



AMBICIÓMETRO 2021

Evaluación de la ambición climática
del sector privado en México

WWF México y Carbon Trust
trabajan juntos para impulsar la
ambición climática corporativa



Este trabajo se desarrolló en conjunto con Carbon Trust y con el apoyo financiero del Reino Unido (UK) a través del ICF Technical Assistance Programme, a través del Programa Partnering for Accelerated Climate Transition (PACT). Los resultados y contenidos no reflejan las opiniones del Gobierno del Reino Unido (UK) y su embajada en México.



Autores –

WWF México

Luli Pesqueira Fernández y
Ninel Escobar Montecinos

Carbon Trust

Miguel Chavarría Jiménez,
Fernanda Cruz Pineda,
Brenda Delgado Luna,
Arturo Díaz Barroso y
Ana Lucía Padilla

Diseño editorial –

Víctor Molina Régules

Contacto –

nescobar@wwfmex.org

Contenidos

PRÓLOGO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
AMBICIÓN CLIMÁTICA CORPORATIVA	7
MUESTRA: EMPRESA ANALIZADAS	10
RESULTADOS ACCIONES INSUFICIENTES	13
15 Inventario de emisiones	
16 Metas de reducción de emisiones	
20 Metas de energía renovable y eficiencia energética	
21 Iniciativas climáticas y productos bajos en carbono	
RUTA PARA LA DESCARBONIZACIÓN	22
METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	32
32 Definición del universo y muestra de empresas	
34 Criterios para la evaluación de la ambición climática	
CONSIDERACIONES DEL ESTUDIO	39
REFERENCIAS	41

Prólogo

El cambio climático representa para las empresas tres retos fundamentales. El primer reto requiere entender y atender los riesgos que el cambio climático implica para sus negocios en el corto, mediano y largo plazo. Dichos riesgos se pueden relacionar con la escasez de agua, la pérdida de cultivos, el aumento de enfermedades, la destrucción de infraestructura productiva por desastres climáticos y, por supuesto, la afectación a poblaciones humanas que para las empresas implican consumidores, trabajadores y cadenas de suministro.

El segundo reto consiste en asumir la responsabilidad de ser parte de la solución y no del problema. A nivel global, el sector privado, principalmente empresas productoras de combustibles fósiles, están vinculadas a más del 70% de las emisiones históricas de gases de efecto invernadero. En México, el sector industrial representó el 23.4% de las emisiones nacionales y el 27% del PIB en 2019. Con estas cifras es impensable reducir significativamente el calentamiento de la atmósfera sin la participación de las empresas. ¿Cuál es el nivel de reducción al que debemos aspirar? El que permita no rebasar el umbral de los 1.5°C de calentamiento. Para muchas empresas esto representa un reto enorme de transformación que pasa por todas las áreas de un negocio e incluso puede implicar la reformulación completa de la empresa.

El tercer reto implica cumplir los dos retos anteriores en un tiempo récord. La ciencia sugiere no más de 10 años. En este sentido, el Ambiciómetro es la primera evaluación del avance de las empresas en la estimación y reporte de emisiones, así como en la adopción de metas ambiciosas de descarbonización. En su segunda edición, los resultados muestran un ligero progreso que se refleja en el aumento de empresas que reportan públicamente sus emisiones y que adoptan metas públicas de reducción, así como metas complementarias de uso de energía renovable y de eficiencia energética.

No obstante, los resultados también muestran que es urgente que más empresas tomen acción inmediata empujando la transición hacia una economía baja en emisiones y resiliente al clima. Desde WWF México y Carbon Trust asumimos el reto de apoyar a las empresas en este proceso al desarrollar distintas iniciativas y herramientas que las ayuden a conocer las mejores prácticas en el tema. En este contexto, celebramos el compromiso de 18 empresas mexicanas con la iniciativa Science-based Targets y esperamos que en los siguientes años más empresas se unan perfilándose como líderes climáticos en sus sectores.



Jorge Rickards
Director General
WWF México



Miguel Chavarría
Director General
Carbon Trust México

**“Recordemos que sólo
juntos es posible.”**

Resumen ejecutivo



Objetivo del estudio

El Ambiciómetro 2021, al igual que su primera edición (2019), presenta la evaluación de la ambición climática de 219 empresas en México, a partir de información pública.



Ambición climática

Nivel de compromiso de las empresas con la descarbonización de sus actividades comerciales o industriales y de su cadena de valor, teniendo como objetivo explícito limitar el aumento de la temperatura media global.



Dimensiones de la ambición climática

Estimación y reporte de emisiones; establecimiento de metas de reducción de emisiones; transformación de la empresa para asegurar su cumplimiento; reporte, monitoreo y comunicación sobre el progreso alcanzado; y liderazgo y posicionamiento público.



Muestra de empresas analizadas

A partir de la lista de empresas líderes registradas en la revista Expansión en 2020, las empresas enlistadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y la lista de empresas en la Bolsa Institucional de Valores (BIVA), se extrajo una muestra de 219 considerando su monto de ventas, si son públicas o privadas, el sector al que pertenecen y su nivel de impacto climático, según la clasificación propuesta por la firma S&P en el Carbon Efficient Index. (ver la lista completa en las páginas 11 y 12).

Si bien más empresas están tomando medidas para la reducción de emisiones, persiste una brecha amplia entre los esfuerzos actuales y los esfuerzos necesarios para limitar el aumento de la temperatura media global por debajo de los 2°C con respecto a niveles preindustriales, y más aún con los 1.5°C indicado por la ciencia más actualizada y la trayectoria de emisiones cero netas (*net zero*).

Principales resultados

Nivel de Ambición

Los resultados indican que solo el 3% de las empresas analizadas alcanzan la categoría más alta de ambición proactiva; 13% están en el nivel activo; 23 % en la categoría de reactivo y la gran mayoría (61%) no cumplen con los requisitos mínimos de ambición.

Reporte de emisiones

Mientras que en 2019, 54% de las empresas evaluadas publicaron su inventario de emisiones asociadas a sus operaciones y consumo eléctrico (alcance 1 y 2), en 2021 sólo se registró un 44% de empresas que lo hicieron. Esta diferencia se debe a que el tamaño de la muestra de empresas evaluadas creció en 2021. Por otra parte, el porcentaje de empresas que publican sus emisiones indirectas (alcance 3), permanece en 20%, como fue reportado en 2019.

Establecimiento de metas

En 2021, el 39% de las empresas evaluadas reportaron tener metas de reducción de emisiones de alcance 1 y 2, en comparación con el 23% en 2019. Sobre alcance 3, un 20% de la muestra actual tiene metas de reducción. Adicionalmente, otro 20% de las empresas mencionaron tener metas de eficiencia energética y un 24% en metas de compra de energía renovable. Esto último representa un aumento considerable en comparación con 2019 (13%). Casi la mitad de las empresas con metas de renovables, tienen el objetivo de cubrir el 80% o más de su consumo eléctrico total.

Metas alineadas con Science Based Targets y cero neto

De las 86 empresas (39% de la muestra) que reportaron tener metas de reducción de emisiones, 34 de ellas cuentan con la validación de la iniciativa Science Based Targets (SBT). Se encontró además que el 11% de las empresas evaluadas tienen compromisos de emisiones cero netas (*net zero*), en proceso de validación por SBT.

Transparencia y Liderazgo

Hay todavía una tendencia baja en el reporte voluntario a CDP; únicamente 38% de las empresas evaluadas responden el cuestionario de cambio climático, de las cuales el 20% no hace pública esta información. Por otra parte, solo 21 empresas participan en RE100, aunque representa un incremento importante en comparación con 2019, cuando participaban 9 empresas.

Productos categorizados bajos en carbono

Existe un bajo porcentaje de empresas con productos categorizados como bajos en carbono (23%). Generalmente se aprecian iniciativas de empresas en otras geografías, pero en México son pocos los casos.



Ambición climática corporativa

Nos encontramos en una emergencia climática en la cual ningún país está a salvo. Como lo explica el Secretario General de las Naciones Unidas Antonio Guterres, esta crisis está ocurriendo más rápido de lo esperado, sin embargo, aunque vamos perdiendo la carrera, aún estamos en tiempo de ganarla.

El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) ha sostenido desde su primer informe, publicado en 1990, que los incrementos observados en el promedio mundial de la temperatura del aire y del océano, el deshielo generalizado y el aumento del nivel del mar, son evidencias inequívocas de la existencia del calentamiento global.

La descarbonización es el proceso por el cual los países u otras entidades trabajan para lograr una economía con bajas emisiones de carbono y otros gases de efecto invernadero.

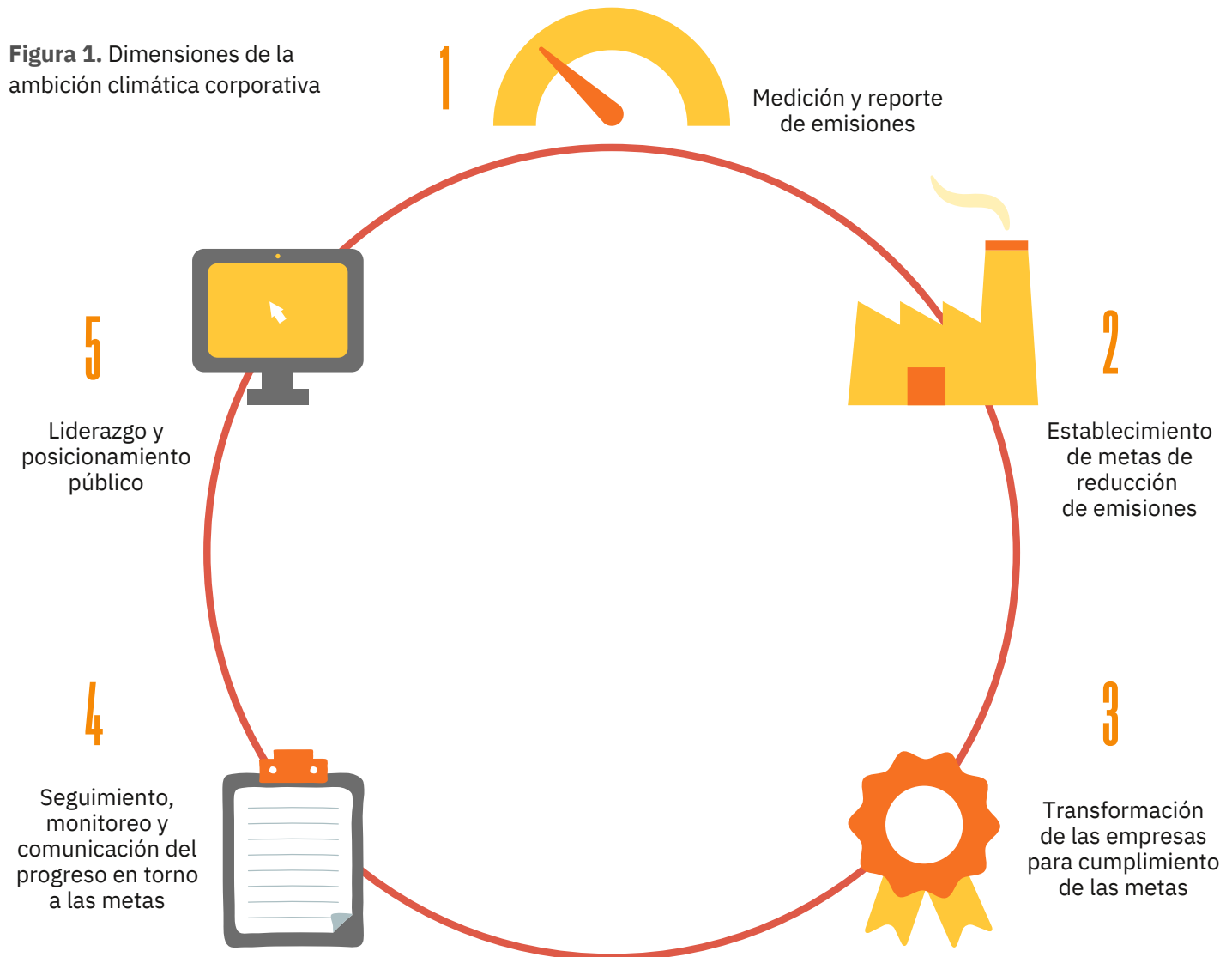
El Acuerdo de París marcó un hito en la lucha por mantener el aumento de la temperatura global muy por debajo de los 2°C, con respecto a niveles preindustriales. Este acuerdo ha detonado la movilización de recursos financieros dirigidos a generar las capacidades necesarias para mitigar los impactos climáticos actuales y futuros. No obstante, los compromisos presentados por la mayoría de los países firmantes de este acuerdo resultan insuficientes para lograr la meta deseada. En el caso específico de México las acciones generales han sido calificadas como altamente insuficientes, destacando que el país no incrementó su ambición de mitigación al 2030, contrario a los requisitos del acuerdo de París, en el que cada país debe de presentar mayor ambición en sus contribuciones nacionales determinadas sucesivas (Climate Action Tracker, 2020).

México contribuye aproximadamente con 2% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI), siendo uno de los quince principales países emisores del mundo. Al mismo tiempo, México es altamente vulnerable al cambio climático debido a múltiples factores como su ubicación geográfica, orografía y topografía, los niveles de pobreza de su población, así como la fragmentación ecológica del territorio.

El sector privado puede contribuir de manera significativa a la lucha contra el cambio climático apostando por la sostenibilidad a través de estrategias integrales de reducción de emisiones. En la mayoría de los casos, estas estrategias derivan en ganancias tangibles para las empresas en el mediano y largo plazo.

Entendemos por ambición climática al compromiso de las empresas con la descarbonización de sus actividades comerciales, industriales y de su cadena de valor, teniendo como objetivo explícito limitar el aumento de la temperatura media global muy por debajo de los 2°C con respecto a niveles preindustriales. Incluso, es deseable que la ambición de las empresas esté alineada con un escenario de aumento máximo de temperatura de 1.5°C.

En específico, la ambición climática de las empresas se caracteriza por las siguientes cinco dimensiones:



Las metas e iniciativas de reducción de emisiones que no estén alineadas a la ciencia del cambio climático y que no se reporten de manera periódica y consistente, corren el riesgo de resultar superfluas o engañosas.

El **Programa de Cambio Climático y Energía de WWF México** tiene como objetivo impulsar la descarbonización de la economía, sobre todo a partir del liderazgo y la movilización de los actores no estatales. En particular trabajamos para impulsar la acción climática a través de la reducción de emisiones de GEI en las actividades comerciales, industriales y de la cadena de valor de las empresas en el país, considerando los tres alcances:

Alcance 1: Emisiones directas de GEI provenientes de fuentes que son propiedad o están controladas por la empresa.

Alcance 2: Emisiones indirectas de GEI relacionadas con el consumo de electricidad provenientes de fuentes que no son propiedad o están controladas por la compañía.

Alcance 3: Emisiones indirectas de GEI producidas por la actividad de la empresa pero generadas por fuentes que no son propiedad de ésta.

El Ambiciómetro 2021 representa un llamado al sector privado en México para establecer metas ambiciosas que deriven en acciones prontas y de gran impacto, identificando las áreas de oportunidad más importantes, así como las mejores prácticas en diversas áreas.

Muestra: Empresas analizadas

El estudio analiza una muestra representativa de las empresas más importantes de México según su nivel de ventas, su carácter público o privado y el tamaño de la huella de carbono de su sector, de acuerdo con la clasificación propuesta en el Carbon Efficient Index de la firma S&P.

Uno de los factores que determina el nivel de emisiones de una empresa es el sector industrial al que pertenece. A continuación se presenta la clasificación utilizada para la selección de la muestra así como el listado de las empresas analizadas en esta edición:

Impacto Alto	<ul style="list-style-type: none"> • Holding • Alimentos y bebidas • Bebidas alcohólicas • Agroindustria • Dulces y confitería • Petróleo y gas • Energía • Cemento • Minería • Química y petroquímica 	<ul style="list-style-type: none"> • Siderurgia y metalurgia • Vidrio y envases • Equipo eléctrico • Construcción • Materiales y herramientas • Servicios públicos • Logística y transporte • Aerolíneas y servicios aeroportuarios • Aeroespacial
Impacto Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Armadora • Automotriz y autopartes • Infraestructura • Electrónica • Electrónica de consumo • Tecnología diversificada • Productos de consumo • Restaurantes • Hotelería y turismo 	
Impacto Bajo	<ul style="list-style-type: none"> • Inmobiliario • Servicios inmobiliarios • Entretenimiento • Comercio de medicamentos • Servicios de salud • Química farmacéutica • Seguros y fianzas • Servicios financieros • Telecomunicaciones • Medios de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio departamental • Comercio autoservicio • Comercio especializado • Computación y servicios • Comercio electrónico • Servicios educativos • Recursos humanos • Juegos y sorteos • Servicios de seguridad • Servicio al cliente • Servicios funerarios

- 1) 3M México
- 2) A.P. Moller Maersk México
- 3) Acosta Verde
- 4) Adient México
- 5) Aeropuertos y Servicios Auxiliares
- 6) Aleatica
- 7) Alfa
- 8) Allianz México
- 9) Alpek
- 10) Alsea
- 11) Alterna Asesoría Internacional
- 12) América Móvil
- 13) American Axle Manufacturing de México
- 14) AMResorts
- 15) Anheuser-Bush (INBEV SA/NV)
- 16) Arca Continental
- 17) ArcelorMittal México
- 18) Archer Daniels Midland México (ADM)
- 19) ASUR (Grupo Aeroportuario de Sureste)
- 20) AXA Seguros
- 21) Banco Actinver, Institución de Banca Múltiple
- 22) Banco Azteca
- 23) Banco Centroamericano de Integración Económica
- 24) Banco Compartamos, Institución de Banca Múltiple
- 25) Banco Invex, S.A., Institución de Banca Múltiple, Invex Grupo Financiero
- 26) Banobras
- 27) Bausch Health México
- 28) Be Grand
- 29) Bio Pappel
- 30) Boehringer Ingelheim México
- 31) BorgWarner México
- 32) Braskem Idesa SAPI
- 33) Canel's
- 34) Cemex
- 35) Chubb Seguros
- 36) Citibanco, Institución de Banca Múltiple
- 37) CICSA
- 38) Cinépolis
- 39) CMR
- 40) Coca-Cola FEMSA
- 41) Coconal
- 42) Codere México
- 43) Comisión Federal de Electricidad
- 44) Compañía Minera Autlan
- 45) Consorcio ARA
- 46) Consorcio Aristos
- 47) Consubanco, Institución de Banca Múltiple
- 49) Controladora Vuela Compañía de Aviación
- 50) Convertidora Industrial
- 51) Corporación Interamericana de Inversiones
- 52) Corporativo Fragua
- 53) Cox Energy América
- 54) DeAcero
- 55) Desarrolladora Homex
- 56) DINE
- 57) Dow Química Mexicana
- 58) Dulces de la Rosa
- 59) Edoardos Martin
- 60) El Puerto de Liverpool
- 61) Empresas
- 62) Essity México
- 63) Farmacéuticos Maypo
- 64) Farmacias del Ahorro
- 65) FEMSA
- 66) Fibra Danhos
- 67) Fibra Prologis
- 68) Fibra Uno
- 69) Flextronics Manufacturing
- 70) Fondo Especial para Financiamientos Agropecuarios
- 71) Ford de México
- 72) Fortaleza Materiales
- 73) Fovissste
- 74) GAP (Grupo Aeroportuario del Pacífico)
- 75) GCC
- 76) GE México
- 77) General Motors de México
- 78) Genomma Lab Internacional
- 79) GNP
- 80) Gruma
- 81) GRUPE
- 82) Grupo Accel
- 83) Grupo ACS México
- 84) Grupo Aeroméxico
- 85) Grupo Aldesa
- 86) Grupo Ángeles Servicios de Salud
- 87) Grupo BAL
- 88) Grupo Bimbo
- 89) Grupo Comercial Gomo
- 90) Grupo Condumex
- 91) Grupo Coppel
- 92) Grupo Elektra
- 93) Grupo Envases Universales
- 94) Grupo Financiero Banorte
- 95) Grupo Financiero BBVA Bancomer México
- 96) Grupo Financiero Citibanamex
- 97) Grupo Financiero HSBC
- 98) Grupo Financiero Inbursa
- 99) Grupo Financiero Santander
- 100) Grupo Financiero Scotiabank Inverlat
- 101) Grupo Gayosso
- 102) Grupo GIA
- 103) Grupo GICSA
- 104) Grupo GP
- 105) Grupo Hotelero Santa Fe
- 106) Grupo Kaltex
- 107) Grupo Kuo
- 108) Grupo Lala
- 109) Grupo Lamosa
- 110) Grupo México
- 111) Grupo Modelo AB-InBev

- 112) Grupo Posadas
- 113) Grupo Profuturo
- 114) Grupo Pueblo Bonito
- 115) Grupo QUMMA,
- 116) Grupo Radio Centro
- 117) Grupo Sports Word
- 118) Grupo TMM
- 119) Grupo Traxión
- 120) Grupo Vidanta
- 121) Grupo Villacero
- 122) Heineken México
- 123) Henkel Mexicana
- 124) HIMEXSA
- 125) Honda de México
- 126) Hoteles City Express
- 127) Howmet Aerospace México
- 128) Iberdrola México
- 129) IDEAL
- 130) Industria Automotriz
- 131) Industrias Bachoco
- 132) Industrias CH
- 133) Industrias Martinrea de México
- 134) Industrias Peñoles
- 135) Infonavit
- 136) INGEAL
- 137) Inmuebles Carso
- 138) Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
- 139) Interceramic
- 140) INTERprotección
- 141) Jabil Circuit de México
- 142) Javer
- 143) Johnson & Johnson México
- 144) Johnson Controls México
- 145) Kaluz
- 146) Kansas City Southern de México
- 147) Kimberly-Clark de México
- 148) La Latinoamericana Seguros
- 149) Laureate Education México
- 150) Lear Corporation México
- 151) Lenovo
- 152) LyondellBasell de México
- 153) MAC Health
- 154) Magna International México
- 155) Manpower México
- 156) MAPFRE México
- 157) Maxcom Telecomunicaciones
- 158) Mercado Libre de México
- 159) MetLife México
- 160) Mexarrend
- 161) México Proyectos y Desarrollos
- 162) Nafin
- 163) Naturgy México
- 164) Nematik
- 165) Nestlé México
- 166) Nexteer Automotive México
- 167) Nissan Mexicana
- 168) Novartis México
- 169) Office Depot de México
- 170) Organización Soriana
- 171) P&G México
- 172) Penske México
- 173) PepsiCo Alimentos México
- 174) Petróleos Mexicanos
- 175) Pfizer México
- 176) Pinfra
- 177) Planigrupo LATAM
- 178) Plastic Omnium México
- 179) Playa Hotels & Resorts México
- 180) PPG Comex
- 181) PROCORP
- 182) Pronósticos para la Asistencia Pública
- 183) Proteak Uno
- 184) Quálitas Controladora
- 185) Rassini
- 186) Regional
- 187) Robert Bosch México
- 188) Roche México
- 189) Rotoplas
- 190) RUBA Inmobiliaria
- 191) Samsung México
- 192) Sandvik Mexicana
- 193) Sanofi México
- 194) SAP México
- 195) Sare Holding
- 196) Seguros Monterrey New York Life
- 197) Sempra Energy
- 198) Servicio Panamericano de Protección
- 199) Siemens México
- 200) Sigma Alimentos
- 201) SOFOPLUS, Sociedad Financiera de Objeto Múltiple, Entidad Regulada
- 202) Softtek
- 203) Stellantis México
- 204) SuKarne
- 205) Teleperformance México
- 206) TENARIS
- 207) Tenneco México
- 208) Ternium México
- 209) The Home Depot México
- 210) TV Azteca
- 211) Unilever de México
- 212) Union Pacific de México
- 213) Urbi Desarrollos Urbanos
- 214) Valeo México
- 215) Value Grupo Financiero
- 216) Viakable
- 217) Volkswagen de México
- 218) Walmart de México
- 219) Zurich México

Resultados: Acciones insuficientes

A partir de la suma y ponderación de los criterios evaluados (ver sección de Metodología, pág. 29), obtuvimos resultados sobre el nivel de ambición de las 219 empresas analizadas, a partir de los cuales hemos realizado algunas inferencias sobre el estado actual de la ambición climática corporativa en México.

Aun siendo mayor la cantidad de empresas evaluadas este año, los resultados generales en cuanto al nivel de ambición mejoraron en comparación con la edición anterior.

Las empresas se clasificaron en cuatro niveles de ambición climática, mostrando que el 3% de las empresas están en un nivel proactivo y 13%, en el nivel activo, siendo que el año anterior estos resultados eran de 2% y 6% respectivamente. (ver Tabla 2). Desafortunadamente, la gran mayoría de las empresas en México todavía tienen una actitud reactiva (23%) o inactiva (61%) en cuanto al cambio climático.

Aquellas empresas ubicadas en el nivel proactivo se caracterizan por publicar anualmente su inventario de emisiones en los 3 alcances (por medio del reporte en CDP, por ejemplo), así como por haber fijado metas de reducción de emisiones también para los 3 alcances según la trayectoria de los 1.5°C (generalmente validados por la iniciativa SBT), y por contar con metas de energía renovable y eficiencia energética, entre otras.

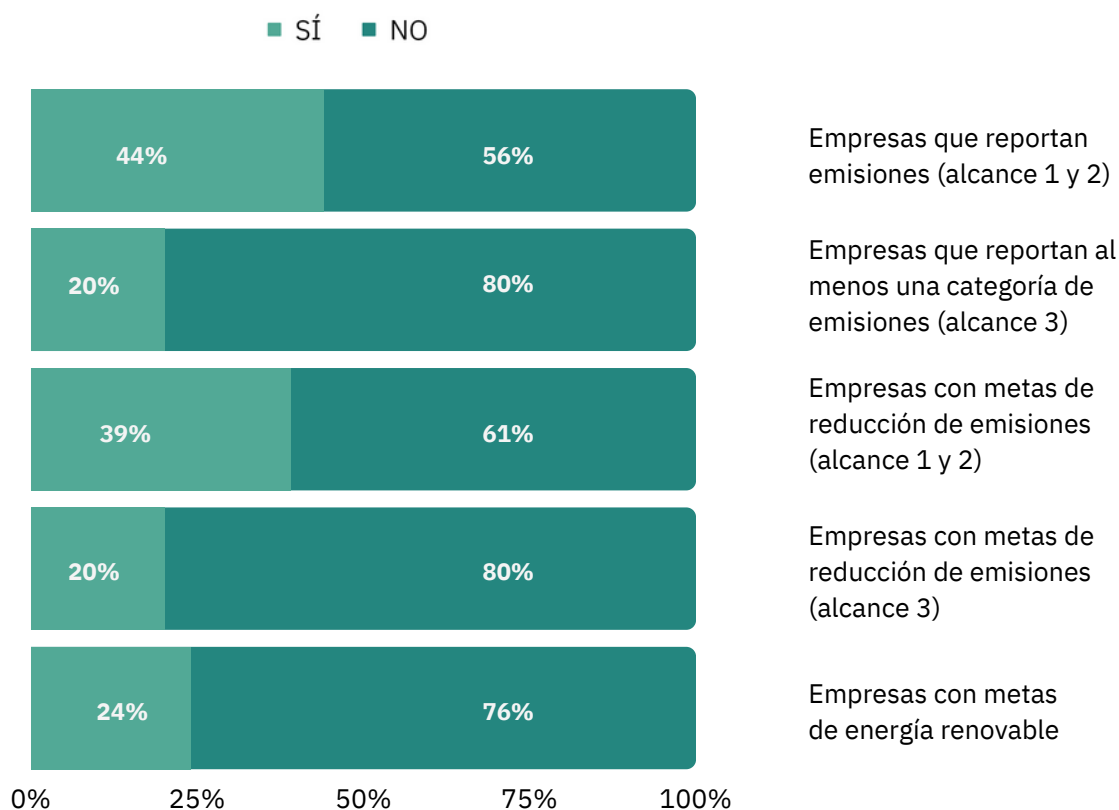


FIGURA 2. Resultados generales (N=219)

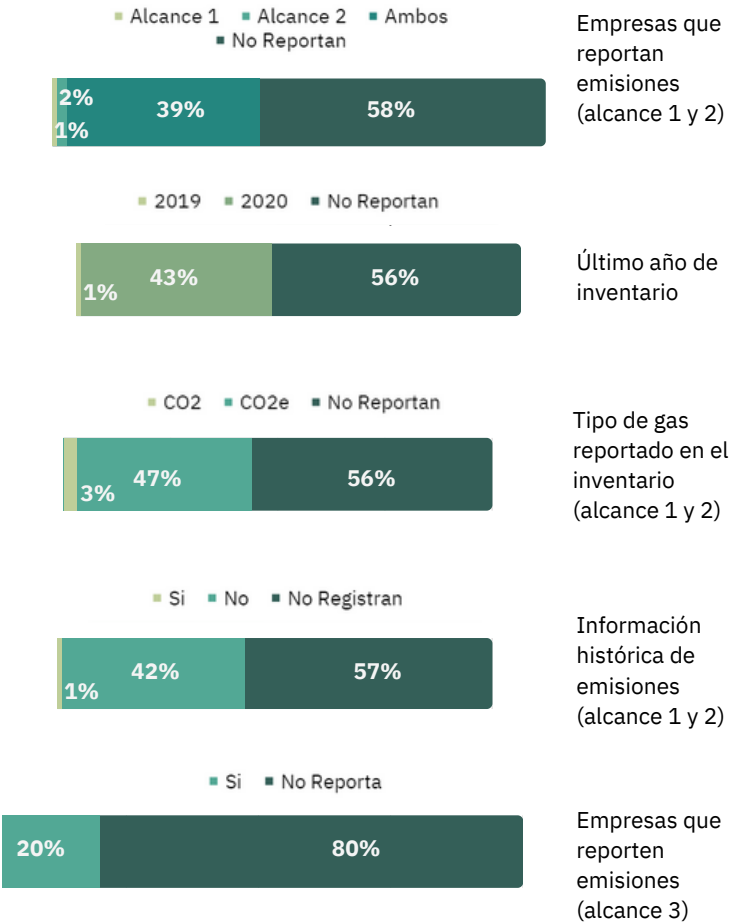
CATEGORÍA	ACCIONES CLIMÁTICAS
NIVEL <i>Inactivo</i> PUNTAJE 0 - 25 % Nº EMPRESAS 134 (61%)	<p>En esta categoría se ubican las empresas que reportan emisiones en poco nivel de detalle: 20 compañías comunican emisiones de alcances 1 y 2, mientras que 22 informan sobre emisiones como CO₂ equivalente (esto incluye otros GEI además de CO₂) y 5 empresas reportan emisiones históricas al menos durante cinco años consecutivos.</p> <p>Por otro lado, 62 empresas no presentan información de alguno de los aspectos evaluados, por lo que obtuvieron un puntaje de 0, afectando esto a su calificación final.</p>
NIVEL <i>Reactivo</i> PUNTAJE 26 - 50 % Nº EMPRESAS 51 (23%)	<p>Las empresas con acciones climáticas reactivas cumplen con los requisitos mínimos para el inventario de emisiones y reportan metas, aunque con áreas de oportunidad significativas. En específico, 18 declaran emisiones de alcance 1 y 2, 3, las mismas 18 informan sobre CO₂ equivalente y 12 han medido y comunicado sus emisiones anuales por al menos cinco años consecutivos.</p> <p>Del número total de compañías en esta categoría, sin embargo, 33 no reportan emisiones de alcance 3 y 43 tienen metas de reducción de emisiones de GEI que no están en línea con las mejores prácticas y la ciencia climática.</p>
NIVEL <i>Activo</i> PUNTAJE 51 - 75 % Nº EMPRESAS 27 (13%)	<p>En su mayoría, las empresas en esta categoría demuestran una mayor madurez en sus prácticas de estimación y reporte de emisiones de GEI, así como en el establecimiento de metas. No obstante, hay ciertas empresas que no desglosan información específica para México, pero sí tienen metas ambiciosas a nivel corporativo, lo cual las ubica en este nivel. Las empresas activas que sí presentan inventarios de emisiones para México, lo hacen de manera más detallada, pero sus metas no están alineadas con el Acuerdo de París. Además, del total de compañías en esta categoría, únicamente 21 tienen objetivos de alcance 3 y 10 de eficiencia energética.</p> <p>Asimismo, algunas empresas de esta categoría no obtuvieron puntos por la publicación de su inventario ya que no desglosan sus emisiones para México, sino que muestran información regional o global.</p>
NIVEL <i>Proactivo</i> PUNTAJE 76 - 100 % Nº EMPRESAS 7 (3%)	<p>Las empresas calificadas como proactivas están en el camino correcto hacia la ambición climática. Las 7 empresas de esta categoría tienen inventarios que cumplen con casi todos los criterios evaluados. Sus metas están alineadas con el Acuerdo de París y sus objetivos de energía renovable son ambiciosos.</p> <p>Aunque estas empresas llevan la delantera, ninguna obtuvo el 100 % de la puntuación, pues aún tienen algunas áreas de oportunidad que atender, además de demostrar progreso sobre las metas fijadas en los siguientes años.</p>

TABLA 2. Descripción detallada de los resultados por nivel de ambición

En los resultados generales destaca que el 56% de las empresas analizadas reporta emisiones asociadas a sus operaciones y consumo eléctrico (alcance 1 y 2), mientras que un 20 % de las compañías informa sobre las emisiones indirectas de su cadena de valor, viajes de negocios, distribución, transporte y uso de sus productos, entre otros aspectos (alcance 3).

En cuanto a la reducción de emisiones, el 39% de las empresas ha fijado metas para el alcance 1 y 2, y un menor porcentaje ha establecido metas de alcance 3 y eficiencia energética (20% respectivamente). Notablemente, se identificó un aumento en el porcentaje de compañías que han fijado metas de adquisición de energía renovable (24%), en comparación con 13% en la edición pasada del Ambiómetro.

1. Inventario de emisiones



El primer paso para establecer una estrategia de descarbonización consiste en medir y reportar las emisiones de GEI de una empresa. Medir su huella de carbono le da la oportunidad a las organizaciones de identificar cuáles son las actividades o procesos que generan mayores emisiones y crear un plan de sostenibilidad exitoso. Según el protocolo de GEI, los inventarios de emisiones deben ser: relevantes, consistentes, completos, precisos y transparentes.

La Figura 3 muestra que de las 219 empresas evaluadas, 96 reportan emisiones de alcances 1 y 2. En comparación con otros países, este indicador es bajo y refleja la falta de regulaciones que exijan reportar las emisiones. Estos resultados, sin embargo, no significan que las empresas no estimen su huella, puede ser que lo hagan pero no lo reporten públicamente. Hacer públicas sus emisiones mejora la transparencia hacia los grupos de interés de la compañía.

Por otro lado, el 20% de la muestra analizada, es decir 44 empresas, tiene metas de alcance 3. Es importante reconocer que este indicador mejoró respecto a 2019, lo que nos indica que cada vez más empresas están calculando, comunicando y estableciendo metas de su huella de carbono de una manera mucho más completa al considerar su cadena de valor.

FIGURA 3. Inventario de emisiones de GEI de las empresas (N=219)

Categorías de alcance 3 / Compra de bienes y servicios / Capital principal/ Consumos de energía no incluidos en Alcances 1 y 2 / Transporte y distribución aguas arriba/ Residuos generados en las operaciones / Viajes de negocio de los empleados/ Desplazamientos de los empleados/ Activos arrendados aguas arriba / Transporte y distribución aguas abajo/ Procesamiento de los productos vendidos / Uso de los productos vendidos / Tratamiento final y eliminación de los productos vendidos / Activos arrendados aguas abajo / Franquicias / Inversiones.

2. Metas de reducción de emisiones

Las metas de reducción de emisiones reflejan la ambición y disposición de las empresas a reducir su impacto climático. El 39% del total de las compañías analizadas reporta una meta de reducción de emisiones, ya sea de tipo absoluta o de intensidad, para los alcances 1 y 2. Este indicador aumentó con respecto a 2019, mostrando un pequeño avance en el entorno corporativo.



FIGURA 4. Empresas con metas de reducción de emisiones (Alcance 1 y 2) (N=219)

Cuando las empresas establecen metas de reducción de emisiones, están contribuyendo directamente al cumplimiento del Acuerdo de París. Sin embargo, son necesarios todavía compromisos más ambiciosos para lograr mantener el aumento de temperatura global cerca de los 1.5°C. Al hacer públicas sus metas, al hacer públicas sus metas, las empresas impulsan a otras entidades dentro del mismo sector a seguir sus pasos y establecer metas propias.

Del 39 % de las empresas con metas de reducción de emisiones (86), el 66% las establece de manera absoluta (56) y el 22% en términos de intensidad (19), mientras que el 12% de las empresas (10) establece ambos tipos de meta. Las metas absolutas son más transparentes que las de intensidad, ya que al analizarlas es posible ver de una manera más clara el grado de descarbonización esperado en cada empresa, además de que resulta más fácil la comparación año con año.

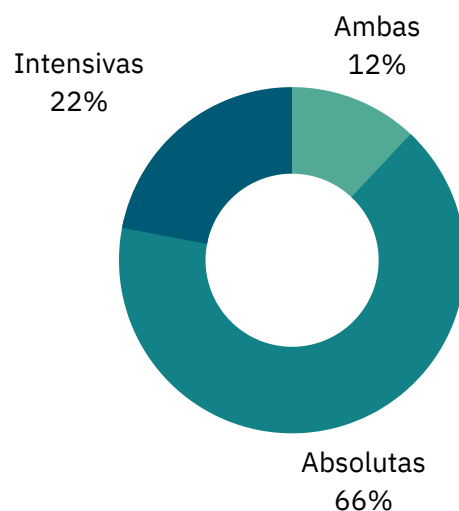
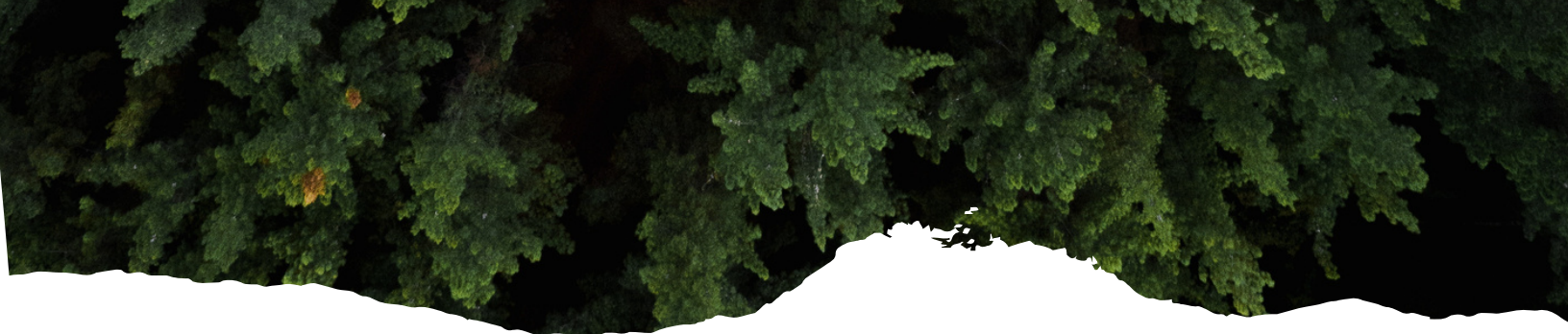


FIGURA 5. Tipo de metas de reducción de emisiones (N=86)

Adicionalmente, de las 86 empresas que publican sus metas de reducción de emisiones, 34 están validadas por la iniciativa SBT.



Hablando del grado de ambición de las empresas que tienen metas establecidas, encontramos que las metas de 37 empresas están alineadas con los objetivos del Acuerdo de París – limitar el aumento de la temperatura global muy por debajo de los 2°C, y hasta 1.5°C. Otras 8 empresas tienen metas por arriba de 2°C.

Sobre el alcance geográfico, el 83% de las empresas con metas, las establecen a corporativo, y únicamente 8% tienen objetivos específicos para México. El 9% restante tiene metas de los dos tipos.

Recientemente, múltiples empresas han hecho público su compromiso de alcanzar emisiones netas cero antes del 2050. Como es posible inferir, cumplir este tipo de metas está demandando un grado alto de compromiso y transformación por parte de las empresas.

Del total de empresas analizadas, el 11% tienen objetivos *net zero* establecidos, aunque aún deben de ser acreditados por la SBT acorde al estándar Net Zero de la iniciativa.

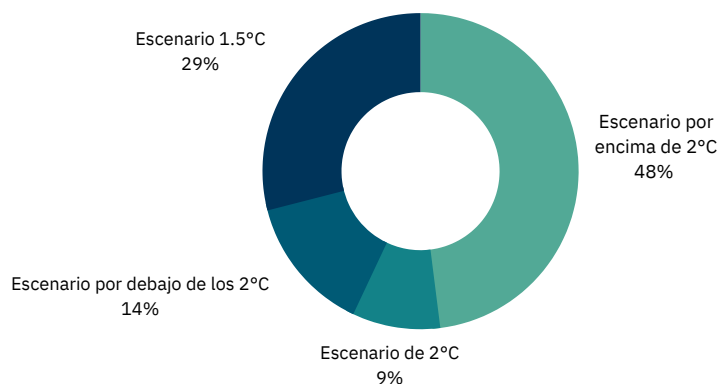


FIGURA 6. Grado de ambición de las metas corporativas de reducción de emisiones (N=86)

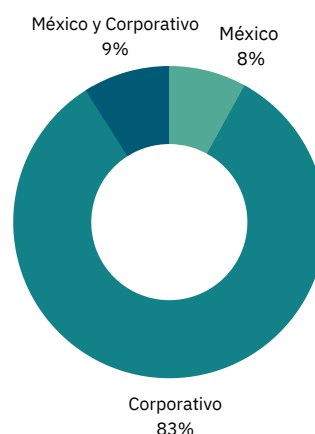


FIGURA 7. Alcance de metas (N=219)

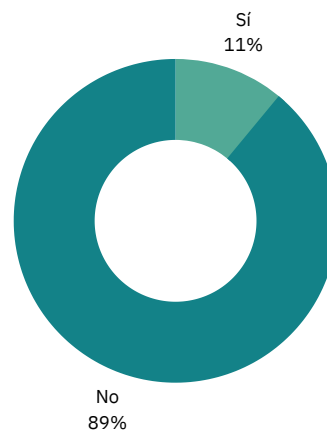


FIGURA 8. Objetivo *net zero* (N=219)

Metas absolutas y metas de intensidad

Tanto las metas absolutas como las de intensidad tienen ventajas y desventajas. Por ejemplo, las absolutas no permiten la comparación de intensidades de GEI entre pares y no necesariamente reflejan mejoras en eficiencia, como los casos en los que las reducciones reportadas se deben a disminuciones en la producción y no a mejoras en el desempeño de la empresa. Por otra parte, las metas de intensidad no conducen necesariamente a reducciones de las emisiones absolutas. Esto se debe a que el aumento en la producción puede causar un aumento en las emisiones absolutas incluso si la eficiencia mejora por unidad.

Ejemplos:

Metas absolutas: “PepsiCo se compromete reducir de manera absoluta sus emisiones de alcances 1 y 2 en 75% al 2030 en relación con 2015 como año base”.

Metas de intensidad: “FIAT se compromete en lograr una reducción del 32% de emisiones de CO2 al 2020 por vehículo producido frente a 2010 en las plantas de ensamblaje y estampado de vehículos de mercado masivo en todo el mundo”.

Fuente. Science Based Targets, Corporate Manual, 2021

Metas absolutas

Se expresan como una reducción de las emisiones totales con respecto al nivel de un año base determinado.

Metas de intensidad

Metas de reducción de emisiones divididas entre alguna unidad de actividad (ej. tonelada, kWh, metro, etc.) en comparación con un año base.

Temporalidad y alcance de las metas

Según los criterios de la iniciativa SBT, se recomienda que las metas sean fijadas para un periodo de tiempo de entre 5 y 15* años. Los resultados de la evaluación indican que de las 86 empresas con metas, el 74 % cubre este periodo de tiempo, 4% más que lo reportado en la versión anterior del Ambiciómetro (70%).

Por otro lado, la mayoría de las empresas (42 de las 86 empresas con metas) fijaron metas hacia 2030. Solo 10 empresas han fijado una meta progresiva, definiendo objetivos para diferentes años (2025, 2030, 2050, entre otros).

Los criterios de la iniciativa SBT han cambiado y actualmente el periodo para las metas es de 5 a 10 años, sin embargo, para esta edición del Ambiciómetro se considera la temporalidad de 5 a 15 años, ya que en 2020 todavía no se hacía esta modificación.

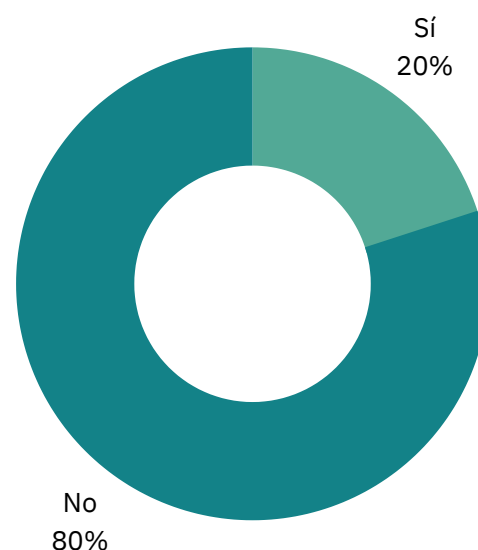


FIGURA 9. La empresa tiene metas en alcance 3

La iniciativa SBT señala la necesidad de que los objetivos de las empresas multinacionales o “holdings” cubran a todas sus subsidiarias. En el análisis realizado se encontró que el 83% de las empresas analizadas han fijado metas a nivel corporativo, 9% a nivel corporativo y a nivel México, y 8% únicamente a nivel México. Estos datos reflejan que las empresas que operan en varios países todavía tienen un largo camino por recorrer en cuanto a la publicación de información de emisiones para cada geografía.

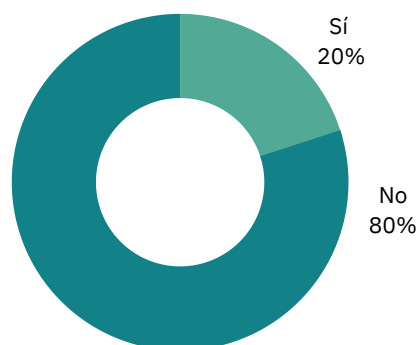
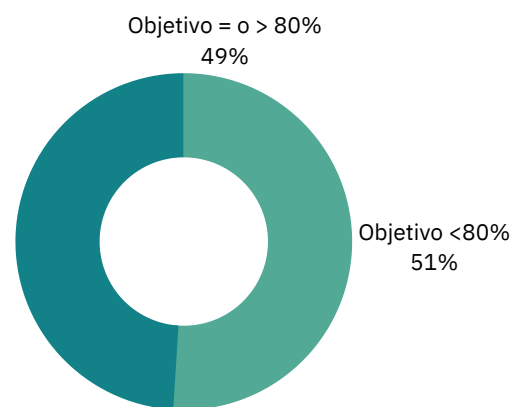
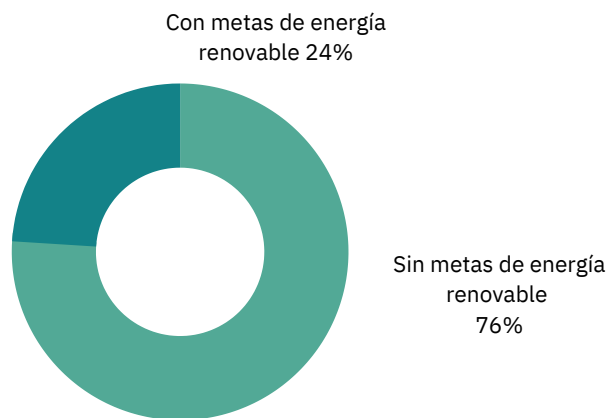
Otro indicador de la ambición de las empresas es el del establecimiento de metas de alcance 3. La iniciativa SBT requiere que las empresas conozcan sus emisiones en esta categoría y, en caso de que superen el 40% de las emisiones totales, se fijen específicamente metas de reducción de emisiones para alcance 3. Dentro de la muestra total de empresas, el 20% (44 de las 219 empresas) ha establecido metas de alcance 3. En comparación con el dato reportado en la versión pasada del reporte (seis empresas), observamos que hay mayor atención a este tema.

Para diferentes sectores como el financiero y de comercio, el alcance 3 es el más representativo en emisiones por lo que establecer este tipo de metas es importante para asegurar una mitigación significativa.

Algunas de las empresas analizadas ya son parte del programa Supply Chain de CDP, alentando a sus proveedores a reportar emisiones y a tomar acción para reducir su impacto ambiental. Esto con el fin de contribuir al cumplimiento de la meta de alcance 3 de las empresas participante en el programa.



3. Metas de energía renovable y eficiencia energética



Las acciones entorno a la eficiencia energética y la adopción de energía renovable son dos de las más efectivas para cumplir con las metas climáticas corporativas. La iniciativa SBT recomienda que, para limitar el aumento de la temperatura promedio global a 1.5°C, las metas de energía renovable deben cubrir un 80% del consumo total para el año 2025 y del 100% para 2030. Esto alineado también a la iniciativa RE100.

La evaluación muestra que el 24% de las empresas evaluadas (53 de las 219 evaluadas) cuenta con metas de energía renovable, valor que supera los resultados de la versión anterior, donde únicamente el 13% de las compañías (19 de las 151 evaluadas) contaban con metas. Además, casi la mitad de las empresas con metas de energía renovable (26 empresas) se ajustan a las recomendaciones de SBT.

Adicionalmente, se encontró que el 20% de las empresas evaluadas cuenta con metas de eficiencia energética, superando a la evaluación anterior, en la que únicamente el 5% de las empresas reportaban este tipo de metas.

Vale la pena destacar que también se encontraron empresas que no han fijado metas, pero que en sus reportes de sostenibilidad comunican sobre energía ahorrada por medidas de eficiencia, así como cantidad de energía renovable comprada o generada. En este sentido, se alienta a las empresas a establecer metas públicas alineadas a estándares internacionales como SBT y RE100 para asegurar la credibilidad de sus esfuerzos de mitigación.

FIGURA 10. Empresas con metas de energía renovable (N=219)

FIGURA 11. Ambición de las metas de energía renovable (N=53)

FIGURA 12. Empresas con metas eficiencia energética (N=219)

4. Iniciativas climáticas y productos bajos en carbono

Reportar a través de iniciativas internacionales como CDP y RE100 es una opción para transparentar los procesos, avances y nivel de ambición climática de las empresas, de manera que los socios, proveedores y clientes comprendan y participen en los esfuerzos realizados por la empresa.

A través de guías, cuestionarios y herramientas, estas iniciativas buscan asegurar que los compromisos de las empresas están alineados con la ciencia climática y el escenario de calentamiento global de 1.5°C.

Los resultados de la evaluación muestran que cada vez más empresas mexicanas responden los cuestionarios de CDP (específicamente de cambio climático) y se unen a la iniciativa RE100.

Por último, un 23% de la muestra empresarial ofrece productos categorizados como bajos en carbono. En general, esta tendencia se observa para empresas con operaciones en otros países, sin embargo, en el mercado mexicano todavía existe una oferta baja de este tipo de productos.

RE 100

Sólo 21 de las 219 empresas evaluadas forman parte de la iniciativa RE100, fijando compromisos de consumo de energía renovable ambiciosos.



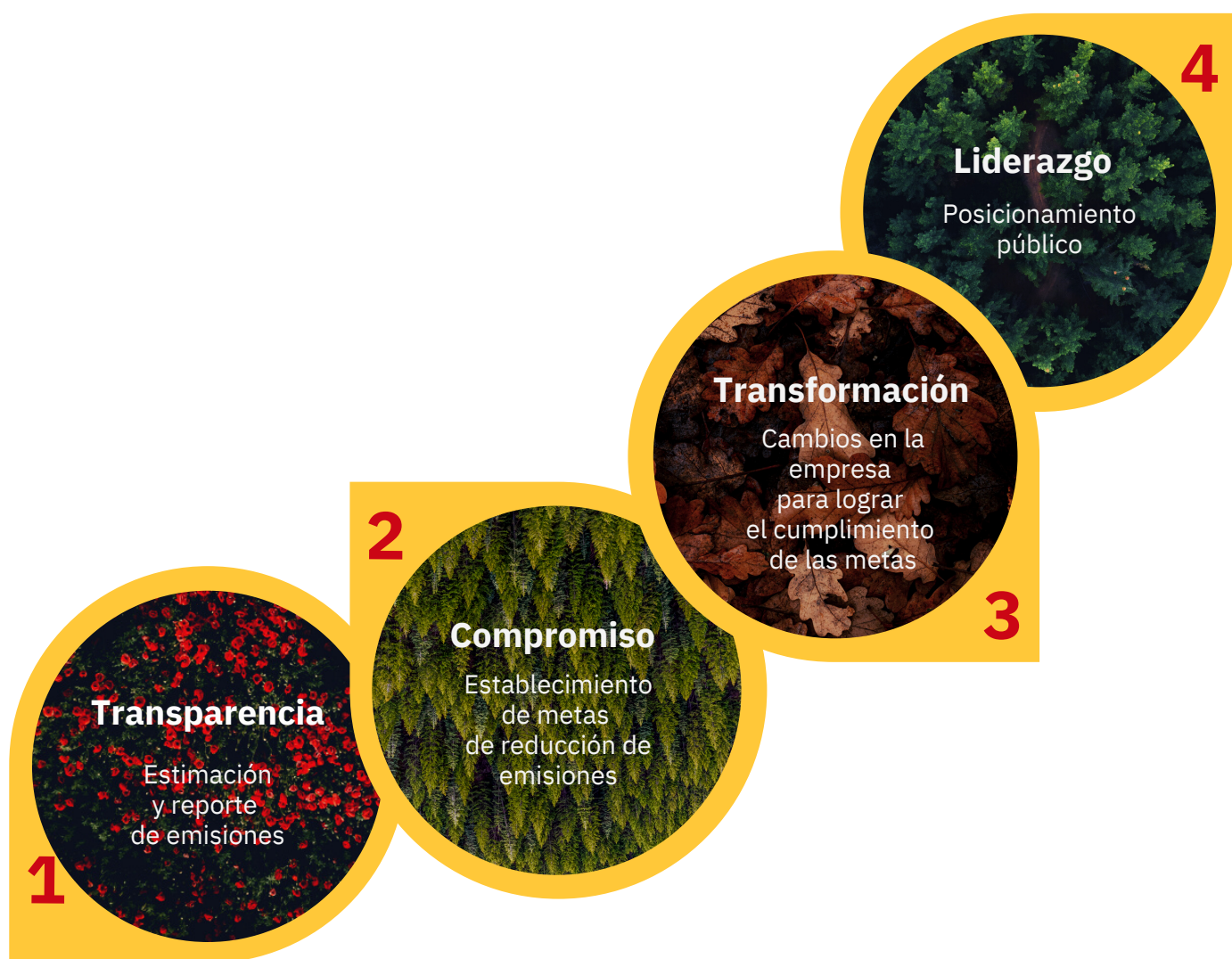
De las 219 empresas evaluadas, 83 responden al cuestionario de cambio climático de CDP. Además, 66 empresas reportan de manera pública.



De las 219 empresas evaluadas, 51 empresas cuentan con productos categorizados como bajos en carbono.

Ruta para la descarbonización

En esta sección describimos una ruta de cuatro pasos que conduce al sector privado a la descarbonización de sus operaciones y cadenas de valor a través de cuatro acciones climáticas robustas, creíbles y alineadas con la ciencia. Estos pasos son: La estimación y reporte de emisiones, el establecimiento de metas, la transformación de la empresa para cumplir las metas y el liderazgo público.



1. Estimación y reporte de emisiones

Consiste en calcular de manera detallada y robusta la huella de carbono, además de reportar el inventario de emisiones de manera pública. Para ello, las compañías deben construir un inventario de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que cumpla los siguientes criterios:

- Estimar y reportar todas las emisiones de GEI de alcances 1, 2 y 3 de manera consistente con el límite organizacional de la compañía y en línea con algún estándar de contabilización y reporte, como el Protocolo de GEI del Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD).
- Contabilizar todos los GEI generados por las actividades de la empresa, según el Protocolo de GEI: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆ y NF₃, y reportar emisiones como CO₂ equivalente.
- Evitar excluir emisiones del inventario y, si es el caso, asegurarse de que éstas no superen más del 5 % de la huella total.
- Reportar de manera transparente estimaciones, omisiones, exclusiones y suposiciones en el reporte de emisiones de GEI, que sea público y accesible para la ciudadanía.
- Ofrecer información fiable a los grupos de interés para la toma de decisiones. Para ello se recomienda reportar a través del cuestionario y plataforma de CDP para cambio climático, y hacerlo de manera pública.
- Hacer una verificación independiente del inventario para obtener un cálculo robusto y certero, así como para comunicar de manera confiable a las partes interesadas.

Cibanco: Reporta emisiones de alcance 1, 2 y 3 desde el año 2011. Además, desagregan sus emisiones en las regiones donde brindan sus servicios. La empresa tiene objetivos internos de energía renovable y actualmente obtiene 16% de fuentes renovables (eólica y solar).

Grupo Elektra: Reporta las emisiones de alcance 1, 2 y 3 (vuelos de negocio) de sus líneas de negocio: Tiendas Elektra, Italika, Banco Azteca y Grupo Elektra. La empresa tiene metas anuales de reducción y reporta avances en sus informes de sustentabilidad.

Ejemplo: Estimación y reporte de emisiones



CDP es un sistema de divulgación global de información ambiental que promueve la comunicación de información de empresas, ciudades y estados y regiones para atender los requerimientos de inversionistas y otros grupos de interés. La información se enfoca en temas de cambio climático, seguridad hídrica y deforestación. La participación en la plataforma es por iniciativa propia o por invitación de algunos clientes y, en cualquier caso, es un ejercicio voluntario. De igual forma, los participantes pueden optar por no hacer pública la información reportada.

Visita: <https://www.cdp.net/en/latin-america>



2. Establecimiento de reducción de emisiones y metas complementarias

Una vez que se cuenta con un inventario completo y transparente, el siguiente paso es establecer metas ambiciosas, lo cual incluye acciones como:

- Fijar metas de reducción de emisiones de alcance 1 y 2 en línea con la ciencia climática (muy por debajo de los 2° o 1.5°C) con base en las emisiones registradas en el inventario de la empresa y estableciendo un año particular como línea base. Considerar que a partir de julio del 2022, la iniciativa SBT solo aceptará objetivos alineados a la trayectoria de los 1.5°C.
- Establecer metas de alcance 3 que sean ambiciosas, medibles y que claramente demuestren cómo la compañía está planeando reducir sus principales emisiones en la cadena de valor, en línea con las mejores prácticas.
- Las metas deben referenciar claramente el año base, el porcentaje de reducción o KPI, los alcances incluidos y el año objetivo.
- También deben reflejar la ambición futura, por lo que la meta debe considerar un año objetivo de al menos 5 años hacia el futuro y de 10 años como máximo, en línea con los criterios de la iniciativa SBT, Esta evaluación aún considera las metas fijadas para un periodo de 5 a 15 años, pero a partir de ahora se evaluará que las metas consideren un periodo más corto.
- Es importante que los corporativos y conglomerados establezcan metas que abarquen todo el límite organizacional. Además, se recomienda establecer metas a nivel país que contribuyan a la meta del corporativo.
- Las metas pueden ser absolutas o de intensidad siempre y cuando estén en línea con los escenarios de descarbonización de 1.5°C o muy por debajo de los 2°C.
- Se recomienda fijar metas basadas en la ciencia a través de la iniciativa SBT ya que esto asegura a los grupos de interés de las compañías que las metas validadas cumplan con los estándares y criterios de rigurosidad necesarios.

Nestlé: La empresa se comprometió a reducir sus emisiones de GEI de manera absoluta estableciendo objetivos basados en la ciencia para los alcances 1,2 y 3 . En este sentido, tienen el objetivo de reducir sus emisiones en 20% al 2025, y en un 50% al 2030 considerando el 2018 como línea base. Además, Nestlé se ha comprometido con un objetivo de emisiones cero neto (*net zero*) al 2050, el cual está en proceso de validación por Science Based Targets.

Ejemplo: Establecimiento de metas



Es una iniciativa global de WWF, CDP, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y el World Resources Institute (WRI) que tiene por finalidad promover el establecimiento de metas corporativas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero basados en la ciencia para impulsar la transición hacia una economía baja en carbono. En México, los socios de la iniciativa trabajan de forma conjunta para impulsar y facilitar la adopción de metas por parte de grandes empresas, PyMES e instituciones financieras.

Visita: <https://sciencebasedtargets.org/> y <https://sbtmexico.org/>

3. Transformación de la empresa para el cumplimiento de las metas climáticas

Una vez establecidas las metas de reducción de emisiones alineadas con la ciencia, la empresa debe comenzar su camino de transformación para lograr alcanzar dichas metas.

Entre las acciones más importantes se encuentran:

- Apostar de manera decidida por la eficiencia energética.
- Escalar el consumo de energía de fuentes renovables.
- Colaborar con la cadena de suministro para reducir emisiones de GEI.
- Fomentar el uso de vehículos y/o transporte de bajas emisiones.
- Buscar soluciones innovadoras que disminuyan el uso de recursos y materia prima, y promuevan la circularidad en los diferentes modelos de negocio.
- Apostar por la investigación y desarrollo para la oferta de nuevos productos bajos en carbono.

Para saber si la empresa está en ruta para alcanzar las metas y si las opciones de mitigación elegidas están siendo efectivas, es importante dar seguimiento y monitorearlas de manera anual. Además, para continuar con la buena práctica de la transparencia, se recomienda reportar públicamente el progreso en relación con estas metas.

Bimbo ha establecido el objetivo de incorporar mil vehículos eléctricos en su flotilla corporativa por año hasta 2025.

La evolución del proyecto ha pasado de reconversiones en unidades de viejos chasis al desarrollo de vehículos nuevos que pueden soportar una tonelada de mercancías y recorrer 70 km. Después de la inversión inicial que realizó, Bimbo ya ha comenzado a percibir algunos beneficios económicos de esta iniciativa, como una disminución de hasta diez veces en el costo operativo y la exención al pago de tenencia y al programa no circula.

Coca-Cola FEMSA se comprometió a que el 85 % del total de la energía eléctrica de sus operaciones en México proviniera de fuentes renovables en 2020. Para lograr esta meta, la empresa ha cerrado al menos cuatro contratos con proveedores de energía renovable, los cuales fueron celebrados en 2012 (10 MW), 2015 (20 MW), 2016 (40 MW) y en 2018 (200 MW). Además, en 2019 contempló sumar un mayor porcentaje de energía eólica proveniente del Parque Energía Eólica del Sur, en Oaxaca, que abastecerá a 13,800 puntos de carga y, el Parque Eólico San Matías, en Baja California, que abastecerá a los puntos de carga del noreste del país. Con estas acciones, farmacias, tiendas OXXO, plantas de manufactura y centros de distribución ya operan con energía renovable.

Ejemplos: Transformación de la empresa para el cumplimiento de las metas climáticas



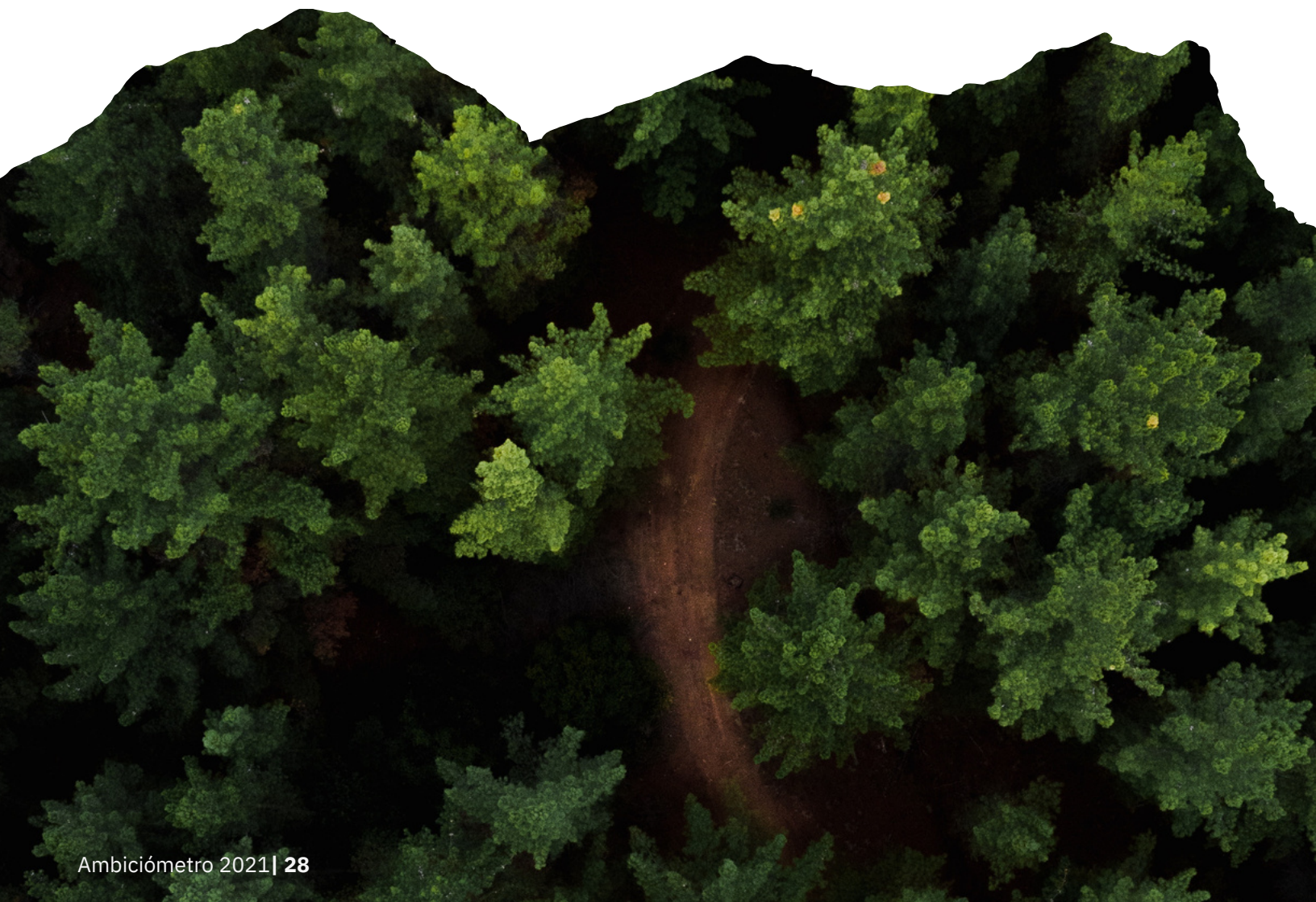
Ren mx es una iniciativa de WWF que acelera y facilita el acceso a energía renovable para usuarios industriales y comerciales, con la finalidad de asegurar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas en México, así como de aumentar la participación de las fuentes renovables en la red eléctrica del país. Ren mx proporciona a las empresas información simplificada sobre el mercado eléctrico, capacitación y análisis, conocimiento y experiencias generadas por otras empresas, y conexión entre compradores potenciales y suministradores y generadores de energía renovable.

Visita: <https://ren.mx/>

RE 100

Iniciativa global de liderazgo empresarial cuyo objetivo es acelerar el cambio hacia redes de carbono cero. Las compañías que se suman a RE100 se comprometen públicamente a consumir el 100 % de su energía eléctrica de fuentes renovables para un año determinado. Estas empresas publican información y datos de su consumo anualmente y reportan el grado de progreso en relación con sus objetivos.

Visita: <http://there100.org/>



4. Liderazgo público

El liderazgo público se refiere al papel que pueden jugar las empresas como agentes de cambio en distintos entornos y con distintos actores, como por ejemplo: clientes, proveedores, competidores e inversionistas, entre otros. Precisamos de este tipo de liderazgo en México para movilizar no solo a otras compañías, sino a todo el sistema.

Para asegurar el impacto de dichas acciones, una empresa debe:

- Asegurar la congruencia entre sus compromisos y los posicionamientos de las cámaras y asociaciones industriales a las que pertenece.
- Influir y generar un apalancamiento de acciones en su cadena de valor, con impactos visibles y cuantificables.
- Tomar un rol activo en el impulso de políticas públicas ambiciosas en materia de cambio climático.
- Adoptar una forma de trabajo colaborativa, como por ejemplo, en el impulso de proyectos transformadores con gobiernos locales y nacionales, organizaciones de la sociedad civil y comunidades, entre otros.





Las Alianzas para la Acción Climática (ACAs, por sus siglas en inglés) son una iniciativa global de WWF que busca articular y empoderar actores clave a nivel local con el objetivo de acelerar la transición a sociedades bajas en carbono y resilientes al clima. ACA México es una coalición nacional formada por gobiernos estatales y municipales, inversionistas y empresas, organizaciones de la sociedad civil, e instituciones académicas y culturales que trabajan colectivamente para avanzar en la implementación de estrategias climáticas locales y contribuir al cumplimiento de las metas de México dentro del Acuerdo de París.

Visita:

https://www.wwf.org.mx/que_hacemos/cambio_climatico_y_energia/alianzas_para_la_accion_climatica/





Metodología del estudio

Este es el segundo análisis realizado en México sobre los compromisos de reducción de emisiones de GEI de las empresas. El diseño de su metodología mantiene en términos generales las bases de la primera edición de 2019, no obstante, se añaden nuevos criterios a la evaluación considerando las tendencias actualizadas para la ambición climática del sector privado. A continuación, se describen los pasos seguidos para seleccionar la muestra de empresas y elaborar el protocolo de evaluación de la ambición climática.

1. Definición del universo y muestra de empresas

Consideramos como el punto de partida del estudio a las 500 empresas más importantes en México de acuerdo a su nivel de ventas según la revista Expansión. Dado que algunas compañías están desglosadas por marca o línea de negocio, optamos por consolidarlas en función del consorcio o holding al cual pertenecen con algunas excepciones, reduciendo así, la lista a 465 empresas.

Posteriormente, se seleccionó una muestra representativa de empresas acorde al porcentaje total de sus ventas por sector, eligiendo aquellas que representan el 80% de las ventas de mayor a menor, obteniendo un total de 169 empresas.

Por último, consideramos a las empresas enlistadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), pero que no están en la lista Expansión (37), y además agregamos a las empresas enlistadas en la Bolsa Institucional de Valores (BIVA) (13). Así obtuvimos una muestra de 219 empresas.

En un siguiente paso, ordenamos a las empresas por sector industrial, de acuerdo con el Global Industry Classification Standard (GICS). Y, posteriormente, clasificamos a las empresas según su nivel de impacto climático (alto, medio o bajo) de acuerdo con el tamaño de la huella de carbono para los alcances 1 y 2 por sector industrial, siguiendo la clasificación propuesta por la firma S&P en su Carbon Efficient Index.



Universo lista expansión	Filtro por líneas de negocio	Filtro acorde al 80% en ventas*	Empresas de la BMV no enlistadas en la lista expansión**	Empresas enlistadas en BIVA**	Total
500	465	169	37	13	219

TABLA 3. Muestra final del estudio



2. Criterios para la evaluación de la ambición climática

Con base en la definición de ambición climática, se establecieron seis categorías de evaluación que se muestran a detalle en las siguientes tablas. La suma de los valores o puntos obtenidos en cada criterio fue ponderada utilizando un porcentaje asignado a cada categoría.

La categoría de inventario de emisiones tiene un peso del 25.8 % sobre la calificación total y la de metas de reducción de emisiones de 22.6%; mientras que la de evaluación del nivel de ambición de las metas representa un 9.7%. Adicionalmente, la categoría relacionada con los objetivos de energía renovable comprende un 16.1% y la de acciones complementarias, un 12.9% (respectivamente).

La calificación total asignada a la ambición climática de cada empresa está expresada en un rango entre 0 % y 100 %, siendo este último el escenario de máxima ambición. A partir de esta información, se categorizó a cada empresa según su nivel de ambición climática – inactivo, reactivo, activo y proactivo.

La información sobre metas, textos y puntajes de cada criterio fue capturada para cada una de las 219 compañías. Esta información puede ser compartida con cada empresa, si fuera de su interés conocer su evaluación información.

Toda la información usada para esta evaluación proviene únicamente de fuentes públicas disponibles durante el periodo enero-diciembre 2020. El estudio no incluye otros datos extraoficiales o publicados después de esta fecha.

En detalle, las seis categorías de evaluación utilizadas para evaluar la ambición climática y sus criterios utilizados incluyen:



CRITERIOS	PUNTAJE	RESPUESTA
1. PUBLICACIÓN DE INVENTARIO	25.8%	
1.1. ¿La empresa reporta emisiones?	1	SI
	0	NO
1.1.1. Tipo de emisiones reportadas	2	Alcance 1 y 2
	1	Alcance 1 o 2
	0	N/A
1.1.2. Último año de inventario	Informativo	
1.1.3. ¿Reporta CO2 o CO2e?	1	Reporta CO2e
	0	Reporta CO2
1.1.4. ¿Informa sobre exclusiones en su inventario?	Informativo	
1.1.5. En caso afirmativo, ¿cuáles son?	Informativo	
1.1.6. ¿Reporta información histórica de reducción de emisiones (últimos 5 años)?	1	Sí
	0	No
1.1.7. En caso de que aplique, descripción de la información histórica	Informativo	
1.2. ¿Informa sobre emisiones de alcance 3?	1	Sí
	0	No
1.2.1. En caso informativo, ¿en qué categorías?	1	En caso de que se desglosen categorías
	0	NO desglosa
1.3 ¿El inventario de emisiones de GEI de la empresa ha sido verificado por un tercero?	1	Sí
		No
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	8	

CRITERIOS	PUNTAJE	RESPUESTA
2. METAS DE REDUCCIÓN DE GEI	22.6%	
2.1. ¿La empresa tiene metas de reducción de emisiones de alcance 1 y 2?	1	SI
	0	NO
2.1.1. En caso de que aplique, ¿cómo está expresada la meta? (copia textual de la meta)	Informativo	
2.1.2 Referencia	Informativo	
2.1.3. ¿La meta es a nivel corporativo o para México?	Informativo	
2.1.4. Tipo de meta (absoluta o de intensidad)	2	AMBAS
	1	Absolutas o de intensidad
2.1.5. ¿Están comprometidos con la iniciativa SBT?	2	Sí
	0	No
2.1.6. En caso de que aplique, año base	Informativo	
2.1.7. En caso de que aplique, año meta	Informativo	
2.1.8. Porcentaje de reducción fijado en la meta	Informativo	
2.1.9. Las metas cubren un mínimo de 5 años y un máximo de 15 años	1	Sí
	0	No
2.1.10. ¿Reporta exclusiones de GEI en su meta?	Informativo	
2.1.11. Si la empresa reporta exclusiones de GEI en su meta ¿Cuáles son?	Informativo	
2.2. ¿La empresa cuenta con un objetivo Net Zero?	1	Sí
	0	No
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	7	

CRITERIOS	PUNTAJE	RESPUESTA
3.EVALUACIÓN DEL NIVEL DE AMBICIÓN DE LAS METAS DE REDUCCIÓN DE GEI	9.7%	
3.1. Tasa anual de reducciónde emisiones (%)	Informativo	Informativo
3.1. Clasificación de la tasa de reducción de emisiones según estipulado en la ciencia climática	3	Escenario 1.5°C
	2	Escenario muy por debajo2°C
	1	Escenario de 2°C
	0	Por encima de 2°C
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	6	
4. OBJETIVOS DE ENERGÍA RENOVABLE	16.1%	
4.1. ¿La empresa tiene metas de energía renovable?	2	Sí
4.2. En caso de que aplique, ¿cómo está expresada la meta?	Informativo	
4.3. En caso de que aplique, ¿es una meta a nivel corporativo o para México?	Informativo	
4.4. En caso de que aplique, año base	Informativo	
4.5. En caso de que aplique, año meta	Informativo	
4.6. En caso de que aplique, porcentaje de energía renovable en el año meta	Informativo	
4.7. ¿La meta está en línea con la recomendación de la iniciativa SBT?	3	Sí
	0	No
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	5	

CRITERIOS	PUNTAJE	RESPUESTA
5. OTRAS METAS Y ACCIONES RELEVANTES	12.9%	
5.1.¿La empresa tiene metas alcance 3?	2	Sí
	0	No
5.1.1. En caso de que aplique, ¿cuál es el lenguaje de la meta de alcance 3?	Informativo	
5.2. ¿Tiene metas de eficiencia energética?	2	Sí
	0	No
5.2.1. En caso de que aplique, ¿cómo está expresada la meta de eficiencia energética? (copia textual de la meta)	Informativo	
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	4	
6. INICIATIVAS	12.9%	
6.1.¿La empresa está invitada a responder el cuestionario de cambio climático de CDP?	Informativo	Informativo
6.1.1. ¿La empresa responde el cuestionario de cambio climático de CDP?	Informativo	Informativo
6.1.2.¿La respuesta de CDP es pública?	1	Sí
	0	No
6.2.¿La empresa forma parte de la iniciativa RE100?	1	Sí
	0	No
6.3.¿La empresa cuenta con productos categorizados como bajos en carbono?	1	Sí
	0	No
MÁXIMO PUNTAJE CATEGORÍA	4	

Consideraciones para futuras evaluaciones de la acción climática corporativa

La evaluación del desempeño climático de las empresas se volverá más robusta y exigente a medida que la disponibilidad y calidad de la información publicada aumente y que un mayor número de compañías suscriba los lineamientos sugeridos.

En la actualidad aún existe poca información pública sobre las acciones que realiza el sector privado en materia de cambio climático. En este estudio, para los casos en los que no existía información, asumimos que la empresa no está tomando ninguna acción. Esto, sin duda, limita la posibilidad de hacer evaluaciones completas, ya que puede ser el caso que una empresa sí esté trabajando en el tema y cuente con una serie de objetivos claros y ambiciosos que no publica en sus reportes de sustentabilidad anuales o en su página de internet. En particular, encontramos el caso de las empresas que reportan emisiones a nivel corporativo, pero no específicamente para México.



Por otra parte, en esta ocasión los reportes CDP públicos formaron parte relevante de la evaluación, sobre todo cuando los informes de sostenibilidad no especifican a detalle. En el caso de las empresas que no reportan emisiones históricas (al menos considerando 5 años), sus emisiones pueden ser consultadas en los reportes de cambio climático de CDP anteriores. Sin embargo, para aquellas empresas que no reportan a CDP, consultar su información es más complejo y, en algunos casos, imposible.

Aunque el análisis aquí presentado comprende la evaluación de 219 empresas seleccionadas a partir de las 500 empresas más importantes (según la revista Expansión), la metodología que se desarrolló puede ser utilizada para evaluar a cualquier empresa de cualquier país y sector. Por ejemplo, en esta edición se incrementó la muestra de 151 a 219 empresas, y en el futuro existe la posibilidad de replicar y ampliar este estudio.

Cabe resaltar que la evaluación detectó un pequeño incremento en el nivel de ambición, sin embargo, la brecha de ambición es todavía importante.

Esto se refiere a la brecha que existe entre las acciones actuales de las empresas y las acciones que son indispensables para mantener el aumento de la temperatura en 1.5°C. Poder estimar la brecha de ambición de forma exacta, supone todavía algunos retos, entre los que nos gustaría destacar dos en particular:

- Sigue siendo importante la tarea de establecer un horizonte temporal común (por ejemplo, acorde a los criterios de la iniciativa SBT y evaluar el impacto de todas las acciones colectivas en términos de reducción efectiva de emisiones. Esta tarea resulta titánica al confirmar que sólo un puñado de empresas en México publica la evolución anual de sus emisiones, pero sería la única forma de asegurar que el sector privado en su totalidad está haciendo una contribución real y significativa a la mitigación del cambio climático.
- Fijar metas de reducción absolutas, dado que las metas de intensidad no se pueden evaluar contra una metodología que asegure la preservación del presupuesto de carbono global. Esto imposibilita evaluar si las empresas planean reducir emisiones de manera absoluta y si las metas están alineadas con la ciencia climática más actual.

El **presupuesto de carbono** es la cantidad máxima acumulada de emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) a lo largo de un periodo, para limitar el incremento de la temperatura promedio de la tierra dentro de cierto rango

Fuente. IKI Alliance México, 2019

Referencias

FUENTES CONSULTADAS

<p>CiBanco.(2020). Sustentabilidad. https://www.cibanco.com/es/cibanco/sustentabilidad</p>	<p>CDP. (2020). Climate Change 2021 Coca-Cola Femsa Sab-Ser.https://www.cdp.net/en/responses?utf8=%E2%9C%93&queries%5Bname%5D=coca-cola</p>
<p>Climate Action Tracker (2021). Mexico. https://climateactiontracker.org/countries/mexico/</p>	<p>Expansión (2020). Las 500 empresas más importantes de México en 2020. https://expansion.mx/empresas/2020/07/15/estas-son-las-500-empresas-mas-importantes-de-mexico-2020</p>
<p>FCA.(2020). 2020 Sustainability Report. https://www.stellantis.com/content/dam/stellantis-corporate/sustainability/csr-disclosure/fca/fca_2020_sustainability_report.pdf</p>	<p>Grupo Elektra.(2020). Informe de Sustentabilidad. https://www.grupoelektra.com.mx/Documents/Es/Downloads/Informe-Sustentabilidad-EKT2020_ES_web.pdf</p>
<p>Gobierno de México.(2020).Contribución Determinada a nivel Nacional,Actualización 2020. https://www4.unfccc.int/sites/ndcstaging/PublishedDocuments/Mexico%20First/NDC-Esp-30Dic.pdf</p>	<p>Greenhouse Gas Protocol.(s.f.). Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions (version 1.0). https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Scope3_Calculation_Guidance_0.pdf</p>
<p>IPCC (2018). Global Warming of 1.5°C. An IPCCSpecial Report. https://www.ipcc.ch/sr15/</p>	<p>Naciones Unidas (s.f.)La crisis climática-una carrera que podemos ganar. https://www.un.org/es/un75/climate-crisis-race-we-can-win#:~:text=El%20cambio%20clim%C3%A1tico%20es%20una,desperdici%C3%A1n%20como%20resultado%20de%20ella.</p>
<p>Nestle.(2020). Compromiso proactivo contra el cambio climático.https://www.nestle.com.mx/csv/planeta/cambio-climatico/compromisos</p>	<p>PepsiCo. (2020). 2020 Sustainability Performance Metrics.https://www.pepsico.com/docs/album/sustainability-report/2020-csr/2020-sustainability-performance-metrics-sheet.pdf</p>
<p>RE100. (s.f). Members. https://www.there100.org/re100-members</p>	<p>Sciences Based Targets Initiative. (2020). Science-Based Target Setting Manual (Version 4.1.). https://sciencebasedtargets.org/resources/legacy/2017/04/SBTi-manual.pdf</p>
<p>S&P (2020). S&P Carbon Efficient Indices: Our Approach. https://us.spindices.com/topic/carbon-efficient</p>	<p>WWF.(s.f.). Política Climática Nacional. https://www.wwf.org.mx/que_hacemos/cambio_climatico_y_energia/politica_climatica_nacional2/#:~:text=Al%20mismo%20tiempo%2C%20M%C3%A9xico%20contribuye,los%20principales%20emisores%20del%20mundo.</p>

World Wildlife Fund es la organización de conservación líder en el mundo. Mejor conocida por el logo del panda, fue creada en Suiza en 1961 y actualmente tiene presencia en más de 100 países y una estrategia ambiciosa de conservación y sostenibilidad en los siguientes ámbitos: agua, alimentos, bosques, clima y energía, océanos y vida silvestre.



Trabajando para sostener
el mundo natural, para beneficio
de las personas y la vida silvestre.

juntos es posible. [wwf.org.mx](https://www.wwf.org.mx)