

# CERO CO<sub>2</sub> INICIATIVA PARA EL CUIDADO DEL CLIMA

Texto: **Ecología y Desarrollo**

Casi un siglo después de que comenzaran los primeros estudios sobre cambio climático, el acervo científico sobre este tema no ha dejado de crecer. Lejos de dogmatismos, el conocimiento sobre el cambio climático se está construyendo sobre uno de los mejores mecanismos de control existentes para asegurar que cualquier resultado contrastado científicamente es tenido en cuenta por la comunidad; el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), cuyo trabajo ha sido reconocido con el Premio Nobel de la Paz 2007.

El cambio climático representa un reto sin precedentes que requiere de toda nuestra capacidad de innovación para encontrar soluciones. Pensamos que todavía estamos a tiempo para detener el cambio climático a través de una combinación creativa de medidas políticas, fiscales, de mercado... pero necesitamos también la implicación de todos los agentes de la sociedad y, sobre todo, la capacidad de deshacernos de los rígidos esquemas mentales que nos llevan a pensar que no podemos cambiar las cosas.

El proyecto "CeroCO<sub>2</sub> Iniciativa para el cuidado del clima", promovido por Ecología y Desarrollo y Acción-tura, pretende avanzar en esta línea, buscando facilitar todas las vías que contribuyan a resolver este problema. Estamos seguros de que esta pequeña muestra de actividades se podrá completar con ejemplos innovadores emprendidos desde todos los sectores de la sociedad.

Así, por ejemplo, en el mes de diciembre, el Ministerio de Medio Ambiente calculó y compensó las emisiones de CO<sub>2</sub> del viaje de la delegación española a Bali a través de la iniciativa CeroCO<sub>2</sub>. Las 281 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente emitidas por los vuelos entre Madrid y Bali se compensaron a través de un proyecto de rehabilitación y ampliación de una minicentral hidroeléctrica en Salido Kecil, provincia de Sumatra del Oeste (Indonesia), que dota de electricidad a la población evitando la emisión de gases de efecto invernadero. Para el Ministerio de Medio Ambiente, la compensación voluntaria de emisiones del viaje de la delegación española sirve como ejemplo de buena práctica ambiental y social hacia otras administraciones, organizaciones y otros grupos de interés.





## El proyecto CeroCO2: una propuesta de acción frente al cambio climático construida desde la experiencia.

**Aurelio García.** Ecología y Desarrollo

### LA CONCIENCIA SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA NECESIDAD DE ACTUAR

El cambio climático ha llegado a lo políticamente correcto. Las numerosas evidencias de los efectos del cambio climático, y el amplio consenso científico existente han conducido a que, hasta los países más reacios a actuar, reconozcan que el cambio climático existe y es consecuencia de la actividad humana. Esta actitud no se limita a los estados, sino que ha calado en todo tipo de organizaciones: con cada vez menos excepciones, gobiernos locales, organizaciones sociales y empresas ya coinciden en señalar el cambio climático como un problema grave y real. Finalmente entre los ciudadanos también es creciente la conciencia del problema y la preocupación por solucionarlo.

Si bien en los últimos tiempos se ha avanzado de manera significativa en la concienciación de entidades e individuos, es innegable que es mucho lo que queda por hacer. La percepción que existe es la de un problema global, no tanto ligado a las actividades cotidianas. Así, esta mayor conciencia del problema no se traduce, en general en una acción para prevenir o atajar el cambio climático. Las acciones quedan para los organismos internacionales, los estados y las grandes empresas.

Para hacer frente al cambio climático, es imprescindible a día de hoy lograr la implicación de todos los agentes sociales y económicos. Y para ello creemos que es necesario:

- Una sensibilización orientada a la localización del problema del cambio climático.

Una vez aceptado el hecho del cambio climático, el reto está ahora en asumirlo como un proble-

ma cercano y en el que todos tenemos algo que aportar.

- La disposición de herramientas para afrontarlo. De nada sirve la sensibilización si los agentes no saben cómo o no tienen fácil el actuar en la prevención.
- Ejemplos sectoriales de buenas prácticas. Y no hay nada mejor para convencer de que algo es posible, que mostrando los ejemplos existentes.

Con estas premisas en mente, y antes de iniciar nuestras actividades de sensibilización en cambio climático, desde Ecología y Desarrollo decidimos asumir la responsabilidad de nuestras actividades sobre el clima. Ello nos permitiría crear un ejemplo para otras entidades, pero además nos permitiría detectar las dificultades del proceso y facilitar herramientas para superarlas.

### LA CORRESPONSABILIZACIÓN FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

En el año 2003 la Fundación Ecología y Desarrollo comenzó un proceso de "corresponsabilización" frente al cambio climático mediante el cual nos propusimos calcular y minimizar el impacto climático de las actividades de la entidad. Esta experiencia condujo, un año después, a lanzar el proyecto "CeroCO2" conjuntamente con Acciónatura. Con esta iniciativa pretendemos extender al máximo número de agentes (entidades y personas) la corresponsabilización frente al cambio climático. El proyecto CeroCO2 constituye una herramienta para facilitar la adopción del proceso por parte de cualquier agente. A continuación se describe



por pasos el proceso seguido en la Ecología y Desarrollo y la forma en que cada paso se ha incorporado en el proyecto CeroCO2.

## LA CONTABILIZACIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

Aunque el Protocolo de Kioto ha generado guías para la contabilización de emisiones, éstas están orientadas a su uso en el ámbito estatal o regional. Las variables utilizadas tienen un enfoque “macro”, y deben ser adaptadas por cada país para su utilización. A partir de esta información disponible,

y de otras fuentes más dispersas, definimos una metodología de cálculo de emisiones derivadas de nuestras actividades. La metodología incluye la identificación de las actividades que originan emisiones, y la definición y cálculo de los factores necesarios para traducir las actividades a emisiones. Estos factores fueron definidos teniendo en cuenta la información disponible en la mayoría de las organizaciones.

A partir de este trabajo previo, CeroCO2 desarrolló varias calculadoras de emisiones que traducen las principales actividades a las emisiones generadas. Las calculadoras cubren

las principales actividades domésticas, de oficina y transportes. Además presentan varias opciones para ser utilizadas según los datos de que disponga el usuario: desde la opción más exacta cuando el usuario dispone de valores concretos de sus actividades y consumos, hasta valores aproximados calculados a partir de promedios cuando no dispone de éstos.

## LA REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

Una vez conocidas las emisiones equivalentes de carbono de Ecología y Desarrollo en el año 2003, se adoptaron progresivamente medidas para reducir estas emisiones. Se incorporaron criterios de eficiencia energética en las políticas de compras y de transportes, y se instalaron sistemas de climatización de alta eficiencia en las nuevas oficinas.

En paralelo, hemos incluido en la página web del proyecto CeroCO2 una serie de fichas de reducción de emisiones que informan sobre qué medidas adoptar para reducir las emisiones generadas en actividades cotidianas en el sector doméstico y de oficinas. Además, las fichas informan sobre la cantidad de emisiones que se puede evitar con estas medidas.

## LA COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

Por último, en el año 2004 la Fundación Ecología y Desarrollo decidió compensar las emisiones que había generado comprando reducciones de emisiones verificadas procedentes de un proyecto de eficiencia energética en América Latina. En esos momentos no encontramos una oferta clara de este tipo de reducciones. La compra se hizo finalmente a través de un corredor británico especializado en el comercio de emisiones entre industrias.

En el año 2005 incorporamos a la web de CeroCO2 una plataforma de compensación de emisiones, de manera que ahora nosotros mismos identificamos proyectos de reducción de emisiones en países en vías de desarrollo y ofrecemos nuestra plataforma para que los proyectos tengan acceso a entidades o particulares que deseen compensar todas sus emisiones o una parte de ellas. ☺



*El Ministerio de Medio Ambiente calculó y compensó las emisiones de CO<sub>2</sub> del viaje de la delegación española a Bali a través de la iniciativa CeroCO2, con el proyecto de rehabilitación y ampliación de una minicentral hidroeléctrica en Salido Kecil, provincia de Sumatra del Oeste (Indonesia), que dota de electricidad a la población.*

## Los mercados de carbono y la lucha contra el cambio climático y la pobreza

**Cecilia Foronda.** Ecología y Desarrollo

El cambio climático es un problema global que afecta a todo el planeta. Sin embargo, los efectos del cambio climático tienen más impacto en los países en vías de desarrollo, con mayor vulnerabilidad y menor capacidad de adaptación. Se trata de un fenómeno tremendamente injusto con quienes han tenido poco o nada que ver con la generación del problema. Así, no cabe duda de que es responsabilidad de los países desarrollados aumentar los esfuerzos para reducir las causas que el calentamiento global del planeta al tiempo que incrementan los recursos destinados a impulsar el desarrollo económico y social y la lucha contra la pobreza.


Ecología y Desarrollo, en el marco de la iniciativa , está ejecutando el proyecto “Desarrollo Limpio” cuyo objetivo es que la lucha contra el cambio climático sea aprovechada como herramienta para mejorar las condiciones de vida en los países del Sur.

Los mercados de carbono ofrecen a las empresas la oportunidad de ampliar su compromiso con la lucha contra el cambio climático. Una empresa que ha implantado medidas para minimizar sus emisiones puede ir más allá acudiendo a los mercados de carbono para compensar sus emisiones a través de proyectos de energía renovable, mejora de la eficiencia energética o reforestación en países en vías de desarrollo. Así, los mercados de carbono permiten co-financiar aquellos proyectos de cooperación al desarrollo que contemplen acciones de mitigación del cambio climático.

Sin embargo, estos mecanismos han manifestado ciertas debilidades que impiden una mayor contribución a la mejora de la calidad de vida en los países en desarrollo. Con frecuencia, los proyectos a pequeña escala, que generalmente tienen un gran impacto social, se enfrentan a importantes dificultades para conseguir la remuneración por la reducción de carbón obtenida en los mismos, dado que es un proceso complejo y costoso.

El papel de las ONG de desarrollo (ONGD) en el aprovechamiento y correcta utilización de estos mecanismos es crucial, por un lado, para que sus proyectos en las comunidades más desfavorecidas reciban fondos adicionales de los mercados de carbono y, por otro, para que velen para que los proyectos de mitigación del cambio climático contribuyan al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras.

El proyecto “Desarrollo Limpio” pretende facilitar, a través de la celebración de talleres y difusión de publicaciones, que las ONGD puedan acercarse a los procedimientos existentes para beneficiarse de los mercados de carbono y, por otro, conocer qué estándares existen para valorar la contribución al desarrollo sostenible de los proyectos de lucha contra el cambio climático.

Los mercados de carbono son una oportunidad para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio que no se debería dejar pasar por alto. 

## Consumo responsable para frenar el cambio climático

**Aurelio García.** Ecología y Desarrollo

### EL IMPACTO DEL CONSUMO SOBRE EL CLIMA

La importancia que tiene el cambio climático como problema ambiental global es un hecho que la mayor parte de los ciudadanos ya reconoce. Y también se reconoce la necesidad de una acción urgente para mitigar sus efectos. Un reciente informe europeo sobre la actitud de los ciudadanos europeos ante la eficiencia energética y el cambio climático muestra que un 80%

de los europeos se manifiesta muy preocupado por el cambio climático, llegando este porcentaje hasta un 94% en España).

Pero por otro lado, y a pesar de las políticas de consumo sostenible que se están desarrollando desde la Cumbre de Río del 92, el impacto ambiental y climático que tiene el sector doméstico en Europa sigue creciendo. Según la Agencia Europea del Medio Ambiente , el consumo doméstico de los ciudadanos europeos representa una de las mayores presiones

<sup>1</sup> Energy efficiency and the European consumer”: <http://www.logicacmg.com/energy+efficiency+and+the+european+consumer/400008607>

<sup>2</sup> Household consumption and the environment”: [http://reports.eea.europa.eu/eea\\_report\\_2005\\_11/en](http://reports.eea.europa.eu/eea_report_2005_11/en)

ambientales no solo en Europa sino también fuera de sus fronteras y además el impacto está creciendo al menos desde 1990. Esta creciente presión se explica no solo por el crecimiento económico, sino por factores sociales y demográficos. Por citar el más relevante, la ocupación media de las viviendas en Europa está disminuyendo, lo que significa cada vez más viviendas y electrodomésticos para el mismo número de personas. Por otra parte, aunque la eficiencia energética de los electrodomésticos cada vez es mayor, el consumo energético de las viviendas no disminuye. La razón es que ha aumentado mucho el número de electrodomésticos y aparatos que usamos habitualmente, y además su vida media es muy corta debido a los rápidos cambios de moda y tecnológicos.

## EL PAPEL DE LOS CONSUMIDORES EN LA MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Según trabajos de la propia EEA o de la OCDE, las políticas más efectivas para reducir el impacto ambiental del sector doméstico consisten en una combinación de medidas legales, de mercado, informativas y educativas. Y en este marco, el papel del ciudadano como consumidor es fundamental por varias razones.

En primer lugar porque, a la hora de comprar un producto o servicio, tiene en su mano la capacidad de escoger la opción más respetuosa con el clima de entre todas las alternativas. Si además tenemos en cuenta que muchos productos generan un mayor impacto durante su uso que durante la fabricación se revela que los hábitos de uso de los consumidores son también clave en la prevención del cambio climático.

Pero sobre todo, los consumidores representan una palanca clave

para modificar la actuación de las empresas. Frente a medidas legislativas y a la presión de las organizaciones sociales, la demanda de los consumidores se ha mostrado como uno de los mecanismos más rápidos para hacer cambiar a las empresas y al diseño de sus productos y servicios. Efectivamente, si el consumidor discrimina a la hora de hacer sus compras, favoreciendo a las empresas que más responsabilidad muestran hacia el cambio climático, el mercado está mandando una señal que puede tener un efecto mucho más rápido y más profundo que muchas medidas legislativas.

## HERRAMIENTAS PARA UN CONSUMO RESPONSABLE CON EL CLIMA

Una de las principales dificultades que expresan los consumidores para actuar responsablemente en su consumo es la falta de información. De hecho una gran parte de consumidores ya está concienciado frente al cambio climático y le gustaría poder obrar en consecuencia, pero en muchas ocasiones no sabe cómo. Y por otra parte, algunas empresas están actuando proactivamente e incorporando criterios de protección del clima en sus actividades, pero no siempre son reconocidas y recompensadas por ello.


Tanto los consumidores concienciados, como las empresas más responsables se verían beneficiados por la existencia de herramientas rigurosas y con credibilidad que informen sobre la responsabilidad climática de las empresas y sobre la "mochila de carbono" de los productos. La información sobre el impacto climático de cada producto puede ser recogida en forma de un "etiquetado climático", análogo al etiquetado energético, que tendría un gran potencial para mover el

mercado hacia un comportamiento más respetuoso con el clima.

Pero la capacidad de los consumidores para contribuir a la mitigación del cambio climático va mucho más allá de la elección de los productos a la hora de la compra. Los consumidores compran cada vez más productos que para funcionar requieren energía y que generan emisiones de gases de efecto invernadero (electrodomésticos, aparatos informáticos, electrónica de ocio...). Además, los rápidos cambios en la moda, la poca duración de los productos y el elevado coste relativo de las reparaciones conducen a que estos aparatos se renueven en un plazo cada vez menor, con el consiguiente aumento en las emisiones debidas a la fabricación, la distribución y eliminación de los productos.

En la actual sociedad de la información, en la que la nueva economía se basa más en la prestación de servicios basados en el conocimiento y menos en la manufactura de productos, deben promoverse medidas que hagan económicamente rentable el mantenimiento, reparación y actualización de los productos antes que la sustitución de los mismos.

Y en la misma línea, en muchas ocasiones los consumidores pueden satisfacer una necesidad o un deseo a través la contratación de un servicio y no necesariamente de la compra de un producto. Es decir, se puede sustituir la adquisición de productos por la contratación del servicio equivalente. Ejemplos son el coche de propiedad compartida (car-sharing) frente a la compra de un automóvil, el servicio de lavandería frente a la compra de lavadoras y secadoras, etc.

Todas estas son actuaciones que pretenden facilitar que los consumidores puedan satisfacer los mismos servicios utilizando menos productos y productos más limpios y, por tanto, generando menos emisiones de gases de efecto invernadero. 

<sup>3</sup> Towards sustainable household consumption? Trends and policies in OECD countries": <http://www.oecd.org/dataoecd/29/43/2089523.pdf>

<sup>4</sup> What assures consumers on climate change?": <http://www.accountability21.net/publications.aspx?id=1090&terms=climate>