

# Más allá del net zero

Una mirada profunda a los líderes  
climáticos y lo que los impulsa





# Tabla de contenido

Prólogo del CEO	03
<b>01</b> Resumen ejecutivo	04
<b>02</b> Enfoque de la investigación	08
<b>03</b> Una mirada a los objetivos corporativos net zero: los líderes se vuelven verdes, y luego se vuelven oscuros	11
<b>04</b> Impulsores del Net zero: la resiliencia operacional es lo más importante para los líderes del net zero	18
<b>05</b> La economía para abordar el net zero: crecen los presupuestos, pero también los beneficios a largo plazo de invertir en acción climática	20
<b>06</b> Liderazgo Net zero: La transición climática sigue recayendo principalmente sobre los directivos, pero aumentan los esfuerzos para capacitar a los equipos	24
<b>07</b> Facilitadores del Net zero: Las empresas recurren cada vez más a las nuevas tecnologías climáticas y a la descarbonización	27
<b>08</b> Conclusión: ¿Cómo se ve en la actualidad el mejor net zero corporativo?	35





## Prólogo del CEO

# Los objetivos de net zero van en aumento, pero algunas compañías se vuelven verdes y luego oscuras

### La forma de hablar de net zero está cambiando.

Ya han pasado los días en los que anunciar un objetivo corporativo net zero era algo *excepcional*. Hoy se *espera que lo hagan*. Las empresas tienen que demostrar, y no sólo decir, cómo cumplen sus compromisos climáticos, que son de vital importancia. Al mismo tiempo, no podemos permitirnos el lujo de perder tiempo en aprender cómo abordar la crisis climática colectiva. Debemos aprender de los *éxitos* y los fracasos de los líderes de este ámbito y, para ello, debemos mantener conversaciones sinceras sobre los retos que supone alcanzar las emisiones net zero.

Al analizar el panorama corporativo del net zero por tercer año consecutivo, la investigación de 2022 de South Pole revela una tendencia sorprendente: el llamado **"greenhushing"** o **"Silencio verde"**. En la edición de este año, hemos analizado a más de 1.200 empresas privadas que cuentan con un director de sostenibilidad o de RSC y que, por tanto, pueden considerarse como un indicador de las empresas que lideran la acción climática. Descubrimos una tendencia sorprendente: casi una cuarta parte de estos líderes climáticos mundiales encuestados no harán públicos sus logros e hitos más allá de lo mínimo exigido, por ejemplo, la iniciativa Science Based Targets. Esto es preocupante: ahora más que nunca, necesitamos que los que avanzan en los objetivos de sostenibilidad inspiren a otros a empezar, para ayudar a

cambiar la mentalidad y luego los comportamientos. ¿Podría ser que el aumento de las noticias desinformadas en los medios de comunicación y las críticas a las ONG, junto con la creciente amenaza de demandas judiciales, estén disuadiendo a las empresas que fijan voluntariamente sus objetivos de ser más abiertas?

Paralelamente, la reciente colisión de crisis, el COVID, los conflictos y el riesgo de recesión, parece haber desencadenado una nueva ola de acción climática por parte de las empresas, que se han visto expuestas a la fragilidad de sus cadenas de suministro y a su dependencia de los combustibles fósiles. La supervisión de las vulnerabilidades de la cadena de suministro y el aumento de la resiliencia frente a los impactos externos se encuentran ahora entre los tres principales impulsores para establecer objetivos net zero, después de haber aparecido en el último lugar en 2020 y 2021. La historia de la cadena de suministro es una de las que hay que seguir, ya que las empresas siguen abordando sus complicadas emisiones de alcance 3 colaborando con los proveedores, invirtiendo en energías renovables y futuras innovaciones climáticas, y trabajando con la naturaleza y no contra ella. Cuando una gran empresa se desplaza, especialmente una con una amplia red de proveedores, todo un sistema de actores y valores se desplaza con ella.

**Sin embargo, es importante recordar que el cambio de sistemas comienza con un cambio de mentalidad.** Para lograr un verdadero impacto climático, debemos "aglomerar" a las empresas que están aumentando drásticamente la velocidad y la escala de su acción climática, y que se sienten cómodas hablando de sus logros net zero basados en la ciencia, sin exagerar ni hacer declaraciones engañosas, para hacer que las emisiones net zero sean deseables y aceptables entre los clientes, los medios de comunicación y los legisladores por igual.

Sabemos que el costo de la inacción climática aumenta cada día, y 2022 puede ser perfectamente el año más económico para empezar con el net zero. No podemos permitirnos perder tiempo. Para avanzar, necesitamos un futuro en el que la sociedad tenga la ambición y la capacidad, pero también la confianza, de abordar el cambio climático en la escala que se necesita.

Esto es imposible si el progreso ocurre en silencio.

**Renat Heuberger**  
CEO, South Pole

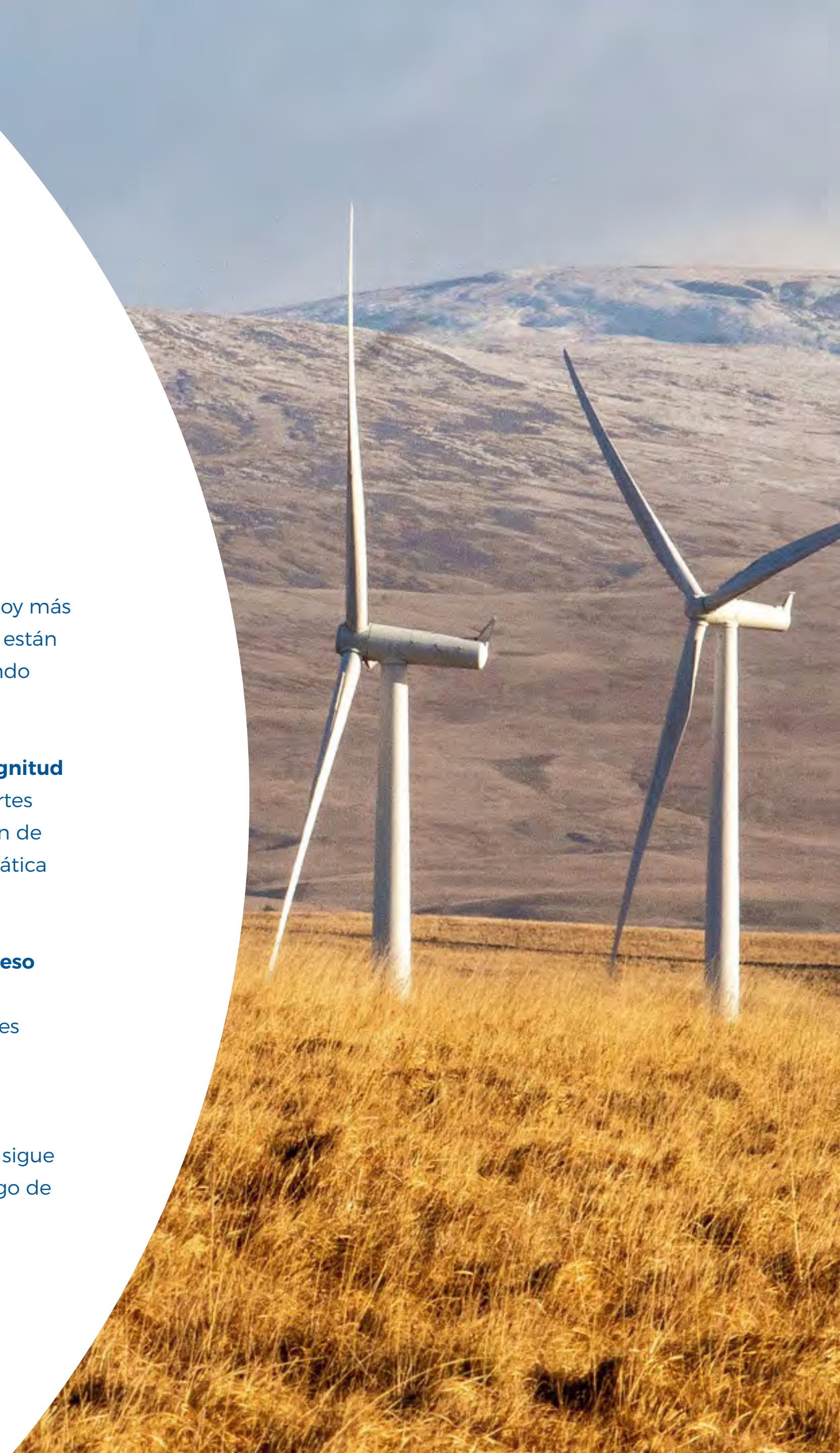


# 01 Resumen ejecutivo

**En su tercer año, la encuesta sobre net zero de South Pole incluye las opiniones de más de 1.200 ejecutivos de todo el mundo para entender qué impulsa sus grandes compromisos climáticos, qué riesgos ven, a qué soluciones están recurriendo y cómo están llevando a sus organizaciones por un camino hacia el net zero.**

En la encuesta sobre net zero de South Pole de 2022, destacan tres grandes tendencias:

- 1 Los líderes de la sostenibilidad corporativo marcan el ritmo, y son un ejemplo a seguir para los demás:** Entre las compañías con un enfoque sostenible, hoy más que nunca se están estableciendo objetivos net zero acompañados con objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia (SBT) para respaldarlos, y están siendo establecidos con plazos de cumplimiento más ambiciosos. Incluso el 67% de las empresas que se identifican como grandes emisoras están impulsando objetivos audaces, y el 13% de todas las organizaciones encuestadas tienen planes agresivos para alcanzar los objetivos net zero antes de 2024.  
  
**Aunque es alentador, la ambiciosa fecha trazada para los objetivos plantea la siguiente pregunta: ¿son las empresas plenamente conscientes de la magnitud de la reducción del total de las emisiones en toda su cadena de valor?** Sin embargo, a pesar de las sombrías perspectivas económicas, casi tres cuartas partes de las empresas encuestadas (74%) están invirtiendo más, y no menos, para alcanzar sus objetivos, a pesar de que muchas (29%) consideran que la ejecución de su estrategia net zero es más difícil de lo que esperaban inicialmente. Al mismo tiempo, es importante reconocer que, dado que el costo de la inacción climática crece día a día, el 2022 es el año más económico para empezar a trabajar en la estrategia net zero.
- 2 A pesar de que cada vez hay más organizaciones que trabajan para conseguir el net zero, casi una cuarta parte (23%) decide no hacer público su progreso** Si bien se ha informado ampliamente sobre el lavado verde corporativo, la investigación de este año revela otra práctica emergente entre las empresas: el “green-hushing” o “Silencio verde”. Se trata de una tendencia preocupante, ya que una menor comunicación pública hace que los objetivos sean más difíciles de examinar y limita el intercambio de conocimientos, lo que a su vez podría dar lugar a la pérdida de oportunidades para que los sectores colaboren en la descarbonización. También podría dar la impresión de que los líderes climáticos no están liderando, al menos de cara al público.
- 3 Las nuevas oportunidades de negocio y la necesidad de crear resiliencia están impulsando a las empresas hacia el net zero.** La demanda de los clientes sigue encabezando la lista de razones para que las empresas persigan objetivos climáticos ambiciosos, seguida de cerca por la oportunidad de construir el liderazgo de la marca corporativa en cuanto al net zero, que es un motor clave para el 43% de las empresas.





Sin embargo, por primera vez desde 2020, la necesidad de gestionar los impactos externos fue clasificada por el 37% de las empresas como uno de los tres principales impulsores del net zero. Esto es nuevo, pero no sorprendente: El COVID, unido a los fenómenos meteorológicos extremos, ha hecho incuestionable el vínculo entre la seguridad del suministro y la continuidad de la empresa, y a medida que la inflación se resiente, las empresas pasan de combatir los retos inmediatos a gestionar las crisis (climáticas) más súbitas que se vislumbran en el horizonte. Lo que también ha quedado muy claro este año es que, entre las empresas encuestadas, la presión de los inversores aún no tiene un alto impacto.

**Paralelamente a la encuesta sobre net zero, nuestro equipo de conocimiento del mercado analizó la base de datos de South Pole de 68.000 empresas, entre las que se encuentran las 500 más importantes del mundo, las principales que cotizan en bolsa y todas las empresas que presentan informes CDP y GRI.** Comparamos el análisis de la base de datos con los resultados de la encuesta, y esto es lo que hemos encontrado:

1. La base de datos ofrece un panorama desolador sobre la seriedad de las empresas en cuanto a las emisiones netas cero. De esas 68.000 empresas, sólo el **7%** ha fijado un objetivo de emisiones netas cero, lo que supone un descenso del 90% en comparación con los líderes en sostenibilidad encuestados. Sin embargo, es prometedor que la mayoría de estos objetivos de cero emisiones netas entre las empresas de la base de datos (el 60%) también estaban respaldados por objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia.
2. En cuanto a las fechas de cumplimiento del objetivo net zero, el 16% de las compañías de la base de datos se han comprometido a conseguirlo antes de 2030. Alrededor del 25% se ha fijado una fecha entre 2031 y 2040, y el 59% tiene como objetivo 2041 - 2050. Esto contrasta bastante con las empresas encuestadas, en las que casi dos tercios de los encuestados pretenden alcanzar los objetivos net zero en 2030 o antes.

3. Acerca del impulso de cada región por el net zero, la base de datos indica que la mayoría de los compromisos proceden de empresas del Reino Unido, Estados Unidos y la región DACH (Alemania, Austria y Suiza). Esto difiere de los resultados de la encuesta, en la que el Reino Unido, por ejemplo, era una de las regiones con empresas con menos objetivos net zero.

Dado que nuestra encuesta de 2022 se dirigía a grandes empresas con equipos de sostenibilidad, no es de extrañar que los resultados de la base de datos muestren una versión menos halagadora del panorama corporativo del net zero. Es de suponer que, al contar con equipos de sostenibilidad designados, las empresas encuestadas han dado prioridad a la acción climática en sus agendas, en comparación con las empresas de la base de datos.

**¿Qué se sigue?** Para que los objetivos corporativos net zero tengan el efecto deseado en la mitigación del calentamiento global, deben estar respaldados por hitos confiables y basados en la ciencia que reduzcan urgentemente las emisiones en todas las operaciones directas e indirectas, apoyen la resiliencia colectiva e incentiven las inversiones en futuras innovaciones climáticas.

Sin embargo, también es necesario que hoy mismo se tomen muchas más medidas climáticas. A pesar de que el 67% de las organizaciones encuestadas declaran estar en camino de alcanzar los objetivos net zero, para la mayoría de ellas, las operaciones libres de carbono podrían estar todavía a años, incluso a décadas, de distancia. Esto es especialmente cierto en el caso de las que tienen objetivos más allá de 2030. Con pocas empresas invirtiendo en acciones climáticas inmediatas que van más allá de sus cadenas de valor directas, ¿cómo hoy están ayudando las empresas a reducir las emisiones para evitar llegar mañana a los terribles límites planetarios? Las organizaciones grandes y pequeñas necesitan ahora estrategias claras para reducir y compensar las emisiones a corto plazo, mientras aprovechan oportunidades rentables de remoción de carbono a largo plazo.

## Marcando el ritmo: Objetivos net zero entre los líderes de la sostenibilidad

### El 87%

de las empresas con conciencia climática han establecido un objetivo net zero (en comparación con sólo el 7% de las principales empresas que cotizan en bolsa analizadas en la base de datos de South Pole)

### El 40%

de los líderes climáticos encuestados que aún no tienen un objetivo net zero planean establecer uno para finales de 2023.

### El 72%

de los encuestados ha establecido o se ha comprometido con un objetivo de reducción de emisiones basado en la ciencia (SBT).

### El 67%

de las empresas encuestadas tienen **tanto** un objetivo net zero **como** uno basado en la ciencia (SBT).

### El 23%

de las empresas no tiene previsto dar a conocer sus SBT.

## Entre 2025 a 2030

es el intervalo de años más común para los objetivos corporativos net zero, seguido de **2031 a 2040**



# Impulsores del net zero para los líderes del climáticos



**El 44%**  
considera que buscar el net zero es una oportunidad para responder a las demandas de productos y servicios bajos en carbono que hacen sus grupos de interés.



**El 43%**  
cree que el net zero es una oportunidad para liderar y definir el espacio de acción climática a través del posicionamiento de su marca.



**El 37%**  
considera que aspirar al net zero les permitiría supervisar mejor los riesgos y vulnerabilidades de la cadena de suministro.



**El 34%**  
persigue el objetivo net zero para aumentar la resistencia frente a las crisis externas.



**El 32%**  
considera que el objetivo net zero es una forma de seguirle el ritmo a los objetivos climáticos de la competencia.



**El 31%**  
fija objetivos net zero como resultado de la regulación gubernamental.



**El 23%**  
considera que el objetivo net zero es una forma de gestionar el riesgo reputacional.



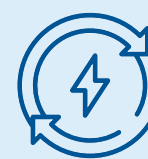
**El 22%**  
cree que los objetivos net zero impulsarán la adquisición y retención de empleados.



**El 17%**  
están bajo presión de los inversores.

**El 29%**  
de las empresas considera que cumplir con los objetivos net zero es **más difícil** de lo esperado.

# Facilitadores del net zero para líderes climáticos



**El 71%**  
recurre a las energías renovables o a las soluciones de eficiencia energética

...  
y  
...

**El 27%**  
se centra en abordar las emisiones de alcance 3 de la cadena de suministro para lograr sus objetivos net zero.



**El 47%**  
de los encuestados tiene previsto recurrir a la remoción de carbono de una forma u otra, ya sea mediante soluciones tecnológicas o basadas en la naturaleza.

**El 74%**  
de las empresas ha **aumentado su presupuesto** para alcanzar su objetivo net zero.



# Liderazgo net zero



**El 78%**

considera que la dirección de la empresa, incluido el Director de Sostenibilidad, son los responsables de la consecución de los objetivos net zero.



**El 46%**

afirma que varios departamentos participan en el cambio de la organización hacia el net zero.

# Más allá del net zero



**El 44%**

tiene interés en gestionar los riesgos y beneficios de la **biodiversidad**, además de los objetivos de net zero.



**Sólo el 36%**

afirma tener una estrategia clara para la biodiversidad.





# 02 Enfoque de la investigación

**En el informe de este año, South Pole se centra en más de 1.200 grandes organizaciones de 12 regiones con una dirección dedicada a la sostenibilidad o a la responsabilidad social corporativa (RSC) para analizar cómo las empresas proactivas están avanzando hacia las emisiones net cero y los retos a los que se enfrentan.**

El informe de 2022 también ofrece un análisis, realizado en septiembre del mismo año, de más de 68.000 empresas que han asumido compromisos climáticos. Esta muestra proviene de una base de datos que incluye empresas que presentan informes CDP y GRI y empresas que cotizan en los índices bursátiles Global F500, FTSE 100 y DAX30. La comparación de los resultados de la encuesta con un análisis exhaustivo de la amplia base de datos de empresas con compromisos climáticos de South Pole ofrece una perspectiva única sobre la seriedad de las empresas a la hora de alcanzar las emisiones net zero.

En 2022, South Pole amplió el alcance de su investigación sobre net zero. Contratamos a la consultora de investigación de mercados **Sapio Research** para que nos ayudara a realizar una encuesta a 1.220 organizaciones de todo el mundo que se centran en la sostenibilidad y tienen más de 1.000 empleados<sup>1</sup>. La encuesta, que consistía en preguntas de opción múltiple sobre los objetivos net zero, los objetivos basados en la ciencia (SBT) y los esfuerzos de descarbonización que las organizaciones con conciencia climática están llevando a cabo o planean hacer, se realizó en agosto de 2022 mediante una invitación por correo electrónico a una encuesta

en línea. Hay un alto nivel de confianza en los resultados<sup>2</sup>.

Todos los encuestados tomaban decisiones sobre la responsabilidad social corporativa (RSC) dentro de cada organización, lo que significa que las compañías encuestadas ya tienen una orientación relativamente activa hacia las cuestiones climáticas y de sostenibilidad. Aunque esto nos impide utilizar los resultados de la encuesta para sacar conclusiones generales sobre el mercado en su conjunto, la encuesta nos ayuda a construir una imagen de lo que algunos de los líderes mundiales en sostenibilidad están haciendo por el clima, al tiempo que da una luz sobre sus retos más apremiantes.

El hecho de que todos los encuestados sean responsables de la toma de decisiones en materia de RSE significa también que los principales resultados de la encuesta pueden reflejar organizaciones más "progresistas" que el promedio de esa región o sector. Sin embargo, los resultados y las ideas siguen siendo muy relevantes para el público objetivo de este informe, que se supone que tiene un interés mayor que el promedio en cuanto a RSE.

La mayoría de los encuestados ocupaban puestos de directores ejecutivos (40%), pero la muestra también incluía a jefes (22%) y líderes (39%) de diversas áreas.

Si bien el 67% de las organizaciones se identificaron como pertenecientes a una industria de altas emisiones<sup>3</sup>, los profesionales encuestados representaban un amplio abanico de sectores, entre los que se incluyen: industria y fabricación; bienes y servicios de consumo; medios de comunicación y telecomunicaciones; tecnologías de la información; sector inmobiliario; salud y productos farmacéuticos; transporte (vial, ferroviario, marítimo y aéreo); finanzas e inversión; bienes y servicios ambientales; energía (petróleo y gas); servicios públicos; sector público y gobierno; y ONG. Los encuestados se repartieron a partes iguales entre 12 regiones representativas del mundo: Estados Unidos, Colombia, Reino Unido, Francia, Bélgica, Países Bajos, la región DACH (Alemania, Suiza y Austria), Suecia, España, Australia, Singapur y Japón.

<sup>1</sup> A excepción de Singapur, donde también se encuestaron organizaciones de más de 250 empleados.

<sup>2</sup> A nivel global, los resultados tienen una precisión de  $\pm 2,8\%$  con límites de confianza del 95%, suponiendo un resultado del 50%.

<sup>3</sup> Los encuestados respondieron "sí" a la pregunta "¿Trabaja usted en una industria con altas emisiones? (es decir, las actividades industriales de su organización emiten grandes cantidades de dióxido de carbono [CO<sub>2</sub>], óxido nítrico, metano u otro gas de efecto invernadero)". Entre estos sectores se encuentran los siguientes entre las compañías encuestadas: El 88% del sector de los servicios públicos (gas y electricidad) se identificaron como alto emisores, el 87% del sector de la energía (petróleo y gas), el 78% del sector industrial (ingeniería, construcción y edificación), el 75% sector de las tecnologías de la información (software y hardware), el 71% del sector de los bienes de consumo y el 70% de las empresas del sector del transporte.





En comparación con las ediciones anteriores del informe sobre net zero de South Pole, las empresas encuestadas en 2022 son mayores tanto en tamaño (1.001 empleados o más) como en ingresos, ya que la mayoría (64%) declaran tener unos ingresos anuales superiores a los 101 millones de dólares.

Profundización a la base de datos

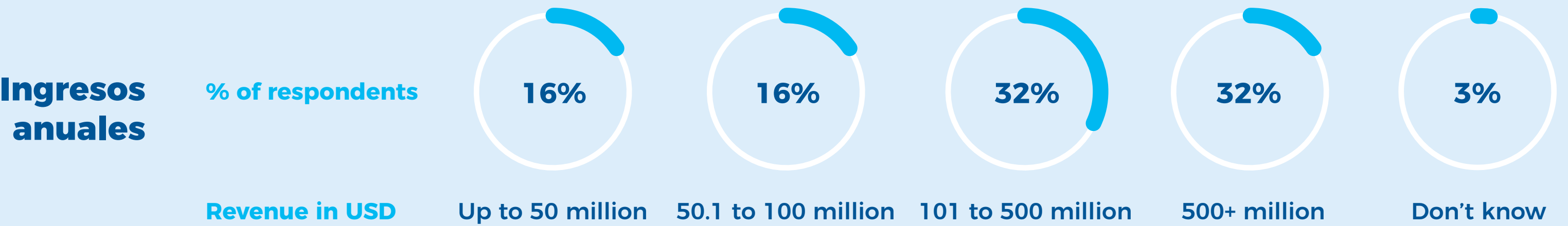
Al igual que en el informe del año pasado, nuestro equipo ha comparado los resultados de las secciones más relevantes de la encuesta con nuestra base de datos **con más de 68.000 empresas** líderes del mercado con compromisos climáticos globales. Esto nos ha permitido situar nuestras conclusiones en un contexto más amplio del mercado climático.

La base de datos incluye:

- Todas las compañías con reportes CDP
- Todas las compañías con reportes GRI
- Compañías del los principales índices bursátiles (Global F500, FTSE100, DAX30)
- Compañías con mayores ingresos/ capitalización de mercado en las principales regiones.

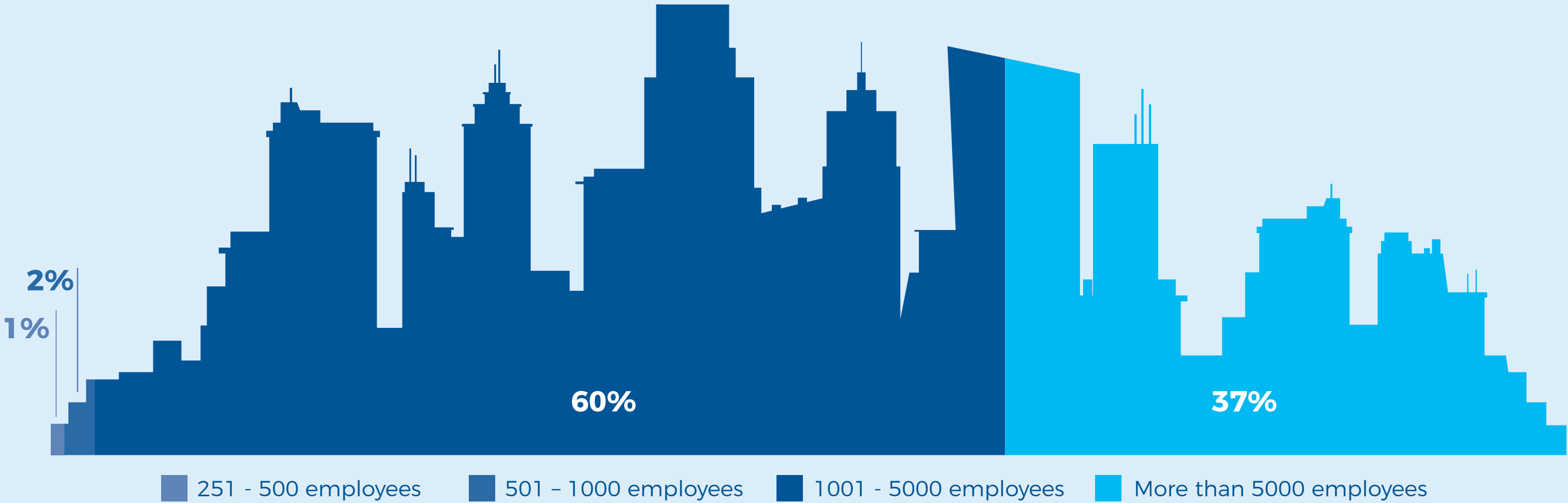
In this report, insights from South Pole’s database are clearly distinguished from the results of the survey and draw on the most comprehensive screening of publicly disclosed net zero targets and SBTs. These include global pledges and initiatives such as the Climate Ambition Alliance, BCorp Net Zero, Business Ambition for 1.5 (part of the Science Based Targets initiative, or SBTi), and corporate net zero commitments (company websites/annual reports).

Panorama de los encuestados

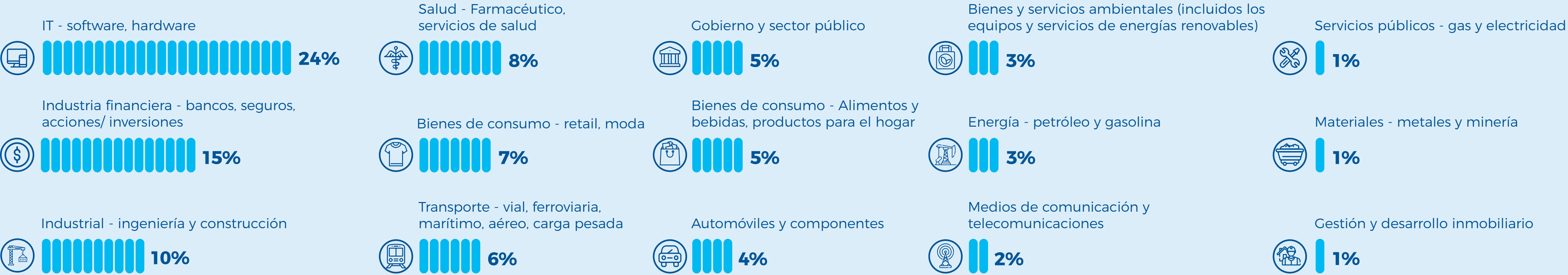




## Tamaño de las organizaciones encuestadas



## Sectores Empresariales





# 03 El panorama de los objetivos corporativos de net zero: Los líderes se están volviendo “verdes”, pero no siempre publican sus progresos.

Los líderes en sostenibilidad están dando ejemplo en materia de net zero: se están fijando más objetivos net zero que nunca, con más SBT que los respalden, y se están guiando por plazos de cumplimiento más ambiciosos.

Al mismo tiempo, aunque cada vez hay más organizaciones que se vuelven “verdes”, muchas deciden no hacer público su trabajo, lo que dificulta el control de los objetivos y limita el intercambio de conocimientos. Esto podría hacer que se pierdan oportunidades para que los sectores se descarbonicen de forma conjunta. También podría dar la impresión de que los líderes climáticos no están llevando la delante, al menos de cara al público.

## Los compromisos net zero son prioritarios para las organizaciones que cuentan con un enfoque sostenible

Entre las organizaciones centradas en la sostenibilidad, la trayectoria hacia el net zero es positiva: nuestros resultados de este año sugieren que, dentro de nuestra muestra de líderes, establecer un objetivo net zero y una fecha clara de cumplimiento se ha convertido en una práctica habitual en todos los sectores. Un impresionante 87% de los encuestados de este año afirma tener un objetivo net zero, y cerca del 96% de ellos puede confirmar una fecha de cumplimiento. Entre las organizaciones que tienen un objetivo net zero, el 77% también ha alineado este objetivo con hitos de reducción de emisiones basados en la ciencia.

Aunque el número de objetivos net zero no es directamente comparable con los resultados de años

anteriores debido a que en 2022 nos centramos en organizaciones con un enfoque sostenible, la diferencia sigue siendo reveladora. En 2020, solo el 50 % de las organizaciones había establecido objetivos net zero, y menos de la mitad había definido algún hito para alcanzarlos. Esta situación no mejoró mucho en 2021, ya que el 45% de las organizaciones encuestadas tenían un objetivo net zero y el 59% de ellas indicaron que tenían hitos claros basados en la ciencia para alcanzarlos.

Con vista al futuro, la encuesta de 2022 también ofrece pistas útiles sobre el crecimiento previsto de los compromisos net zero y los principales obstáculos que impiden a las empresas alcanzar objetivos climáticos ambiciosos. De las organizaciones que **aún no** tienen un objetivo net zero pero que tienen previsto establecer uno, casi el 40% quiere tenerlo para finales de 2023, lo

El 87% trabaja para una empresa que tiene establecido un objetivo net zero, y puede haber una oleada de nuevos compromisos en el horizonte: casi el 40% de las empresas que no tienen objetivos net zero planean establecer uno para finales de 2023.

que indica que puede haber un aumento de nuevos compromisos net zero en el horizonte.

Resulta alentador que, entre los encuestados de 2022, sólo una parte haya manifestado que **no tiene planes** de establecer un objetivo net zero (~2%). En todos los sectores, las principales razones para no establecer o no tener planes para establecer un objetivo fueron la falta de capacidades internas (21%), la creencia de que un objetivo net zero no era importante para los clientes (21%) y la resistencia de la alta dirección (21%). Curiosamente, la resistencia de los altos cargos fue más común entre las empresas que se encontraban en el rango de ingresos más alto de nuestra encuesta, de más de 500 millones de dólares (50%), lo que indica que estos líderes pueden ser reacios a comprometerse a revisar radicalmente la infraestructura y las prácticas empresariales que les han servido en el pasado.



Casi una cuarta parte de los encuestados indicaron que han fijado un objetivo basado en la ciencia, pero que no tienen previsto hacerlo público, lo que implica que no se comparten los progresos realizados por las empresas en materia de reducción de emisiones, o que éstas dudan en promover públicamente lo que pueden cumplir

### El “green-hushing” o “silencio verde”: Más empresas comprometidas con la sostenibilidad tienen hojas de ruta más confiables, pero no comparten sus progresos.

Si volvemos a mirar nuestro informe de 2020, una de sus conclusiones más preocupantes fue que solo el 11 % de los encuestados había establecido un SBT, un hito central en el camino hacia el net zero. Esta cifra mejoró ligeramente en 2021, con un 18%. Este año, un asombroso 72% de todos los encuestados indicaron que habían establecido SBT, y un 18% adicional tiene previsto hacerlo en los próximos 12 meses. El fuerte aumento de los compromisos de sostenibilidad se debe a que este año nos hemos centrado en las organizaciones orientadas a la sostenibilidad (las que tienen un líder de sostenibilidad o de responsabilidad social corporativa), pero también podría sugerir que

el mercado en general está empezando a madurar lentamente y se está alineando cada vez más con las mejores prácticas de acción climática.

También fue prometedor ver que el 77% de las organizaciones encuestadas tenían **tanto** un objetivo net zero **como** un SBT, lo que sugiere que un mayor número de empresas con ciencia climática están buscando objetivos net zero confiables y comprenden la necesidad de adoptar un enfoque net zero basado en la ciencia.

Sin embargo, lo sorprendente es que casi una cuarta parte (23%) de los encuestados de este año indicaron que han fijado un objetivo basado en la ciencia pero que no tienen previsto hacerlo público. Esto hace que los objetivos y los logros sean más difíciles de analizar y limita el intercambio de conocimientos, lo que puede dar lugar a que se fijen objetivos menos ambiciosos y a que se pierdan oportunidades para que los sectores se descarbonicen desde un trabajo en conjunto.

La publicación de un objetivo SBT en [sciencebasedtargets.org](https://sciencebasedtargets.org) es una parte necesaria del establecimiento de un objetivo de este tipo (junto con la divulgación anual de las emisiones y el progreso), así que ¿por qué hay tantas organizaciones que dudan en llamar la atención sobre sus objetivos SBT en las comunicaciones de la empresa?

¿Podría ser que el aumento del escrutinio y la crítica de los medios de comunicación, junto con las ONG y las autoridades de consumo y mercado, haya hecho que los líderes encuestados se muestren recelosos a la hora de hacer públicas sus ambiciones sobre net

zero? ¿las propias empresas no están seguras de tener lo necesario para alcanzar sus objetivos y por eso se resisten a hablar de ellos? ¿O puede ser que muchos de los que ocupan puestos de dirección carezcan todavía de los conocimientos técnicos y la confianza necesaria para hablar de los complejos esfuerzos climáticos?

Una posible lectura alternativa: ¿el establecimiento de un SBT está empezando a convertirse en "algo habitual" entre los líderes climáticos y no es algo que deba pregonarse, sino algo que debe hacerse por defecto? ¿Están adoptando los líderes climáticos la postura de que prefieren no comprometerse y cumplir en exceso?

Mientras que el [Informe de Progreso del SBTi 2021](#) identifica al Reino Unido y a Francia como dos de las principales regiones en las que las organizaciones establecen SBT, nuestra encuesta revela que los encuestados de Francia se encuentran, irónicamente, entre los menos propensos a publicitar sus SBT. Es probable que esto se deba a que Francia es uno de los pocos países que cuenta con una regulación explícita sobre las declaraciones climáticas de las empresas para evitar el lavado verde. Es posible que las empresas no estén seguras de cómo cumplir esta legislación y teman ser demandadas: por ello, renuncian a hablar de sus objetivos.

Sin embargo, esta tendencia no sólo es visible en los países con leyes estrictas sobre declaraciones corporativas. Cada vez son más las empresas, más allá de Francia, que "hacen silencio verde". Las razones podrían ser desde el miedo a las críticas hasta el

hecho de que los SBT son cada vez más esperados en lugar de excepcionales cuando se trata de la acción climática.

Aunque no están claras las razones exactas por las que las organizaciones encuestadas con un enfoque sostenible se muestran cohibidas, esta tendencia es contraria a los consejos de South Pole a sus clientes, que consiste en comunicar de forma transparente los objetivos e hitos y compartir las lecciones aprendidas después de haber realizado progresos cuantificables en su esfuerzo de descarbonización.

Más allá de las empresas que se están volviendo más cautelosas con respecto a sus comunicaciones climáticas, todavía hay demasiadas empresas que utilizan objetivos y declaraciones vacías para aumentar la percepción pública de su progreso climático, participando de hecho en el lavado verde. Esto, a su vez, disuade de mantener conversaciones sinceras sobre lo difícil que es alcanzar el net zero, incluso entre los que más han avanzado hasta ahora.





## Se priorizan las medidas de reducción basadas en la ciencia, pero no se publicitan



Las empresas encuestadas en Bélgica y en la región DACH eran las más propensas a **no** hacer público su SBT (más del 50% de las organizaciones con SBT), mientras que las empresas con sede en Singapur eran las más abiertas a hacer públicos sus objetivos (18% de las organizaciones de Singapur con SBT).



De las compañías con un SBT, los líderes encuestados que trabajan en medios de comunicación y telecomunicaciones son los más propensos a **no** hacer públicos sus objetivos (40%), seguidos por los de servicios públicos (38%).

## El pulso global: contraste de los resultados de la encuesta con la base de datos de South Pole

La vanguardista base de datos de compromisos climáticos de South Pole muestra que, de las 68.000 empresas mundiales analizadas (incluidos todas las pertenecientes a los principales índices bursátiles, como el Global F500, el FTSE100 y el DAX30), sólo el **7%** (unas 4.800) han fijado un objetivo net zero. Sin embargo, la mayoría de estos objetivos están respaldados por hitos de reducción de emisiones basados en la ciencia: El **60%** de las empresas con objetivos net zero también tienen objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia. A pesar de que estos objetivos net zero están respaldados por hitos de reducción basados en la ciencia, la base de datos ofrece un panorama mucho más desalentador del estado del net zero entre la mayoría de las empresas mundiales.

En lo que respecta a las fechas de cumplimiento del objetivo net zero, el **16%** de las empresas de la base de datos de este año se han comprometido a alcanzar el objetivo net zero antes de 2030. Alrededor del **25%** ha fijado una fecha entre 2031 y 2040, y el **59%** tiene una fecha objetivo tardía, entre 2041 y 2050. Esto contrasta bastante con las empresas encuestadas, en las que la mayoría (64%) pretende alcanzar los objetivos net zero en 2030 o antes.

Al mismo tiempo, es alentador ver que un mayor número de empresas de bases de datos que cotizan en bolsa están alineando sus objetivos net zero con una trayectoria de reducción de emisiones basada en la ciencia: en 2021, nuestro análisis de la base de datos de South Pole indicó que sólo el 28% de las empresas comprometidas con el net zero tenían objetivos SBT, una cifra que se ha duplicado con creces hasta el 60% sólo en el último año.



## Está bien establecer objetivos net zero, pero ¿son lo suficientemente ambiciosos?

Establecer un objetivo net zero es un compromiso importante con la descarbonización, pero este sólo tiene sentido si el objetivo tiene un plazo de cumplimiento, y el nivel de ambición se mide, en parte, por la proximidad de esa fecha.

Entre los líderes encuestados este año, 2030 fue el año más común para alcanzar los objetivos net zero, un hallazgo que refleja nuestros dos informes anteriores. De las organizaciones que han fijado un objetivo net zero, más de la mitad (51%) tiene previsto cumplirlo entre 2025 y 2030, mientras que el 13% de los encuestados tiene previsto cumplir el suyo en 2024 o antes. En total, casi dos tercios (64%) de las organizaciones se comprometen a actuar rápidamente antes de 2030, lo que indica que las organizaciones están asumiendo la necesidad de una descarbonización urgente y estableciendo objetivos ambiciosos con este fin.

¿Dónde se encuentran las empresas con los plazos más ambiciosos? Nuestra encuesta revela que las empresas que pretenden alcanzar el objetivo net zero en 2024 o antes proceden de Colombia (25%) y Estados Unidos (25%), seguidas de Singapur (23%) y Francia (22%). Se trata de una agenda increíblemente agresiva para reducir las emisiones directas e indirectas de una empresa (alcance 1, 2 y 3) hasta el net zero. ¿Será que algunas organizaciones no se dan cuenta de la magnitud y los rigurosos requisitos de esta ambición?

En el otro extremo del espectro, las regiones que tendían a ser más prudentes, es decir, a fijar sus objetivos net zero entre 2041 y 2050, eran Suecia (el 16% de todos los encuestados de la región tenían un objetivo net

zero), el Reino Unido (13%) y Australia (10%). Suecia fue la región en la que las empresas eran más propensas a fijar una fecha de objetivo net zero más allá de 2051. Teniendo en cuenta la afirmación de la ONU de que las emisiones deben llegar al net zero en 2050 para cumplir los objetivos del Acuerdo de París, tener fechas objetivo más allá de ese umbral plantea la pregunta de si las empresas suecas han establecido realmente un objetivo net zero. Las fechas tardías de los objetivos son aún más sorprendentes a la luz de la acción climática generalmente ambiciosa del gobierno sueco, actualmente e históricamente.

Por sectores, los bienes y servicios ambientales son los que presentan las fechas objetivo más agresivas, ya que el 27% de los encuestados fijan objetivos net zero para 2024 o antes, seguidos del sector energía (petróleo y gasolina) (24%). Las empresas más proclives a retrasar sus objetivos hasta 2041 - 2050 fueron las del sector de servicios públicos (23%) y las de medios de comunicación y telecomunicaciones (19%).

En general, tener un rango de tiempo claro para alcanzar el net zero es importante, pero no es el factor más decisivo para definir la ambición de un objetivo climático corporativo. Es igual de importante (si no más) que una empresa tenga objetivos intermedios claros para reducir las emisiones y una estrategia detallada y medible para alcanzar las emisiones net zero totales (tanto directas como indirectas) en todas sus operaciones. El cumplimiento de objetivos net zero para 2024 o antes es alentador, pero también pueden generar algunas cuestionamientos. ¿Será realista que dispongamos de todas las soluciones necesarias y de las colaboraciones intersectoriales que necesitamos para alcanzar esos hitos en 24 meses? ¿En particular, en el sector energético?

El 13% de las organizaciones encuestadas tiene planes agresivos para alcanzar los objetivos net zero antes de 2024. Pero, ¿son conscientes de la magnitud de la reducción de las emisiones de alcance 1, 2 y 3?



## ¿Están los altos emisores en una carrera hacia la cima?

El 67% de los encuestados se identificó como parte de un sector de altas emisiones<sup>4</sup>, y la mayoría procedía de Australia (97%), Singapur (82%), Países Bajos (72%) y Bélgica (71%). Estos grandes emisores proceden principalmente del sector de servicios públicos, donde el 88% se identifica como un gran emisor, y del sector energético del petróleo y la gasolina, donde el 87% de las empresas encuestadas de este sector se clasifican como grandes emisores. A estos sectores les siguen el sector industrial (ingeniería y construcción) con un 78%, las TI (software y hardware) con un 75% de las empresas encuestadas, los bienes de consumo fueron un 71% de las empresas de este sector y el sector transporte representó un 70% de las empresas encuestadas.

Esto no es sorprendente, ya que Singapur es actualmente el principal centro de comercio de petróleo de Asia y que la minería, por ejemplo, es desde hace tiempo una importante industria del sector primario en Australia. Del mismo modo, los Países Bajos, que albergan varias grandes empresas de petróleo, son, junto con Bélgica, uno de los mayores productores agrícolas de la UE. La agricultura representa una parte importante de las emisiones de ambos países, lo que tiene sentido ya que más de una cuarta parte de las emisiones mundiales de GEI proceden de la agricultura, la silvicultura y el uso del suelo.

De estos grandes emisores, **el 95% declaró tener objetivos net zero**. Esto es una marcada diferencia en comparación con el resto de las empresas encuestadas y que no pertenecen a un sector

de grandes emisiones, donde sólo el 71% de los encuestados declaró tener objetivos net zero.

El 45% de los grandes emisores ha elegido el año 2030 o antes como fecha del cumplimiento del objetivo net zero, que fue también el intervalo de fechas preferido entre todos los encuestados. Del mísero 5% de las organizaciones de grandes emisiones que no tienen un objetivo neto cero, la mayoría tiene previsto fijarlo.

Si profundizamos en el grupo de grandes emisores<sup>5</sup> autoidentificados con objetivos net zero, el 76% también ha fijado un objetivo SBT.

Estos resultados implican que, con los incentivos adecuados, los sectores de grandes emisiones pueden ser tan ambiciosos en cuanto a los plazos cumplimiento para los objetivos net zero como otros sectores. Sin embargo, es importante señalar que la mayoría de estos grandes emisores encuestados se encuentran en países desarrollados (Australia, Singapur, Países Bajos, Bélgica y Francia), donde el escrutinio público y/o el riesgo de litigios ambientales son elevados, lo que a su vez hace que la comunicación de los objetivos climáticos sea una parte importante de la construcción de la reputación y la credibilidad.

Esto es especialmente cierto cuando se compara con países con menos transparencia y auditoría en torno a la acción climática de las empresas. Se calcula, por ejemplo, que alrededor del 20% de las emisiones mundiales proceden de un grupo de empresas que no informan sobre sus emisiones,

producción o incluso datos financieros básicos: por ejemplo, las empresas petroleras nacionales que no cotizan en bolsa y que dominan la producción del Golfo Pérsico o la de algunas zonas de Asia, África y América Latina. Otro 19% de las emisiones mundiales procede de un grupo de gigantes rusos y chinos que cotizan en bolsa y que, históricamente, apenas han reportado sus emisiones de alcance 3.

La razón de una "carrera hacia la cima" entre los grandes emisores de los países desarrollados podría ser anticiparse a la presión de reguladores, consumidores o de accionistas. Sea cual sea el motivo, esta tendencia es una buena noticia para el planeta.

Al mismo tiempo, incluso entre estas compañías que se autodenominan grandes emisores, de los cuales tres cuartas partes tienen objetivos net zero alineados con la ciencia, casi una cuarta parte ha decidido no hacer públicos sus logros. Los expertos de South Pole han evidenciado que, aunque estas empresas desean publicar sus objetivos y logros, cada vez se muestran más recelosas de las críticas relacionadas con el lavado verde, incluyendo a los medios de comunicación y las ONG, y temen los litigios relacionados con afirmaciones falsas. Esto plantea un interesante dilema: aunque siempre hay que rechazar las afirmaciones climáticas falsas o exageradas, resulta problemático que los grandes emisores más proactivos silencien sus informes sobre el desempeño climático y no los comuniquen de forma transparente. Si los líderes climáticos se vuelven "oscuros", es poco probable que los grandes contaminadores que no cotizan en bolsa se vean incentivados o presionados a participar en una "carrera hacia la cima".



A pesar de que la política climática entre las empresas ocupa un puesto bajo como impulsor para el establecimiento de un objetivo net zero, la regulación suele dirigirse a los grandes emisores, que están bajo el escrutinio de diversos grupos de interés y tienen la mayor obligación de actuar. Para muchos de los que no pertenecen a estos sectores de intensas emisiones, el net zero sigue siendo más una forma proactiva de crear resiliencia empresarial, promover su marca y mostrar liderazgo, que una respuesta a los requisitos obligatorios y, en el peor de los casos, a las multas por no cumplirlos.

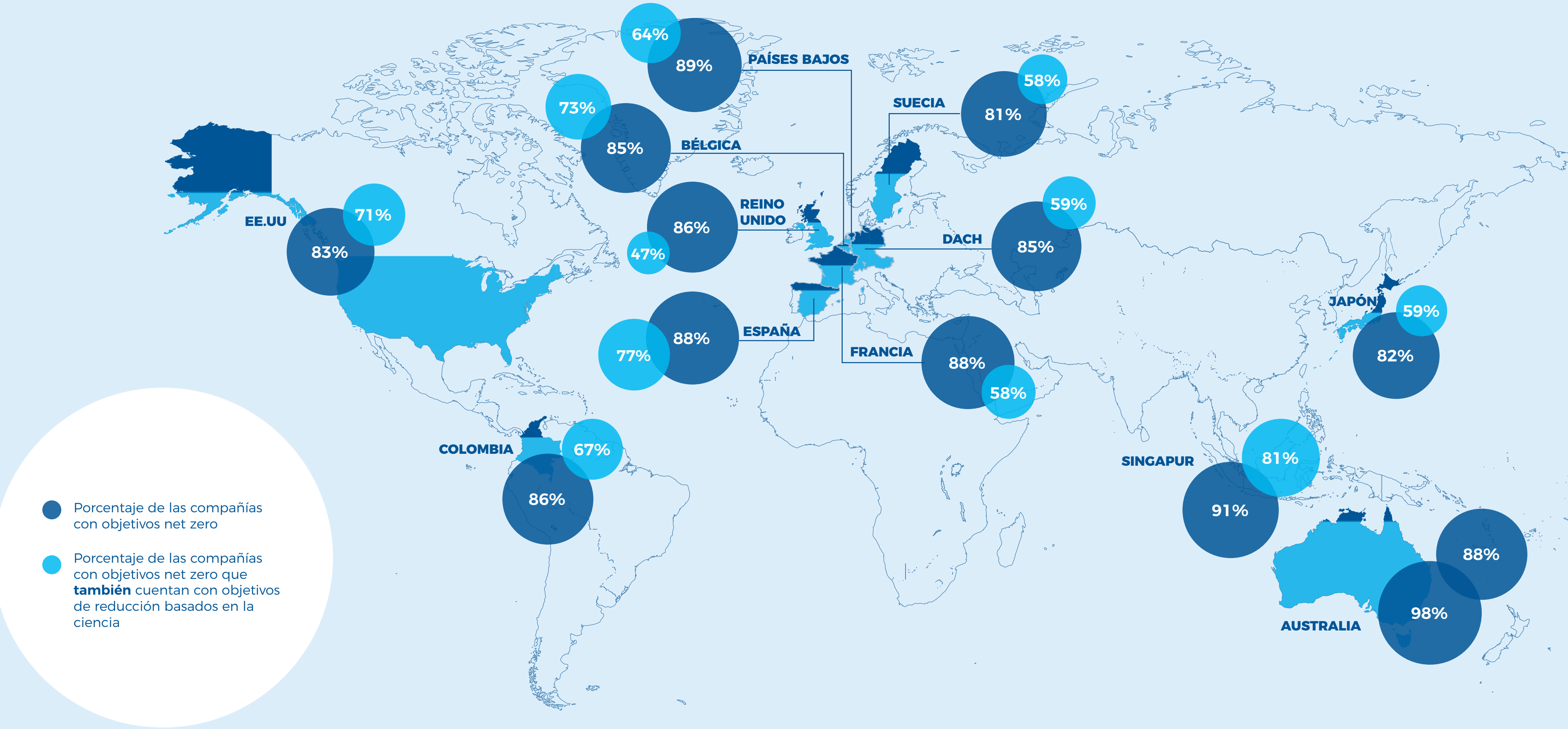
<sup>4</sup> Se define como una organización con actividades industriales que emiten grandes cantidades de dióxido de carbono (CO2), óxido nítrico, metano u otros gases de efecto invernadero.

<sup>5</sup> Companies self-identifying as heavy emitters were mainly from utilities –/gas & electricity (88%), energy –/oil & gas (87%), industry – engineering, construction & building (78%), IT –/software & hardware (75%), consumer goods (71%) and transport (70%)



# Visión general de los objetivos net zero y basados en la ciencia de los líderes en sostenibilidad encuestados

En cuanto a los objetivos de las empresas con mayor conciencia climática en 2022, los responsables de la toma de decisiones en materia de sostenibilidad en Australia (98%) y Singapur (91%) son más propensos a tener objetivos net zero, en comparación con los líderes de Japón (82%) y Suecia (81%), que fueron las regiones con menor número de compromisos de net zero en 2022. Las organizaciones con sede en Suecia también son más propensas a retrasar las fechas de cumplimiento sus objetivos net zero hasta 2041 - 2050.



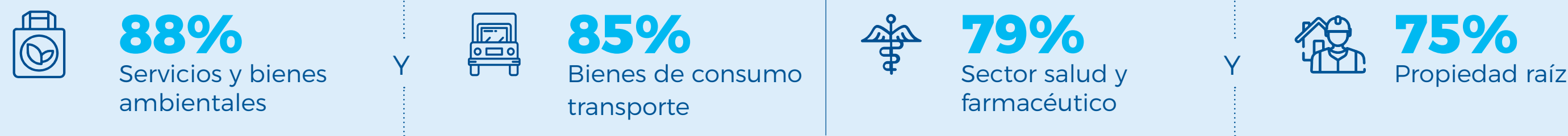


# ¿Cuáles sectores están liderando los objetivos net zero?

La porción más grande de organizaciones con objetivos net zero salió de:



Estos sectores fueron de cerca seguidos por



# ¿Cuáles sectores están alineando sus objetivos net zero con la ciencia?



## Industrias con objetivos net zero y SBT\*

<b>83%</b> Servicios y bienes ambientales	<b>61%</b> Transporte
<b>80%</b> Sector financiero	<b>60%</b> Medios de comunicación y telecomunicaciones
<b>78%</b> IT	<b>56%</b> Sector salud
<b>64%</b> Materiales – metales y minería	<b>56%</b> Servicios públicos
<b>63%</b> Industrial	<b>52%</b> Bienes de consumo

**El sector de propiedad raíz (25%) tenía los objetivos net zero menos alineados con la ciencia.**

\*Los porcentajes se basan en el número de encuestados dentro de su sector industrial que indicaron tener tanto un objetivo net zero como uno SBT. La última política de SBTi no acepta los compromisos de SBT de la mayoría de las empresas del sector del petróleo y la gasolina, lo que implica que las empresas encuestadas de este sector están excluidas, utilizan SBT no validados o no son plenamente conscientes de lo que implica establecer un SBT.

# El pulso global: contraste de los resultados de la encuesta con la base de datos de South Pole

La base de datos de compromisos climáticos revela que las regiones con más empresas con objetivos net zero provienen del Reino Unido (24%), Estados Unidos (17%), la región DACH (6%) y Australia (~4%). Se trata de una marcada diferencia con respecto a las organizaciones encuestadas, en las que las empresas del Reino Unido se encontraban entre las que menos compromisos net zero tenían, en comparación con el promedio mundial de empresas encuestadas.

En cuanto a los sectores, es interesante ver que el 82% de los encuestados del sector de energía - petróleo y gasolina, afirmaron tener SBT para respaldar sus objetivos net zero, a pesar de la última política de SBTi de rechazar los compromisos SBT de la mayoría de las empresas del sector petrolero. Por el contrario, las empresas del sector petrolero "comprometidas con el net zero" de la base de datos de South Pole representaban un ínfimo 6%. Estos resultados implican que tanto las empresas de la base de datos como las encuestadas del sector petrolero se encuentran en categorías excluidas, están utilizando SBT no validados, pueden no ser plenamente conscientes de lo que implica establecer un SBT, o piensan que tales afirmaciones mejorarán su marca, independientemente de si son exactas o no.



# La economía de la lucha contra el cambio climático: Los presupuestos net zero crecen, pero también lo hacen los beneficios a largo plazo de invertir en la acción climática

**Aunque el COVID, los conflictos y la recesión han ensombrecido los esfuerzos de la acción climática de las empresas, un número sorprendente de las empresas encuestadas están invirtiendo más, y no menos, en alcanzar sus objetivos net zero. Esto se debe probablemente a que muchas han pasado de la estrategia a la ejecución. A medida que aumentan las exigencias de acción climática, más del 60% de las empresas están invirtiendo en habilidades internas y casi un tercio de las empresas consideran que la ejecución de su estrategia net zero es más retadora de lo esperado, lo que se refleja en los presupuestos. No obstante, con el costo de la inacción creciendo día a día, 2022 sigue siendo el año más económico para empezar a trabajar en el net zero.**

## El precio de la lucha contra la crisis climática aumenta, pero también sus beneficios

Una reciente investigación científica ha revelado que los daños económicos del cambio climático podrían ser seis veces mayores a finales de este siglo de lo que se estimaba anteriormente. En palabras del coautor Paul Waidelich, de ETH Zürich, "sigue siendo más económico reducir las emisiones de gases de efecto invernadero que hacer frente a los impactos del cambio climático". Según la trayectoria actual, el aumento de las temperaturas podría reducir el PIB mundial hasta un 14% (23 billones de dólares) para el 2050, en comparación con un mundo sin cambio climático. El reciente ejemplo del huracán Ian en EE.UU., cuya recuperación se espera que cueste a las aseguradoras casi 50.000 millones de dólares, es un duro recordatorio de lo rápido que pueden aumentar los costos.

Así que, aunque el costo de las soluciones climáticas altamente técnicas puede ir en aumento, las empresas que sólo se centran en el costo inmediato de la mitigación climática como parte de una estrategia net zero se perderán de experimentar los beneficios medibles de su inversión. Sólo en el Reino Unido, la transición al net zero para todos los sectores de la economía, cuyo costo se estima en un máximo del 2% del PIB británico, se espera que tenga un beneficio neto del 4% del PIB.

Desafortunadamente, las condiciones mundiales actuales no son propicias para una acción climática agresiva: las economías aún se están recuperando de los efectos del COVID, la guerra en curso en Ucrania sigue ejerciendo presión sobre los costos de los alimentos y la energía, provocando continuas interrupciones en la cadena de suministro, y la

inflación y la recesión están llamando a las puertas de la mayoría de los países. En este contexto, cabría esperar que las organizaciones tuvieran problemas para reconocer los beneficios a largo plazo de invertir hoy en estrategias de net zero.

Pero, ante este panorama de incertidumbre económica, ¿vemos que las organizaciones están reduciendo su gasto en net zero?

La respuesta es no. Resulta alentador que la cantidad total de dinero que se gasta en estrategias net zero esté aumentando. Un asombroso 74% de los encuestados afirmó que sus presupuestos net zero han aumentado desde diciembre de 2021, siendo esta una clara tendencia, independientemente del rango de ingresos en el que se encuentre la organización.





No es de extrañar que cuanto antes se cumpla el plazo para el objetivo net zero de una organización, más probable sea que haya aumentado su presupuesto net zero previsto en el último año. En el caso de las organizaciones que planean alcanzar sus objetivos en 2024 o antes, el 84% ha necesitado aumentar sus presupuestos. Esto puede explicarse en el hecho de que los ciclos de implementación en empresas medianas suelen durar varios años, por lo que es probable que los objetivos net zero fijados en 2020 se estén implantando en 2022, con presupuestos siendo movilizados y aumentados para cumplir con las necesidades de los proyectos en curso.

Aunque este resultado puede indicar que una mayor ambición es sinónimo de un mayor gasto, nuestra encuesta también sugiere que alcanzar los objetivos

net zero, especialmente los más ambiciosos, no sólo es más costoso, sino también más difícil de lo que la mayoría de las organizaciones preveían.

Casi un tercio (29%) de las empresas encuestadas afirma que el cumplimiento de su estrategia net zero es más retador de lo que esperaba. Sólo el 17% consideró que llevar a cabo su plan de net zero era más fácil de lo que habían previsto, mientras que el 48% consideró que la aplicación de su estrategia era tan difícil como lo habían previsto, lo que sugiere que los que lideran el proceso han evaluado con precisión lo que se necesita para cumplir los grandes objetivos climáticos.

Paralelamente, las empresas que no estaban en camino de cumplir sus objetivos net zero dijeron que se estaban preparando para invertir más en la mejora de las habilidades de los equipos (66%) o en recursos internos adicionales (59%), lo que probablemente aumentaría los presupuestos generales para el net zero.

El hecho de que todas las organizaciones estén aumentando sus presupuestos de net zero también significa que una clara mayoría de empresas está decidiendo gastar más, y no menos, en alcanzar sus objetivos net zero, a pesar de las perspectivas económicas mundiales cada vez sean más sombrías. ¿Podría esto significar que los esfuerzos para enfrentar la crisis climática están empezando a ser vistos como una inversión en una futura resiliencia y en el éxito del negocio, en lugar de sólo un costo?

## No se está haciendo más fácil: cómo las empresas encuestadas perciben la consecución del net zero.

**48%**

Percibe el mismo nivel de dificultad que el previsto en enero de 2021

**29%**

Percibe mayor dificultad de la esperada

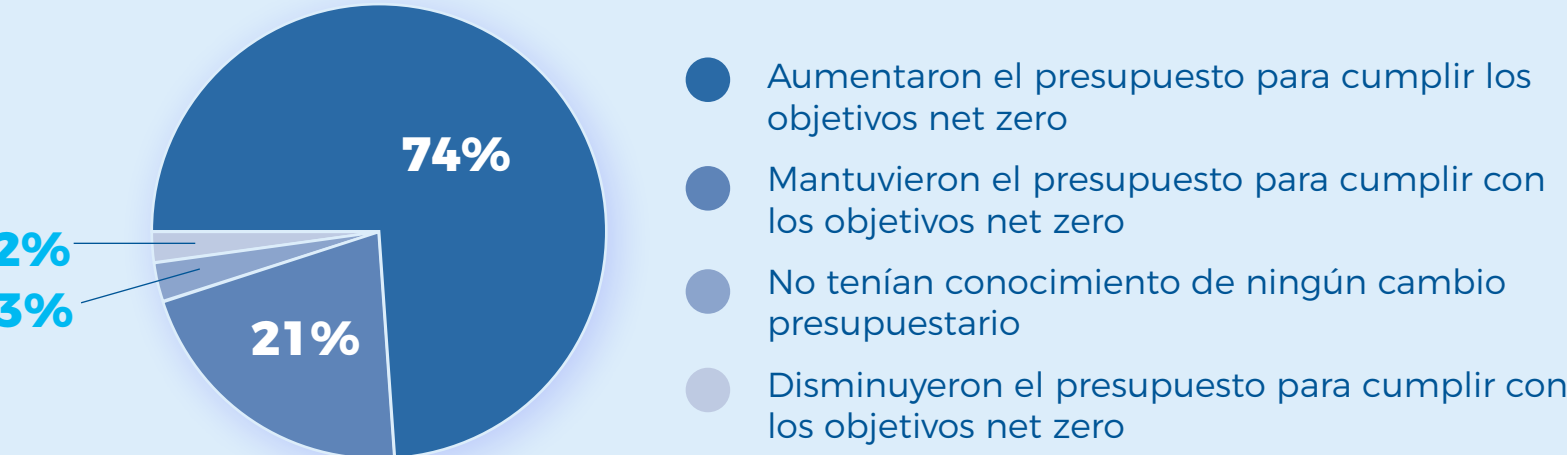
**17%**

Percibe menos dificultad de la esperada

**5%**

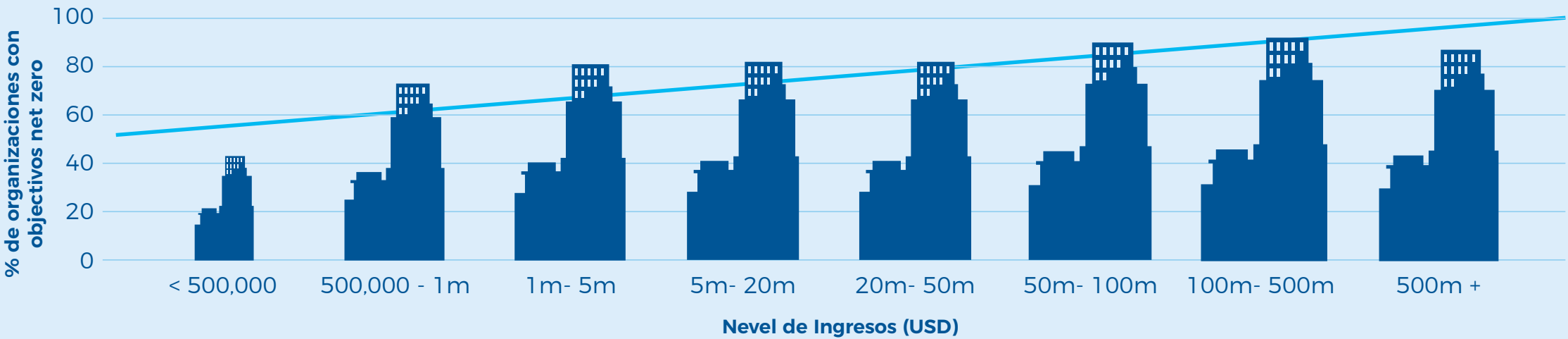
No tenían un plan en marcha para enero de 2021

## La mayoría de las empresas están apostando por el net zero



**83%** de compañías en EE.UU. reportaron un incremento en sus presupuestos, comparado con un **65%** de las empresas en la región DACH

## ¿Más dinero, más objetivos?



Nuestra investigación muestra que los objetivos net zero parecen crecer de forma casi lineal cuando se observan los niveles de ingresos de las empresas encuestadas. ¿Se debe esto a que, en muchos casos, unos mayores ingresos se traducen en más capital disponible para realizar inversiones net zero? En general, las empresas con mayores ingresos parecen gastar más en acción climática, pero la verdadera pregunta es si están gastando lo suficiente en acción climática, en relación con sus ingresos, para alcanzar sus objetivos net zero.

¿Las empresas están empezando a ver sus esfuerzos para enfrentar la crisis climática como una inversión en una resiliencia futura y en el éxito del negocio, en lugar de un simple costo?



# 05 Impulsadores de Net zero: La marca y la resiliencia operativa son lo más importante para los líderes del net zero.

**La demanda de los clientes sigue encabezando la lista de razones por las que las empresas encuestadas buscan objetivos climáticos ambiciosos, seguida de cerca por la oportunidad de construir liderazgo de marca corporativa acerca del net zero.**

**El riesgo operativo y la gestión de impactos externos también pesan mucho en las empresas. ¿Podría ser que la globalización post-COVID se centre en la resistencia de la cadena de suministro? O, en definitiva, ¿se trata de cómo perciben las organizaciones sus clientes y cómo se comparan con otras? Lo que ha quedado muy claro este año es que, entre las empresas encuestadas, la presión de los inversores aún no ha sido significativa.**

## **Las nuevas oportunidades de negocio y la necesidad de crear resiliencia impulsan a las empresas hacia el net zero**

Hubo una reñida carrera entre los dos principales impulsores del net zero entre las organizaciones que tienen o planean tener un objetivo net zero. En primer lugar, la demanda de los clientes por productos y servicios con emisiones bajas o cero en carbono (44%), y en segundo lugar, la oportunidad de mostrar el liderazgo de la empresa en materia de acción climática (43%). Ambas están claramente relacionadas con la forma en que las empresas interactúan con sus principales grupos de interés, clientes y consumidores,

mediante la creación de una marca fuerte y una línea de productos atractiva.

También vemos que el riesgo operacional está subiendo en la agenda corporativa como una razón para que las empresas avancen hacia el net zero: la demanda de una mejor y más detallada supervisión de los riesgos de la cadena de suministro (37%) y la necesidad de crear resiliencia contra los impactos (34%) fueron otros de los principales impulsores. Esto es digno de mención, ya que obtener una supervisión de las vulnerabilidades de la cadena de suministro se clasificó como el impulsor menos importante en 2020 y 2021.

La reordenación de las prioridades de los impulsores parece estar en consonancia con la constante transformación de las cadenas de suministro mundiales tras la pandemia del COVID y la guerra de Ucrania: los responsables de la toma de decisiones están dispuestos a garantizar que las cadenas de suministro sean sólidas y confiables, no sólo eficientes, y están disminuyendo su dependencia de las jurisdicciones en las que están expuestas al riesgo. Una fabricación paralizada debido a la falta de materias primas o de piezas afecta inmediatamente los resultados finales y puede hacer que una empresa se quiebre. Un ejemplo de ello es la empresa

estadounidense Intel, el mayor fabricante de chips semiconductores del mundo, que a principios de este año anunció una inversión de 20.000 millones de dólares para construir nuevas fábricas de chips en Phoenix, Estados Unidos, en lugar de en China o Taiwán. En palabras de su director general, Pat Gelsinger, "queremos que la cadena de suministro sea más resiliente".





Aunque la interrupción del suministro no es algo nuevo, los fenómenos meteorológicos más extremos y frecuentes, desde ríos que se secan, encareciendo el costo del transporte marítimo, hasta la inundación de las cosechas, han hecho incuestionable el vínculo entre la seguridad del suministro y la continuidad de la empresa. Un mejor conocimiento de las cadenas de suministro facilitará la adquisición de productos y materiales más sostenibles y apoyará una mejor gestión de los riesgos. Por ejemplo, si se recopilan datos sobre el cambio climático de los proveedores, las empresas pueden utilizar esta información para mejorar sus procesos de compra e identificar los riesgos más rápidamente, al tiempo que construyen cadenas de suministro más resistentes al clima.

¿Podría ser que el nuevo tipo de globalización posterior a COVID tenga que ver más con la resiliencia de la cadena de suministro que con el aumento de la eficiencia? ¿Y podría esta tendencia servir de indicador de cómo se priorizarán cada vez más los esfuerzos de adaptación climática? Está claro que las empresas deben tener mucho más cuidado a la hora de seleccionar a sus proveedores, especialmente en los países en desarrollo, y asegurarse de que pueden resistir las catástrofes climáticas.

Otro cambio notable en la selección de impulsores por parte de las empresas fue la clasificación de la presión de los inversores (17%) que, por primera vez en tres años, ha caído a un mínimo histórico entre los encuestados. Cabe preguntarse si los inversores se encuentran en un breve paréntesis, elaborando todavía sus propios objetivos, antes de comprometerse con las empresas de su portafolio, una calma antes

de la tormenta, por así decirlo. ¿Podría ser que el año que viene se produzca una nueva oleada de demandas de los grandes inversores sobre estrategias net zero y alineadas con la ciencia?

También cabe preguntarse si las políticas climáticas actuales (31%) no son lo suficientemente ambiciosas y, por tanto, no envían las señales adecuadas al mercado, señales que empujarían tanto a las empresas como a los inversores a mejorar su juego. ¿O es que las políticas en constante evolución son confusas y los inversores se muestran reacios a analizar sus inversiones porque no saben qué buscar o cuán exigentes deben ser?

En conjunto, estos resultados parecen indicar que las organizaciones con un enfoque sostenible de este año están reaccionando a factores más diversos y están pensando de forma más holística en los riesgos adicionales que podrían mitigarse al establecer una estrategia net zero. Los directivos de las empresas siguen guiándose por los riesgos de su marca y su reputación, pero también, y cada vez más, por sus operaciones comerciales y los riesgos físicos, de transición y de responsabilidad.

Aunque la interrupción del suministro no es algo nuevo, los fenómenos meteorológicos más extremos y frecuentes han hecho incuestionable el vínculo entre la seguridad del suministro y la continuidad de la empresa.



La normativa es una consideración mayor para los grandes emisores, en comparación con otros

Nuestra encuesta también descubrió algunas tendencias sectoriales interesantes en cuanto a los factores que impulsan a las organizaciones a mantenerse en el camino para cumplir sus objetivos. El sector de TI (software y hardware) ocupa el primer puesto, lo que no es de extrañar, ya que no tiene enormes emisiones, pero está muy interesado en proteger su marca y sus operaciones, especialmente sus cadenas de suministro.

Lo más sorprendente es que los sectores de materiales (metales y minería )y el de energía (petróleo) ocupen el segundo y tercer lugar en cuanto a los sectores más propensos a establecer objetivos net zero. Es probable que esta tendencia esté impulsada por la necesidad de seguir el ritmo de los compromisos climáticos de la competencia y de prepararse para la legislación gubernamental. Sugiere que una




























Una "carrera hacia la cima" puede ser posible para los sectores de altas emisiones, siempre y cuando las empresas se responsabilicen de sus objetivos y declaraciones

"carrera hacia la cima" puede ser posible para estos sectores de altas emisiones que están en el ojo público más que otros, siempre y cuando las empresas sean responsables de sus objetivos y declaraciones. A medida que aumenta el impulso para adoptar un mundo más sostenible, el sector de los materiales debe ayudar a satisfacer la creciente demanda de minerales, que son necesarios para fabricar vehículos eléctricos (VE) y ampliar el almacenamiento de baterías, entre otros procesos. Esta competencia por convertirse en el proveedor preferido de los fabricantes de vehículos eléctricos podría explicar la clasificación de los impulsores de este sector.

Mientras tanto, los sectores más propensos, además del gobierno, a citar la regulación y la política como un importante factor de motivación fueron el de energía (petróleo), el de transporte (vial, ferroviario, marítimo, aéreo y de carga pesada) y los bienes de consumo. Todos estos sectores calificaron la política climática por encima del promedio del 31%. Esto puede implicar que en los sectores en los que hay fuerte influencia de normativas, como las regulaciones sobre vehículos cero emisiones (ZEV) en Europa o la eliminación del carbón, la regulación y las políticas públicas pueden ser realmente un importante impulsor.

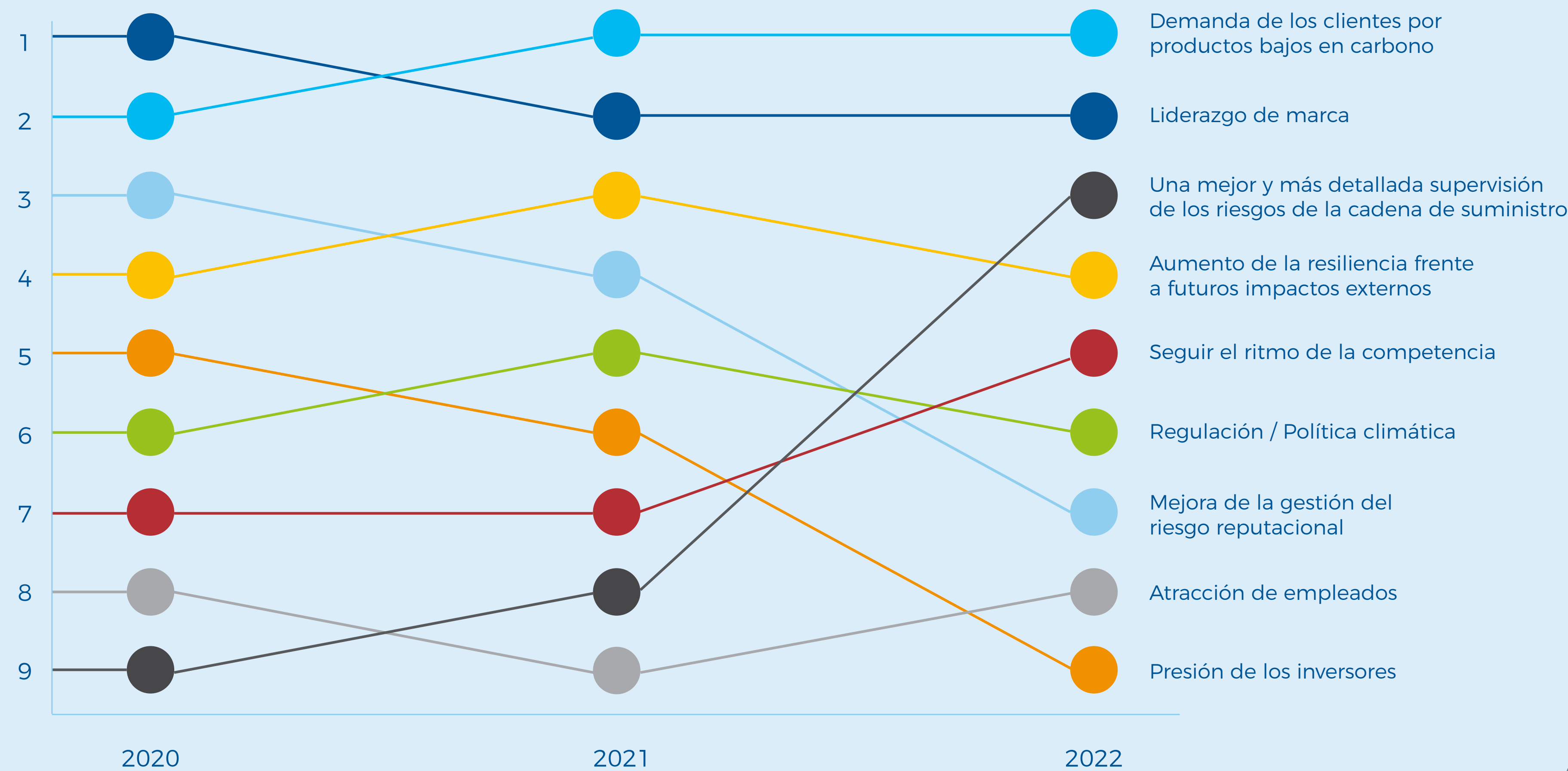
El sector de la energía/petróleo fue también uno de los menos propensos a considerar que la preparación y el aumento de resiliencia frente a futuros impactos externos eran un impulsor, ya que sólo el 16% de esta industria lo señaló de esta manera. Esto puede indicar que el sector del petrolero no ve un papel para sí mismo a largo plazo, o que no cree que el statu quo vaya a cambiar. ¿Espera el sector que la dependencia del petróleo siga dominando, con pocas amenazas para la industria? Es difícil de decir, y el sector no es conocido por ser muy transparente en cuanto a sus estrategias empresariales sobre el cambio climático.

What is driving companies to net zero?

Impulsor	La clasificación más alta de las empresas en		
44% La demanda de los clientes por productos y servicios bajos en carbono			
43% Liderazgo y posicionamiento de marca en materia de acción climática			
37% Una mejor y más detallada supervisión sobre los riesgos y vulnerabilidades de la cadena de suministro			
34% Preparación para el futuro y aumento de la resiliencia frente a los impactos externos			
32% Seguir el ritmo de los objetivos climáticos de la competencia			
31% Regulación / Política climática			
23% Mejora de la gestión del riesgo reputacional			
22% Atracción y retención de empleados			
17% Presión de los inversores			



# Los cambios en los impulsores del net zero\*



\*Basado en las encuestas sobre net zero de South Pole en 2020, 2021, y 2022



# Liderazgo Net zero: La transición climática sigue siendo tarea principalmente de la alta dirección, pero cada vez hay más esfuerzos por capacitar a los equipos

La mayoría de los líderes encuestados tienen previsto mejorar las competencias de sus propios equipos de sostenibilidad o invertir en recursos internos para llevar a cabo su estrategia de net zero. La alta dirección sigue siendo la principal responsable de la transición al net zero, pero la concienciación y el compromiso de todos los departamentos para alcanzar grandes objetivos climáticos parece estar creciendo.

**Todavía se espera que la alta dirección lidere el camino al net zero, pero la responsabilidad de cumplir los objetivos está lentamente llegando a todos los departamentos.**

9 de cada 10 organizaciones encuestadas cuentan con personal responsable de la ejecución de la estrategia net zero y de los esfuerzos de sostenibilidad de su organización. El personal con más probabilidades de liderar la ejecución diaria de las estrategias net zero es la alta dirección (31%), el director de sostenibilidad (26%) y los CEO (21%), lo que no ha cambiado mucho con respecto a nuestros anteriores informes de net zero y sugiere que esta tendencia ha llegado para quedarse, incluso entre las organizaciones que tienen un enfoque sostenible.

Está claro que en gran medida guiar la transición hacia el net zero depende de la capacidad de la alta dirección, pero, ¿Hasta qué punto están comprometidos y preparados? Lo que sabemos hoy es que para cumplir

la agenda hacia el net zero y aumentar la resiliencia se necesita tanto una visión a largo plazo como acciones e hitos confiables a corto plazo. Los cínicos señalan que el ciclo de vida promedio de un director general es de sólo cinco años, y dicen que muchos no tendrán que rendir cuentas de lo que ocurra, o no, una vez que se hayan ido. En la actualidad, la edad promedio de los directores ejecutivos del S&P 500 es de casi 60 años, lo que significa que la mayoría de los actuales líderes corporativos de las mayores empresas estadounidenses habrán dejado su puesto para cuando lleguen los plazos de cumplimiento climáticos de 2030, 2040 y 2050. ¿Cómo vamos a hacer que los equipos de dirección rindan cuentas dentro de 30 años de las promesas que hagan (o no hagan) hoy en día?

Una forma de lograr un cambio crítico en la responsabilidad a largo plazo es garantizar que los compromisos net zero sean iniciativas de "toda la organización", todos los equipos, en todas las funciones,

deben ser responsables de cumplir la estrategia.

Aunque las organizaciones tienden a confiar en una función o persona específica que lidera sus esfuerzos diarios hacia el net zero, casi la mitad de las empresas encuestadas (46%) también indicaron que varios departamentos participan en el impulso de este cambio. Una cuarta parte (26%) respondió que todos los departamentos de su organización están implicados en la transición hacia el net zero. Esto puede implicar que, **independientemente de quién dirija los esfuerzos por alcanzar el net zero, las empresas están empezando a adoptar un enfoque organizativo global que abarca múltiples departamentos para alcanzar sus objetivos.** Se trata de una señal positiva, ya que los esfuerzos de sostenibilidad realmente integrados en una organización deberían implicar a todos los departamentos. También es más probable que tengan éxito desde el punto de vista operativo.

Colombia fue la región con la mayor proporción de encuestados (38%) que indicaron que todos los departamentos están involucrados en la transición hacia el net zero



## La línea de meta es a menudo la línea de salida: La concientización de los empleados sobre las estrategias net zero es alta en la mayoría de las empresas

Si se establece un objetivo net zero pero nadie lo conoce, ¿es real?

La verdad es que una vez que se ha establecido un objetivo corporativo net zero, el trabajo de adopción y ejecución apenas acaba de empezar. Los líderes deben hacer un esfuerzo conjunto para internamente vender la nueva visión, no sólo comunicando la noticia a los empleados, sino contextualizándola eficazmente y explicando lo que significa para la empresa.

Resulta prometedor ver que casi dos tercios (62%) de los directivos encuestados con objetivos net zero creen que **todos los empleados** son conscientes de su estrategia

“ Los líderes deben hacer un esfuerzo conjunto para internamente vender la visión sobre el net zero, no sólo informando del objetivo a los empleados, sino contextualizándolo de forma efectiva y lo que significa para la empresa. ”

climática y de cómo la organización la está cumpliendo. Alrededor de un tercio (32%) de las organizaciones comprometidas con el net zero, afirma que **sólo la mayoría de los empleados de alto nivel** son conscientes de ello.

Aunque este año la atracción y retención de los empleados ocupó un lugar bastante bajo como impulsor de la ambición del net zero, parece que las organizaciones se están esforzando por informar adecuadamente a sus empleados sobre sus propios objetivos y progresos en materia de net zero. Esto es alentador, ya que el compromiso y la concienciación de los empleados son indispensables para impulsar a una empresa a alcanzar objetivos ambiciosos, como los del net zero, que de otro modo podrían estar fuera de su alcance.

Y lo que es más importante, al tener en cuenta a los empleados, una empresa puede evitar la creación de mensajes y afirmaciones en torno a su estrategia net zero que no resuenen entre su personal o, peor aún, que generen descontento o deslealtad. Al mismo tiempo, aunque los mensajes internos y externos sobre las estrategias net zero deben estar alineados, las empresas deben mantener las promesas externas medio paso por delante de las realidades internas para incentivar a los empleados y darles algo por lo que esforzarse.

### Aquellos que no aún no están por en camino a lograr el net zero, están mejorando sus conocimientos en lugar de subcontractarlos.

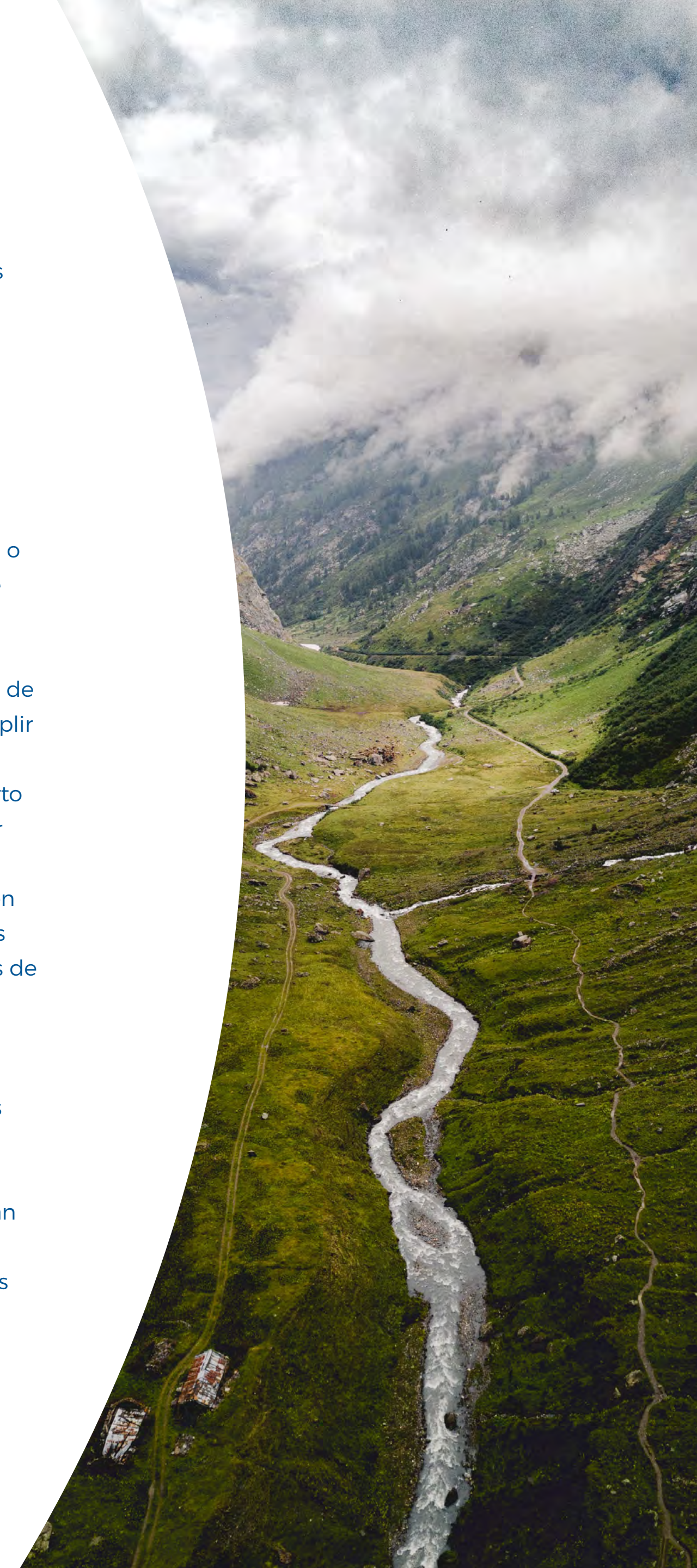
En las secciones anteriores, revelamos que casi una cuarta parte de las organizaciones encuestadas están aumentando sus presupuestos de net zero. ¿A qué podría destinarse este presupuesto?

De las organizaciones que actualmente **no** están en camino de cumplir sus objetivos net (33%), la mayoría (66%) tiene previsto mejorar las competencias de sus equipos de sostenibilidad, mientras que casi dos tercios (59%) están invirtiendo en más recursos internos para cumplir sus compromisos.

Aunque se prefiere la inversión interna a la subcontratación de trabajos para buscar el net zero, no se descarta el apoyo de terceros, ya que muchas organizaciones están dispuestas a contratar expertos para la estrategia y el asesoramiento de alto nivel (45%) o recursos de terceros para la implementación directa de acciones orientadas al net zero (41%)

En general, las empresas pueden estar dándose cuenta de la importancia de contar con personal dedicado a cumplir los compromisos, y han empezado a considerar el net zero como una inversión a largo plazo en lugar de a corto plazo, reforzando sus propias capacidades para cumplir con los esfuerzos de sostenibilidad y prepararlos para el futuro. Es posible que algunas empresas también se den cuenta de que carecen de capacidades internas básicas para comprometerse o seguir con las recomendaciones de expertos externos.

Aunque nuestra encuesta no ofrece una respuesta concluyente sobre los motivos por los que las empresas están aumentando sus inversiones en habilidades y personal interno, es revelador que sólo el 7% de las organizaciones que no tienen un objetivo net zero hayan indicado que "no saben cómo establecer un objetivo net zero", lo que sugiere que la mayoría de las empresas tienen al menos una capacidad interna mínima para iniciar un camino hacia el net zero.






## ¿Quién debe liderar la ejecución de una estrategia corporativa de net zero?


La alta dirección ejecutiva  
 31%

El director de sostenibilidad  
 26%

El CEO  
 21%

La junta directiva  
 13%

Toda la organización  
 6%

Los inversores  
 3%

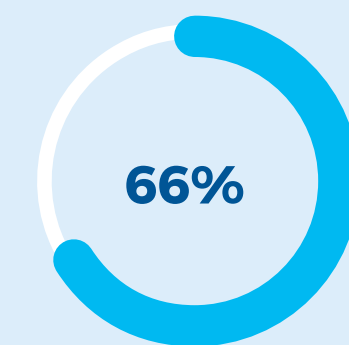
## ¿Dónde se encuentra el director de sostenibilidad?

- En Australia, hay una clara preferencia por que la alta dirección tome la iniciativa sobre el net zero (45%) y poca inclinación de que lo haga el director de sostenibilidad (9%).<sup>6</sup>
- En cambio, en EE.UU. casi la mitad de los encuestados<sup>7</sup> (47%) identificó al Director de Sostenibilidad como responsable de la consecución del objetivo net zero

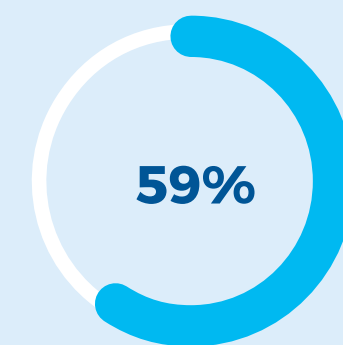
<sup>6</sup> Entre los encuestados de estos países que indicaron que tienen personal dedicado a su estrategia net zero/sostenibilidad

<sup>7</sup> Entre los encuestados de EE.UU. que declararon tener personal responsable de la ejecución de la estrategia/sostenibilidad neta de su organización

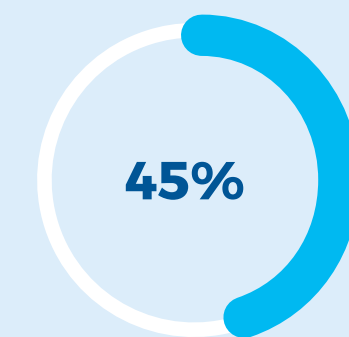
## Cómo están las empresas volviéndose a encaminar para alcanzar los objetivos net zero\*



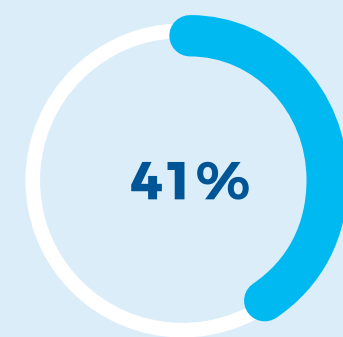
Mejorar la formación del actual equipo de sostenibilidad



Invertir más en recursos internos



Contratar expertos externos

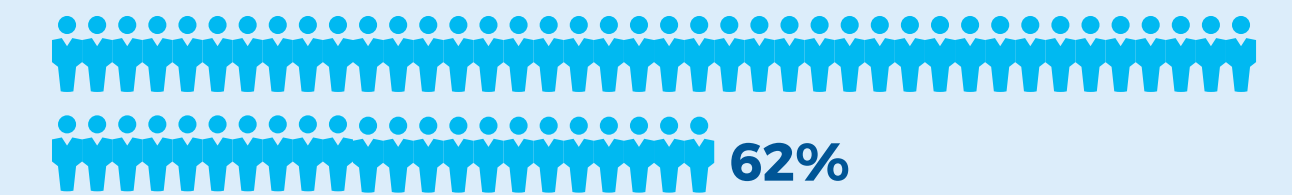


Contratar recursos externos

\* Esta muestra sólo incluye a las organizaciones que actualmente **no** están en camino de cumplir su objetivo net zero

## ¿La concienciación interna sobre los objetivos net zero está avanzando más allá de la alta dirección?\*

Todos los empleados son conscientes



Principalmente los empleados senior



Sólo los empleados senior



Pocos o ningún empleado



\*\*Esta muestra sólo incluye empresas con un objetivo net zero (1,059)

## ¿Mayor número de empleados, mayor conciencia sobre el net zero?

# 75%

de las organizaciones con mayor número de empleados (>5.000 empleados) afirman que todos los empleados conocen su estrategia y sus progresos en materia de net zero. ¿Podría deberse esto a unos procedimientos de comunicación interna mejor establecidos?



# Facilitadores del Net zero: Las empresas recurren cada vez más a las nuevas tecnologías junto con soluciones de descarbonización

Los esfuerzos por alcanzar el net zero deben estar respaldados por hitos confiables y con base científica que reduzcan las emisiones en las operaciones directas e indirectas, apoyen la resiliencia colectiva y canalicen la financiación hacia las innovaciones climáticas

**La descarbonización es una de las principales prioridades de las empresas encuestadas, pero cada vez son más las que apuestan por futuras innovaciones tecnológicas que les ayuden a cruzar la línea de meta hacia el net zero. A pesar de que el 67% de las organizaciones afirman estar en camino de alcanzar los objetivos net zero, para muchas de ellas, las operaciones libres de carbono podrían estar todavía a años, incluso décadas, de distancia. Además, la mayoría de las empresas todavía no tienen una estrategia clara para gestionar los riesgos materiales que la pérdida de biodiversidad supone para su negocio, tanto ahora como en el futuro.**

**La descarbonización es hoy la clave, pero las empresas exploran múltiples vías para llegar al net zero**

Más de dos tercios de las organizaciones (67%) que tienen un objetivo net zero o que tienen previsto establecerlo están en vías de alcanzar sus objetivos. El 29% no va por buen camino, pero tiene previsto aumentar considerablemente sus esfuerzos este año.

Para lograr sus planes sobre net zero, las empresas están explorando todas las herramientas climáticas, con una clara preferencia por las soluciones que

pueden lograr la descarbonización directa. Esto no es una sorpresa, ya que los esfuerzos de net zero deben estar respaldados por hitos confiables y con base científica que reduzcan las emisiones en las operaciones directas e indirectas, apoyen la resiliencia colectiva (dentro y fuera de las cadenas de valor) y canalicen la financiación hacia las innovaciones climáticas.

En la actualidad, la ecologización de las operaciones y el mejoramiento de la eficiencia en las cadenas de suministro de las empresas se consideran los métodos


más adecuados para alcanzar el net zero, quizá como resultado de la fuerte campaña realizada por los estándares de información de las empresas, como el CDP y el SBTi: la energía renovable (39%) se identificó como la solución preferida para trabajar hacia los objetivos net zero, seguida de la eficiencia energética y de recursos (32%), y la gestión las emisiones de alcance 3 (27%).





Sin embargo, muchas empresas no cumplirán sus objetivos net zero sin que la innovación tecnológica se lance a salvar el día: muchas empresas están poniendo su mirada en las nuevas tecnologías climáticas y los futuros combustibles para reducir las emisiones. El hidrógeno verde o con bajas emisiones de carbono (26%) es la cuarta solución preferida para avanzar en las estrategias net zero, y la remoción de carbono, tanto la basada en la naturaleza (24%) como la tecnológica (23%), ha subido en las listas de los principales facilitadores de net zero de las empresas. Con nuevas metodologías de proyecto y serias iniciativas en marcha, ¿podría ser 2023 el año de la remoción tecnológica del carbono?

En cuanto a la reducción de las emisiones por medios tecnológicos, cerca del 19% de todos los encuestados cree que la captura y utilización de carbono (CCU) tendría el mayor impacto, y el 17% considera que la captura y almacenamiento de carbono (CCS) es la solución que prefiere para alcanzar el net zero.

 Dado que el tiempo no está de nuestro lado y que las operaciones sin emisiones siguen siendo una perspectiva lejana, la ciencia dice que las empresas también deben invertir en actividades de descarbonización más allá de sus cadenas de valor directas.

Como el CCS captura las emisiones de los combustibles fósiles, en lugar de hacerlo directamente de la atmósfera, se considera generalmente una solución tecnológica de reducción de carbono que puede ayudar a abordar las emisiones en sectores con emisiones difíciles de disminuir. Del mismo modo, como la CCU se centra en las aplicaciones y usos del dióxido de carbono capturado, lo que significa que el dióxido de carbono no se almacena de forma permanente, la CCU tampoco se considera una tecnología de remoción de carbono pura, sino un medio de alta tecnología para reducir y evitar las emisiones. La CCU desempeña un papel clave en la economía circular al permitir a las empresas trabajar con materias primas que ya tienen, en lugar de extraer más.

Cabe destacar que los expertos encuestados que consideraban que alcanzar su objetivo net zero era "tan difícil como esperaban" (48%) eran más propensos a recurrir a combustibles verdes (54%) y a soluciones de CCU (55%) que a las energías renovables (48%). Esto se debe probablemente a que las empresas más avanzadas ya han abordado el uso de la energía renovable en sus operaciones directas, y quizás incluso en algunas indirectas, y ahora están explorando formas de abordar puntos conflictivos de emisiones más complejos.

Curiosamente, mientras que la demanda de los clientes de productos y servicios con bajas emisiones de carbono fue el principal impulsor para que las empresas busquen los objetivos net zero, la renovación de los modelos de prestación de servicios o productos (21%), la inversión en innovación de materiales (17%) y el uso de software para facilitar la acción climática (16%) se clasificaron como algunas de las soluciones menos preferidas por las empresas. En

el mundo actual de escasez de materiales y de límites planetarios dilatados, ¿cuánto tiempo podemos permitirnos esperar para innovar la forma en que utilizamos las materias primas y prestamos los servicios? La transición hacia una economía circular de emisiones net zero exigirá que las empresas reduzcan su dependencia, y por extensión, la de sus clientes, sobre las materias primas y que diseñen urgentemente materiales a partir de sus productos.

El interés por las compensaciones voluntarias de carbono para alcanzar los objetivos net zero fue escaso, ya que sólo el 18% de los encuestados lo eligió como opción. Aunque la compensación de carbono no cuenta para el objetivo net zero de una organización, las empresas deberían ir más allá e invertir en la reducción de emisiones fuera de sus cadenas de valor para contribuir a alcanzar al net zero de la sociedad.

Parafraseando al SBTi, el principal marco mundial para el establecimiento de objetivos corporativos net zero alineados con la ciencia, debe darse prioridad a la reducción absoluta de emisiones, por ejemplo, mediante el cambio de las operaciones y las cadenas de suministro, pero las empresas también deben invertir hoy en actividades de mitigación más allá de sus cadenas de valor, para encaminar la economía mundial hacia el net zero. El tiempo no está de nuestro lado y las operaciones libres de emisiones son una perspectiva lejana: teniendo esto en cuenta, ¿podrían las empresas estar perdiendo una forma decisiva y rápida de lograr un verdadero impacto climático al descuidar las compensaciones de carbono?

## ¿Es demasiado difícil actuar contra el cambio climático?

La mayoría de las empresas encuestadas van por buen camino para cumplir sus objetivos net zero, pero un tercio se ha quedado atrás en sus planes.

Organizaciones en camino a alcanzar su objetivo net zero

67%

Organizaciones que no están en camino a alcanzar el net zero pero que tienen planes significativos para iniciar

29%

Organizaciones que no están en camino a alcanzar el net zero pero tienen planes moderados para iniciar

4%



79%

Empresas de Colombia que creían estar en camino de alcanzar el net zero.



43%

Casi la mitad de las empresas australianas afirmaron que **no** estaban en camino de alcanzar los objetivos net zero, pero que tenían planes para aumentar los esfuerzos de manera significativa en el próximo año.



En general, el hecho de que no se haya preferido ninguna solución de forma abrumadora puede indicar que cada vez se entiende mejor que conseguir el net zero es un reto de gran complejidad, y que las organizaciones deben hacer uso de múltiples soluciones para alcanzar sus objetivos.

### La remoción técnica de carbono está aquí para quedarse, pero las empresas necesitan más garantías de su integridad ambiental

Todo lo que sube debe bajar, sobre todo cuando se trata de las emisiones de carbono de la humanidad. Está más claro que nunca que necesitamos una serie de soluciones para hacer frente a la crisis climática y alcanzar el net zero. Aunque la reducción de las emisiones y la remoción basada en la naturaleza todavía tienen que aumentar, no conseguiremos cumplir los objetivos del Acuerdo de París si no desarrollamos soluciones y metodologías escalables para remover y almacenar el carbono a una escala y ritmo nunca vistos.

Las soluciones de remoción basadas en la naturaleza se basan en elementos como los árboles, humedales o manglares para remover el carbono de la atmósfera y almacenarlo. Sin embargo, las soluciones basadas en la naturaleza por sí solas no podrán llevar a todo el mundo al net zero para el año 2050<sup>8</sup>, por lo que la remoción tecnológica de carbono es una parte importante para la descarbonización de nuestro planeta. La remoción tecnológica de carbono incluye una serie de soluciones innovadoras que utilizan tecnología de vanguardia para remover el carbono de la atmósfera y almacenarlo de forma duradera, como la captura y el almacenamiento directo en el aire (DACs), la remoción y el almacenamiento del carbono de la biomasa (BiCRS) y la meteorización mejorada.

El apoyo de las compañías a este tipo de soluciones de remoción tecnológica pasó de ser una de las soluciones menos preferidas en 2020 y 2021, a la sexta (de 13) solución más preferida en la encuesta de este año. Aunque muchas de estas soluciones siguen siendo significativamente más costosas que la remoción de carbono a través de soluciones basadas en la naturaleza, los nuevos vehículos de compra que están aumentando la demanda, por ejemplo, el [NextGen CDR Facility](#) (impulsado por South Pole) y el [Frontier Fund](#), pueden ayudar a acelerar el interés en apoyar estas tecnologías como soluciones climáticas adicionales.

Las remociones tecnológicas de carbono están relacionadas con los procesos que requieren una intervención tecnológica a través de la captura y el almacenamiento de carbono (CCS) para **remover** el carbono de las fuentes atmosféricas o biogénicas o garantizar el almacenamiento a largo plazo del CO<sub>2</sub>, incluidos algunos casos de captura y utilización de carbono (CCU) en los que el carbono puede almacenarse de forma duradera, por ejemplo, en la mineralización en el cemento. Todas las remociones tecnológicas de carbono pueden describirse esencialmente como CCS, a diferencia de la mayoría de las soluciones de CCU que sólo **reducen** el carbono de las fuentes emisoras, como las que provienen de los gases de combustión de una planta de cemento o del reciclado del gas en una aplicación menos permanente, por ejemplo el combustible sintético para la aviación o los plásticos, que luego pueden ser quemados y el CO<sub>2</sub> reemitido.

La CCS y la UCC ocuparon un lugar relativamente bajo (el 12° y el 9° de 13 soluciones específicas) en la lista de métodos preferidos para contribuir a los objetivos net zero de las organizaciones.

<sup>8</sup> Según el informe especial del IPCC "Calentamiento global de 1,5 °C" (SR15), es urgente aumentar los esfuerzos para remover el CO<sub>2</sub> de la atmósfera con el fin de alcanzar las 100-1'000 Gt de remociones de CO<sub>2</sub> para 2050, necesarias para mantener el calentamiento global dentro de 1,5 °C. Si queremos alcanzar las emisiones net zero de GEI para 2050, necesitaremos soluciones tanto naturales como tecnológicas, además de los esfuerzos para descarbonizar y evitar emisiones (Por ejemplo, la conservación de los bosques).





La ciencia nos dice que la necesidad de soluciones tecnológicas rentables de remoción de carbono nunca ha sido más urgente, y que deberían formar parte de cualquier ambición corporativa seria de net zero.

#### Persisten los obstáculos para aumentar la demanda de remociones tecnológicas de carbono

Según el IPCC, el proceso de remoción de carbono consiste en retirar el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) de la atmósfera y almacenarlo de forma duradera en depósitos geológicos, terrestres u oceánicos, o en determinados productos. Sin embargo, para poder hablar de "remoción neta de carbono", debe producirse la remoción física de CO<sub>2</sub> de la atmósfera, a diferencia del carbono capturado en los procesos industriales, y este carbono removido debe almacenarse de forma duradera.

Los principales obstáculos para las organizaciones que utilizan o planean utilizar soluciones tecnológicas de remoción de carbono son la inmadurez tecnológica de las soluciones (47%), seguida de la falta de garantía de la calidad para asegurar una remoción de carbono **verificada** (44%); en otras palabras, la falta de metodologías y estándares para garantizar que

una tonelada de carbono removida con soluciones tecnológicas pueda contabilizarse y verificarse de forma confiable, y que se trate de una remoción adicional y permanente. Estas metodologías serán fundamentales para crear confianza en el mercado y una mayor demanda entre los compradores corporativos, lo que permitirá a las empresas con eficiencia climática generar los ingresos que necesitan para financiar más proyectos y beneficiar a las comunidades de todo el mundo.

Ante el creciente escrutinio de las estrategias de sostenibilidad de las empresas, las organizaciones tienen la razón al exigir sólidas garantías de calidad para que sus inversiones en reducción o remoción de emisiones tecnológicas se deriven realmente de actividades que logren un impacto climático medible y verificable. Sin embargo, organizaciones como la iniciativa CCS+ están trabajando en el desarrollo de las metodologías necesarias para garantizar la integridad ambiental de las reducciones y remociones tecnológicas.

También es importante señalar que, en este nuevo mercado de las remociones técnicas, lo que también puede estar frenando a algunas empresas es la **percepción** de la madurez de las tecnologías, que puede no coincidir con la madurez real de las soluciones de remoción. El hecho de que haya pocas políticas o normativas que reconozcan la madurez de los diferentes tipos de soluciones tecnológicas de remoción puede incrementar la percepción de la niñez tecnológica. Sin embargo, con los recientes avances en Estados Unidos, como la Ley de Reducción de la Inflación de 2022, que promueve la CCS, esta opinión podría empezar a cambiar. Del mismo modo, el costo de las remociones generadas a través de estas

soluciones sigue siendo significativamente más alto que los precios de los VERs, lo que revela en cierta medida los problemas para escalar las tecnologías existentes lo suficiente como para reducir los costos a niveles comparables.

La falta de una orientación clara sobre cómo utilizar las soluciones tecnológicas de remoción de carbono como parte de un camino corporativo de net zero (42%) también fue calificada como un importante factor de disuasión por las empresas encuestadas. Este problema no es una sorpresa, ya que no existen definiciones concluyentes de la remoción tecnológica de carbono (frente a las reducciones, por ejemplo), y la orientación sobre cómo integrar la remoción de carbono en la planificación de la acción climática de las empresas a largo plazo sigue evolucionando.













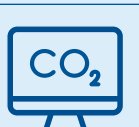
En última instancia, el uso confiable de la remoción de carbono como parte de la estrategia net zero de una empresa debe tener una base científica. El IPCC de las Naciones Unidas ha identificado tres reglas para el uso de las remociones de carbono: deben aplicarse a corto plazo para acelerar la mitigación del cambio climático, a medio plazo para lograr emisiones net zero y a largo plazo para lograr emisiones netas negativas.

La ciencia nos dice que la necesidad de soluciones tecnológicas rentables de remoción de carbono nunca ha sido más urgente, y que deberían formar parte de cualquier ambición corporativa seria de net zero. Una mayor claridad sobre las ventajas de las diferentes soluciones tecnológicas de remoción, mejores incentivos y señales políticas, y una orientación más clara sobre el uso de soluciones tecnológicas y su estándar de certificación más allá del camino hacia el net zero, conducirán sin duda a una mayor demanda entre las empresas líderes.





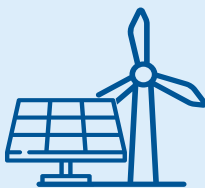
# Los facilitadores del net zero más populares entre los líderes climáticos encuestados

	Uso de energía renovable	39%
	Eficiencia energética y de recursos	32%
	Cadenas de suministro más ecológicas abordando las emisiones de alcance 3	27%
	Combustibles verdes como el hidrógeno verde	26%
	Soluciones de remoción de carbono basadas en la naturaleza (ejem. Reforestación)	24%
	Soluciones tecnológicas de remoción de carbono (ejem. Captura y almacenamiento directo del aire)	23%
	Nuevos modelos de suministro de productos o servicios	21%
	Soluciones basadas en la naturaleza (ejem. Protección de ecosistemas)	21%
	Captura y utilización del carbono (CCU)	19%
	Compensaciones voluntarias de carbono	18%
	Innovación en los materiales	17%
	Captura y almacenamiento de carbono (CCS)	17%
	Software para la acción climática	16%





# Soluciones para el camino hacia el net zero: diferentes preferencias entre regiones



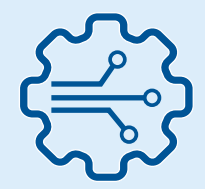
**50%** de las empresas en Bélgica eligieron las energías renovables como su principal impulsor del net zero, seguidas por el **49%** de las empresas de la región DACH



**35%** de las compañías Colombianas y **33%** de las empresas en el Reino Unido of UK businesses calificó la ecologización de las cadenas de suministro como la clave para alcanzar el net zero



**33%** de las empresas españolas y suecas consideran que los combustibles del futuro, como el hidrógeno bajo en carbono, desempeñan un papel importante en el cumplimiento de los compromisos net zero. misiones.



Las empresas en Singapur (**28%**) son los más propensas a elegir la remoción tecnológica de carbono como elemento central para ayudarles a alcanzar sus objetivos



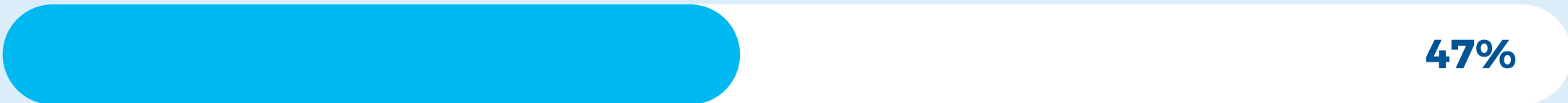
**28%** de las compañías Australianas recurrirán a la captura y almacenamiento de carbono, lo que está muy por encima del promedio mundial (17%).



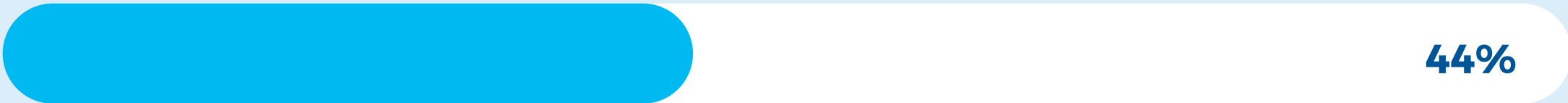
**30%** de las compañías japonesas están aprovechando las compensaciones voluntarias de carbono en su camino corporativo hacia el net zero

# ¿Qué es lo que frena la demanda de las remociones tecnológicas de carbono?

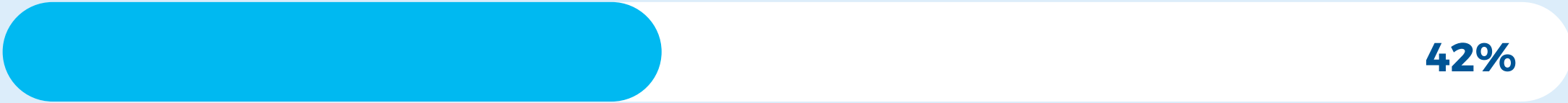
La madurez tecnológica de las soluciones de remoción de carbono



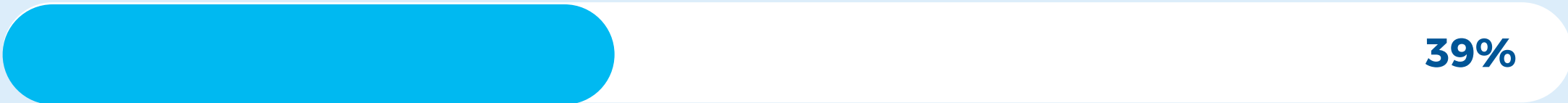
Falta de claridad en la calidad (metodologías y estándares) para asegurar soluciones de remoción tecnológica de carbono verificadas



Falta de guías claras en como usar soluciones tecnológicas de remoción de carbono como parte del camino corporativo hacia el net zero



Falta de presupuesto para invertir en proyectos de tecnologías de remoción de carbono como parte del camino corporativo hacia el net zero



Poca claridad en lo que define una solución tecnológica de remoción de carbono





## La naturaleza puede aportar soluciones para la resiliencia de la cadena de suministro y el net zero corporativo, pero necesita una mano amiga

El impulso empresarial para combinar los esfuerzos en materia de carbono y biodiversidad es cada vez mayor. El cambio climático sigue ganando protagonismo como principal amenaza para el bienestar de la humanidad, y su efecto negativo en los resultados de las empresas está firmemente establecido. Sin embargo, las tendencias ambientales y sus consecuencias comerciales sugieren que la biodiversidad adquirirá muy pronto la misma, o incluso una mayor importancia.

Actualmente, más de [la mitad del PIB mundial depende](#) de la naturaleza. Si la naturaleza se ve alterada por incendios, la agricultura o el desarrollo comercial, corremos el riesgo de liberar más de [300 gigatoneladas de "carbono irrecuperable"](#) contenido en turberas, humedales, suelos y océanos.

A pesar de ello, muchas empresas aún no se han dado cuenta de los otros riesgos materiales que la pérdida de biodiversidad supone para su negocio, ahora y en el futuro, ya que poco más de un tercio de las organizaciones encuestadas (36%) afirma haber establecido objetivos claros en materia de biodiversidad.

Una quinta parte de las empresas no tenía ningún plan o dijo que no estaba dando prioridad a las formas de abordar la pérdida de biodiversidad en su cadena de valor. Esto es motivo de preocupación: en última instancia, la futura capacidad de recuperación de la cadena de suministro se centrará en gran medida en la adaptación a los impactos externos, y algunos de

los elementos más importantes que deben tenerse en cuenta en esta tarea son la capacidad de recuperación del agua y la protección de la biodiversidad. Industrias como la agrícola, la de la moda y la de los alimentos y bebidas podrían verse muy afectadas si los servicios de los ecosistemas de los que dependen, suelos sanos, agua limpia, polinizadores y regulación del clima, se vuelven menos disponibles y menos fiables. Muchas empresas ya están sintiendo los impactos financieros de los riesgos del agua. La inacción en la gestión corporativa del agua está demostrando ser **miles de millones de dólares** más cara que la acción. Con la previsión de un **déficit mundial de agua del 40% para 2030**, la seguridad del agua es otra cuestión crítica en la que las empresas no pueden permitirse retrasos.

Sin embargo, es tranquilizador observar que el 44% de los líderes están explorando una estrategia corporativa para abordar la pérdida de biodiversidad. Las empresas colombianas están a la cabeza, con un 52% de los encuestados que tienen una estrategia clara en materia de biodiversidad, seguidas por las empresas estadounidenses (50%). En el caso de Colombia, este resultado podría estar directamente relacionado con el reciente lanzamiento de la ["Hoja de Ruta de Crecimiento Verde 2030"](#) del país, cuyo objetivo es promover un nuevo modelo de crecimiento económico basado en el uso eficiente y la protección del capital único natural de Colombia, e incluye hitos clave como el aumento del número de emprendimientos bioeconómicos. Es posible que el sector privado colombiano se haya visto impulsado a actuar por las [directrices obligatorias del gobierno](#) que exigen que los proyectos de desarrollo planificados, como las infraestructuras mineras y los proyectos ferroviarios, marítimos y portuarios o

Además de la acción climática, las empresas deben invertir en mantener intactos los ecosistemas para garantizar el futuro de sus cadenas de suministro, su reputación y su licencia social para operar, pero también, y muy importante, para seguir siendo relevantes.

aeroportuarios, compensen los impactos residuales sobre la biodiversidad. Las empresas pueden elegir entre la conservación o la restauración de un ecosistema "equivalente" al que han afectado sus operaciones. Aunque las directrices aún se están perfeccionando, Colombia ha sentado un precedente en América Latina al ser la primera en aplicar normas y reglamentos específicamente diseñados para apoyar la biodiversidad.

El aumento de la acción empresarial en materia de biodiversidad en EE.UU. podría atribuirse a la nueva orden ejecutiva anunciada por el Presidente Biden, el "compromiso 30x30", que se compromete a proteger el 30% de la tierra y el 30% de los océanos de EE.UU. para 2030. También es probable que se haya visto alentado por el desarrollo de nuevas divulgaciones financieras relacionadas con la naturaleza, impulsadas por el [Task Force on Nature-related Financial Disclosures \(TNFD\)](#), cuyo objetivo es motivar a los inversores para cuantificar y divulgar la relación entre la naturaleza y las compañías en las que han invertido. Por último, pero no menos importante, el sentimiento generalizado en Estados Unidos es hoy

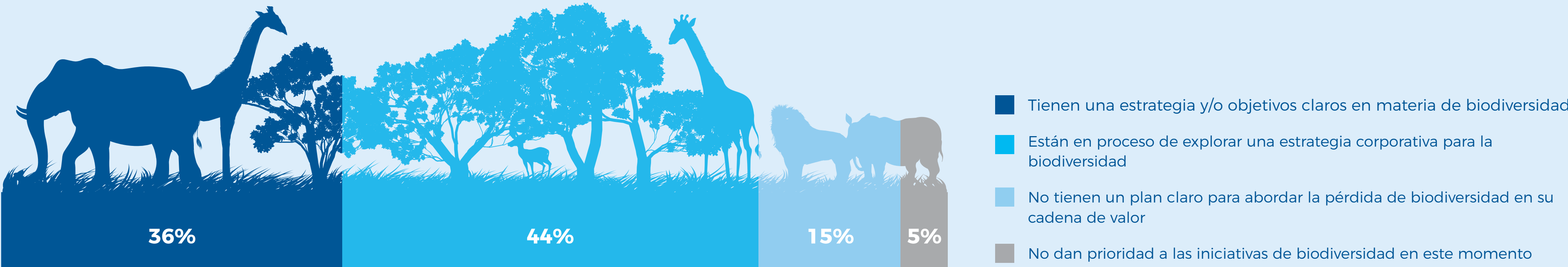
abrumadoramente favorable hacia la protección del patrimonio natural de la nación, [con cuatro de cada cinco estadounidenses a favor del nuevo plan](#) de protección de la tierra, las zonas oceánicas y las aguas interiores de Estados Unidos para 2030 porque entienden que será bueno para su bienestar y el ambiente.

Está claro que invertir hoy en nuestro mundo natural preservará la seguridad financiera de las empresas en el futuro. Con el lanzamiento de más y más fondos corporativos para la biodiversidad y la adaptación, o con el apoyo de grandes marcas como [Kering](#) y [Chanel](#), se espera que las inversiones corporativas en la naturaleza impulsadas por la cadena de suministro, aumenten significativamente en la próxima década. También se están elaborando orientaciones sobre las mejores prácticas para desarrollar estrategias claras en materia de biodiversidad, encabezadas por los objetivos científicos para la naturaleza (SBTN), que proponen un [marco de acción de cinco pasos](#) para que las empresas más ambiciosas **eviten** daños futuros, **reduzcan** las huellas actuales, **regeneren** los ecosistemas y **transformen** los sistemas en los que opera la empresa.



# Gran interés por proteger la biodiversidad, pero incertidumbre sobre cómo hacerlo

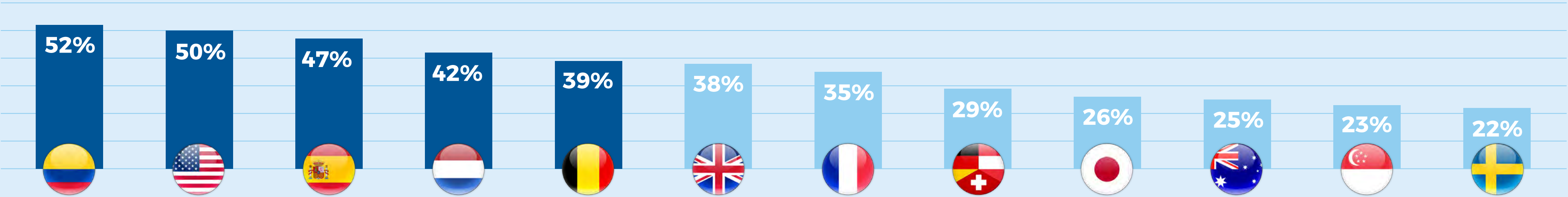
La mayoría de las organizaciones encuestadas todavía están explorando formas de abordar la biodiversidad como parte de sus estrategias de net zero.



## La biodiversidad es compleja y la comprensión del contexto local es clave

No todas las regiones se ven igualmente afectadas por la pérdida de biodiversidad o el estrés hídrico, y las empresas tendrán que adaptar su enfoque a los contextos locales. A continuación se explica cómo las empresas encuestadas de todas las regiones dan prioridad a la protección y restauración de los ecosistemas:

### El número de organizaciones encuestadas con una estrategia y/o objetivos claros de biodiversidad





# Conclusión: ¿Cómo hoy en día es el mejor net zero?

Con unos fenómenos meteorológicos, con una fuerte relación climática, cada vez más frecuentes y extremos que provocan apagones masivos, inundaciones repentinas e incendios forestales, la lucha por aplicar la innovación, la ambición y la visión al desafío del cambio climático nunca ha sido más urgente, y muchas empresas están dando un paso adelante para establecer objetivos climáticos audaces, aplicar las soluciones para el cambio climático y volver sus operaciones ecológicas.

Sin embargo, ¿se está actuando lo suficientemente pronto y a la escala necesaria?

**Nuestro estudio revela que todavía son muy pocas las empresas de todo el mundo que establecen objetivos climáticos confiables y con base científica, y las que lo hacen parecen estar preocupadas por que la comunicación de sus acciones climáticas puedan provocar una reacción negativa entre los principales grupos de interés, incluidos clientes, medios de comunicación y ONGs.**

A pesar de la incertidumbre global que sigue dominando el panorama de la acción climática, ya se pueden dar pasos clave para integrar con éxito un objetivo net zero en la estrategia climática de una organización. Una trayectoria climática clara, que debería ajustarse a los requisitos del SBTi,

proporcionará a la alta dirección la guía que necesitan para liderar el camino y ayudar a conectar a todos los departamentos en la consecución de un objetivo net zero. Estos pasos son:

- **Reducir:** Planificar una trayectoria para reducir las emisiones en toda la cadena de valor. Establecer un objetivo net zero basado en la ciencia<sup>9</sup>, con hitos intermedios sobre cómo llegar a él, siendo coherente con una trayectoria de mitigación de 1,5°C.
- **Compensar:** Llegar a ser climáticamente neutros mediante la financiación de proyectos para evitar y remover más emisiones.
- **Neutralizar:** Una vez que las emisiones se hayan reducido a niveles cercanos a cero, erradicar las emisiones residuales inevitables con las remociones de carbono para lograr el net zero.



Cada paso en el camino hacia el liderazgo climático de una organización ofrece oportunidades para reducir, evitar y remover las emisiones además de comunicar transparentemente sobre el progreso. Finalmente para cumplir con aspiraciones net zero con logros medibles y confiables.

El paso central en el camino climático de una empresa es aprovechar al máximo las herramientas y soluciones críticas que tiene actualmente a su disposición para descarbonizarse, al tiempo que planifica proactivamente su futuro financiando y adoptando nuevas innovaciones, como la remociones tecnológica de carbono y los combustibles sostenibles. La ambiciosa descarbonización de las operaciones directas e indirectas requerirá toda una serie de actividades que ayuden a cambiar sistemas y mentalidades obsoletas. Hoy más que nunca, necesitamos que más empresas aumenten la velocidad y la escala de su acción climática, y que hagan que por igual las emisiones net zero sean deseables y aceptables entre los clientes, los aliados de la cadena de suministro, los medios de comunicación y los legisladores. Es una tarea difícil. Pero trabajando estrechamente con los proveedores,

por ejemplo, las empresas pueden ayudar a educar a sus aliados y a crear conjuntamente soluciones y enfoques que den prioridad a la reducción de las emisiones.

El costo de la lucha contra el cambio climático aumenta cada año que nos retrasamos, y las organizaciones pueden hacer que este costo sea más tangible en su negocio poniendo un precio claro al carbono. Lo ideal es que esto impulse una mayor reducción de las emisiones. La compra de créditos de carbono para compensar las emisiones, por ejemplo, no sólo permite a una empresa tomar medidas climáticas inmediatas (canalizando la financiación

<sup>9</sup> La Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi) define que el estado net zero se ha alcanzado cuando las emisiones se han reducido en un promedio mínimo del 90% con respecto al año base, y las emisiones residuales se han neutralizado mediante actividades de remoción.



hacia un proyecto que reduzca hoy mismo las emisiones), sino que también hace visible el costo real de sus emisiones, un hecho que puede utilizarse para motivar a los equipos a reducir las emisiones en toda la cadena de valor y a tener en cuenta el costo de estas, y lo que es más importante, el aumento previsto del precio de los futuros créditos de carbono en sus decisiones de inversión a largo plazo. Cuanto más alto sea el precio de los créditos de carbono, mayor será el incentivo para reducir las emisiones de la propia organización.

La ciencia nos dice que el tiempo no está de nuestro lado, y las operaciones sin emisiones pueden estar a años o incluso décadas de distancia para algunos. Por eso, además de los esfuerzos por reducir las emisiones, las empresas deben invertir en actividades de mitigación climática más allá de sus cadenas de valor para encaminar la economía mundial hacia el net zero. Una forma de hacerlo es invirtiendo en créditos de carbono de alta calidad. Al utilizar estos créditos, las empresas pueden responsabilizarse de sus emisiones hoy mismo y mientras transcurren su camino hacia el net zero.

## Llegar al net zero: debemos actuar ahora para lograr un verdadero impacto climático

Los primeros en buscar los objetivos corporativos net zero serán los líderes y defensores de mejorar e innovar la forma de hacer negocios. Son ellos los que pueden ayudar a la sociedad a conseguir importantes puntos positivos. Y los beneficios empresariales de generar una estrategia net zero son muchos, como se destaca en este informe: desde responder eficazmente a las demandas de los clientes e inversores y gestionar el riesgo, hasta mejorar la reputación y construir un modelo de negocio para el futuro.

Sin embargo, para tener éxito, todos los integrantes de una organización deben ser responsables de lograr el net zero. En los próximos años, se espera un gran liderazgo por parte de la alta dirección, así como de los mandos intermedios y del resto del personal, para garantizar que el net zero se impulsa de adentro hacia afuera y que impregna todas las funciones y niveles. Para ello, los líderes deben guiar los departamentos para que comprendan la importancia del net zero para sus propios intereses y dividir el camino climático en hitos claros y factibles que centren los esfuerzos de cada departamento. Deben establecer una sólida gobernanza para sus iniciativas de cambio climático y fijar indicadores clave de rendimiento ligados a los resultados de esas iniciativas.

Aunque todavía hay muchas incógnitas (¿cómo va a llegar cada empresa al net zero? ¿Qué camino tomarán?), todo viaje comienza con un primer paso. En el fondo, el net zero es una oportunidad para reajustar la ambición de las organizaciones, para unificarlas bajo una única iniciativa y para definir el camino de industrias y sectores enteros en esta próxima década de acción climática.

Está muy claro que, en los próximos diez años, la mayoría de las empresas, especialmente las grandes emisoras, deberán **alcanzar** los objetivos a corto plazo alineados con un escenario de calentamiento de 1,5 °C si quieren reducir drásticamente las emisiones. Aunque todavía se están desarrollando muchas innovaciones climáticas, varias de estas oportunidades de reducción son accesibles y realizables al día de hoy. En el camino hacia la descarbonización del 90% de nuestras emisiones para 2050, debemos utilizar las soluciones ya disponibles y desarrollar las soluciones tecnológicas necesarias para alcanzar ese último 10%, lo que nos llevará a la meta.



**Autores**

Autor principal: Nadia Kähkönen  
Co-autores: Elliott Bourgeault, Isabel Hagbrink

**Contribución de expertos**

Parth Vaidya, Bence Cerna, Linda Kannenberg,  
Christiaan Gevers Deynoot, Adam Siphthorpe,  
Philip Moss, Karine Basso, Christina Mallin,  
Liliana Martinez Sarmiento, Santiago Martínez Vivero,  
Richard Knight, Mireia Vilaplana, Naomi Swickard,  
Jess Payn, Indra Fachru

