



Recomendaciones para reducir la huella de carbono en distintos ámbitos del consumo masivo



Con el apoyo del Ministerio de Consumo.
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.

Recomendaciones para reducir la huella de carbono en distintos ámbitos del consumo

Estudio coordinado por el departamento técnico de ADICAE con redacción de Alfonso Lacuesta

1. ¿Qué significa eso de la huella de carbono y qué impacto tiene?
2. ¿Cómo influye nuestros hábitos de consumo en la huella de carbono?
3. ¿Qué hacen las empresas para disminuir su huella de carbono? El marketing ambiental
4. ¿Qué herramientas tenemos los consumidores para disminuir la huella de carbono?
5. Conclusiones

Huella de carbono y hábitos de consumo sostenible: breve guía

Para consumidores activos, críticos, sostenibles y solidarios

Objeto del estudio

Recomendaciones para reducir la huella de carbono en distintos ámbitos del consumo intentando que los consumidores conozcan el impacto, se fomenten alternativas sostenibles, se exija información veraz para tomar decisiones facultadas, se reclame a las autoridades, y se evidencie con ejemplos aquellos sectores que incumplen. Éste es el propósito inicial de esta breve guía en la que se explica el origen y las consecuencias de la huella de carbono

El cambio climático está aquí y ha venido para quedarse, tenemos que empezar a ser conscientes de estos cambios y que como ciudadanos y consumidores tenemos un papel activo en conseguir que las consecuencias no sean mayores y limitar

en lo posible los impactos que ya estamos sintiendo en nuestro planeta y en nosotros mismos.

Para ello, se parte de la base de estas dos preguntas de inicio:

¿ES REALMENTE POSIBLE DISMINUIR LA HUELLA DE CARBONO EN NUESTRAS RELACIONES DE CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS?

¿UN CONSUMIDOR NORMAL ES CAPAZ DE CONOCER Y PODER TENER EN CUENTA TODOS LOS PROCESOS QUE INFLUYEN EN LA HUELLA DE CARBONO EN NUESTRAS RELACIONES DE CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS? ¿QUÉ PODEMOS Y QUÉ DEBEMOS HACER?



¿Qué significa eso de la huella de carbono y qué impacto tiene?

La atmósfera terrestre está constituida por una serie de gases que tienen varias misiones, entre otras, protegernos de las radiaciones exteriores y hacer que las condiciones sean las adecuadas para albergar la vida, como la regulación de la temperatura (efecto invernadero). Estos gases que regulan la temperatura son conocidos como gases de efecto invernadero o GEI (Dióxido de carbono CO₂; Metano CH₄; Óxido nitroso N₂O; Compuestos halogenados; Ozono troposférico; Vapor de agua...).

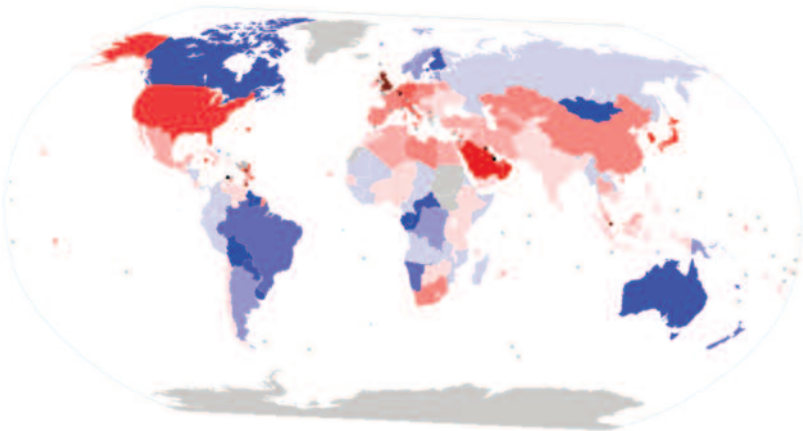
Estos gases se producen y se regulan en la naturaleza, pero las actividades humanas han hecho que este delicado equilibrio se rompa y que se genere mayor cantidad de estos gases. A consecuencia de ello, una mayor cantidad de GEI provoca un aumento de la captura de radiación solar y un aumento de la temperatura, esto es lo que se conoce como Cambio Climático.

Lamentablemente hemos llegado a un punto en el que no es posible revertir estos efectos y la mitigación de Gases Efecto Invernadero GEI y la adaptación al cambio climático son las únicas soluciones con las que contamos.

Ante este problema nos hemos visto en la obligación de poder cuantificar la cantidad de estos GEI que estamos lanzando a la atmósfera con el fin de poder tomar acciones concretas para su reducción o compensación. Para ello se van llevando a cabo distintas negociaciones a nivel mundial.

Según el MITECO, se entiende como huella de carbono "la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos por efecto directo o indirecto por un individuo, organización, evento o producto".

- Huella de carbono de un individuo, una organización o un evento. Mide la to-





talidad de GEI emitidos por efecto directo o indirecto provenientes del desarrollo de la actividad de dicho individuo, organización o por la realización de dicho evento.

- **Huella de carbono de producto.** Mide los GEI emitidos durante todo el ciclo de vida de un producto: desde la extracción de las materias primas, pasando por el procesado y fabricación y distribución, hasta la etapa de uso y final de la vida útil (depósito, reutilización o reciclado).

Esta medida de la huella de carbono se expresa en dióxido de carbono equivalente que es una medida universal utilizada para indicar en términos de CO₂, el equivalente de cada uno de los gases de efecto invernadero con respecto a su potencial

de calentamiento global. Se trata de un indicador ambiental y su unidad serían las toneladas de CO₂ emitidas.

Por tanto, nuestra huella de carbono como individuos (consumidores) estará definida no sólo por los productos que adquiramos sino por nuestros comportamientos y hábitos de vida en diversos ámbitos: Alimentación, Transporte, Energía, Vivienda, Vestimenta, Telecomunicaciones, Compras...

En esta infografía podemos ver los principales efectos del cambio climático, relacionados con nuestra huella de carbono. Estos efectos van y están repercutiendo socioeconómicamente de una manera muy directa.

¿Cómo influyen nuestros hábitos de consumo en la huella de carbono?

Ya hemos visto que toda actividad humana influye en nuestras emisiones de GEI a la atmósfera y nosotros como individuos y a través de nuestras acciones y compras como consumidores estamos participando de esas emisiones.

Según señalan los expertos de Naciones Unidas, alrededor de dos tercios de las emisiones globales están vinculadas a los hogares particulares.

La ONG ambiental The Nature Conservancy estima que cada habitante del planeta genera una media de casi cuatro toneladas anuales de CO₂, mientras que en países como Estados Unidos esta cantidad se cuadruplica por persona y año.

Desde The Nature Conservancy señalan que la huella de carbono personal debe reducirse a menos de dos toneladas anuales para 2050. Los expertos sostienen que esta es la mejor forma de evitar que la temperatura siga subiendo y alcance el temido umbral de los 2 °C, lo que agravaría el cambio climático y lo convertiría en un problema irreversible.

Muy importante indicar en este aspecto el concepto de corresponsabilidad que sería una responsabilidad compartida de obligaciones y compromisos entre todos los actores consumidores, empresas, organizaciones, corporaciones, gobiernos. Pero esta corresponsabilidad tiene que ser también justa y equitativa en relación





con quiénes generan mayor problema en esta situación.

A nivel individual, como destaca la ONU, está claro que el segmento de la población con más ingresos tiene la mayor responsabilidad: las emisiones del 1% más rico de la población mundial representan más del doble que las del 50% más pobre. Este grupo deberá reducir su huella 30 veces para mantenerse en línea con los objetivos del Acuerdo de París.

Nuestro consumo y nuestros hábitos de vida SIEMPRE generarán un impacto en el medio ambiente, es nuestra misión que éste sea lo mínimo y necesario para que lleven una vida digna todos los habitantes del planeta y las generaciones futuras que vengan. La huella de carbono nos indicará nuestra participación en el calentamiento global.

Cuando vamos caminando por una playa nuestros pasos van dejando una huella, del mismo modo nuestro consumo y el tipo de hábitos de cada persona dejará una impronta medible por su huella de

carbono. Tal como ya hemos indicado anteriormente, nuestra alimentación, las compras que realizamos, el medio de transporte que elegimos para desplazarnos, nuestro consumo de energía; todo influye en que la huella que dejamos a nuestro paso sea mayor o menor.

Conociendo nuestra huella de carbono de las actividades y productos que adquirimos, será el primer paso para conseguir reducirla de una forma personal y activa.

Para su determinación es necesario conocer los hábitos de consumo de una persona y en base al resultado modificar las principales fuentes de emisión sin alterar el desarrollo de su diario vivir.

El 1% más rico genera el doble de emisiones que el 50% más pobre

¿Qué hacen las empresas para disminuir su huella de carbono? Marketing ambiental

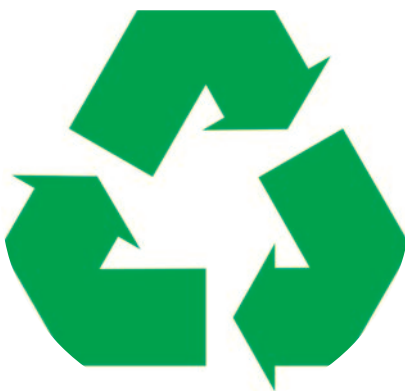
Calcular la huella de carbono de los productos ha sido durante mucho tiempo, y aún sigue siendo, difícil y costoso en tiempo y dinero. Esto es un obstáculo importante para las empresas, en especial las pequeñas y medianas, que podrían utilizarlo como una ventaja competitiva.

Actualmente van surgiendo iniciativas para amortiguar estas desventajas como por ejemplo la herramienta, Calculadora 2030, realizada por la empresa sueca de alta tecnología, Doconomy AB, una herramienta digital que simplifica radicalmente el proceso de cálculo de la huella de carbono de un producto (para más información consultar: Noticias ONU Cambio Climático, 14 de julio de 2020, <https://unfccc.int/es/news/nueva-calculadora-de-la-huella-de-carbono-para-apoyar-la-accion-climatica>).

Es importantísimo que las empresas incorporen el cambio climático en la cultura empresarial integrándolo como pilar clave en la estrategia de la compañía.

En este sentido también las administraciones públicas están poniendo a disposi-

ción del tejido empresarial distintas herramientas para poder llevar a cabo estos cálculos, aunque sin una concienciación por medio de la información y la formación muchas veces se queda en papel mojado estas iniciativas. Un ejemplo de estas herramientas lo podemos encontrar en la web del MITECO.



En especial por los altos costes de una producción de altas emisiones de CO₂, las cada vez más exigencias regulatorias y la incipiente presión de los consumidores en este sentido está haciendo que el número de empresas esté creciendo aunque... no es oro todo lo que reluce.

Según podemos ver actualmente en los anuncios, las corporaciones y grandes empresas, son todas ahora las más ecológicas y verdes. Debemos estar muy atentos e informados de las prácticas de Greenwashing que muchas de ellas practican. Puedes ver algunas de estas prácticas en el siguiente enlace <https://2020rebelionporelclima.net/las-empresas-mas-responsables-paris5/> y en el informe «Haciendo Trampas al Clima. Resistencias y malas prácticas del sector empresarial ante el reto de la descarbonización» de Greenpeace.



Herramientas de los consumidores para reducir la huella de carbono

Como hemos indicado anteriormente lo principal es conocer herramientas para poder calcular o tener la información que nos indique la huella de carbono que generamos o que poseen los productos/servicios que consumimos. Con nuestras decisiones y cambios de hábito conseguiremos reducir las emisiones de GEI que emitimos.

Pero no sólo debemos quedarnos en esta parte activa de información, formación y puesta en práctica, sino que debemos ser altavoces para otras personas, ser semillas de un movimiento social. Debemos involucrarnos en acciones colectivas, sumarnos a organizaciones, asociaciones de consumidores como ADICAE y hacer una labor reivindicativa para que las administraciones y los gobiernos legislen y apliquen leyes que protejan nuestros intereses, los intereses de TODOS.

Calculadoras de huella de carbono

- Carbon footprint calculator. Desarrollada por The Nature Conservancy, una organización benéfica sin fines de lucro.
- Mastercard Carbon Calculator. Mastercard ha puesto a disposición de las entidades bancarias esta herramienta de cálculo para que el consumidor pueda conocer sus emisiones por las compras que ha realizado con el fin de que pueda disminuir su huella. Además, puede participar en acciones para la compensación de su huella de carbono como por ej. con la replantación de árboles.

- Calculadora HC de la Cátedra de Ética Ambiental de la Universidad de Alcalá. <https://www.huellaco2.org/tuhuella.php>

- Calculadora de «Estrategia aragonesa de cambio climático y energías limpias». <http://calcarbono.servicios4.aragon.es/>

A la vista de los resultados que obtengamos con estas calculadoras podremos tomar medidas para la reducción de nuestra huella de carbono aunque hay muchas acciones de sentido común que podemos ir llevando a cabo. Podríamos enumerar:

Energía

- Ahorrar energía y utilizar fuentes de energía más limpias incluso la autogeneración.

- mejorar la eficiencia energética de las viviendas. Buscar nuevos tipos de vivienda

con otros estándares de construcción como por ej, passive house. Emplear la domótica para regular temperaturas, horarios, etc.

En caso de hogares con bajos recursos aprovechar los consejos de ahorro de energía de bajo costo, como ajustar los termostatos y apagar las luces cuando el espacio no está ocupado, desconectar los dispositivos electrónicos cuando no están en uso, usar bombillas LED, ajustar la ventana cortinas para reducir los requisitos de calefacción y refrigeración, si se puede colocación de toldos, instalar termostatos programables y regletas que se puedan desconectar para evitar los aparatos en standby.

- Buscar la etiqueta de certificación ENERGY STAR en productos de bajo consumo energético (electrodomésticos, equipos de iluminación, calefacción y refrigeración, electrónicos y equipos de oficina).



Transporte

- Uso de la bicicleta, caminar, uso de transporte público y automóviles compartidos y verdes como medio de transporte.
- Reducir el número de viajes, hacer una conducción más eficiente...
- sustituir los vuelos domésticos de corta distancia por viajes en tren

Compras

- Reducir, reutilizar y reciclar.
- Pensar ecológicamente antes de comprar. Consumidor climariano: personas que "intentan calcular su huella de carbono y tratan de minimizarla cambiando los hábitos de su vida cotidiana".

- Comprar lo necesario, artículos reciclados, usados. Donar lo que ya no utilicemos

- Reducir el desperdicio de alimentos: reutilizar la comida sobrante preparando otros platos, compostar, donar los alimentos

- En alimentación, comprar productos locales, de temporada. Dietas altas en vegetales y frutas y bajas en consumo de proteína animal.

Agua

:

- Usar el agua de manera eficiente en casa. Cerrar los grifos, poner la lavadora de ropa con una carga completa con agua fría y usar el lavavajillas en lugar de lavar los platos a mano para ahorrar energía y agua.

- Mirar la etiqueta WaterSense en lavavajillas y lavadoras.



- Detectar y reparar si hay fugas de agua
- Instalar cabezales de ducha de bajo flujo y tomar duchas más cortas. Instalar dispositivos de ahorro en grifos de cocina y baño.

Y a nivel general...

- consumir productos o servicios de empresas que son transparentes en cuanto las políticas ambientales que estén si-

guiendo.

- Leer el etiquetado de los productos
- Educar a niños y jóvenes
- Fomentar la gestión ambiental en otros entornos como el colegio de nuestros hijos, nuestro centro de trabajo, etc
- Participar en proyectos ciudadanos sobre le cambio climático.
- Compartir los conocimientos que se tengan con otras personas u organizaciones.

Conclusiones: Por una apuesta global y ambiciosa para toda la sociedad

La crisis del COVID-19 ha incrementado la concienciación de los consumidores por el medioambiente: según un informe de la consultora de análisis social YouGov, el 60% de los españoles considera que reducir su huella de carbono es más importante ahora que antes de la pandemia, una cifra superior a la media europea (un 48%.) De acuerdo con este informe, la mitad de los españoles expresan un mayor interés en mitigar el impacto que generan en el entorno. Esto se traduce en que el 90% de los españoles están dispuestos a cambiar su comportamiento y sus hábitos de consumo, con tal ayudar a preservar el ecosistema.

Asimismo, el estudio resalta que los consumidores buscan consumir de una manera más responsable, de hecho, la

mayoría de la población (un 62%) cree que las empresas deben tener más políticas sostenibles y ecológicas, una cifra que es aún más alta en los jóvenes de la Generación Z (un 54%). Las características que más valoran los consumidores, en lo que respecta a los esfuerzos medioambientales de las empresas, son: la reducción la contaminación del aire y del agua (44%); la oferta de productos más sostenibles y duraderos (41%) y las alternativas a los envases y productos de plástico (41%).

De lo expuesto anteriormente debemos concluir que no sólo debemos tener en cuenta la huella de carbono, ya que ésta sólo es un indicador más de nuestra huella ambiental. Hay otros aspectos, como por ejemplo nuestra huella hídrica, que también debemos de tener muy en cuenta.

A pesar de esos resultados, hoy en día los consumidores tienen poca idea de cómo su consumo afecta al planeta. Con una mayor formación e información a través del etiquetado de carbono, los consumidores podrían determinar entre productos de bajo y alto impacto y, lo que es más importante, comprender cómo el precio y la calidad se relacionan con los métodos de producción y transporte.

Deben las marcas, en especial pequeñas y medianas empresas, de productos (y proveedores de materiales) comprender mejor la huella de carbono de los productos y materiales que producen, para así brindar la transparencia que permita a los consumidores realizar un consumo informado.

Si queremos una alta implementación en un breve espacio de tiempo de recursos

para que los consumidores estén debidamente informados, como por ejemplo con el etiquetado, es imprescindible que el sector público incentive a las empresas y legisle para su aplicación. El consumidor individual como miembro del movimiento social consumerista y, las asociaciones de consumo en particular deben ejercer su presión sobre empresas y administración.

Las administraciones a la mayor brevedad deberían poner en marcha campañas de difusión y elaboración de guías y herramientas además de otras líneas de trabajo consistentes en la inclusión de la huella de carbono en la contratación pública, el cálculo de la huella de carbono de los departamentos ministeriales y la promoción del cálculo y reducción entre los municipios españoles tal como indica en el BOE 77 del miércoles 31 de marzo de 2021.





www.adicae.net

www.otroconsumoposible.es



consultas@adicae.net



660 175 964