

# PUBLICIDAD DIGITAL SOSTENIBLE

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### AGENDA 2023

Llamada universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En el 2015, todos los países que forman parte de Naciones Unidas aprobaron los 17 Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS) que conforman la agenda 2030. La agenda incluye un plan de acción para poder implementar los objetivos del presente a 2030.

### B CORP

Las corporaciones con certificación B Corps, son empresa s con fines de lucro verificadas por B Lab por cumplir altos estándares de rendimiento social y medioambiental, transparencia y responsabilidad.

### CALCULADORA DE CARBONO

Una calculadora de carbono es un servicio o herramienta utilizado para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por una actividad. AdGreen es una calculadora de carbono respaldada por Ad Net Zero, cuyo objetivo es mejorar las prácticas de producción. Cuando se trata de medios digitales, es importante que las empresas conozcan los diversos factores que deben tenerse en cuenta al calcular la huella de carbono de su publicidad. Entre ellos, figuran el formato, la pantalla, el país, las dimensiones, la conexión a Internet, el reproductor, las páginas y las visitas.

## **CARBONO NEGATIVO**

Hablamos de carbono negativo, cuando la cantidad de emisiones de CO<sub>2</sub> eliminadas de la atmósfera es mayor que las emisiones de CO<sub>2</sub> liberadas a la atmósfera.

## **CARBONO NEUTRAL**

Hace referencia a cuando la cantidad de emisiones de CO<sub>2</sub> liberadas a la atmósfera es igual a la cantidad de emisiones de CO<sub>2</sub> eliminadas de la atmósfera, lo que significa que el impacto sobre el medio ambiente es neutro.

## **CO<sub>2</sub>e**

El dióxido de carbono equivalente se utiliza para medir y comparar las emisiones de gases de efecto invernadero en función de su contribución al calentamiento global, es decir, cuánto contribuiría un gas concreto al calentamiento global si fuera CO<sub>2</sub>. Los gases distintos del dióxido de carbono suelen expresarse en equivalentes de dióxido de carbono.

## **COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CARBONO**

Es la práctica de financiar actividades que contribuyen a reducir las emisiones de carbono para compensar la propia generación de emisiones de CO<sub>2</sub>. Por ejemplo, plantando árboles para absorber el carbono de la atmósfera, o suministrando cocinas energéticamente eficientes a comunidades de países en desarrollo.

## **CPD RATING**

El CPD Rating es una puntuación numérica que indica el nivel de publicación de las iniciativas de cambio climático de una empresa. Con esta medida de la sostenibilidad medioambiental de una empresa, basada en divulgaciones voluntarias de la propia empresa, se pretende ayudar a los inversores que deseen incorporar factores medioambientales, sociales y gubernamentales (ASG) en su proceso de toma de decisiones de inversión.

## **CSRD**

La Directiva de Información de Sostenibilidad en el Ámbito Corporativo (CSRD, por sus siglas en inglés) es una propuesta de la Unión Europea que busca mejorar la calidad y alcance de la información de sostenibilidad proporcionada por las empresas. La CSRD es una modificación de la Directiva de Información No Financiera (NFRD) y amplía su alcance para incluir más empresas.

## **DESARROLLO SOSTENIBLE**

Según el informe Brundtland de la ONU es aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Consta de tres pilares, el desarrollo sostenible trata de lograr, de manera equilibrada, el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente

## **GREEN CLAIMS**

Se refiere a la directiva de la Unión Europea para regular las declaraciones ecológicas que hacen las empresas sobre sus productos y servicios. El objetivo es prevenir el "greenwashing". La directiva establece criterios claros y transparentes para verificar las declaraciones ecológicas y garantizar que los consumidores reciben información precisa y fiable, incluyendo la obligación de respaldar las afirmaciones con datos y pruebas sólidas, y asegurar que las declaraciones sean comparables y fácilmente comprensibles.

## **GREENWASHING**

También conocido como green sheen, el greenwashing es una forma de publicidad o marketing en la que se utilizan las relaciones públicas y el marketing para persuadir al público de que los productos, objetivos y políticas de una organización son respetuosos con el medio ambiente, cuando en realidad no lo son.

## **HUELLA DE CARBONO**

Una huella de carbono es la cantidad total de gases de efecto invernadero, en particular dióxido de carbono, que se emiten directa o indirectamente por una persona, organización, evento o producto a lo largo de su ciclo de vida. Por lo general, se mide en unidades de equivalentes de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>e) para tener en cuenta los diferentes potenciales de calentamiento global de varios gases de efecto invernadero.

## **MARKETING SOSTENIBLE**

Se trata de marketing comercial que utiliza un tema medioambiental para promocionar productos, servicios o imágenes públicas corporativas. Aunque esto puede tener su origen en la generación de una auténtica acción positiva, puede existir el riesgo de greenwashing si las afirmaciones no están respaldadas por pruebas reales. El marketing sostenible es un concepto similar al marketing verde, pero centrado en ser sostenible tanto desde el punto de vista medioambiental como social.

## **NET ZERO**

Estado de impacto climático al que llega una entidad cuando sus emisiones se igualan con la eliminación de GEI de la atmósfera. En la práctica, pasa por minimizar la cantidad de GEI liberadas y retirar o absorber de la atmósfera los gases contaminantes que se produzcan.

## **OPTIMIZACIÓN DE LA REDUCCIÓN DE CARBONO DE LA CADENA DE SUMINISTRO PROGRAMÁTICA**

Proceso que implica la optimización de la cadena de suministro programática para reducir las emisiones de carbono.

### **REDUCCIÓN DE CARBONO**

Hace referencia a cuando una organización, país o persona reduce directamente las emisiones de gases de efecto invernadero gracias a la eficiencia. Por ejemplo, en el caso de la publicidad digital, reducir el tamaño de los archivos de los anuncios o reducir el número de ofertas fallidas en la cadena de suministro puede reducir las emisiones.

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre el medioambiente, sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales y sobre la sociedad en general.

## SCOPE 1,2 Y 3

El concepto de alcance se suele utilizar en la gestión de proyectos, se refiere a todos los procesos y recursos necesarios para completar un proyecto. Según el protocolo GHGP, la idea principal de esta categorización es «ayudar a delimitar las fuentes de emisión directas e indirectas».

Las emisiones de alcance 1 incluyen las emisiones directas de las fuentes propias o controladas por la empresa. Esto incluye la energía in situ, como el gas natural y el combustible, etc. Así como las emisiones de los vehículos de flota. Las emisiones de alcance 1 abarcan las emisiones de proceso que se liberan durante los procesos industriales y la fabricación in situ.

El alcance 2 abarca las emisiones indirectas asociadas únicamente a la generación de energía comprada o adquirida por la empresa.

El alcance 3 incluye todas las emisiones indirectas que se producen en la cadena de valor de una empresa.

## SOSTENIBILIDAD

Se trata de un término amplio que, en el contexto empresarial, se refiere a la capacidad de una industria o empresa para evitar el agotamiento de los recursos naturales o físicos, de modo que puedan estar disponibles en el futuro. La capacidad de sostenibilidad suele abordarse desde tres perspectivas o ámbitos fundamentales:: económica, medioambiental y social.