

PUBLICIDAD DIGITAL SOSTENIBLE



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.

ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA (ACV)

El ACV es una metodología que evalúa los impactos ambientales y sociales de un producto, proceso o actividad a lo largo de su ciclo de vida, desde la extracción de las materias primas hasta su disposición final. El objetivo del ACV es identificar y cuantificar estos impactos para que puedan ser comparados y gestionados de manera eficiente.

ASIGNACIÓN DE EMISIONES

Proceso de distribuir las emisiones totales de una empresa entre sus diferentes productos o servicios.

BECORP

Las corporaciones con certificación B Corps, son empresas 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 CO2 eliminadas de la atmósfera es mayor que las emisiones de CO2 liberadas a la atmósfera.

CARBONO NEUTRAL

Hace referencia a cuando la cantidad de emisiones de CO2 liberadas a la atmósfera es igual a la cantidad de emisiones de CO2 eliminadas de la atmósfera, lo que significa que el impacto sobre el medio ambiente es neutro.

CO₂e

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 CO₂. 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 CO₂. Por ejemplo, plantando árboles para absorber el carbono de la atmósfera, o suministrando cocinas energéticamente eficientes a comunidades de países en desarrollo.

CORPORATE SUSTAINABILITY DUE DILIGENCE DIRECTIVE (CSDDD)

La Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) es una propuesta legislativa de la Unión Europea que obliga a las grandes empresas a identificar, prevenir, mitigar y reportar los impactos negativos reales y potenciales, tanto ambientales como en materia de derechos humanos, a lo largo de toda su cadena de valor. La propuesta de directiva tiene como objetivo fomentar el comportamiento empresarial sostenible y responsable mediante la integración de marcos de debida diligencia en los marcos de gobernanza de las empresas.

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

DIVULGACIÓN NO FINANCIERA

En el ámbito empresarial, la divulgación no financiera se refiere a la información que las empresas publican sobre su desempeño en áreas que no están relacionadas directamente con sus resultados financieros. Esta información puede incluir aspectos como: impacto ambiental, impacto social, gobernanza corporativa, etc.

DOBLE RELEVANCIA

El concepto subyacente a la CSRD, que establece que las empresas necesitan considerar e informar tanto de sus impactos am-



bientales como de cómo los aspectos de sostenibilidad que afectan a la salud financiera de la compañía. La Comisión Europea y la EFRAG están desarrollando [guías adicionales](#) sobre la evaluación de la relevancia.

EMISIONES MARGINALES

Las emisiones marginales se refieren a las emisiones adicionales que se producen por un pequeño aumento en la demanda de electricidad en la red eléctrica en un momento dado.

EMISIONES PROMEDIO

Las emisiones promedio se refieren al nivel medio de emisiones que resultan de un nivel dado de demanda eléctrica en un momento determinado. Se calculan promediando la intensidad de GEI (Gases de Efecto Invernadero) de cada fuente de energía según su contribución a la mezcla energética de una red específica.

ESTIMACIÓN

Cálculo de las emisiones mediante la modelización de las actividades y su intensidad medioambiental utilizando datos secundarios. Las fuentes de datos secundarios pueden ser investigaciones, bases de datos o agencias gubernamentales. Los modelos pueden basarse en medias y aproximaciones del sector. Describe un proceso más probabilístico en general.

EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS (ESRS)

Las European Sustainability Reporting Standards (ESRS) son un conjunto de guías y directrices detalladas y desarrolladas por el Grupo Consultivo Europeo en materia de Información Financiera (EFRAG) para las empresas sujetas a la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD). Las ESRS buscan garantizar

una presentación de informes de sostenibilidad integral y consistente facilitando así la comparabilidad y la fiabilidad para las partes interesadas.

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.

GREEN CLAIMS DIRECTIVE (GCD)

La Green Claims Directive (GCD) es una propuesta legislativa de la Unión Europea diseñada para combatir las afirmaciones ambientales engañosas y el "greenwashing". La GCD establece criterios claros para que las empresas sustenten las afirmaciones ambientales que hacen a los consumidores. Esta directiva exige a las empresas que proporcionen información fiable, comparable y verificable sobre el impacto ambiental de sus productos y servicios.

GREENHUSHING

Práctica de las empresas por la cual evitan tratar públicamente el asunto de la sostenibilidad medioambiental para eludir el escrutinio.

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 (CO₂e) para tener en cuenta los diferentes potenciales de calentamiento global de varios gases de efecto invernadero.

MARCO GLOBAL DE EMISIONES DE MEDIOS GARM

Estándares globales y multiplataforma para la estimación de GEI en publicidad, en desarrollo por la Alianza Global para los Medios Responsables (GARM) con el apoyo de IAB Europe para los canales digitales.

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.

MÉTODO DE CONSOLIDACIÓN

Forma en que una empresa determina qué emisiones incluir en su análisis de inventario de gases de efecto invernadero (GEI). Exis-

ten tres criterios principales para definir el alcance del análisis: participación accionaria, control financiero, control operativo.

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.

OBJETIVO DE REDUCCIÓN A CORTO PLAZO

Un objetivo a corto plazo (5-10 años) fijado en el marco del SBTi que describe la senda de reducción que para alcanzar su objetivo a largo plazo. Una vez alcanzada la fecha a corto plazo, debe calcularse un nuevo objetivo a corto plazo.

OBJETIVO DE REDUCCIÓN A LARGO PLAZO

Un objetivo de reducción de emisiones a largo plazo establecido en el SBTi que refleje el nivel de reducción de emisiones de la cadena de suministro en cada sector para en línea con un aumento de 1,5 grados centígrados de la de la temperatura media mundial para 2050.

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 re-



duce 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.

