



Destino net zero

Resumen ejecutivo

Guardar silencio sobre la acción climática nos hace retroceder

Ahora, más que nunca, debemos adoptar el espíritu de la mejora continua. En medio de la crisis climática, debemos trabajar juntos para crear e implementar nuevos planes de acción en todas las industrias, las tecnologías, las geografías y los ecosistemas.

Las compañías de todos los sectores deben acelerar el ritmo, transformando la ambición por obtener el net zero en una acción climática tangible. Sin embargo, la realidad es que la mayoría de las compañías del mundo siguen sin hacer nada o hacen muy poco en lo que respecta a la acción climática. El 92% de las compañías que cotizan en bolsa a nivel mundial no tienen un compromiso de emisiones net zero declarado públicamente, una cifra realmente impactante.

Sin embargo, un pequeño pero significativo grupo de compañías con conciencia climática, aquellas que cuentan con un líder dedicado a la sostenibilidad o a la RSC en la alta dirección, están redoblando la apuesta por la acción climática.

Nuestro último informe sobre net zero, basado en los datos de 2023 recopilados por un proveedor independiente de estudios de mercado, incluye algunas conclusiones alentadoras: la inmensa mayoría de las compañías con conciencia climática afirman haber fijado un objetivo net zero e informan que este objetivo es vital para su éxito comercial. La demanda de los clientes es el principal impulsor de la acción climática. Entre este grupo, el objetivo net zero parece ser una práctica estándar y se considera fundamental para el negocio.

Basándose en estos resultados, se esperaría que dichas compañías comunicaran con orgullo su acción climática. Sin embargo, al profundizar en los resultados, vemos una contradicción crítica que tiene el potencial de retrasar gravemente nuestros esfuerzos colectivos hacia el net zero. En la encuesta se muestra que la mayoría de las compañías encuestadas están disminuyendo activamente sus comunicaciones climáticas.

Nuestro informe ofrece una visión poco frecuente de esta tensión, que se sitúa en el centro de la actual acción climática corporativa. En este se revela que la regulación, los requisitos de la industria para la presentación de informes sobre los objetivos climáticos y el intenso escrutinio de los diversos grupos de interés son las principales razones por las que las compañías guardan silencio sobre sus objetivos climáticos y su progreso.

Si bien es fácil desanimarse, realmente tengo esperanzas. Está claro que la acción climática corporativa está progresando.

Cada vez más gobiernos están redactando o implementando leyes que impulsan a las compañías a informar sobre su trabajo en materia de sostenibilidad. Esto significa que las tendencias que estamos viendo podrían ser la calma que antecede a la tormenta (regulatoria), que inevitablemente requerirá que todas las compañías divulguen y aborden su impacto climático y ambiental.

Sabemos que los objetivos net zero corporativos deben estar respaldados por acciones creíbles si queremos que tengan el impacto previsto. Esto incluye tanto establecer hitos basados en la ciencia que reduzcan las emisiones directas y apoyen la resiliencia colectiva, como incentivar las inversiones en innovación climática futura, más allá de las cadenas de valor corporativas. Sin estos hitos, los objetivos serían solo palabras vacías.

En un contexto de desastres climáticos multimillonarios, las compañías también tendrán que evaluar y cuantificar los riesgos climáticos físicos, como los daños a las operaciones directas por inundaciones, y el impacto financiero que los fenómenos meteorológicos más frecuentes y extremos tendrán en sus cadenas de suministro. Puede que incluso necesiten tener conversaciones difíciles con los inversores, ya que los plazos climáticos no son compatibles con los plazos del ROI. Finalmente, la acción climática debe verse como una inversión en una resiliencia futura y en el éxito comercial a largo plazo, y no como un costo operativo o, peor aún, un lujo opcional.

Avanzamos con paso firme hacia un mundo responsable con el clima, en el que los estándares se mejoran continuamente y la ambición climática colectiva está más consolidada. Las compañías que lideran este movimiento evitarán el "silencio verde" para comunicar sus acciones y lecciones aprendidas de una forma confiable y sutil. Estos esfuerzos pueden no ser perfectos, pero ayudarán a impulsar el progreso, mejorar los estándares y poner a todos en igualdad de condiciones.

No nos equivoquemos, son los líderes corporativos comprometidos con el clima quienes iluminarán el camino por el que los rezagados acabarán pasado presionados por las regulaciones. Por eso, más que nunca, es hora de que todas las compañías estén a la altura del momento, que den un paso al frente y, más importante aún, que hablen claro sobre la acción climática.

John Davis

Interim CEO, South Pole



Una encuesta global

El informe net zero de South Pole, en su cuarta edición, incluye perspectivas de 1.400 ejecutivos de sostenibilidad global para entender qué impulsa sus grandes compromisos climáticos, qué perciben como riesgos, a qué soluciones están recurriendo y cómo están progresando sus organizaciones en el camino hacia las emisiones net zero.

Aunque se trata de una muestra de compañías con conciencia climática, nuestro equipo considera que es una valiosa aproximación a la acción climática en general, para entender hacia dónde puede dirigirse el resto del mercado en los próximos 6 a 12 meses. No obstante, reconocemos que esta muestra tiende a incluir a los actores con más conciencia climática de todos los sectores a nivel mundial, y no representa a todas las compañías.

Los hallazgos de este informe se basan en dos conjuntos de datos clave:

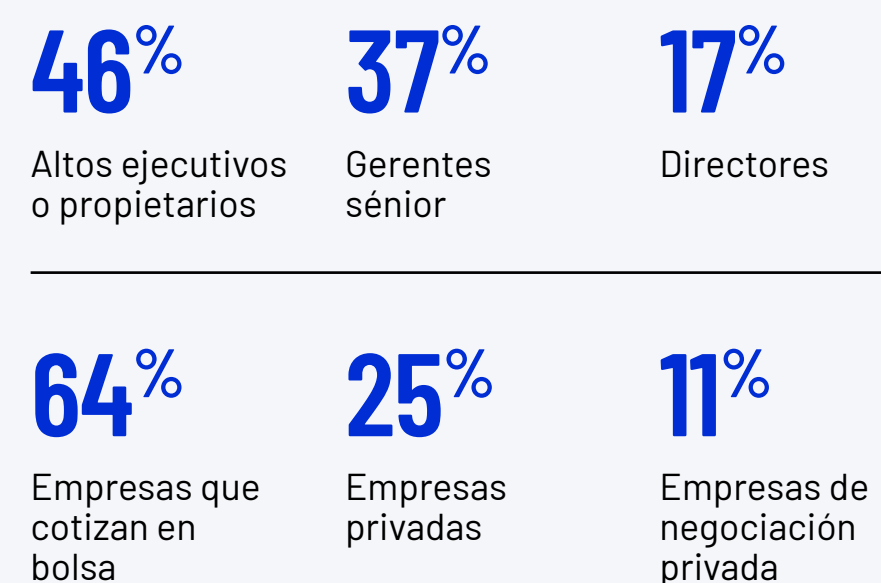
Una encuesta global de compañías con conciencia climática

Definimos una compañía "con conciencia climática" como aquella en la que el representante de la compañía tiene un mandato claro para actuar sobre el clima o la sostenibilidad. Para cumplir los requisitos, una compañía debe lograr lo siguiente:

- Contar, a nivel de la dirección, con un responsable de sostenibilidad o un cargo similar, que tenga autoridad para tomar decisiones sobre la estrategia y los equipos de sostenibilidad de su compañía.
- Tener más de **1,000 empleados** (Excepto compañías en Singapur).

¿Quién respondió?

1,400 Compañías de **12 países** y **14 sectores**.



Un escaneo global de compañías de consumo

Para contextualizar nuestros resultados y compararlos con un conjunto más amplio de datos, nuestro equipo de market insights también analizó la base de datos de South Pole de

77,000 compañías

incluida la lista Global Fortune 500, los principales índices bursátiles y todas las compañías que presentan informes al CDP y GRI.



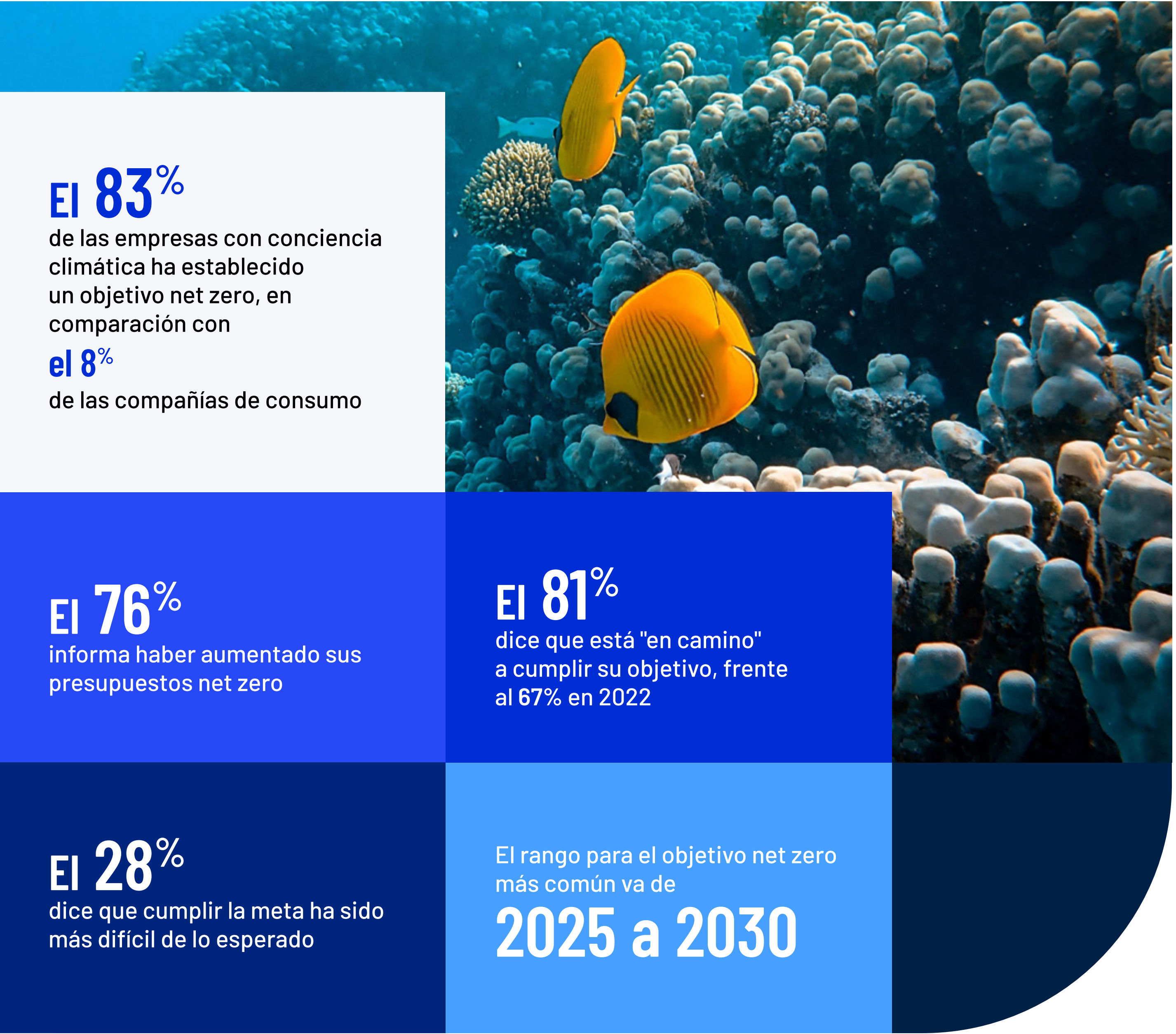
#1 Las compañías con conciencia climática continúan liderando la acción climática

Nuestra encuesta muestra que la acción climática está activa y que prospera entre las compañías con conciencia climática, donde el **83%** ha establecido un objetivo net zero.

Para las compañías encuestadas, el rango de años para el objetivo net zero más común es 2025-2030. De hecho, el **79%** de las compañías encuestadas ha establecido el año 2030 como una fecha máxima para el objetivo net zero. Además, el **81%** de las compañías afirma estar "en camino" de cumplir sus objetivos net zero. Nos preguntamos si esto es realista y si realmente comprenden lo difícil que es cumplir con los objetivos net zero, que incluye sus emisiones de alcance 3.

Lo preocupante es la inacción entre las compañías de consumo que no están en el grupo de empresas con conciencia climática. Al analizar la base de datos propia de South Pole de 77.000 compañías que cotizan en bolsa, **solo el 8%** ha establecido un objetivo net zero.

Entonces, si bien los líderes del mundo están a la cabeza, aquellos rezagados en términos de acción climática están verdaderamente rezagados. Esto no augura nada bueno, dado que la acción climática necesita con urgencia una respuesta unificada y global.



El 83%
de las empresas con conciencia climática ha establecido un objetivo net zero, en comparación con **el 8%** de las compañías de consumo

El 76%
informa haber aumentado sus presupuestos net zero

El 81%
dice que está "en camino" a cumplir su objetivo, frente al 67% en 2022

El 28%
dice que cumplir la meta ha sido más difícil de lo esperado

El rango para el objetivo net zero más común va de **2025 a 2030**

#2 El silencio verde ahora es la nueva normalidad

El lavado verde de las compañías siempre ha sido un desafío, pero el péndulo ha oscilado tanto que ahora incluso las compañías más ecológicas están recurriendo al silencio verde.

Esta tendencia nos parece preocupante, ya que la acción de los líderes inspira la acción de los seguidores.

Si bien las declaraciones ambientales deben estar respaldadas por datos sólidos para no engañar a los grupos de interés, es igual de importante que los líderes climáticos den un buen ejemplo. Ser incapaces de comunicar la acción climática por miedo a ser atacados proporciona a los rezagados en materia climática la excusa para seguir estancados en la consecución de un cambio significativo. En nuestra opinión, el nivel de escrutinio debe encontrar el equilibrio adecuado. Las compañías que toman acciones genuinas deben tener confianza para comunicar sus éxitos y las lecciones aprendidas. Esto anima a otros a seguir su ejemplo.

El 44%

de las compañías encuestadas afirma que la comunicación externa sobre los objetivos climáticos se ha vuelto más difícil solo en el último año

Como resultado,

El 58%

están disminuyendo sus comunicaciones

El 18%

no planea publicar en absoluto sus objetivos basados en la ciencia (SBT)

El 93%

ve en la comunicación de su estrategia net zero la clave del éxito comercial



#3 La demanda de los clientes es el principal impulsor de la acción

Al igual que en 2021 y 2022, la demanda de los clientes es el principal impulsor de la acción climática.

En particular, el liderazgo de la marca, por primera vez, ya no es parte de los tres principales impulsores. Fue el número 1 en 2020 y el 2 en 2021 y 2022, pero está en el puesto 4 este año. Esto puede estar relacionado con el número significativo de compañías que planean reducir sus comunicaciones climáticas externas y recurrir al silencio verde.

Mientras tanto, los factores relacionados con el riesgo y la resiliencia se han convertido en los principales impulsores de la acción climática. Por ejemplo, una mejor comprensión de las vulnerabilidades en sus cadenas de suministro y el desarrollo de resiliencia para futuras catástrofes climáticas.

El 46%

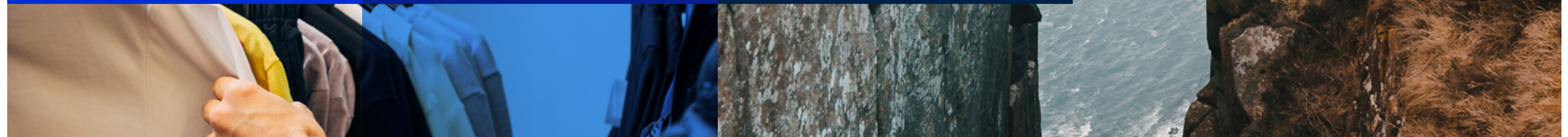
considera que la demanda de los clientes por productos bajos en carbono es el principal impulsor del net zero

El 39%

considera la necesidad una supervisión más detallada del riesgo de la cadena de suministro como el principal impulsor para establecer y perseguir objetivos net zero

El 37%

informa que busca los objetivos net zero para prepararse para el futuro y desarrollar resiliencia ante crisis externas



#4 Los inversores están optando por esperar y ver qué sucede

La incertidumbre, el deber fiduciario y el cortoplacismo pueden estar impidiendo que los inversores respalden las estrategias e iniciativas corporativas para alcanzar los objetivos net zero.

La presión de los inversores ocupa el último lugar entre los impulsores del net zero, pero el miedo al escrutinio de los inversores es una de las razones clave por las que muchas compañías están recurriendo al silencio verde. Es posible que los inversores hayan sido una fuerza determinante al establecer objetivos net zero en el pasado. Hoy en día, es claro que los inversores están adoptando una posición de "esperar y ver qué sucede".

El **51%**

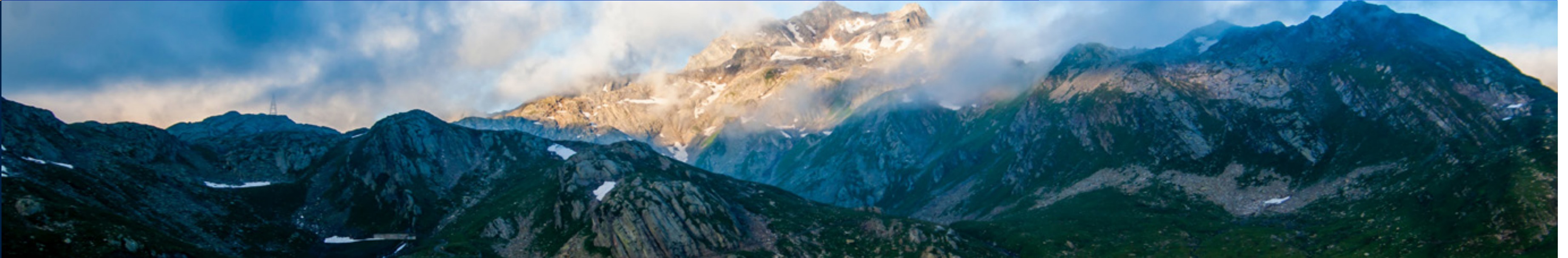
de las compañías de servicios ambientales afirma que el miedo al escrutinio es el motivo por el cual recurren al silencio verde

El **57%**

de las compañías de petróleo y gas afirma que el miedo al escrutinio de los inversores es el principal motivo por el cual recurren al silencio verde

El **22%**

de las compañías con conciencia climática señala la presión de los inversores como impulsor clave del net zero, el impulsor menos valorado en la encuesta



#5 Las compañías de consumo se están quedando atrás

En paralelo a nuestra encuesta net zero, nuestro equipo de market insights analizó la base de datos de South Pole de **77.000** compañías, incluida la lista Global Fortune 500, los principales índices bursátiles y todas las compañías que presentan informes al CDP y GRI.

Comparamos el análisis de la base de datos con los resultados de la encuesta y descubrimos que la base de datos pinta un panorama desolador sobre la seriedad de las compañías para alcanzar las emisiones net zero. De las **77.000** compañías, solo el **8%** se ha fijado un objetivo de emisiones net zero, lo que supone una caída del **75%** en

comparación con las compañías con conciencia climática encuestadas.

Solo el **2.5%** de las compañías de bases de datos se han comprometido a lograr el objetivo net zero antes de 2030. Alrededor de un tercio ha fijado una fecha entre 2031 y 2040, y unos dos tercios contemplan un rango de 2041 a 2050. Aunque esto supone un marcado contraste con nuestras compañías encuestadas, en las que más de tres cuartas partes de los encuestados pretenden alcanzar objetivos net zero en 2030 o antes, las fechas objetivo más tardías entre las compañías de consumo son un reflejo más realista del tiempo que tardarán la mayoría de las compañías en descarbonizar las complejas emisiones de alcance 3 de la cadena de valor.

El 8%

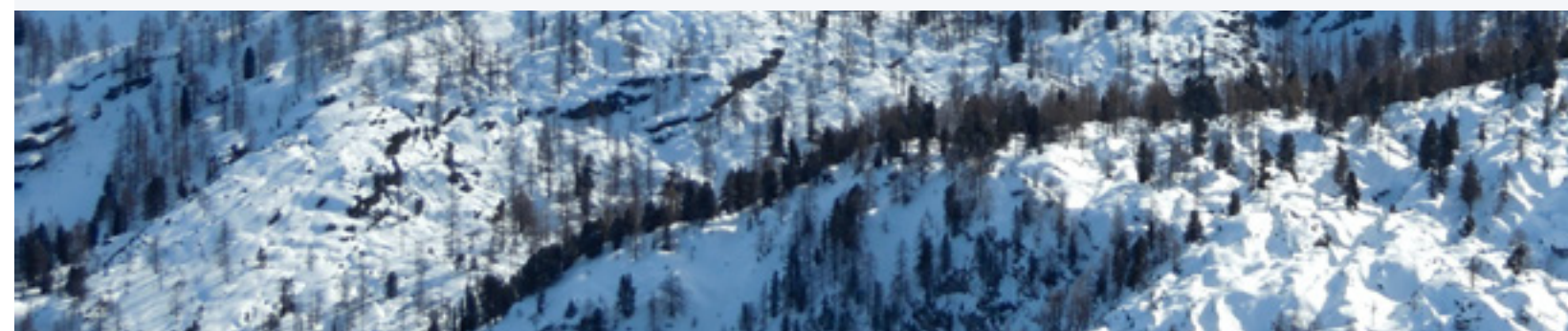
de las compañías en nuestra base de datos, compuesta por **77.000** empresas, ha establecido un objetivo net zero. Esta es una caída significativa con respecto al **83%** de las compañías con conciencia climática que tienen objetivos net zero

El 45%

de ellas ha establecido o se ha comprometido con SBT

El 66%

tiene una fecha objetivo más allá de 2040





¿Cómo se ven los objetivos net zero de primer nivel en la actualidad?

Para lograr un impacto climático real, debemos enfocarnos en pasos basados en la ciencia y un progreso transparente, no en la perfección.

Nuestra investigación sugiere que todavía hay muy pocas compañías en todo el mundo que establecen objetivos climáticos confiables, alcanzables y basados en la ciencia. La mayoría de las que han fijado objetivos no los comunican por miedo al escrutinio y a las reacciones negativas.

En la dividida era de hoy, una de las pocas cosas en las que la mayoría de nosotros podemos estar de acuerdo es en que hoy mismo debemos aumentar drásticamente la velocidad y la escala de la acción climática para evitar los efectos irreversibles del cambio climático del futuro. Debemos encontrar formas efectivas de financiar tecnologías limpias, transiciones justas y reducciones a las emisiones globales. En todo esto, el rol del sector privado en el aumento de la financiación climática es fundamental, sobre todo con lo lento que actúan los gobiernos.

Pasos para lograr un verdadero impacto climático

A pesar de la incertidumbre global y de la complejidad técnica 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. Un camino climático claro, que debe alinearse con los requisitos de la SBTi, les dará a los altos ejecutivos la orientación que necesitan para liderar el camino y ayudar a involucrar a todos los departamentos en la consecución del objetivo net zero.

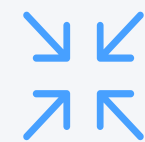
En el centro de este camino corporativo, está la necesidad de reducir radicalmente las emisiones en todos los alcances y de financiar la acción climática global más allá de las cadenas de valor directas. Los pasos clave para lograr esto se describen en el gráfico de la página siguiente.

La ambiciosa descarbonización de las operaciones directas e indirectas requerirá de toda una serie de actividades que ayuden a cambiar mentalidades y sistemas obsoletos. Esto significa aprovechar al máximo las herramientas y soluciones críticas de las que ya dispone la compañía para descarbonizarse y, al mismo tiempo, planificar proactivamente el futuro con la financiación y la adopción de nuevas innovaciones.

Aunque todavía se están desarrollando muchas innovaciones climáticas, varias de estas oportunidades de reducción son accesibles y alcanzable hoy en día. A lo largo del camino para descarbonizar el **90%** de nuestras emisiones para 2050, debemos utilizar las soluciones que ya están disponibles y desarrollar las soluciones tecnológicas necesarias para alcanzar ese último **10%**, lo que nos llevará a la línea de meta.

Net zero: ¿qué se necesita para lograrlo?

1. Reducciones



Una trayectoria para reducir las emisiones en toda la cadena de valor, única para cada sector. Esto significa tener un objetivo net zero basado en la ciencia¹, con hitos intermedios sobre cómo llegar allí, todo en sintonía con una vía de mitigación de 1.50 °C.

2. Financiación de la acción climática mundial



Financiación de proyectos y soluciones para mitigar las emisiones fuera de la cadena de valor corporativa.

3. Neutralización



Una vez que las emisiones se hayan reducido a niveles residuales, las compañías deben erradicar las emisiones residuales inevitables con la absorción de carbono para lograr el objetivo net zero.

1. La iniciativa objetivos basados en la ciencia define alcanzar el net zero al momento en que las emisiones se han reducido en promedio en un 90% en comparación con el año de referencia, neutralizándose las emisiones residuales mediante actividades de remoción.

Avanzar con ambición y confianza

Necesitamos más compañías que aumenten la velocidad y la escala de su acción climática, y que hagan que las emisiones net zero sean deseables y aceptables por igual entre clientes, inversores, socios, medios de comunicación y legisladores. Esta es una tarea muy ambiciosa. Pero al trabajar en estrecha colaboración con los proveedores, entre otras soluciones, las compañías pueden ayudar a educar a sus socios y crear conjuntamente soluciones y enfoques que prioricen la reducción de emisiones.

Para que los líderes tengan la ambición, la capacidad y, más importante aún, la confianza para abordar la crisis climática, debemos mantener todas las soluciones de sostenibilidad en los más altos estándares y esforzarnos por la mejora continua. Al mismo tiempo, no podemos exigir perfección inmediata. Aquellos que están buscando nuevas soluciones o trabajando para alcanzar sus objetivos deben recibir reconocimientos y ayuda. Debemos trabajar juntos para lograr los cambios transformadores que nuestras sociedades y economías necesitan.

El camino climático

Cinco pasos para ayudarlo a modificar el cambio climático

Medir
Comprenda su huella ambiental y los riesgos climáticos

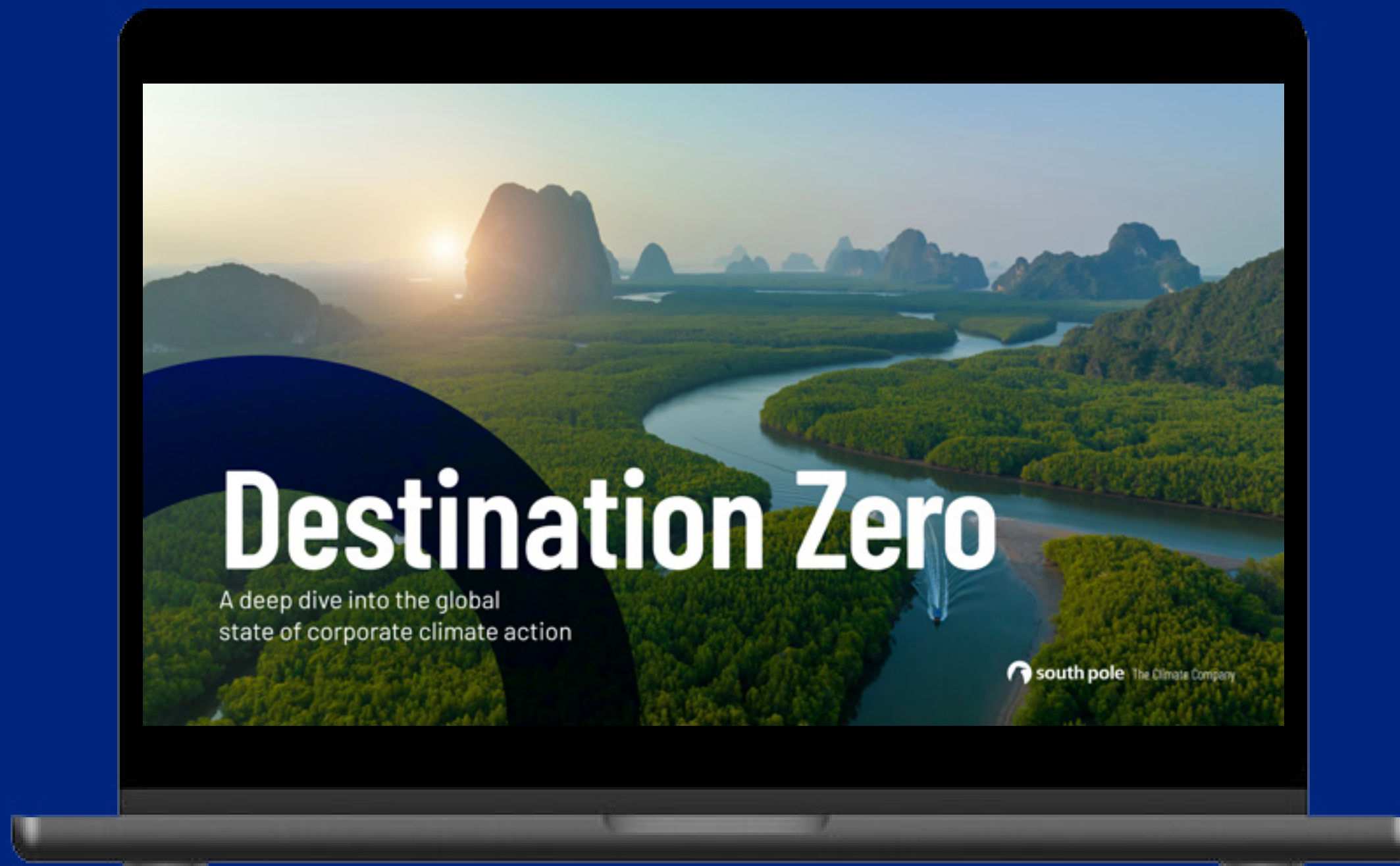
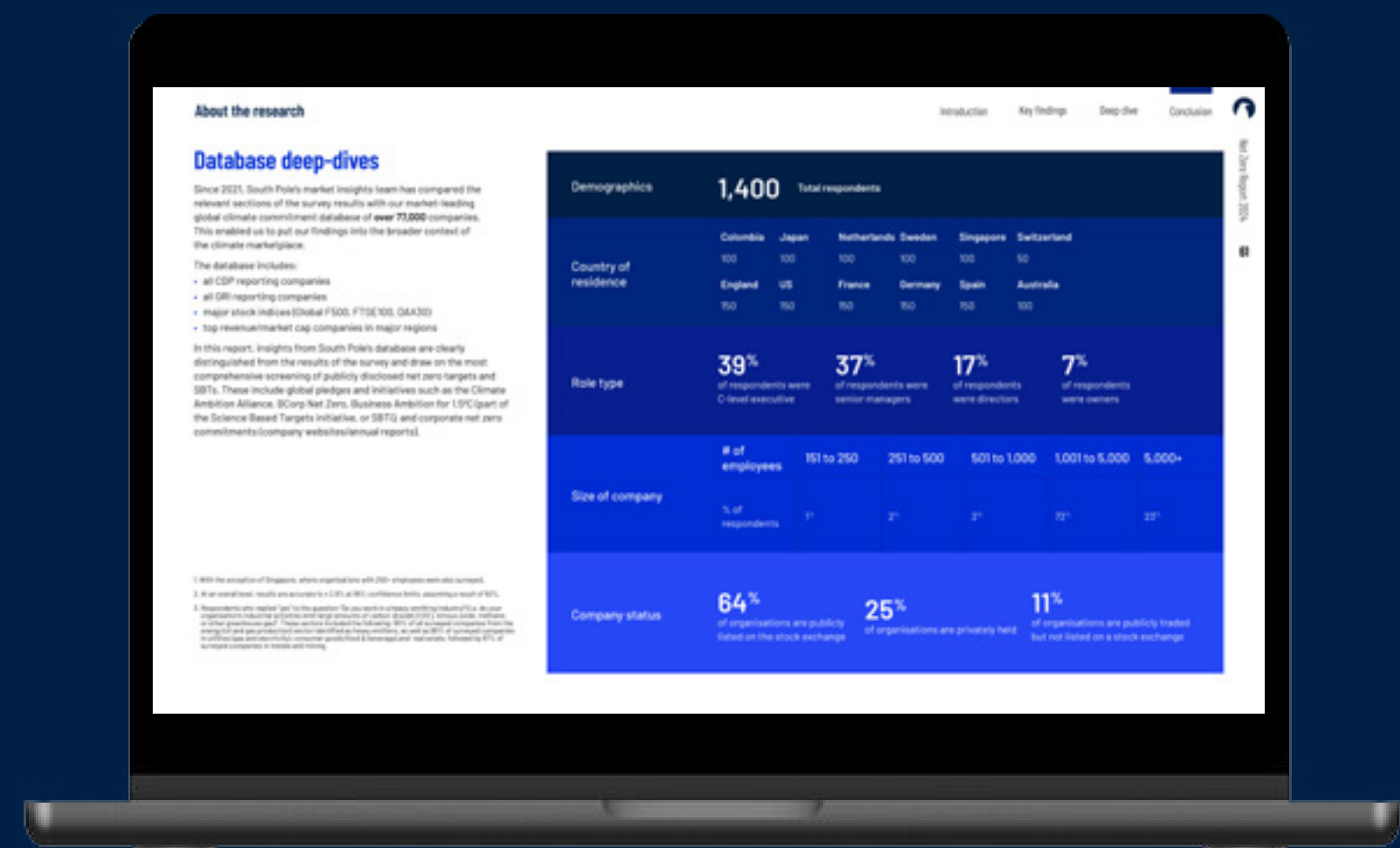
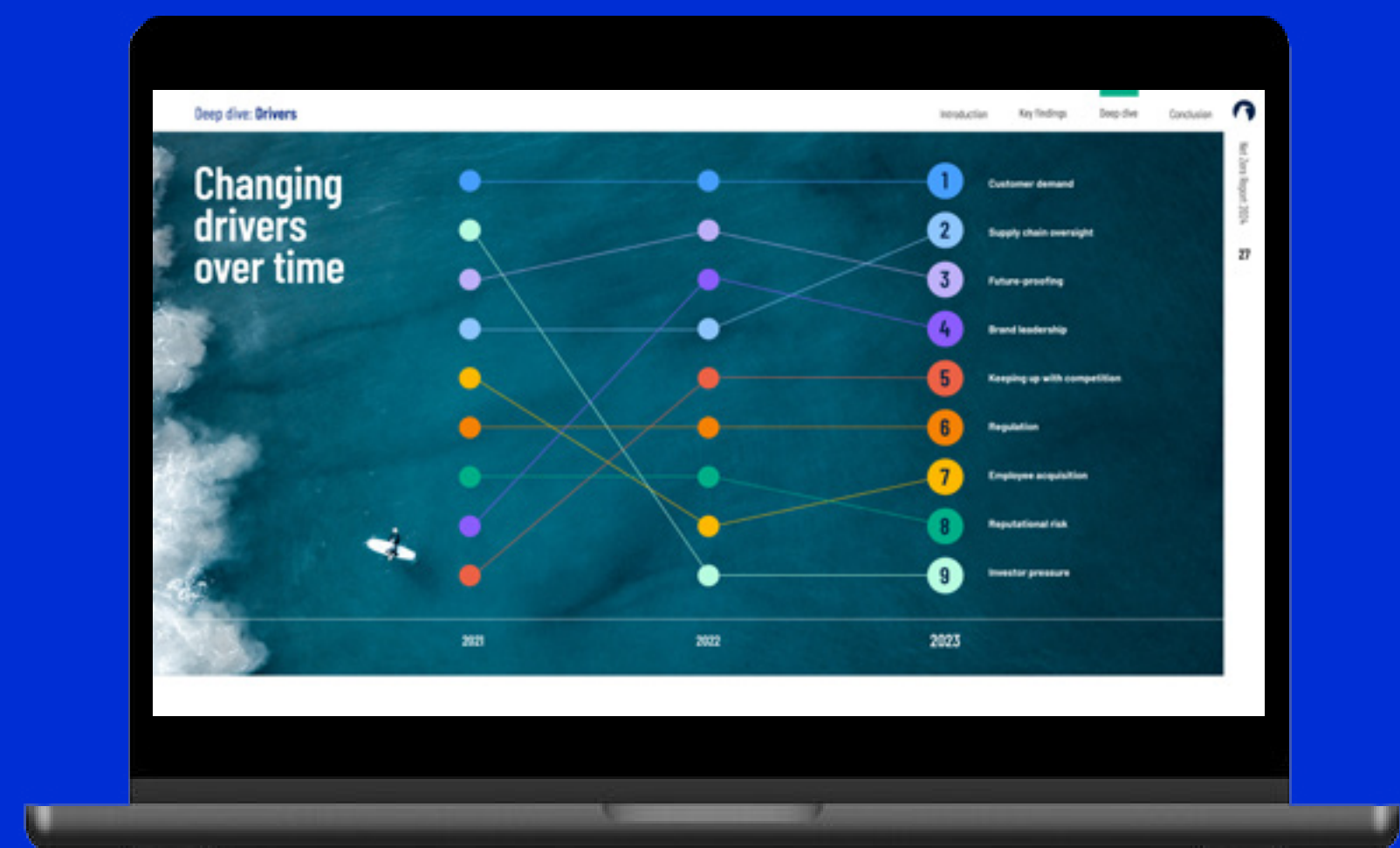
Planificar
Establezca objetivos e identifique actividades que ayudarán a mejorar su impacto

Reducir
Tome medidas para empezar a reducir sus emisiones

Financiar
Financie los mejores proyectos climáticos certificados, más allá de su cadena de valor

Compartir
Incentive a los demás para que actúen y comparta las acciones que está tomando

Lea el informe completo



[Descargar](#)



 **south pole** The Climate Company