir la exageración y la tergiversación de las contribuciones a su logro. Dentro de este contexto analizaremos dos áreas donde los ODS se prestan para ello, el reporte de sostenibilidad y de contribuciones de las empresas y el financiamiento de sus proyectos y actividades, analizando ejemplos en cada caso, para luego proponer cinco criterios que deberían cumplir esas contribuciones para mejorar su legitimidad. Por último, haremos un llamado a la creación de un mecanismo institucional para monitorear y reportar sobre las contribuciones que puedan ser consideradas abusivas y destacar las legítimas.

II. EL ECOSISTEMA DE LOS ODS

1. INTEGRANTES DEL ECOSISTEMA

La adopción de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ODM, en el año 2000 puso en marcha un ecosistema de promoción que se ha intensificado en gran medida con la adopción de sus sucesores, los ODS. Ante la tibia recepción e implementación de los ODM, las Naciones Unidas pusieron en marcha ingentes esfuerzos para la promoción de los ODS, encargando al Pacto Global, bajo la rúbrica Agenda 2030, su coordinación y estímulo, sobre todo entre el sector privado y en especial las empresas productivas, que habían sido relativamente ignoradas en los ODM. El convencimiento de que la acción de estas empresas eran parte fundamental de su logro ha llevado a su priorización. Desafortunadamente el principal actor en el logro de la mayoría de los ODS son los gobiernos, que están marginados de este empuje.

Este ecosistema, en la gran mayoría de los países, ha adquirido vida propia y se ha convertido en lo que podríamos llamar la “industria de los ODS”, un grupo de instituciones y empresas que derivan parte de su sustento de la promoción de su adopción, y que por ende tienen interés en que se expanda su consideración. Esta “industria” está integrada por las organizaciones de las Naciones Unidas y otras instituciones de desarrollo económico y social, los gobiernos, las empresas privadas, empresas de servicios de consultoría, academia, inversionistas responsables, instituciones financieras, en particular agentes de colocación, y en menor medida la sociedad civil. Esto se ha acentuado por la superposición de algunos de los ODS con las metas del Acuerdo de París sobre cambio climático.

Este ecosistema contribuye a la adopción de los ODS, mayormente en las empresas privadas, pero tiene el efecto secundario de inducir a la exageración, al reporte sin acción, mucho dicho y poco hecho, mucho ruido y pocas nueces. Este ecosistema produce un sinnúmero de investigaciones, informes sobre la adopción e implementación, conferencias para la discusión de temas específicos, comités y grupos de promoción e intercambio de conocimientos, programas de entrenamiento y educación, modelos para el reporte, premios y rankings entre otras actividades (Vives 2019a).

Esta industria ha hecho a los ODS sinónimo de desarrollo sostenible y, a nivel de empresas, sinónimo de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, para que los ODS formen parte de esta responsabilidad. Y las empresas, ante las presiones de este ecosistema y de otras empresas afines, llevan a cabo acciones que pueden contribuir al logro de los ODS, pero también, ante el costo y otras dificultades de hacerlo y los beneficios sobre la reputación de aparecer como contribuidores, las llevan a exagerar o tergiversar sus acciones, lo que genéricamente llamamos *greenwashing*. Las empresas son culpables, pero también lo es el ecosistema que lo provoca. A continuación, listamos algunos ejemplos paradigmáticos de aquellos

informes, solamente para ilustrar la extensión del ecosistema. Es imposible compilar una lista exhaustiva ante la multitud de instituciones que los producen continuamente, como parte de su negocio. Cualquier listado es obsoleto.

2. PROMOCIÓN DE LA ADOPCIÓN DE LOS ODS

Uno de los reportes pioneros fue el de las Naciones Unidas junto con el Global Reporting Initiative, GRI y el *World Business Council for Sustainable Development*, WBCSD, el [SDG Compass; Guide for business action on the SDGs](#) (Brújula de los ODS: Guía para la acción de las empresas en los ODS, WBCSD, 2016). Otro informe, el [Sustainable Development Goals for Business Diplomacy and Growth](#) (WBCSD, 2017a), proporciona una hoja de ruta para navegar los riesgos y oportunidades de los ODS. Por otra parte, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, UNGC, presentó el [Blueprint for Business Leadership on the SDGs](#) (UNGC, 2017a) para estimular a las empresas a contribuir al logro de cada uno de los 17 ODS. El Pacto Mundial y la consultora Accenture publicaron el informe [The Decade to Deliver: A Call to Business Action](#) (UNGC y Accenture, 2019), para estimular a las empresas a intensificar sus acciones ante el retraso en el logro de los ODS.

3. PROMOCIÓN DE LOS ODS COMO BUEN NEGOCIO

Otra categoría son los informes que promocionan las virtudes de encarar los ODS como negocio. Algunos son [Towards a sustainable economy: The commercial imperative for business to deliver the UN Sustainable Development Goals](#) (Cambridge University, 2018) y el [Global Opportunity Report 2018](#) (DNV-GL y UNGC, 2018). También para demostrar el buen negocio de los ODS, la *Comisión de Negocios y Desarrollo Sostenible* produjo el informe [“Mejores negocios, un mundo mejor. Oportunidades de negocio sostenible en Latinoamérica y el Caribe”](#) que trata de enfocar los 17 ODS en actuaciones en una serie de sectores para América Latina (Business and Sustainable Development Commission, 2017).

4. GUÍAS PARA EL REPORTE DE LAS CONTRIBUCIONES

En términos de reportes sobre los ODS, una guía y ejemplo que los promueve es [The Sustainable Development Goals, integrated thinking and the integrated report](#) (Adams, 2017). La empresa de consultoría KPMG publica un informe bianual sobre el estado de los reportes de sostenibilidad, [The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017: The Road Ahead](#) (KPMG, 2017), que incorpora una sección sobre la inclusión de referencias a la contribución de las empresas a los ODS. Por ahora solo incluye una compilación estadística de las menciones. Y el

Pacto Mundial, el GRI y la consultora Pwc produjeron el [Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals and Targets](#), (UNGC, 2017b) cuyo objetivo es guiar el reporte de las actividades de las empresas con los ODS, que incluye indicadores para cada objetivo. Para guiar el reporte de las contribuciones a los ODS, la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y el Desarrollo, UNCTAD, publicó el informe [Guidance on core indicators for entity reporting on contribution towards implementation of the Sustainable Development Goals](#), (UNCTAD, 2019), que proporciona información detallada para guiar el reporte sin estímulos a aparentar.

Este tipo de reportes puede estimular y guiar a otras empresas a reportar, pero también ante la competencia por figurar puede estimular la exageración en el reporte de sus contribuciones. En estos casos sería deseable que se incluyeran guías para definir las prioridades de las empresas dentro de sus estrategias, sobre el contenido de los informes y como demostrar el impacto que las acciones tienen sobre el desarrollo sostenible, no solo si los reportes incluyen alguna mención a los ODS (con potencial de *greenwashing*). Todavía no se han producido informes que permitan constatar la verdadera contribución de las empresas, solo se dispone de compilaciones de lo que las empresas dicen que hacen, lo que reportan voluntariamente. De hecho, por su naturaleza atomizada, vaga y no agregable, no será posible determinar la contribución que habrán hecho las empresas.

Y para estimular el interés y aprovechar la notoriedad que otorgan los ODS, también se producen premios y rankings sobre contribuciones, con información basada en reportes y postulaciones de los participantes, lo que también estimula el *greenwashing*. Un par de ejemplos ilustrativos son el [University Impact Rankings 2019](#) (Times Higher Educación, 2019), que no considera el impacto de las universidades en el logro de los ODS sino la calidad y cantidad de información presentada en la postulación al ranking, y el premio [SDG Awards](#) (UNCG Canada, 2018) que analiza el mismo tipo de información y, por ejemplo, premia a empresas por lo que han estado haciendo desde antes de la adopción de los ODS, o a un master de sostenibilidad por enseñar sostenibilidad. El *greenwashing* de ambos ha sido analizado en los artículos citados en Vives (2019a).

5. PROMOCIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LOS ODS

Una de las mayores preocupaciones de los promotores de los ODS es el acceso a recursos financieros para su logro. No vale la pena discutir cuales son los montos necesarios ya que hay múltiples estimaciones, baste decir que son varios miles de millones anuales (de dólares, euros) y que parece imposible movilizarlos y mucho menos imputarlos al logro de los ODS. El énfasis se pone en el financiamiento de la contribución del sector privado aun cuando la principal responsabilidad de su

logro y el grueso del gasto e inversiones corresponde a los gobiernos. Pero de ello se habla poco.

De allí que el desarrollo más reciente en el estímulo a la contribución a los ODS es el interés de las instituciones financieras, que también han visto una oportunidad de negocios en su financiamiento. Se han producido publicaciones estimulando la participación de estas instituciones y estas han desarrollado en consecuencia, e independientemente, instrumentos para financiar proyectos y actividades relacionadas con los ODS (más adelante analizamos algunos de estos instrumentos y cómo son utilizados para aparecer sin ser).

Algunas de las publicaciones más paradigmáticas son las del Pacto Mundial y la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, UNEP FI, [SDG Bonds & Corporate Finance A Roadmap to Mainstream Investments](#) (UNEP FI, 2018), que sugiere adaptaciones a los instrumentos financieros tradicionales para facilitar los ODS. El Pacto Mundial junto con un gran número de instituciones ha creado la [UN Alliance for SDG Finance](#), para promover el desarrollo de conocimientos y prácticas para estimular el financiamiento. UNCTAD desarrolla un [Toolbox of Resources](#) (UNCTAD, s/f) para recopilar buenas prácticas. El UNDP también ha desarrollado una plataforma [Financing Solutions for Sustainable Development](#) (UNDP s/f). El United Nations Sustainable Development Group (2018), publicó [Unlocking SDG Financing: Findings from early adopters](#). Estas iniciativas, todas dentro del sistema de las Naciones Unidas, aparecen descoordinadas, cada una por su cuenta.

A efectos de entender el potencial del *greenwashing* se debe destacar que, dentro del ecosistema de los ODS, el (sub)ecosistema del financiamiento incluye las empresas que emiten los instrumentos, los agentes de emisión y colocación (banca de inversión) y las instituciones e inversionistas socialmente responsables que los adquieren. Todas estas partes pueden usarlos para *greenwashing*, cada una de acuerdo con sus intereses, todas para aparecer responsables ante la sociedad.

6. VAGUEDAD DEL LENGUAJE DE LOS ODS Y DE SUS INDICADORES

Además de las presiones sobre las empresas para reportar acciones, sean o no legítimas, comentadas arriba, hay otro factor que facilita el reporte irresponsable y es el lenguaje de los 17 ODS y de sus 169 metas. Los ODS y las metas fueron identificados y redactados de tal manera de cubrir el máximo terreno posible del desarrollo sostenible, el objetivo era el de no cometer errores de omisión. De tal manera que los ODS y sus metas cubren de todo. Adicionalmente el lenguaje en un gran número de ellos es relativamente vago, lo que permite imputar a su cumplimiento una gran variedad de acciones que pueden o no contribuir a su logro. Las Naciones Unidas han hecho esfuerzos en el desarrollo de indicadores para poder

medir su progreso ([Statistics Division of the United Nations](#), s.f.), sin embargo, estos indicadores, en muchos casos, no pueden vencer la vaguedad y generalización de su lenguaje y se quedan muy cortos a la hora de medir el logro de los objetivos y sus metas.

Para ilustrar los indicadores propuestos y la dificultad de implementar los ODS por su lenguaje impreciso consideremos el Objetivo más cercano a la responsabilidad de la empresa ante la sociedad, el número 12, “*Garantizar un consumo y patrones de producción sostenibles*”. Este es el objetivo más reportado en los informes de sostenibilidad de las empresas privadas según el informe [Reporting Matters](#) (WBCSD 2019) por cuanto muchas de sus metas se refieren a acciones directas por parte de las empresas. Según el informe, el 89% de las empresas analizadas reporta contribuciones a este Objetivo (p. 22).

Como se puede observar, el lenguaje del objetivo es vago, pero veamos algunas de las 11 metas. Destacamos en negrilla las palabras claves.

- 12.2 Para 2030, **lograr la gestión sostenible y el uso eficiente** de los recursos naturales.
- 12.3 Para 2030, **reducir a la mitad el desperdicio** mundial de alimentos per cápita en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y distribución, incluidas las pérdidas posteriores a las cosechas.
- 12.4 Para 2030, **lograr la gestión ecológicamente racional** de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y **reducir de manera significativa** su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de reducir al mínimo sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.
- 12.5 Para 2030, **disminuir de manera sustancial** la generación de desechos mediante **políticas** de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.
- 12.6 **Alentar** a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

Para el logro de estas metas, se han propuesto una serie de indicadores, que supuestamente deben guiar la acción de las empresas y gobiernos. Los indicadores propuestos para el objetivo 12 y las metas mencionadas arriba son los siguientes:

Meta #	Meta	Indicador
12.2	Logar la gestión sostenible y uso eficiente de los recursos naturales	Consumo de recursos total y per cápita (*)
12.3	Reducir a la mitad el desperdicio de alimentos en detallistas y hogares y reducir las pérdidas en la producción	Índice de pérdidas de alimentos
12.4	Lograr la gestión ecológicamente racional productos químicos y reducir significativamente la disposición de desechos en agua y en la atmósfera	Número de participantes en acuerdos internacionales sobre desechos peligrosos Generación y tratamiento de desechos peligrosos, por tipo de tratamiento (*)
12.5	Reducir de manera substancial reducción de desechos	Tasas de reciclaje nacional y toneladas de reciclado
12.6	Alentar prácticas sostenibles en empresas y reflejar en informes de sostenibilidad	Número de empresas que publican informes de sostenibilidad

(*) pendientes de revisión.

Este breve ejemplo ilustra las grandes dificultades de cumplir con los objetivos y metas tal y como fueron redactados.

- En el 12.2 **no se puede determinar si el consumo es sostenible o insostenible** a menos que se establezcan criterios para la sostenibilidad. Se mediría con el consumo total de recursos, pero ello no asegura sostenibilidad. A lo mejor el número debería ser menor al logrado, para que fuera sostenible;
- En el 12.3 **no se dispone de la base** para determinar la meta de reducción a la mitad, en la parte de ventas al detal (supermercados, etc.) y hogares, y la parte de la producción **no tiene meta** ya que solo menciona “reducir”. ¿Cuánto? ¿es sostenible?;
- En el 12.4 **no se define qué es gestión ecológicamente racional ni la magnitud de la reducción**. No parece que el **número de firmantes** de acuerdos determine esta gestión ni la reducción. El indicador de generación y tratamiento de desechos sí puede ayudar a determinar la reducción, pero difícilmente saber si la gestión es ecológicamente racional o no;
- En el 12.5 los indicadores son más acertados ya que el enunciado es más preciso. Lo que faltaría por determinar es que quiere decir de manera “substancial”. **No se estipulan metas de reducción**; y,
- El 12.6 es el más cercano a la responsabilidad empresarial ya que pide prácticas empresariales sostenibles pero **el indicador es el número de informes de sostenibilidad**. Este último es uno de los ejemplos más paradigmáticos del problema de los indicadores. **¿Es el número de reportes producidos un indicador de las prácticas sostenibles adoptadas?** ¿Hay que producir informes

de sostenibilidad para ser una empresa sostenible o más bien lo producen empresas que necesitan parecerlo? ¿Estamos confundiendo la realidad con su imagen, la sostenibilidad con informe?

De esta breve discusión se desprende que los ODS no han sido diseñados de tal manera que faciliten su implementación y la participación de las empresas, por el contrario, pueden estimular al *greenwashing*. La revista *The Economist*, en un artículo sobre los ODS decía: “Los [ODS](#) fueron seleccionados por su atractivo, no por su factibilidad. Deben ser vistos como una colección de arengas, y no como un plan de batalla bien calibrado, *The World in 2020* (noviembre 2019)”. De hecho, tienen muchas incompatibilidades con el *modus operandi* empresarial (que suele usar objetivos concisos, concretos, medibles, controlables y entendibles). Pero ello no obsta para que las empresas digan que contribuyen.

III. CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS A LOS ODS

Sin duda que las empresas pueden y deben contribuir al logro de los ODS. Siendo la cobertura de las 169 metas tan amplia y en muchos casos su lenguaje tan general, cualquier empresa puede, de alguna manera, decir que contribuye al logro de alguno de ellos. No vale la pena discutir el sinnúmero de posibilidades. La pregunta no es entonces si deben y pueden, sino como hacerlo de forma efectiva. Y en esto hay dos grandes posibilidades, a través de su negocio tradicional o buscando cambios en procesos, productos, mercados, etc. para hacer nuevas contribuciones.

En el primer caso, más que una contribución sería una asignación, una imputación, ya que el negocio no cambia como consecuencia de la adopción de los ODS. En el segundo caso, se trataría de aprovechar los ODS y el cambio de mentalidad, de estrategias, de prioridades y de políticas en los mercados en que opera y en los gobiernos que las regulan, para acentuar esa contribución. No es que el primer caso sea despreciable, es que no es consecuencia de los ODS, y muy posiblemente se llevaban a cabo y se continuarían llevando a cabo las actividades con o sin los ODS. En el segundo caso, la contribución es más clara, es una reacción de la empresa a la adopción de los ODS y sus consecuencias, es una incorporación de los ODS, y de los cambios que han generado en el entorno, en las estrategias empresariales. Y en ambos casos, la pregunta crítica es si ello tendrá un impacto material, preferiblemente medible. Esta distinción es clave para el propósito de este artículo ya que caracteriza la legitimidad de las contribuciones, como analizamos en más detalle más adelante.

IV. CONTRIBUCIÓN DE LOS ODS A LAS EMPRESAS

En la interacción entre las empresas y los ODS estos pueden contribuir de manera legítima a su gestión sostenible, pero también a la delusión que algunas de ellas hacen de la sociedad.

1. CONTRIBUCIÓN POSITIVA

Los ODS son el resultado de extensas consultas y trabajos por parte de centenares de expertos, empresas, gobiernos e instituciones de la sociedad civil, incluyendo académicos. Por ello reflejan una gran variedad de opiniones sobre lo que es necesario para el desarrollo sostenible y como tal constituyen una guía para las empresas que quieren orientar sus estrategias y actividades para hacer o profundizar sus contribuciones al desarrollo sostenible. Por su amplia cobertura los objetivos y las metas pueden ser utilizados por todo tipo de empresas y proporcionan un marco de referencia para la innovación y para identificar oportunidades de inversión y de actuación. Sin embargo, no se debe subestimar la inteligencia estratégica de las empresas (sobre todo las grandes) como para que necesiten de los grupos de trabajo de la ONU para identificar oportunidades de negocios. No obstante, es posible que ellos destaquen áreas de inversión del sector público donde algunas empresas puedan participar, por ejemplo, en infraestructura social y física.

Adicionalmente, los ODS constituyen una guía para reportar sobre sus actividades en ese sentido. En cierta forma son semejantes a los indicadores desarrollados por estándares de reporte como los del *Global Reporting Initiative*, GRI, o los del *Sustainability Accounting Standards Board*, SASB, aunque estos son mucho más concretos y precisos. Esta semejanza puede, no obstante, llevar a confusiones y a costos adicionales de reportar usando diferentes estándares y ante la presión, como comentamos más adelante, que tienen muchas empresas de reportar sobre sus contribuciones a los ODS, sean o no legítimas.

2. CONTRIBUCIÓN A LA DELUSIÓN: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN

Pero además los ODS pueden ser utilizados por las empresas para la delusión de sus *stakeholders*. Su ecosistema ha creado expectativas en la sociedad sobre la contribución de las empresas a su logro y la necesidad de reportarlas. Pero ello es aprovechado por algunas empresas para gestionar los reportes de tal manera de sacarles provecho para mejorar su reputación como empresas responsables. El reporte de actividades legítimas es laudable, pero lamentablemente ante la falta de estándares de reporte sobre esas contribuciones y, aunque existieran, dada la vaguedad del lenguaje de los ODS y sus metas y de la falta de controles sobre la

confiabilidad de la información sobre el impacto real de las contribuciones reportadas, se tienden a reportar actividades que son superfluas, como analizamos más adelante.

Los estándares de reporte de sostenibilidad, *Global Reporting Initiative*, GRI, *Sustainability Accounting Standards Board*, SASB, *International Integrated Reporting Council*, IIRC y del *Task Force on Carbon Disclosure Project*, CDP, no se preocupan en particular del reporte de las contribuciones a los ODS de manera directa, lo hacen de manera indirecta vía narrativas e indicadores de sostenibilidad, muchas de cuyas actividades coinciden con los ODS. Existen sin embargo una proliferación de lineamientos para reportar sobre esas contribuciones, algunos mencionados arriba, pero que no son al nivel de estándares, se refieren a formas de presentar la información, con ejemplos sobre como listar posibles contribuciones. Esto en vez de hacer riguroso el reporte, lo desvirtúa ya que se convierten, en la práctica, en fuentes de ideas de actividades que las empresas pueden atribuir a los ODS. Estimulan a hacer un inventario de actividades que las empresas estaban llevando a cabo para que sean imputadas como nuevas contribuciones. Estimulan, además, a llevar a cabo actividades triviales para poder ser reportadas. La actividad se diseña para que sus beneficios publicitarios excedan sus costos. Y la vaguedad del lenguaje de los ODS, que analizábamos arriba, permite hacer estas imputaciones.

Por otra parte, algunas empresas explotan el efecto aureola (Vives, 2011), por el cual los humanos tendemos a extrapolar actividades positivas o negativas en un aspecto a otros aspectos no relacionados, tanto en personas como en instituciones. Una empresa puede hacer una contribución superflua a un ODS y ser extrapolada por los consumidores como si contribuyesen a muchos de los ODS, lo cual, ante su amplitud y vaguedad puede ser aprovechado por la empresa. Los ejemplos que comentamos en la sección VI.1 son indicadores de estas delusiones y las contribuciones negativas que comentamos a continuación contribuyen por omisión. De hecho, se usa el reporte de actividades superfluas para cubrir esas contribuciones negativas.

Un ejemplo reciente (Navidad 2019) es la publicidad de televisión del banco Wells Fargo, que se ha concentrado en su campaña de recolección y distribución de alimentos, actividad ajena a la financiera. No se mencionan sus actividades financieras para no recordarle al público de los fraudes cometidos en la apertura de cuentas y seguros que no habían sido solicitadas por los clientes, lo que llevó a multas de US\$575 millones y la remoción de altos ejecutivos. Es un caso de aprovechar el efecto aureola para que no se vea lo que hay detrás, la filantropía para tapar la irresponsabilidad. Y podrán decir que contribuyen a la Meta 2.1 de reducción del hambre y acceso a alimentos nutritivos.

V. CONTRIBUCIONES NEGATIVAS A LOS ODS

Una de las principales y generalizadas críticas a los informes de sostenibilidad, y por extensión a los de los ODS, ha sido la falta de reconocimiento de las contribuciones negativas o las contribuciones relativamente tímidas a problemas que deberían atacar. Se pide que por lo menos reconozcan lo que hacen mal o hacen imperfectamente y presenten un programa de mejoramiento. Pero muy difícilmente las empresas incluyen esto en sus reportes por temores a repercusiones legales. En esto hay una gran asimetría. Lo bueno lo exaltan más allá de lo razonable, pero lo malo o menos bueno se omite. Las contribuciones negativas no se reportan.

Las emisiones de carbono no se presentan como algo negativo, presentan la posible reducción, que es laudable, como una contribución positiva, pero no se mencionan las emisiones “acumuladas”, que son las que están causando el cambio climático. No se suele mencionar la discriminación por género en términos de remuneración o posiciones en los altos cargos. Como contribución a la meta 5.5 (igualdad de oportunidades de liderazgo) se suele reportar que, por ejemplo, el porcentaje de mujeres en cargos directivos ha pasado del 20% al 24%, lo que es laudable, pero no se discute la insuficiencia de ese porcentaje, por ejemplo, en comparación con empresas líderes en este indicador.

Y la responsabilidad del producto no está directamente contemplada en los ODS, por lo que no es difícil la omisión. No se reportan las contribuciones negativas a la salud, por ejemplo, en las empresas con productos nocivos como son las tabaqueras, o las empresas de bebidas azucaradas o golosinas que contribuyen a la obesidad. Empresas como Philip Morris (Ancos, 2019) o Coca Cola destacan sus contribuciones positivas a los ODS, pero no se hace mención de las negativas. Las empresas de casas de apuestas presumen de algunas contribuciones positivas ([Codere, 2018](#)) pero no mencionan las negativas, como por ejemplo, la degradación de las comunidades donde se ubican y el impacto sobre la cohesión familiar. Las empresas productoras de envases plásticos tampoco reconocen el impacto negativo sobre algunos de los ODS (#12, Consumo responsable, #13, Acción por el clima y #14 Vida submarina), dejando a las empresas que venden productos en sus envases asumir alguna responsabilidad.

Y otra contribución negativa de algunas empresas es el cabildeo en contra de leyes y regulaciones que pueden contribuir a algunos de los ODS, pero que en sus informes reportan contribuciones positivas a esos mismos ODS. Siendo que el cabildeo es una actividad relativamente encubierta (Vives 2018a) es difícil poder detallar ejemplos, pero se pueden citar áreas en las cuales ese cabildeo es más frecuente, como lo hacemos a continuación.

En términos de los sectores más proclives a esta contribución negativa a través del cabildeo está el de explotación y comercio de hidrocarburos que reportan contribuciones positivas sobre el ODS #13 de Acción por el Clima, pero hacen cabildeo en contra del control de emisiones. Bajo presión de algunos inversionistas Repsol acordó en noviembre del 2019 cambiar su política de cabildeo sobre el cambio climático y comprometerse a un programa de reducción de emisiones. Y las empresas de bebidas azucaradas que hacen cabildeo en contra de restricciones a su consumo, por ejemplo, impuestos o ventas en colegios, suelen destacar su contribución a la Meta 6.1 sobre acceso universal y equitativo a agua potable segura. Por ejemplo, Coca Cola hace cabildeo a los reguladores para contrarrestar los resultados de las investigaciones sobre los impactos en la salud de las bebidas azucaradas (Politico, 2019). Las empresas tabaqueras hacen cabildeo para evitar las restricciones a sus productos tradicionales y sobre los alternativos (líquidos para *vaping*) en los que han invertido, para diversificar sus riesgos. Pero como veremos más adelante, por ejemplo, Philip Morris presume de contribuciones positivas a los ODS.

La presión entre los usuarios de la información de sostenibilidad para que se publique información en este sentido está aumentando. Por ejemplo, se ha comenzado a producir un informe sobre estas actividades reportadas por empresas en poder del público en EE.UU. (Center for Political Accountability, 2018). El GRI ha producido un estándar de reporte, el [GRI 415: Política Pública](#) (Global Reporting Initiative, 2018) por el que se pide reportar sobre estas actividades y sobre la “*diferencia existente entre las posturas que defiende a través de la actividad de lobbying y las políticas, objetivos u otras posturas públicas declaradas*”. Es difícil pensar que las empresas reportarán sus contradicciones entre sus actividades y el cabildeo.

Un nivel aún más masivo es el posible impacto negativo de las nuevas tecnologías sobre los ODS, como la inteligencia artificial y el uso de algoritmos, con su potencial de deshumanizar, la automatización con su potencial de desplazar el trabajo humano, la cadena de bloques (*blockchain*) y las ciber monedas, con el potencial de crear economías paralelas, sumergidas, con poco control, y las redes sociales con el potencial de diseminar información falsa, entre otras tecnologías, que, obviamente, también pueden hacer contribuciones positivas (Fernández y Andreu, 2019).

VI. EJEMPLOS DEL USO Y ABUSO DE LOS ODS POR PARTE DE LAS EMPRESAS

1. USOS Y ABUSOS EN REPORTES DE SOSTENIBILIDAD

Como mencionamos arriba, [el Pacto Mundial](#), [otras agencias de la ONU](#) y [otras instituciones](#) han producido guías sobre como reportar las contribuciones de las empresas a los ODS, para recopilar información que les permite mostrar el progreso en su logro. Pero estas guías estimulan además las expectativas de la sociedad sobre las contribuciones empresariales.

Esta presión por parecer que se contribuye lleva a las empresas a imputar lo que están haciendo como parte de su negocio como una contribución, muchas veces imputando actividades que hacían antes de la adopción de los ODS y que continuarán haciendo independientemente de los ODS. No es difícil alegar contribución al Objetivo 1, Reducción de la Pobreza, cuando se da empleo a poblaciones de bajos ingresos; o contar como contribución a la meta 2.1 de Nutrición las donaciones de las sobras de la producción de alimentos o de la cafetería de la empresa; o que están contribuyendo al Objetivo 4 de Educación reportando los programas de entrenamiento de la empresa o las donaciones a alguna escuela; o de que están contribuyendo a las metas 6.1 y 6.3 de Acceso a Agua Potable reportando la conexión de la población aledaña a su sistema; o que han contribuido al Objetivo 13 de Acción sobre el Clima cuando han mejorado la eficiencia energética de algunos motores o mejorado el sistema de iluminación. Para muchas empresas es como si analizaran las 169 metas e hicieran un inventario de lo que hacen para luego hacer una correlación entre ambos y producir un informe de contribuciones.

Hay que enfatizar que hasta ahora todos los estudios analizan lo que se dice que hacen, no lo que realmente hacen, lo que requeriría de una investigación muy profunda de empresa por empresa, de información que no está disponible al público. La tendencia a exagerar hace pensar que lo reportado es muy inferior a lo actuado. Por ejemplo, un estudio reciente reporta que el [75% de las 200 empresas más grandes](#) (KPMG, 2018) comentan el impacto que tienen sobre los ODS y el 40% las comentan en el contexto de su estrategia. En otro informe el [48% de las 100 mayores empresas reportan que usan los ODS](#) (que el informe incorrectamente denomina “estándares de reporte”) (Shearman, 2019). Esto son noticias potencialmente buenas, pero desafortunadamente hay una gran brecha entre el reporte y la acción. En [otro informe](#) (PIMCO, 2018) donde el 63% menciona los ODS, el 39% los correlaciona con sus actividades pero solo el 19% reporta metas cuantitativas. Pero lo más importante es el impacto sobre el terreno de las actividades reportadas, la brecha entre el reporte y el impacto. No es la donación a la escuela

la que contribuye al desarrollo sostenible, es la transformación que se logra en los alumnos, y eso no se reporta.

Pero el ecosistema de los ODS se concentra en la retórica, no en el impacto. Empuja a las empresas a imputar lo que están haciendo o que iban a hacer de todas maneras como una contribución a los ODS. Algunos dirán que no importa, que lo importante es que lo hagan. El problema es que, en la gran mayoría de las metas, no hay una base sobre la cual medir la contribución incremental ni hay indicadores de su logro y lo que ya estaba en la base se cuenta como contribución. Pero es de destacar que algunos de los objetivos son más conducentes al *greenwashing* que otros, por ejemplo, el de las emisiones tiene una base, una meta y el progreso es medible.

Como un ejemplo de *greenwashing* en el reporte, consideremos el caso de Telefónica. La empresa [destacada como un ejemplo de excelencia en el reporte de los ODS](#) (PIMCO, 2018). Reporta contribuciones a 12 de los 17 ODS, la gran mayoría de los cuales son por asociación de sus actividades tradicionales a los ODS. Enfatizan que su objetivo crítico es el 9, Industria, Innovación e Infraestructura, para el cual reportan contribuciones a la meta 9.1: Inversiones del grupo, € 9.700 millones, penetración de banda fija, 58%, penetración de móviles, 63%, o sea lo que hacen como parte de sus negocios, su razón de ser. Pero también reporta contribuciones a otros 11 ODS. Por ejemplo, a la meta 5.5: Mujeres en el Consejo, 17,6%, en la alta gerencia 21,5% y en total 37,7%, que puede ser una contribución legítima si es el resultado de esfuerzos estratégicos de corrección de deficiencias. Como contribución a la meta 8.3 (actividades productivas que contribuyan al desarrollo económico) reporta impuestos pagados de €12.000 millones. El empleo de 123.000 personas es imputado como contribución a la meta 8.5 (pleno empleo y trabajo decente). Todo esto es sencillamente parte del negocio. Un único caso reportado (solo hubo uno) de discriminación entre estos 123.000 empleados es imputado como contribución a la meta 5.2 (violencia de género). €138 millones gastados en actividades sociales y culturales es imputado como contribución a la meta 11.4 (redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo). Pero es destacar que la presentación en el informe de sostenibilidad es de alta calidad gráfica. Y esto contribuye al *greenwashing*, a confundir la forma con el fondo.

Otro [ejemplo paradigmático es el de Philip Morris](#) (Ancos, 2019) que ha lanzado una acción positiva en seis de los 17 ODS, incluidos los relacionados con la reducción del consumo de agua, todas sus plantas se anuncian como carbono neutral para 2030, la igualdad de género y más de dos millones de empleos inducidos por el suministro de más de 450000 granjas. Algunas de estas actividades pueden considerarse como parte natural del negocio, aunque otras pueden ser una contribución incremental a los ODS, pero cabe preguntarse si son medidas para paliar la imagen negativa de sus productos que son nocivos para la salud. Y

es de recordar que la empresa es una las que dedica mayores recursos al cabildeo ante entes regulatorias para proteger su mercado. En el caso de una empresa con evidentes contribuciones negativas a los ODS, es de preguntarse cuál el balance neto de su contribución.

Y algunos reconocen explícitamente que usan los ODS para el *greenwashing*. El *United States Council for International Business*, USCIB, al adoptarse los ODS, creó una red [Business for 2030](#) (USCIB, *s/f*), cuyo “...objetivo es hacer a la ONU más consciente de las positivas actividades que el sector privado ya está haciendo...”. O sea, el objetivo no es hacer sino mejorar la imagen ante la ONU. Dice además “...ya hemos incluido más de 130 iniciativas (parte del negocio o de los esfuerzos filantrópicos) para más de 30 empresas cubriendo 70 de los 169 metas”, lo que da una indicación clara de que se imputarán a los ODS lo que ya están haciendo como parte del negocio.

2. USO Y ABUSO EN EL FINANCIAMIENTO DE LOS ODS

Como en el caso de los reportes, las buenas intenciones de algunas de las partes en promover el financiamiento de los ODS también ejercen presiones a exagerar o tergiversar los verdaderos montos asignados y el efecto en su logro. El Pacto Mundial, que también promueve el financiamiento de los ODS, ha creado una [red de ejecutivos financieros](#) (UNGC, 2019a) para internalizar la problemática y analizar buenas prácticas. Sin embargo, en su euforia puede perder el sentido de la realidad. En uno de sus [boletines](#) (UNGC, 2019b) dice: “...se reconoce que no se están logrando las transformaciones necesarias... se necesitan entre US\$5 y US\$7 billones (o trillones en inglés) anuales, lo que comparado con las inversiones actuales arroja una brecha de US\$2,5 a US\$3 billones anuales. Esta brecha se cerraría si se destinara un 3% del PIB mundial o 1% de las inversiones en títulos valores al logro de los ODS...”.

La solución al financiamiento de los ODS parece sencilla “destinar un 3% del PIB mundial o 1% de las inversiones en títulos valores”. Pero esto es una ilusión. Al poner un número pequeño (es solo el 3% del PIB) parece factible, pero ¿dónde están estos recursos? ¿son esos recursos de libre disposición? ¿quién los pone? ¿cuándo? ¿en qué metas? Recordemos que hace casi 50 años se estableció la meta de que los países desarrollados destinasen el 0,7% del PIB al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo, pero solo dos países lo han logrado. La otra propuesta es canalizar el 1% de las inversiones en títulos valores. Otro número pequeño, pero estos recursos están en manos privadas, incluyen nuestros ahorros, nuestras pensiones. ¿Por qué habrían de canalizarse al logro de los ODS? Presumiblemente por razones morales ya que es imposible justificarlos por razones económicas. Esta ilusión es sintomática de la presión a denominar financiamiento tradicional como contribución a los ODS, como analizamos en tres casos a continuación.

Después de la adopción de los ODS el financiamiento de proyectos y actividades en algunas empresas es usado como si fuera su consecuencia y ahora, en muchos casos, se imputan como “financiamiento de los ODS”, para aparentar una contribución. En muchos casos el financiamiento no es incremental es simplemente una redenominación o reempaque de actividades tradicionales. Los esfuerzos deberían dirigirse a encontrar nuevas fuentes de financiamiento para nuevos proyectos.

Por ejemplo, [el “primer” bono para el financiamiento de los ODS por US\\$1.000 millones \(HSBC, 2017\)](#), supuestamente para financiar proyectos que contribuyen a 7 de los 17 ODS, pero en realidad puede asignar algunos de los decenas de miles de proyectos tradicionales que puedan asociarse a algún ODS como si fueran financiados por el bono. Es cuestión de asignar los proyectos al bono. El dinero es fungible, no hay requisitos de que sean financiamientos que de otra manera no se harían, ni que sean incrementales. Pero de esta manera se puede presumir de ser una institución sostenible y comercializar el bono entre los inversionistas responsables, accediendo a un mayor mercado. Al mismo tiempo, HSBC financió una planta de generación de electricidad usando carbón en Vietnam, con contribución negativa a los ODS.

El Banco Mundial (banco de desarrollo) [emitió el “primer” bono asociado a los ODS en Asia](#) (World Bank, 2017), para financiar proyectos que contribuyan a los ODS. Es de recordar que el mandato del Banco Mundial es contribuir al desarrollo económico de los países menos desarrollados, o sea contribuir a los ODS. Antes los proyectos los denominaban de desarrollo económico, ahora los llaman de contribución a los ODS. Es cuestión de semántica. Lo que sí es diferente en este bono es que el rendimiento depende del rendimiento de un índice de sostenibilidad, que contiene empresas que derivan no menos del 20% de sus ingresos de productos responsables. Desde el lado del pasivo del Banco Mundial el bono es diferente, no tiene una tasa fija como sus bonos tradicionales, tiene una tasa que depende del rendimiento de empresas supuestamente responsables (el listón para estar en el índice y ser considerada sostenible es muy bajo), pero desde el punto de vista del activo, los proyectos en que se invierten los recursos son los mismos. El bono “asociado a los ODS” no financia proyectos diferentes a los tradicionales del Banco Mundial en sus más de 75 años de historia.

Y un ejemplo notable de *greenwashing* en el financiamiento por una empresa privada es el caso de los bonos “vinculados” con los ODS de ENEL, la empresa privada italiana de electricidad más grande del mundo. ENEL emitió [el “primer” bono del mundo vinculado con los ODS](#), por US\$1.500 millones en el mercado de EE.UU. (ENEL, 2019a). También emitió un segundo bono semejante para el mercado europeo que ha sido [elogiado por el Pacto Mundial](#) (UNGC, 2019c) y una publicación empresarial como una [emisión revolucionaria en términos de los ODS](#) (Mirchandani, 2019).

En su [presentación a los inversionistas](#) del primero de los bonos (no se produjo el prospecto tradicional) (ENEL, 2019c), ENEL alega que contribuirá a cuatro ODS: el 4 (educación), el 7 (energía limpia), el 8 (empleo) y el 13 (cambio climático). En el segundo y cuarto caso, la contribución vendrá, presumiblemente, a través de un aumento en el porcentaje de energía producida de forma renovable, que pasará del 45% durante la primera mitad del 2019 al 55% al final del 2021. Si ENEL no logra esta proporción, el bono deberá pagar 25 puntos básicos más de intereses. Ello será verificado por Ernst and Young. Nótese que no hay compromiso de invertir en renovables, solo un aumento de la proporción, que puede lograrse por combinaciones de acciones, en particular con la compra de una empresa que ya produzca energía renovable. Si lo hiciera, no habría incremento neto en la generación de renovables en el mundo. Y es de recordar que este es un bono de “propósito general”, sin compromiso de hacer nuevas inversiones en renovables, es para financiar las necesidades tradicionales de la empresa.

Estas “contribuciones” a los ODS parecen ser parte de las actividades regulares de la empresa, de diversificar sus fuentes de generación y de financiamiento y de paso encontrar un “vinculo” con los ODS para comercializar los bonos en el mercado de inversionistas socialmente responsable y posiblemente obtener un descuento en su costo, además de tratar de sacarle provecho reputacional.

Como en el caso de bono del Banco Mundial, del lado del pasivo, el bono de ENEL es diferente a un bono tradicional ya que su costo está vinculado a algún evento. Pero del lado del activo, o sea, de los proyectos que se financian, es igual a un bono tradicional y lo que importa para la contribución a los ODS son las inversiones que se hagan con los recursos, no la modalidad de pago de las tasas de intereses.

Pero el *greenwashing* más clamoroso ocurre en la aseveración de que se contribuirá al acceso a educación de calidad a 1,4 millones de personas adicionales y un incremento en el acceso a empleo de calidad a más de 6 millones de personas, sobre los próximos diez años (ENEL 2109c, p. 22). Para las contribuciones a estos dos ODS no presentan justificación ni compromiso alguno. La Oficina de relaciones con los inversionistas de ENEL no supo explicar al suscrito cuál es la base sobre la que se mide el crecimiento, cómo se logra, cuál es la relación con el bono ni cómo se medirán los resultados.

Permitiendo, y peor, promoviendo emisiones de bonos que solo estén “vinculadas” a los ODS y que sean para “propósitos generales” es una invitación al *greenwashing*. Lo que se necesita es compromiso verificable de inversión directa, como es el caso de los bonos verdes, sociales y sostenibles (Vives 2019b).

¿Por qué no emitieron un bono verde? Si lo hubieran hecho la emisión e inversiones deberían cumplir con principios generalmente aceptados, como, por ejemplo, los del *International Capital Markets Association* (ICMA 2018)

que, aunque tienen algunas debilidades (Vives 2018b, EU 2019), son mucho más rigurosos y exigentes que simples “vínculos” a los ODS (ENEL produjo sus propios principios para la emisión, que son muy genéricos y no vinculantes: otro intento de *greenwashing*) (ENEL 2019b). Un bono verde compromete al emisor a invertir los recursos en un “proyecto verde”, definir el proyecto a ser financiado en detalle, demostrar que es “verde”, especificar el proceso a utilizar para evaluar y seleccionar las inversiones, describir cómo se gestionarán los fondos y presentar informes sobre su utilización y los resultados obtenidos. El cumplimiento con los Principios es normalmente evaluado por agencias independientes de verificación. Los bonos de ENEL no tienen que seguir estos principios, ni sus principios lo exigen.

Y aun los bonos verdes pueden ser utilizados para *greenwash* al sobreestimar su contribución. Por ejemplo, los bonos verdes emitidos por el Banco Europeo de Inversiones, pionero en estos instrumentos y en el reporte de su impacto (no solo de resultados), deben tener un mínimo del 30% del costo total del proyecto en componentes “verdes”, pero la totalidad de la emisión se calificará como “verde”, sobrestimando su contribución.

VII. ¿QUÉ HAY QUE HACER PARA QUE LAS CONTRIBUCIONES DE LA EMPRESA PRIVADA SEAN LEGÍTIMAS?

De la discusión precedente postulamos cinco criterios para discernir entre la legitimidad y la probabilidad de *greenwashing* en las contribuciones a los ODS. Deben ser: Materiales, Incrementales, Contextuales, Impactantes y Sostenibles.

- **Materiales.** Para que produzcan algún cambio notorio, las contribuciones deben ser materiales, es decir deben ser significativas, no pueden ser trivialidades o nimiedades que simplemente tienen algo que ver con alguna de las 169 metas. Y este es un criterio relativo, lo que para una empresa puede ser inmaterial para otra puede ser material ya que dependerá de la magnitud, el impacto y el contexto. La contribución debe ser conmensurada con la capacidad de la empresa, tanto financiera como de poder de influencia en su entorno. Todas las empresas pueden reportar una reducción en el consumo energético y así alegar contribución a la reducción de emisiones. ¿Pero cuánto es esta reducción en el contexto en que opera la empresa? ¿en función su impacto en el medio ambiente? ¿en función de su capacidad de hacerlo?
- **Incrementales.** Las contribuciones deben ser en adición a lo que se venía haciendo tradicionalmente. No se trata de imputar lo que se ha venido haciendo. La verdadera contribución será incremental, y de ser posible

creciente. No está mal alegar que desde hace 10 años que se está ayudando a la escuela primaria de la comunidad, pero no es una acción tomada explícitamente para contribuir a los ODS acordados en el 2015, aunque lo haga. ¿Qué más puede hacer aparte de imputar actividades tradicionales? Imputación no es contribución.

- **Contextuales.** Las contribuciones deben ser relacionadas con la actividad de la empresa, con el contexto en que opera, con sus principales *stakeholders*, de lo contrario puede ser contribución “comprada” para mejorar imagen, para hacer *greenwashing*. Las contribuciones deben demostrar como los cambios en las actividades de la empresa hacen la contribución a los ODS. Con esto no queremos decir que la filantropía pura y dura no sea legítima, pero habría que considerar si su objetivo es legítimo o es simplemente un intento de figurar, de aparecer que se hace una contribución, para poder reportar algo. Y en este caso es oportuno preguntar por el impacto y lo incremental de la acción.
- **Impactantes.** La contribución debe tener impacto, medible o no (mientras mayor mejor, ver el criterio de materialidad), pero debe producir algún cambio que se note en el objeto de la contribución, no solo en la cantidad de recursos que se hayan podido asignar. ¿Qué impacto tiene construir una escuela primaria si después los niños no aprenden, si no cambian significativamente sus oportunidades de futuro? Las contribuciones se deben diseñar y ejecutar en función del impacto que han tenido o tendrán sobre los indicadores que se están desarrollando para medir el logro de cada una de las 169 metas. Las empresas deberían reportar el impacto sobre los indicadores en cuestión, no solamente conceptos y/o montos.
- **Sostenibles.** Y por último la contribución debe ser sostenible en el tiempo. No se trata de hacer una contribución ocasional, dependiendo de la situación en que se encuentra la empresa. Tampoco puede ser oportunista, para aprovechar algún momento en el cual se necesita visibilidad o para enmascarar algún mal comportamiento. No queremos decir que deba ser constante o creciente, pero no puede ser efímera, debe ser parte de una estrategia de largo plazo, preferiblemente de la estrategia de RSE. De lo contrario la sospecha de *greenwashing* se justifica.

Obviamente que estos criterios no son ni definitivos, ni infalibles, ni determinantes. Pero ofrecen algunas ideas para determinar la posibilidad de que los reportes sobre las contribuciones de las empresas a los ODS sean legítimas o sean exageradas o tergiversadas. Y no es que deban cumplirse todos, pero mientras más de estas características tengan más confiable será su legitimidad.

VIII. SE NECESITA MONITOREAR Y REPORTAR EL GREENWASHING

Ante un ecosistema que estimula el *greenwashing* de las contribuciones a los ODS es necesario un esquema que los verifique, controle y los reporte. Pero no es del interés de los participantes desenmascarar estas anomalías. El principal promotor, el Pacto Mundial, tiene intereses creados en reportar la mayor cantidad y volumen de contribuciones posibles, en todos los foros posibles, ya que ello refleja favorablemente en sus actuaciones, y tampoco le interesa verificar su legitimidad, aunque debería. Las empresas que invierten, como vimos arriba, obtienen beneficios reputacionales y, en algunos casos, hasta menores costos menores de financiamiento al “vincular” sus actividades a los ODS. Las instituciones financieras y las empresas de servicios de consultoría y de servicios financieros derivan comisiones y retribuciones de la promoción de las contribuciones a los ODS. Hasta los académicos hemos encontrado una fuente de producción de artículos.

Pero todas estas partes no pueden darse el lujo de pertenecer a un ecosistema que se engaña a sí mismo. En el largo plazo, como en toda responsabilidad ante la sociedad, es de su interés que haya contribuciones legítimas a los ODS y que el sistema tenga una buena reputación, que se gane el respeto de la sociedad. Y la sociedad necesita esfuerzos legítimos para avanzar en el desarrollo.

Por lo que mueve a la mayoría de los integrantes del ecosistema, no se puede esperar la autorregulación, ni es conveniente la regulación por parte del sector público, que es también parte interesada. Se requiere de arreglos institucionales independientes para la diseminación pública de los casos de abuso de los ODS y de las contribuciones legítimas. Esto tendría el efecto inmediato de estimular las contribuciones legítimas y prevenir las formas más flagrantes de *greenwashing*. Desafortunadamente esto también tendría el efecto de reducir el nivel reportado de las contribuciones, lo que no es del interés de muchos de los participantes, con la consecuencia de parecer que no se están logrando, aunque ello no afectaría su verdadero logro ya que esas en realidad no están contribuyendo.

Serían muy pocos los participantes en el ecosistema que estarían interesados en financiar estos esfuerzos de supervisión, control y reporte, por lo que muy posiblemente se debiera recurrir a fundaciones no empresariales en países desarrollados y a las instituciones internacionales de la sociedad civil. El sector académico, por su independencia y amplia visión de la problemática está particularmente en buenas condiciones para participar efectivamente en estos esfuerzos.

IX. CONCLUSIONES

Por su naturaleza, los participantes en el ecosistema de los ODS tienen los incentivos perversos, les beneficia la apariencia del logro de los ODS. Ese ecosistema estimula el *greenwashing*, el aparecer sin ser. Este *greenwashing* es generalizado tanto en el reporte de las actividades como en su financiamiento, en respuesta a las presiones de los promotores de los ODS y de los intermediarios (empresas de consultoría, servicios financieros, etc..) y a la asimetría de los costos (bajos) y beneficios de hacerlo (altos). Y este *greenwashing* conspira contra las contribuciones legítimas, la redacción de los ODS y sus metas lo facilita, y la falta de seguimiento y control sobre la legitimidad de las contribuciones de las empresas a los ODS lo institucionaliza.

La sociedad, en especial los que sufren los efectos del subdesarrollo, los que son más afectados por temas como el desempleo, educación deficiente, la contaminación y el cambio climático, entre otros aspectos, son los que se beneficiarían de los ODS, pero suelen estar muy dispersos, tener poco poder económico y político para asegurar esfuerzos legítimos en su logro. De allí la necesidad de esquemas institucionales independientes de los participantes en el ecosistema.

Y, para concluir, hay que destacar que muchas empresas hacen contribuciones legítimas a los ODS, de las que se deben destacar sus buenas prácticas, que puede contribuir a estimular contribuciones más efectivas. No han sido cubiertas en este artículo porque lo más crítico en los actuales momentos es que se destaquen y eviten los casos de contribuciones superfluas, que actualmente no se hace.

BIBLIOGRAFÍA

Todos los nexos en la bibliografía han sido visitados en diciembre del 2019.

- Adams, C.A. (2017). *The Sustainable Development Goals, integrated thinking and the integrated report*. Glasgow: Institute of Chartered Accountants of Scotland.
- Ancos, H. (2019, 4 de noviembre). *Philip Morris y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. ¿Puede una empresa tabaquera cumplir con los ODS?* www.agorarsc.org.
- Bertelsmann Stiftung & Sustainable Development Solutions Network (2019). *The Sustainable Development Report 2019: Transformations to Achieve the Sustainable Development Goals*. Nueva York.
- Betti, G., Consolandi, C. & Eccles, R.G. (2018). *The Relationship between Investor Materiality and the Sustainable Development Goals: A Methodological Framework*. Sustainability 10 (2248).

- Business and Sustainable Development Commission (2017). [*Mejores negocios, un mundo mejor. Oportunidades de negocio sostenible en Latinoamérica y el Caribe.*](#)
- Cambridge University (2018). [*Towards a sustainable economy: The commercial imperative for business to deliver the UN Sustainable Development Goals.*](#) Cambridge: University of Cambridge.
- Center for Political Accountability (2018). The 2017 CPA-Zicklin Index of Corporate Political Disclosure and Accountability, Filadelfia.
- Codere (2018). [*Responsabilidad en juego.*](#) Madrid.
- CSR Europe (2019). [*From Urgency To Action: Business And The SDGs CSR Europe White Paper.*](#) Bruselas.
- DNV-GL & UNGC (2018). [*Global Opportunity Report 2018.*](#) Copenhagen.
- ENEL (2019a, septiembre). [*SDG Bond.*](#) Milán.
- ENEL (2019b, septiembre). [*Enel's General Purpose SDG Linked Bond: Context and Principles.*](#) Milán.
- ENEL (2019c, septiembre). [*Enel's General Purpose SDG Linked Bond: Investor presentation.*](#) Milán.
- European Union (2019, 18 de junio). [*EU Green Bond Standard.*](#) Bruselas.
- Fernández Mateo, J. & Andreu Pinillos, A. (2019, 14 de noviembre). [*Cómo la tecnología puede impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.*](#) The Conversation España. Madrid.
- Global Reporting Initiative (2018). [*GRI 415: Política Pública.*](#) Amsterdam.
- Global Reporting Initiative & UNGC (2017). [*Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals*](#) and Targets. Amsterdam.
- HSBC (2017). [*HSBC Sustainable Development Goal \(SDG\) Bond Framework.*](#) Hong Kong.
- International Capital Markets Association (2018). [*Green Bond Principles \(GBP\).*](#) Zurich.
- International Integrated Reporting Council (2018). [*SDGs and the future of Integrated Reporting.*](#) Londres.
- Kowszyk, Y. & Maher, R. (2018). [*Estudios de caso sobre modelos de Economía Circular e integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en estrategias empresariales en la UE y ALC.*](#) Hamburgo: Fundación EU-LAC.
- KPMG (2018). [*How to report on the SDGs: What good looks like and why it matters.*](#) Suiza: KPMG International.
- KPMG (2017). [*The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017: The Road Ahead.*](#) Suiza: KPMG International.
- Mirchandani, B. (2019, 14 de octubre). How An Italian Energy Company Revolutionized Sustainable And Impact Investing in Structured Credit. Forbes. Nueva York.

- Observatorio de los ODS (2019). [La Contribución de las empresas españolas al desarrollo sostenible, Segundo informe](#). Barcelona: Fundación La Caixa/Esade.
- Pacto Global (2018). [Alianzas empresariales en pos de los objetivos globales: Avances en America Latina y el Caribe](#). Nueva York.
- PIMCO (2019). [Corporate Reporting on the SDGs: Mapping a Sustainable Future](#). Kansas City.
- Politico (2019, enero), Coca-Cola tried to influence CDC on research and policy, new report states, 29.
- Statistics Division of the United Nations (s.f.). [Sustainable Development Goals indicators webpage](#).
- Shearman and Sterling (2019). [Corporate Governance Executive Compensation Survey](#). New York.
- Sustainable Stock Exchanges Initiative (2018). [How securities regulators can support the Sustainable Development Goals: A sharing of experiences](#). Nueva York.
- The Economist (2019, noviembre). High Hanging Fruit: Is an SGD still a target it cannot be hit? The World in 2020.
- The Economist (2015, 28 de marzo). [The 169 commandments: The proposed sustainable development goals would be worse than useless](#).
- Times Higher Education (2019). University Impact Rankings 2019. Londres.
- Trucost, 2018, [Discovering Business Value in the United Nations Sustainable Development Goals \(SDGs\)](#), New York.
- United States Council for International Business (s.f.). [Business for 2030](#). Nueva York, plataforma digital.
- UNCTAD (2019). [Guidance on core indicators for entity reporting on contribution towards implementation of the Sustainable Development Goals](#). Ginebra: United Nations Conference on Trade and Development.
- UNCTAD. (s.f.). [Toolbox of Resources](#), plataforma digital.
- UNDP (s.f.). [Financing Solutions for Sustainable Development](#), plataforma digital.
- UNEP FI (2018). [SDG Bonds & Corporate Finance A Roadmap to Mainstream Investments](#). Ginebra.
- UNGC & UNEP FI (2019). [SDG Bonds: Leveraging Capital Markets for the SDGs](#). New York: United Nations Global Compact.
- UNGC Canada (2018). [SDG Awards](#). Toronto.
- UNGC (2019a). [Chief Financial Officers Network](#). Nueva York.
- UNGC (2019b). [Boletín Mensual Abril 2019](#). Nueva York .
- UNGC (2019c). [First SDG-linked bond in the European market raises 2.5 billion euros](#). Nueva York.
- UNGC (2017a). [Blueprint for Business Leadership on the SDGs: A principles based approach](#). Nueva York.

- UNGC (2017b). [*Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Objectives and Goals*](#). Nueva York.
- UNGC & Accenture (2019). [*The Decade to Deliver: A Call to Business Action*](#). Nueva York.
- United Nations (2019). [*The Sustainable Development Goals Report, 2019*](#). Nueva York.
- United Nations Sustainable Development Group (2018). *Unlocking SDG Financing: Findings from early adopters*. Nueva York.
- Vives, A. (2019a, 15 de noviembre). [*Mis dieciocho artículos sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la RSE \(actualizado a octubre 2019\)*](#). Blog de Cumpetere.
- Vives, A. (2019b). Bonos verdes, sociales y sostenibles, Capítulos VI.1 a VI.5. En [*La Responsabilidad Social de la Empresa en Iberoamérica*](#), Vol., V. Washington: Cumpetere.
- Vives, A. (2018a, 16 de diciembre). Responsabilidad política de la empresa responsable. Blog de Cumpetere.
- Vives, A. (2018b, 11 de mayo). [*What's the true impact of green bonds?*](#) GreenBiz, Oakland.
- Vives, A. (2011, 13 de noviembre). [*¿Se puede manipular la reputación?: El efecto aureola*](#). Blog de Cumpetere.
- World Bank (2017). [*World Bank Launches SDG-Linked Bonds*](#). Washington.
- World Business Council for Sustainable Development (2019). [*Reporting Matters 2019*](#). Ginebra.
- World Business Council for Sustainable Development (2017a). *Sustainable Development Goals for Business Diplomacy and Growth*. Ginebra.
- World Business Council for Sustainable Development (2017b). [*Guía para CEOs sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible*](#). Ginebra.
- World Business Council for Sustainable Development (2016). [*SDG Compass: Guide for business action on the SDGs*](#). Ginebra.
- Yale Center for Business and the Environment (2019). [*Rising Leaders on the Sustainable Development Goals: Findings from a Global Survey for Business Schools*](#). New Haven.