

Empresas (F)



Aplicación en Ecuador
Si se mide por número de compañías, es posible que menos del 1% esté midiendo su huella.

nuevovivir@granasa.com.ec

HUELLA DE CARBONO

MEDIR CONTAMINACIÓN PARA VENDER MÁS

LIBETH ZUMBA R. zumbalr@granasa.com.ec | GUAYAQUIL

Para venderle al mundo no basta con ser innovador y creativo también tiene que 'vestir a su oferta de verde'. Las tendencias de consumo en las últimas dos décadas vienen cambiando aceleradamente: hoy en día un producto que mide su impacto al medio ambiente es capaz de desplazar a uno convencional.

Es posible en países desarrollados como los norteamericanos y europeos. Una encuesta de Eurobarómetro, realizada en septiembre del 2014, reveló que el 95 % de 28.000 ciudadanos entrevistados siente preocupación por el impacto ambiental y que un 75 % prefiere consumir productos verdes, aunque deba pagar más.

En Ecuador, ese escenario empieza a ser entendido por el Gobierno y el sector privado. Más aún cuando en el 2016 entrará en vigencia el acuerdo comercial que firmó con los 28 países de la Unión Europea y que hace prever que el producto nacional tendrá mayores exigencias.



"La huella de carbono debe posicionarse como un elemento diferenciador para el producto ecuatoriano"
LOURDES LUQUE
CORPEI

Lourdes Luque, consultora de Corpei (organismo privado que impulsa las exportaciones), explica que una forma de asegurar mercados es orientar a que más empresas midan su huella de carbono, un elemento que les permite calcular cuánto efecto ambiental pueden generar como organización o en determinado producto que fabrican.

En Ecuador, empresas líderes como Toni, La Fabril y Pronaca fueron las primeras en hacerlo, pero la idea es que más industrias se sumen a este proceso.

Por ello, Corpei, cuenta Luque, se embarcó desde el 2012 en un proyecto de medición de huella que a nivel regional inició

EN CONTEXTO

Reciclar no es suficiente. Las empresas pronto deberán demostrar cuánto contaminan y qué hacen para evitarlo

Medir la huella de carbono será una obligación para entrar a mercados donde el consumo 'verde' se impone

El 75 % de europeos está dispuesto a comprar un producto que contamine menos, aunque tenga que pagar más

Corpei, Procuador y la CAF iniciaron un proyecto que ayudará a empresas de cuatro sectores a ser ecoeficientes

la Cepal, en el que pudieron participar 10 empresas ecuatorianas camaroneras y de palma aceitera. Este año el plan, que cuenta con cofinanciamiento de la CAF (Corporación Andina de Fomento) y el apoyo de Procuador, continuó con su segunda etapa y espera beneficiar a 20 empresas relacionadas a la exportación de banano, cacao, chocolate y atún.

Medir la huella de carbono es un proceso complejo, que pasa por inspeccionar cuántas emisiones de gases de efecto invernadero se generan en toda la cadena de valor, que se inicia con la obtención de materias primas y que sigue con su procesamiento, empaque y distribución.



"El crecimiento industrial sostenible se consigue con un alto grado de responsabilidad"
GUILLERMO BARALDO
LA FABRIL

Para La Fabril, productora de alimentos y artículos de cuidado personal y del hogar, la gestión ambiental es un tema estratégico para alcanzar sostenibilidad, por ello desde el 2013 fue una de las primeras empresas en medir su huella. Guillermo Baraldo, director corporativo, dice que para lograr bajar un 35 % sus emisiones de CO₂, relacionadas con el consumo de energía eléctrica, se tuvo que establecer reglas en sus instalaciones industriales, centros de acopio, producción agrícola y extractoras de aceite. Se fomentó el reciclaje, se invirtió en nuevos equipos y tecnologías que los llevó a consumir menos recursos energéticos. "Y los resultados han demostrado que podemos ser más eficientes. La meta, a corto plazo, es demostrar que La Fabril S.A. genera una huella de carbono neutro", dice.

"Vestirse de verde" tiene varios incentivos, según expertos. No solo significa ser congruente con el medio ambiente, sino a la larga ser eficaz en el uso de recursos para producir y tener ahorros económicos.



"Ser ecoeficiente significa reducir emisiones, pero también reducir costos en el proceso productivo"
LUIS ARRIAGA
COMPENSA

Luis Arriaga, asesor técnico de Compensa, una firma que hace 4 años nació en Guayaquil con el fin de orientar a las empresas a medir, disminuir y compensar su huella, admite que obtener una certificación es costoso, pero dice que esto debe ser visto como una inversión que se puede recuperar en el tiempo con el ahorro que a su vez le generará a la empresa el recicar materiales, el consumir menos combustible y electricidad.

En cuatro años, esta firma ha logrado acompañar el proceso de cinco industrias. Él sostiene que la adaptación se da a paso lento, pese a que en el país existe una Ley Ambiental que controla las emisiones aceptables al aire. Lo que hace falta, dice, es mayor concienciación por parte del empresario y más iniciativas gubernamentales, como el diseño de incentivos y líneas de créditos 'verdes' que permitan a las industrias cambiar sus equipos por unos más eficientes.

SABER +

ENCUÉNTRALO EN NUESTRAS VERSIONES IPAD Y ANDROID

REINO UNIDO, UN PAÍS QUE PONE EL EJEMPLO

Sus emisiones de CO₂ bajaron un 8 % en el 2014.

RANKING DE PAÍSES CON MAYOR CONTAMINACIÓN

Catar figura como el país con mayor huella de carbono.



EN LA DISTRIBUCIÓN

- Procure un mantenimiento preventivo en los vehículos de carga.
- Regule los equipos de refrigeración en los vehículos de carga, verificando la eficiencia de los reguladores automáticos de encendido y apagado.
- Evalúe rutas y la posibilidad de modificarlas para reducir kilómetros de recorrido y por ende lograr disminuir el consumo de combustible.

¿QUÉ ES LA HUELLA DE CARBONO?

Es un indicador que permite valorar numéricamente la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero que contribuyen al calentamiento global.

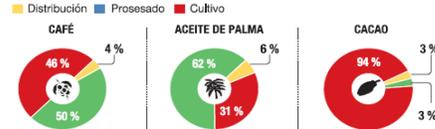


- #### ¿CÓMO SE MIDE?
- Identificar las fuentes de consumo de electricidad demandada al sistema nacional y la generada en casos de emergencia, de combustibles, refrigerantes y gases de consumo industrial.
 - Seleccionar el método de cálculo. Esto va desde el uso de una simple hoja de cálculo con tablas dinámicas hasta un software especializado que se ajuste a un determinado protocolo reconocido a nivel internacional.
 - Recolectar datos y escoger factores de emisión.
 - Aplicar la herramienta de cálculo y el plan de acción para reducir la huella. Pensar en la opción de crear campañas que ayuden a compensar el nivel de contaminación que no se puede eliminar: siembra de árboles, por ejemplo.
 - Para lograr difundir la medición en la etiqueta del producto se necesita una verificación y certificación especializada.

Resultados del proyecto de Cepal sobre huella de carbono (2012)

Países participantes:
COLOMBIA ECUADOR HONDURAS NICARAGUA REP. DOMINICANA

EMISIONES POR ETAPA DE PRODUCCIÓN



Fuente: Compensa y Corpei

Panorama futuro

En 2030 se necesitará el doble de recursos naturales existentes en la tierra para abastecer el consumo diario, según la ONU.

MAÑANA / SALUD

Los brackets, ¿por salud o estética?



¿CÓMO DISMINUIR EL IMPACTO?

ÁREA ADMINISTRATIVA

- ▶ Controle el apagado de la iluminación cuando el personal no esté trabajando.
- ▶ Regule el termostato de los acondicionadores de aire para generar una temperatura que minimice la demanda de energía eléctrica sin disminuir el confort en las áreas de trabajo.
- ▶ Invierta en el cambio de equipos obsoletos por equipos de bajo consumo de electricidad.

EN PLANTA

- ▶ Reduzca el número de luminarias fluorescentes en cada área mediante la utilización de material reflexivo, menos las lámparas de bajo consumo como las LED o SOLAR TUBE.
- ▶ Controle la desconexión de ciertos equipos de forma diaria, los fines de semanas y feriados.
- ▶ Opte por la interrupción automática de iluminación en los pasillos, servicios higiénicos y vestuarios.

EN PRODUCCIÓN

- ▶ Aplique un plan de calderas eficientes a través de la disminución de la presión del trabajo diario, de la pérdida de energía en las purgas.
- ▶ Corregir fugas de los refrigerantes y reemplazar tecnología obsoleta en sistemas de refrigeración.
- ▶ Evalúe el cierre hermético de las cámaras de frío.
- ▶ Reduzca la luminaria fluorescente.

EN ÁREAS DE ALMACENAMIENTO

- ▶ Cambie luminarias fluorescentes por otras de material reflexivo y focos ahorradores.
- ▶ Pinte las paredes perimetrales con colores claros, esto ayudará a dar un mejor efecto de luminosidad.
- ▶ Coloque sensores para el apagado y encendido de la iluminación.

DE QUÉ SIRVE



AHORRO

Identificar oportunidades para reducir costos y lograr mayor eficiencia de recursos.

IMAGEN

Realizar el posicionamiento de la marca, estableciendo una diferenciación positiva.



APORTE

La empresa aportará al medio ambiente y asegurará la sostenibilidad de su producción.

CONOCIMIENTO

Este proceso les permitirá tener mayor información de sus fuentes de emisión de gases.

EL PERSONAJE



MARTHITA CASTILLO DE YÉPEZ

GERENTE DE JOYERÍA MARTHITA

“La clave está en la innovación y diseño”

Cuando decidió alejarse de su familia para casarse y montar su propia joyería, Marthita, como muchos la conocen, sintió temor. Era la primera vez que salía de su hogar y su primer intento por emprender la labor orfebre por sí sola, aquel don que heredó de su padre y que aprendió a desarrollar con pasión.

Su empatía con esta labor surgió a los 13 años, cuando empezó a involucrarse con el trabajo artesanal que hacía su padre: inició atendiendo al público y promocionando las primeras joyas a amigas del colegio. Hoy tiene 68 años y, junto con su esposo e hijos, continúa trabajando en la expansión de este negocio, que tuvo como semilla un local montado en las calles García Avilés y Clemente Ballén.

Aún recuerda los paradigmas que logró romper con su primera tienda. “La gente la miraba sorprendida” por el toque de modernidad y elegancia que tenía. Allí empezó a reunir a tres proveedores de la materia prima (hoy son más de 25), para ella misma trazar el diseño de su bisutería, la cual ha ido ganando fama por todo el país. “Si bien este fue un trabajo que heredé de mis padres, yo le puse entusiasmo, metas. Le puse alma, vida y corazón”.

EL DETALLE

Su empresa. Nació hace 38 años. Sus ventas de joyas crecen anualmente un 12 %.

Y lo sigue haciendo. Se confiesa como una persona que trabaja hasta 20 horas diarias para cuidar los detalles de las tiendas que administra junto con su familia. Tres de ellas en los centros comerciales La Rotonda, Mall del Sol y Policentro.

Su éxito, explica, ha sido trabajar en innovación y diversidad de estilos. Jamás diseña joyas en serie, aclara. Otra clave la atribuye al trabajo de sus obreros, a quienes considera unos verdaderos artistas. Por ellos le ha tocado también desempeñar el papel de motivadora y capacitadora. La labor de enseñar no le ha sido difícil. Egresada de la Facultad de Economía y siendo una maestra empírica del diseño de joyas, Marthita llegó a tener la destreza de dar clases en Eurodiseño. Por su labor ha recibido varios reconocimientos, contando incluso con el Premio a la Creación Artística Hispanoamericana que le otorgó la Universidad de Carolina del Sur, de Estados Unidos.

Ya son 38 años de sacar adelante el nombre de su joyería. Y Marthita cree firmemente que serán muchos años más cuando la labor la continúen sus hijos, Fernando y Gonzalo y ¿por qué no?, sus nietos. Mientras tanto, dice, seguirá trabajando para remontar ese 12 % que anualmente su negocio registra en ventas. Es posible continuar expandiéndose aun teniendo una fuerte competencia. Tampoco le es complicado ser la primera. “Es que yo soy Marthita”, recuerda.

DEBATE

¿Conciencia ambiental o estrategia de marketing?



PAUL HERRERA
CATEDRÁTICO DE LA ESPOL

“Hay empresas que están midiendo su huella por ambas motivaciones. Y las dos cosas son válidas siempre y cuando se persigan ambos objetivos. La empresa puede hacerlo por conciencia ambiental y sacar provecho de aquello porque al final de cuentas eso significa inversión y desde la perspectiva privada siempre se busca un retorno. Ahora si solo se lo hace por tema de imagen y en el fondo no se contribuye a reducir la contaminación, entonces ahí se estaría cayendo en el engaño.”



JULIO ZAMBRANO
GERENTE DE COFINA

“Realmente esto puede ser utilizado como una herramienta de marketing y claro la certificación es importante tenerla, pero todo esto se debe originar de una conciencia ambiental como para apostar a eso. En nuestro caso, como empresa, hemos iniciado la medición y todo esto ha surgido por un tema de conciencia, de mejorar procesos y contaminar menos. No lo hacemos porque nos lo exige algún mercado fuera. Ese creo debe ser el eje.”

AGENDA EMPRESARIAL

02-06-2015

SEGURIDAD

La Cámara de Industrias de Guayaquil iniciará hoy un programa de seguridad industrial. La actividad que durará hasta este 4 de junio, y que se desarrollará de 18:00 a 21:00 en las instalaciones del gremio (avenida Francisco de Orellana) tendrá un costo de \$ 150. Los interesados pueden llamar al 3713390.

03-06-2015

RUEDA DE NEGOCIOS

En el hotel Hilton Colón se llevará a cabo la Rueda de Negocios 215 organizada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Proexport). Durante los 2 días del evento, los exportadores ecuatorianos se reunirán con compradores de 27 países invitados, en citas previamente acordadas.



11-06-2015

GESTIÓN DE COBRO

¿Cómo realizar una eficiente gestión de cobranza dentro de una empresa? Este es el tema que analizará la escuela de asesoría Área Académica Guayaquil, durante un taller que tiene previsto dictar en el hotel Sheraton. La actividad se cumplirá de 08:30 a 17:30. La participación tendrá un costo de \$ 240.

12-06-0000

TELECOMUNICACIÓN

Casa del Cable organizará en Guayaquil un curso sobre diseño de sistemas de distribución de telecomunicaciones. El fin es preparar a los ingenieros del país para el examen RCDD que los acredita al más alto nivel para ejercer su profesión en el mercado nacional e internacional. El taller se desarrollará en el hotel Sheraton.