



Implementación de la medición de huella de carbono como instrumento para visibilizar acciones orientadas a mejorar la competitividad ambiental de las empresas

“La Experiencia de SNV ”

V Seminario Internacional CEPAL sobre huella de carbono-Santiago de Chile, 14 de junio del 2013

Rubén Gallozzi Cálix



❖ Bolivia ❖ Chile ❖ Colombia ❖ Ecuador ❖ El Salvador ❖ Honduras ❖ Nicaragua ❖ Perú

Albania ♦ Bangladesh ♦ Benin ♦ Bosnia Herzegovina ♦ Burkina Faso ♦ Bhután ♦ Camboya ♦ Camerún ♦ Etiopía ♦ Ghana ♦ Guinea Bissau ♦ Indonesia ♦ Kenia ♦ Laos ♦ Macedonia ♦ Mali ♦ Montenegro ♦ Mozambique ♦ Níger ♦ Pakistán ♦ República Democrática del Congo ♦ Ruanda ♦ Sudán ♦ Tanzania ♦ Uganda ♦ Vietnam ♦ Zambia ♦ Zimbabwe

- SNV
 - Somos una empresa social de origen holandés
 - Nos enfocamos en incrementar:
 - Empleos e ingresos
 - Acceso a servicios básicos para las comunidades pobres
 - Nuestro negocio es la inclusión económica y social



www.snvworld.org

www.snvla.org





Conócenos Servicios Actualidad Blog



Nicaragua es el tercer gran afectado por el cambio climático

jueves, 13 de diciembre de 2012

Nicaragua es el tercer país a nivel mundial más afectado por fenómenos naturales originados por el cambio climático, según un reporte de la Conferencia de las Partes 18 (COP18) de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático, que se realizó en Doha, Qatar, el pasado 8 de diciembre.

Actualidad Factor CO₂

27/05/2013: Factor CO₂ en 2013

23/05/2013: Presentación de "Blue Carbon: propuestas para preservar el carbono azul"

22/05/2013: BSI y Factor CO₂ un desayuno de trabajo sobre carbono

21/05/2013: Fernando Tude incorpora a Factor CO₂ como asociado

Biblioteca

Artículo ISO 50001 Sandra V revista Bioenergy Internatio AVEBIOM, abril 2013

Los mercados de carbono e 2012

17 empresas de Bilbao mide de carbono

elsalvador.com

EL PRIMER MEDIO DIGITAL SALVADOREÑO

PORTADA **NOTICIAS** OPINIÓN EDHDEPORTES ENTRETENIMIENTO TENDENCIAS EXPANSIÓN SERVICIOS

NACIONAL | SUCESOS | INTERNACIONAL | NEGOCIOS | COMUNIDADES |

Germanwatch: El Salvador es el 4º país más vulnerable al cambio climático

La ONG alemana elabora el índice y lo presentó ayer en Catar



El año pasado, la depresión tropical 12 E causó la muerte de 35 personas y dejó pérdidas por 1,645 millones de dólares de paridad de compra (\$ PPP).
foto EDH / Archivo

Compartir: |       Tweet 15  +1 2

 Me gusta 21

PLANETA

Calentamiento global afecta más a los países pobres: estudio

27 de Noviembre del 2012 / Reportero: Rafael H. Guadarrama / Once Noticias.

Durante la cumbre sobre cambio climático en Qatar, se reveló que las naciones que han sufrido más daños son Honduras, Myanmar y Haití



Un estudio presentado durante la Cumbre Climática de Qatar reveló que el calentamiento del planeta impacta más a los países pobres.

El informe de la organización civil Germanwatch incluye una lista con las naciones más afectadas por desastres meteorológicos en los últimos 20 años.

Honduras, Myanmar, Nicaragua, Bangladesh y Haití encabezan esta relación de países.

"Si observamos bien, en los últimos 20 años se han registrado 500 mil muertes relacionadas con desastres naturales, incluso en países desarrollados; y pérdidas materiales por 2.5 trillones de dólares por eventos extremos", detalló Sven Harmelin, autor del Índice de Riesgo

Compartir



- Implicaciones del cambio climático:
 - Físicas: Inundaciones, huracanes, sequías, calentamiento, etc.
 - Regulatorias: Apoyo al uso de energías alternativas y fuentes de energía renovables, acceso a mercados, etc.
 - Conducta: Favorecer a empresas con una estrategia climática adecuada o imagen mejor posicionada
- El contexto anterior ofrece un amplio espacio para oportunidades de mejora a nivel empresarial e institucional

- Demanda en:
 - Manejo de desechos sólidos y líquidos
 - Reducción de emisiones
 - Eficiencia energética
 - Reducido acceso a mercado
 - Mayor conciencia empresarial en temas ambientales y sociales
 - Recientemente: Huella de carbono
- Propuesta de valor ofrecida:
 - Orientación de mercado
 - Tecnología local o regional
 - Relación beneficio-costos > 1
 - Impacto social
 - Sostenibilidad (ambiental, social y económica)

Huella de productos: 1 quintal de semilla de *Jatropha curcas*



ESTUDIO DE CASO

Pequeños productores
de *Jatropha curcas*
exploran su participación
en mercados ambientales



❖ Huella de carbono:

- 1,286 Kg CO₂e.

❖ Determinación de las principales fuentes de emisiones:

- Fertilización



CERTIFICADO



OCA Instituto de Certificación, S.L.U.

Ha verificado la Huella de Carbono de los siguiente productos:

**1.- CERTIFICACIÓN DE SEMILLA JATROPHA CURCAS (1er año de producción) - B2B
1286 kg CO2e/Quintal Corto**

De la empresa

COOPERATIVA REGIONAL DE PRODUCTORES DEL SUR LIMITADA - CARPROSUL

Barrío el Centro, media cuadra al sur del salón parroquial, Municipio El Triunfo, Departamento de Choluleca, Honduras

INSTITUTO DE CERTIFICACIÓN

Conforme con los requisitos de:

PAS 2050:2011

Certificado nº 5405/12/0817-1

Fecha certificado Inicial: 14 de agosto de 2012

Fecha de emisión: 14 de agosto de 2012



El Consejero Delegado

Josep Fajula Chopo

Este certificado no tiene validez sin su contrato.

Cualquier aclaración adicional relativa tanto al alcance de este certificado como a la aplicabilidad de los requisitos de la norma se puede obtener consultando a la organización.

Avinguda de les Garrigues, 46 - Parc Empresarial El Mas Blau II - 08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)

Huella de productos: 1 pollo frito de 2.5 kilos:
(Granja Avícola DiPalma y Restaurante la Fogata)



- ❖ Huella de carbono:
 - 2.9 Kg de CO₂e

- ❖ Determinación de las principales fuentes de emisiones:
 - Alimento (concentrado)
 - Electricidad y gas LPG.

HUELLA DE CARBONO SNV-LATINOAMERICA



NORMATIVA DE CALCULO : GHG Protocol
UNIDAD FUNCIONAL: Año base (2011-2012)

ALCANCE 1 (23.90% tCO₂e)

ALCANCE 2 (12.58% tCO₂e)

ALCANCE 3 (63.51% tCO₂e)

La principal fuente de emisión identificada en las oficinas de SNV-LA es el transporte aéreo, el cual representa el 51% del total de las emisiones de CO₂e

OFICINA (SNV)	HUELLA POR PAIS (TCO ₂ e)
ECUADOR	119.12
NICARAGUA	126.58
HONDURAS	53.15
PERÚ (3 oficinas)	145.78
BOLIVIA (4 oficinas)	69.24
TOTAL	513.87

Noticias insólitas

Martes 13 de noviembre de 2012

El cambio climático podría acabar con las cosechas de café

11:28 am - EFE: redaccion@laprensa.hn

Por cada dos kilos de café actualmente producido en el mundo se utiliza un metro cúbico de agua.



El cambio climático desafía a los productores de café


San José, Costa Rica

Aunque aún es pronto para dimensionar los efectos del cambio climático en las plantaciones de café, los productores deben esforzarse por mitigarlos con mejoras en sus procesos productivos y un combate a las plagas menos contaminante, afirmaron hoy especialistas reunidos en Costa Rica.

El cambio climático y los beneficios del café para la salud humana son los dos temas



Honduras es el tercer productor de café en el mundo

 Económicas 31 agosto, 2012 - 11:01 AM

 (11) Comentarios 

TEGUCIGALPA.- El vicepresidente de la junta central de la Asociación Nacional de Cafetaleros de Honduras, (Anacafé), y director del Instituto Hondureño del Café (Ihcafé), Martín Rodríguez, dijo este viernes que Honduras pasa por sus mejores momentos en la caficultura nacional, ya que está en el mundo como el tercer país en la producción del café.

Indicó que la caficultura es un bastión fundamental para fortalecer el país, en vista que es uno de los mayores productores de café generando divisas.

El cafetalero señaló que el departamento de El Paraíso general al menos 320 millones de lempiras en la producción del aromático, generándole al país una economía bastante sostenible.

Honduras es la tercera potencia en el mundo en la producción del café, ya que el café hondureño se ha situado en uno de los aromáticos más exquisitos a nivel mundial.

Dijo que para la siguiente cosecha que inicia en el mes de octubre se necesitarán al menos un millón de corteros en las fincas de todo el país.

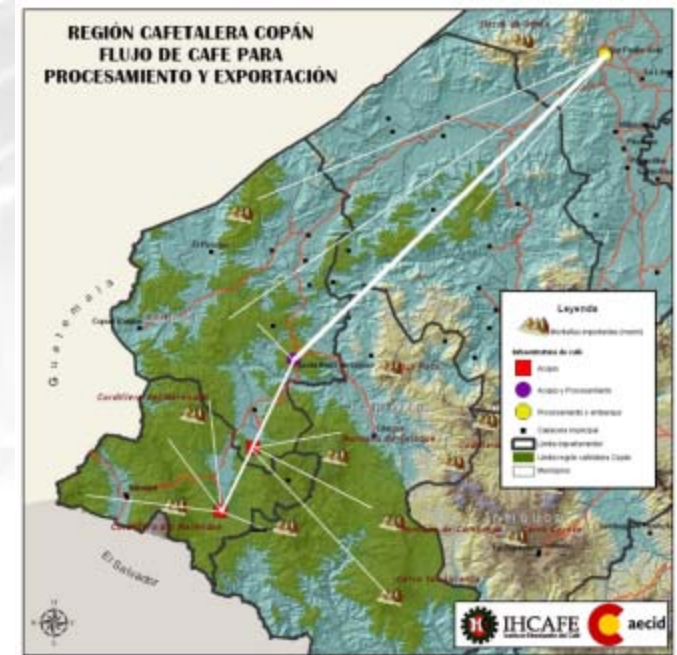
Este sector productivo emplea a miles y miles de hondureños y extranjeros de al menos tres países vecinos, Honduras contrata unos 150 mil obreros extranjeros cada año, en su mayoría provenientes



Se espera que este año se produzcan al menos 8 millones de quintales de café.

Medición de huella de carbono (MDH) en café oro SNV

- Empresa asociativa ARUCO y Cooperativa COCAFELOL
- Occidente de Honduras
- Mercados de exportación: Estados Unidos y Europa
- Motivaciones:
 - Tendencia de estos mercados a valorar la MHC
 - Inicialmente MDL...finalmente Huella de carbono

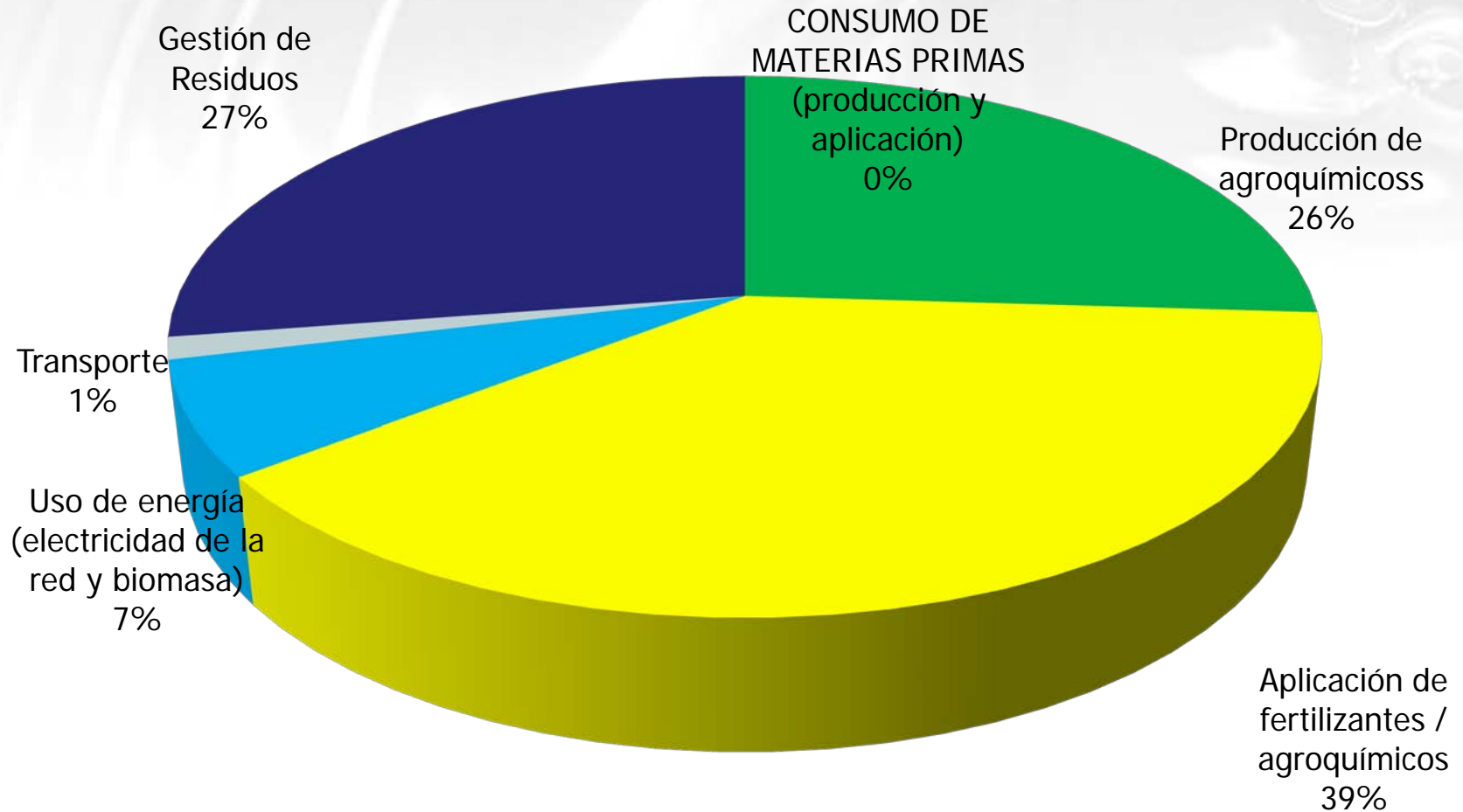


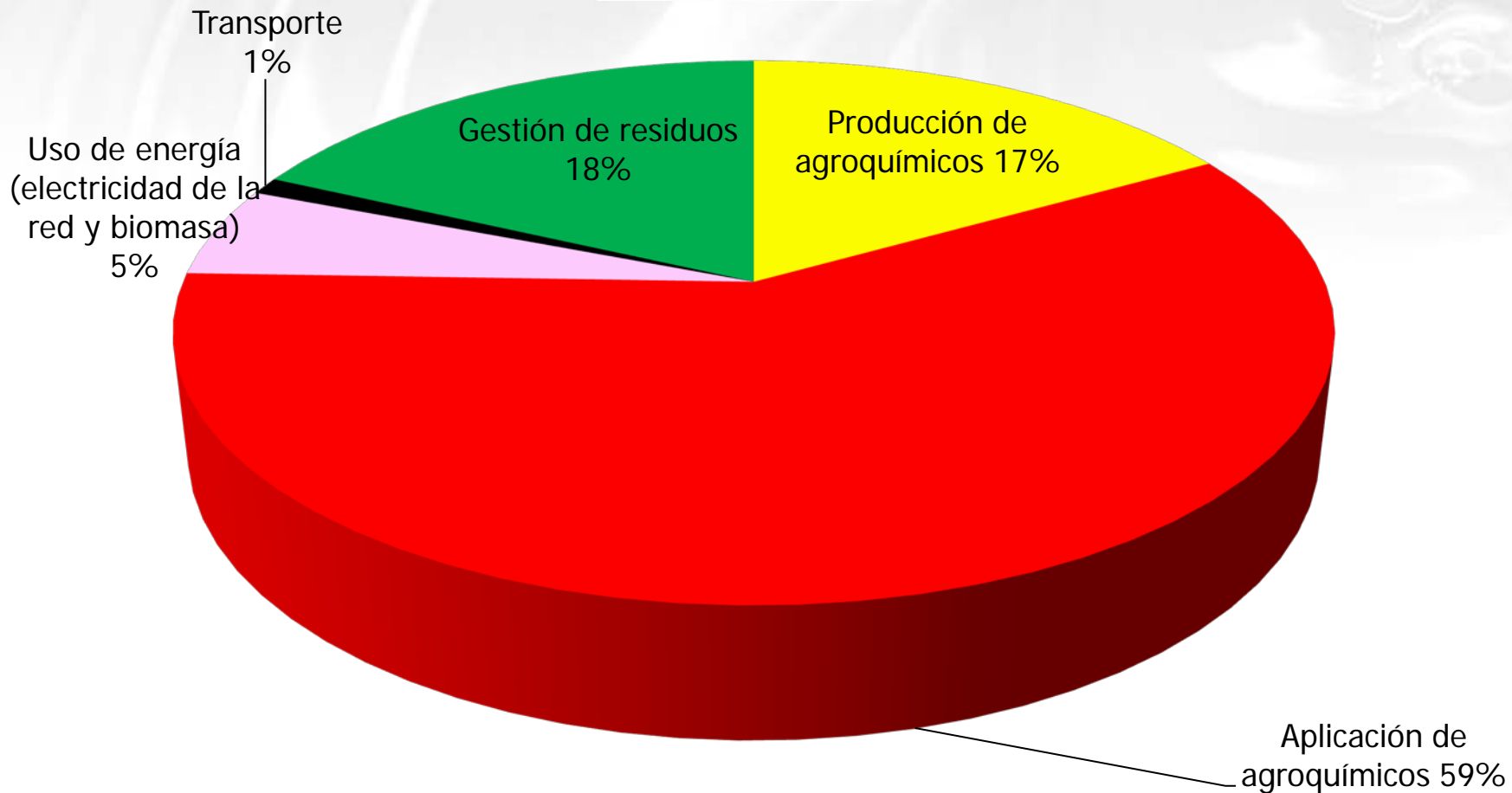


Medición de huella de carbono



Emisiones según tipo de fuente identificada





Huella de producto, Unidad funcional : 1 quintal (46 Kg) oro para exportación (cuna a la puerta)



- ❖ Huella de Carbono:
 - ❖ COCAFELOL 128 Kg CO₂e (2.78 kg CO₂/Kg de café)
 - ❖ ARUCO 149 Kg CO₂e (3.23 kg CO₂/Kg de café)
- ❖ Principales fuentes de emisiones
 - ❖ Fertilización
 - ❖ Gestión de residuos
- ❖ Medidas para la reducción de emisiones de GEI (Plan Verde):
 - ❖ Manejo apropiado de fertilizantes
 - ❖ Generación y uso de biogás.

- Mejora en la imagen empresarial y acceso a mercados de COCAFELOL y ARUCO
 - SCAA 2012
 - Taza de la excelencia, entre otros
- En relación a las emisiones de GEI generados por el beneficio húmedo de café, estas se redujeron en un 90% (AECID)
- Potencial de reducción del consumo de energía eléctrica de la red (ECPA)



- Visibilizar todas las acciones promovidas para el mejoramiento de la competitividad ambiental de las empresas participantes (producción de biogás, bioetanol y biofertilizantes).
- A lo interno de la empresa, se logró sensibilizar tanto al personal técnico, administrativo como gerencial en temas relacionados a:
 - La reducción de la huella de carbono
 - Producción más limpia
 - Eficiencia energética.



Piloto de medición de huella de carbono en productos alimenticios de exportación (CEPAL)

Nicaragua

- Cacao
- Café

Ecuador

- Camarón
- Aceite de palma

Colombia

- Stevia
- Uchuva

República Dominicana

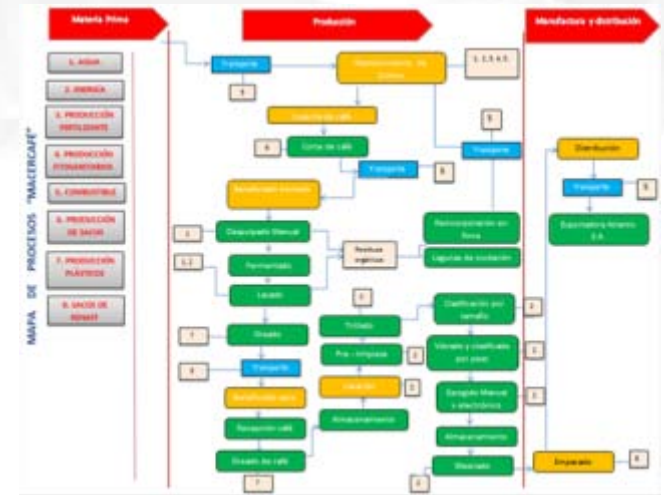
- Banano
- Cacao

41 empresas
4 contrapartes locales (Centros de promoción de exportaciones e inversiones)
talleres de difusión a nivel nacional

- A nivel público, el tema de medición de huella de carbono es muy incipiente tanto a nivel de:
 - Capacidades técnicas
 - Información generada localmente
- En términos de costos, el cálculo de huella de carbono sigue siendo alto, por lo que las MIPYMES difícilmente pueden acceder al mismo sin el apoyo de un esquema de proyecto generado por un donante
- En vista de ser un tema muy novedoso, los procesos preliminares de medición de huella de carbono requieren una inversión considerable en socialización e información de su importancia, usos y alcances



- Mapa de proceso: El punto de partida para la realización de una medición de huella de carbono apegada a la realidad, es el diseño y entendimiento del mapa de proceso relacionado al producto a medir.
- Huella de carbono como herramienta de gestión: Es necesario visibilizar los aportes de la medición de huella de carbono no solo en el aspecto ambiental, sino también los relacionados a la gestión empresarial



- Adopción de capacidades a nivel empresarial y local:
 - Proponer un proceso progresivo para su adquisición
 - Tomar en cuenta los niveles académicos y sensibilización ante el tema que cada empresa posee.
- Al igual que otros procesos innovadores a nivel empresarial, la adopción de esta herramienta puede requerir un seguimiento a mediano plazo hasta el punto en que la empresa lo pueda gestionar independientemente.



- Comunicación de la medición de huella de carbono: Los beneficios percibidos por la medición de la huella de carbono se complementan con procesos de comunicación de la misma
- Monitoreo de las exigencias de mercado e identificación de tendencias e incentivos para la medición de huella de carbono
- Desde el punto de vista de competitividad ambiental, la huella de carbono muestra un buen panorama de todas las acciones que a nivel de empresas o instituciones estamos realizando para mitigar o adaptarnos a los efectos del cambio climático



- Utilizar la medición de huella de carbono tanto como herramienta para gestión ambiental como empresarial
- Establecer un proceso de diseño de mapa de proceso participativo con aportes de informantes claves
- Es necesario **iniciar** los procesos de medición de huella de carbono, a medida se continúe el proceso la huella se ira mejorando (lo perfecto es enemigo de lo bueno)



- A nivel empresarial, iniciar procesos de incidencia en nuestra cadena de valor
- Comunicar nuestros esfuerzos en medición y reducción de huella de carbono
- Plan de reducción de huella (Plan verde) de acuerdo a capacidad de cada empresa:
 - Tiempo
 - Dinero



- Consolidación de la medición de la huella de carbono en las empresas apoyadas y en los futuros proyectos implementados como una buena práctica de gestión ambiental y empresarial
- Incidir a nivel público-privado y academia sobre la importancia de este instrumento
- Mejorar los procesos de medición de huella
 - Más y mejores datos
 - Actualización metodológica constante





Search our content by:

INDUSTRIES	GEOGRAPHIES	COMPANIES	COUNTRIES & CONSUMERS	PRODUCTS	CU
-------------------	--------------------	------------------	----------------------------------	-----------------	-----------

Home » Articles, Company Profile, Consumer Foodservice, Europe » Swedish Burger Chain Max Respectfully Asks Customers to Eat Fewer Burgers

August 12, 2011

Swedish Burger Chain Max Respectfully Asks Customers to Eat Fewer Burgers

Analyst Insight by Michael Schaefer.



Part of an ongoing message of environmental sustainability, burger fast food chain Max lists the carbon footprint of all of its products, going so far as to suggest consumers try something other than beef, with the goal of reducing the chain's carbon footprint.

For most fast food chains, this would appear to be little more than a creative marketing stunt, yet Max has already gone further than most in making sustainability part of the chain's core identity. What's more, by all accounts this strategy has worked remarkably well, propelling Max to number two in Sweden's fast food market, making it a rare example of a local burger chain able to compete head to head with [McDonald's](#) and remain profitable. For other chains looking to craft a message of sustainability, the key strengths of Max's strategy are comprehensiveness and honesty—the chain has made concern about the environment and health and wellness a core part of its identity, so much so that it is willing to ask customers to eat less of its signature product as means of reinforcing that message. Yet for any chain, Max exemplifies the importance of forging an identity in an increasingly crowded global fast food landscape, while also making clear the extraordinary effort necessary to actually do so.

The whole truth

Concern for the environment and healthy eating, as well as a willingness to alter their approach in order to address those concerns, is nothing new for Max—in 2002 the chain rolled out its low-fat Delifresh line, later adding gluten-free options and a "low-GI" burger designed to provoke less of a spike in blood sugar after eating. Likewise, in 2008 Max launched an initiative to reduce the company's carbon footprint, converting all outlets to wind power and compensating for all carbon emissions by the chain and its suppliers through a program of tree planting in Africa. In addition, it began listing the "carbon dioxide score" of all of its products. As noted in a recent post on the Harvard Business



Gracias por su atención

