

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Piensaenclima Presentación del proyecto, metodología y resultados



Subvencionado
por:



Valsaín, 2 de abril de 2009

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Contexto

Presentación del proyecto

Metodología

Resultados 08



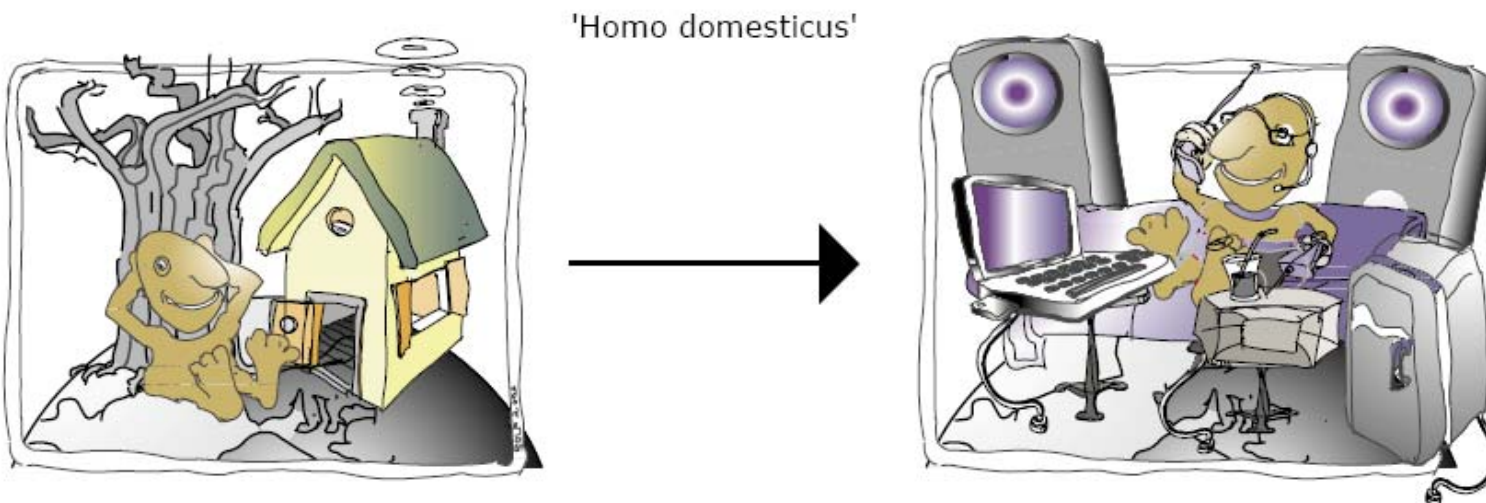
Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Las emisiones del sector doméstico

“El sector de la vivienda es uno de los de mayor consumo de energía final en la UE, con un 26,2% del consumo total de energía”. (Eurostat, 2005).

“La Comisión Europea proyecta un crecimiento en el uso de la energía en la UE de un 20% para el 2030 respecto al 2000”. (EEA 2005).



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



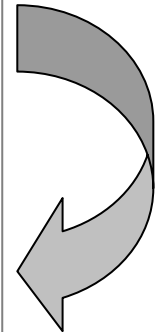
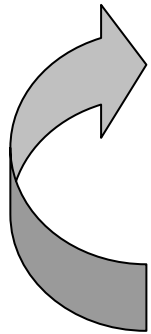
El doble rol del ciudadano como consumidor en la mitigación del cambio climático

DIRECTO

- Capacidad de consumir de una manera moderada y de escoger las alternativas más sostenibles

INDIRECTO

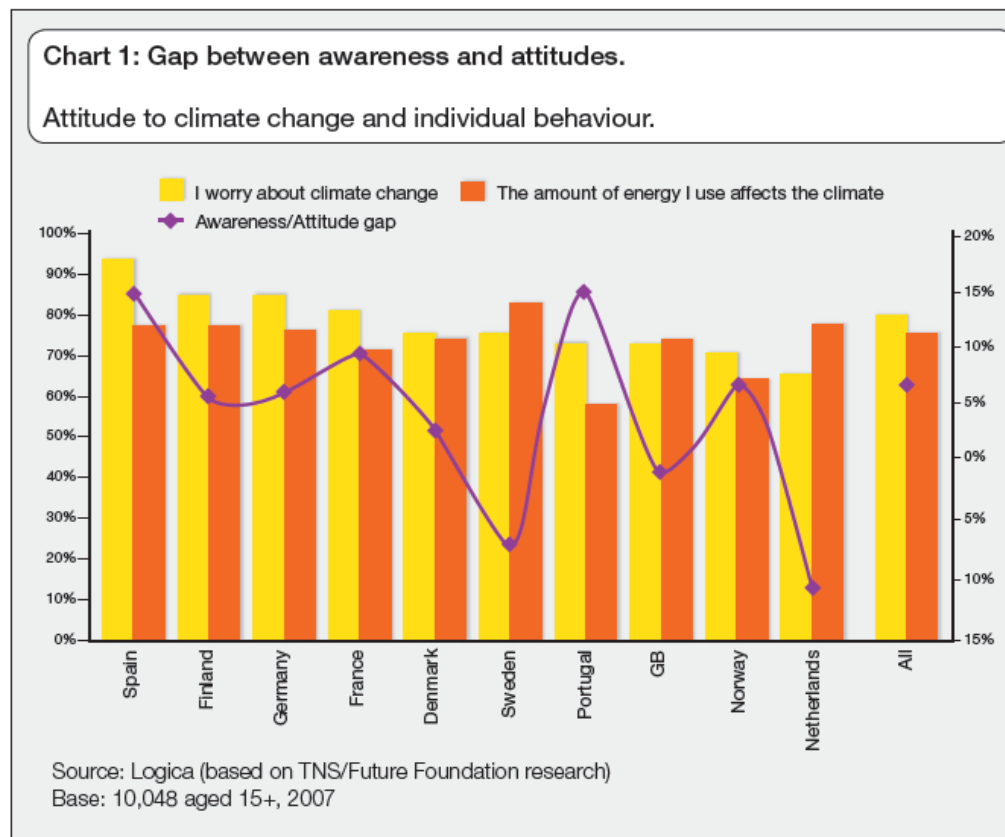
- Capacidad de orientar la actividad de las empresas: modos de producción más sostenibles, productos más sostenibles, servicios frente a productos...



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Conciencia vs. actitudes de los ciudadanos



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



El papel de la información

“Los consumidores demandan más información de las empresas sobre cómo abordan el impacto de sus productos sobre el clima. Un 60% de los encuestados desearían que las empresas ofrezcan más información sobre sus productos en el punto de venta, y un 50% escogerían empresas que estén trabajando para reducir su impacto sobre el clima”.

“Los consumidores dicen que quieren más garantías independientes de la información sobre los productos y empresas. Un 70% de los encuestados dicen que en lo relativo a cambio climático la información debe ser probada por entidades independientes, siendo las más creíbles los científicos, las ONGs y la familia y amigos”.

*What assures consumers on climate change?
(Accountability, 2007)*

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Contexto

Presentación del proyecto

Metodología

Resultados 08

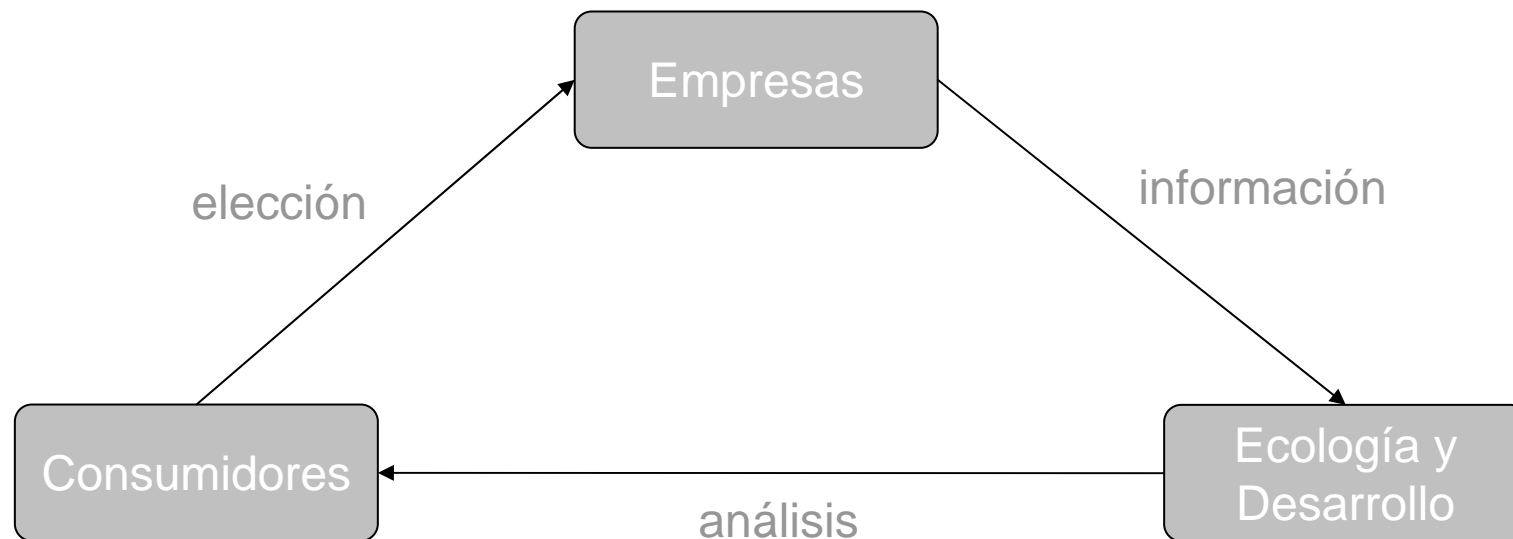


Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



¿Qué es Piensaenclima?

Piensaenclima es un intento de ofrecer a los consumidores información clara, objetiva e independiente para facilitar una elección más respetuosa con el clima



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Selección de sectores y empresas

- De consumo general
- Con repercusiones sobre el clima
- Con un consumo relativamente frecuente
- En el que el consumidor pueda elegir realmente

1. Distribución de alimentación
2. Teléfonos móviles
3. Moda y textil
4. Electrodomésticos
5. Ordenadores personales

De cada sector, las cinco mayores empresas o hasta alcanzar un 60% de la cuota de mercado

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Presentación de la información

Guía de bolsillo



Web

Descripción de la categoría.	
Carrefour	47
Eroski	34
Dia	23
Mercadona	11
Alcampo	15
El Corte Inglés	11

www.piensaenclima.org

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Antecedentes

Presentación del proyecto

Metodología

Resultados 08



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

Evaluamos 4 elementos a través de 22 indicadores de acuerdo a la información pública de las empresas

Fuentes: web corporativa, memoria anual, informe de sostenibilidad, cuestionario CDP...

Medición (6 indicadores)	22%
Reducción (12 ind.)	56%
Compromiso público (2 ind.)	10%
Transparencia e información (2 ind.)	12%

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

MEDICIÓN (22%)	
¿Ha completado un inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)?	5
¿Se ha hecho un cálculo estimado o se ha utilizado un protocolo estándar?	3
¿Se han incluido otros GEI además del CO2?	2
¿Se han tenido en cuenta las emisiones indirectas?	4
¿Se ha realizado una verificación externa de los inventarios de emisiones y de reducciones (cuando sea aplicable)?	4
¿Se ha realizado el inventario de manera continua, en un proceso regular durante varios años?	4

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

REDUCCIÓN I (56%)	
¿Se ha establecido un objetivo de reducción concreto?	4
Robustez de la línea base utilizada para los objetivos de reducción	3
Magnitud del objetivo de reducción	5
¿Se ha establecido un plan de gestión y definido la responsabilidad en la organización para el cambio climático?	4
¿Existe apoyo de la alta dirección a la acción en cambio climático?	2
¿Ha dado la empresa algún paso hacia su objetivo de reducción? (Una reducción parcial de emisiones)	8

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

REDUCCIÓN II (56%)	
¿Ha obtenido la empresa una reducción de emisiones?	10
¿Se trata de reducciones absolutas o referenciadas?	4
¿Ha verificado la empresa una reducción de emisiones hasta la fecha (anterior al actual objetivo fijado)?	5
¿Ha trabajado la empresa en la reducción de las emisiones asociadas al uso de sus productos o servicios?	4
¿Invierte la empresa en acciones de educación/sensibilización para sus empleados, sindicatos y/o clientes en acciones concretas e individuales para reducir sus emisiones GEI?	4
¿Exige acciones de cambio climático a sus proveedores o da preferencia a aquellos que tienen mejor actuación al respecto?	2

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

COMPROMISO PÚBLICO (10%)	
¿Ha expresado públicamente la empresa su compromiso de apoyo a políticas locales/nacionales que requieran acciones obligatorias en sus unidades de negocio?	10
¿Ha ejercido públicamente la empresa políticas de oposición en cambio climático a pesar de requerir acciones obligatorias por su sector/actividad? ¿Ha actuado como inhibidor público de acciones o políticas activas de lucha contra el cambio climático?	-10

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Metodología del proyecto

TRANSPARENCIA E INFORMACIÓN(12%)	
¿El informe de emisiones, riesgos y actividades para mitigar el cambio climático es de dominio público? ¿Cómo se informa? Es información que ofrece la empresa como su web corporativa e informes anuales o a través de iniciativas fidedignas como GRI o CDP?	10
¿Publica las emisiones desagregadas por países, instalaciones, centros de producción, u otro subsegmento significativo?	2

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Antecedentes

Presentación del proyecto

Metodología

Resultados 08



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Distribución de alimentación

PUNTUACIÓN

Carrefour

67



Eroski

34



Día

23



Alcampo

15



Mercadona

11



El Corte Inglés

11








Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Teléfonos móviles

PUNTUACIÓN

Motorola	66	
Samsung	51	
Nokia	49	
LG	18	
Sony Ericsson	10	



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Textil y moda

PUNTUACIÓN

Inditex	68	
C&A Modas	54	
H&M	39	
Cortefiel	18	
Punto Fa (Mango)	11	
El Corte Inglés	11	



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Electrodomésticos

PUNTUACIÓN

Sony	68	
Philips	67	
BSH Electrodomésticos	53	
Samsung	51	
Sharp Electrónica	45	
Fagor Electrodomésticos	12	



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Ordenadores (Pcs y portátiles)

PUNTUACIÓN

Toshiba

70



HP

68



Dell

63



Fujitsu Siemens

38



Acer

16



Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



Puntualizaciones

- Solamente empresas grandes (las mayores de cada sector)
 - Solamente “cambio climático”, no otros aspectos ambientales ni sociales
 - Solamente información pública

Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático



MUCHAS GRACIAS

Aurelio García
aurelio.garcia@ecodes.org

ECOLOGIA Y DESARROLLO

Plaza San Bruno, 9, oficina 1, 50001 Zaragoza
Tel.: + 34 976 29 82 82; Fax: +34 976 20 30 92

www.ecodes.org

www.piensaenclima.org

www.consumoresponsable.org

www.ceroco2.org