

» COP21, movilidad sostenible y reputación

Barcelona » 11 » 2015

Hoy empieza la Cumbre del Clima de París, en la que representantes de 195 países, además de la Unión Europea, tratarán de alcanzar un acuerdo global para luchar contra el cambio climático. Durante las dos semanas que durará este encuentro, se abordará la consecución de un pacto para lograr que el calentamiento del planeta no supere los 2 grados a finales de siglo respecto a la temperatura registrada antes de la Revolución Industrial. Y las expectativas son altas, después de que en 2009 en la Cumbre de Copenhague no se lograra ningún acuerdo.

Un pacto es ahora más necesario que nunca, ya que la temperatura ha aumentado en 1,02 grados desde la época preindustrial, se ha llegado a un récord histórico de concentración de CO₂ en la atmósfera (400 partes por millón) y 2014 ha sido el año más cálido registrado en los últimos 135 años, cuando comenzaron los registros climáticos.

La cumbre tiene la vista puesta tras el horizonte 2020, sustituyendo la segunda fase del Protocolo de Kioto, y con vocación de alcanzar un acuerdo que perdure hasta 2050. Uno de los cambios más relevantes es incluir a todos los países, cubriendo así el 100 % de

los gases de efecto invernadero, a diferencia del protocolo actual, que sólo incluye un grupo de países que representan el 11 % de las emisiones a nivel mundial. En París, los representantes políticos quieren también marcar el inicio del fin de los combustibles fósiles.

CONTAMINACIÓN Y TRANSPORTE

“Los coches son responsables del 12 % de las emisiones de CO₂ en Europa”

Para lograr todos estos objetivos, el rol del transporte será clave, ya que en 2050 se estima que existirán un total de 2.500 millones de vehículos en el planeta, superando los 1.000 millones que existen hoy en día.

En Europa, los coches son responsables, actualmente, del 12% de las emisiones de dióxido de carbono, el principal gas de efecto invernadero, según datos de la Comisión Europea (CE). El impacto de estas emisiones es doble, tanto en materia de salud como económica. Por un lado y según la Organización Mundial de la Salud (OMS) hay 482.000 muertes prematuras por cáncer de pulmón y enfermedades respiratorias y cardiovasculares en la Unión Europea. Por el otro, la congestión urbana cuesta cada año el 1 % del PIB de la Unión Europea, afirma en un estudio la CE. Además, otro de los factores a tener en cuenta es el precio del petróleo, que impacta en la factura energética del país ligada al consumo de carburante.

Por estos motivos, el vehículo eléctrico no sólo forma parte de un modo de vida responsable con el medio ambiente, sino que también es una alternativa para afrontar el actual contexto económico.

Esta vía de desarrollo debe sustituir a largo plazo y paulatinamente tanto a los vehículos convencionales como a los híbridos, ya que sólo el coche eléctrico tiene la capacidad de circular sin emitir ningún tipo de gas contaminante.

En España, el número de matriculaciones de coches eléctricos en 2014 no llegó al 0,3 % de las ventas totales, cifras inferiores a las registradas en países europeos: 4 % en Alemania, el 11 % en Francia o el 25 % en Noruega, país que representa el paradigma de la movilidad sostenible.

El porqué de estas diferencias se puede explicar desde distintas perspectivas. En primer lugar, los incentivos en la compra juegan un papel clave. Mientras que en España estamos haciendo los deberes, con una ayuda a la compra de 5.500€, aún nos queda camino por recorrer para alcanzar los 7.000€ de ayuda directa de Gran Bretaña, los 7.600€ de Noruega o los 6.300€ de Francia. Y es que este tipo de ayudas tienen un impacto directamente propor-



cional en las ventas y, para que lo tengan de forma sostenible en el tiempo, los planes deben ser estables y constantes para poder dinamizar el mercado. Más allá de las ayudas económicas está la estabilidad de las mismas, que ofrece mayor seguridad al mercado y contribuiría claramente a su desarrollo. En contraposición de la actual situación de discontinuidad en los planes de apoyo del gobierno para la introducción de la movilidad sostenible de 0 emisiones.

Los incentivos al uso de estos modelos, que actualmente incluyen la gratuidad para el parking en zonas azules y verdes, la exención del pago del impuesto de circulación, el acceso al carril VAO o la eliminación del pago de ciertos peajes, también se deben seguir promocionando y convirtiendo en un estándar en todas las comunidades autónomas, además de añadir, por ejemplo, la total gratuidad en los peajes de autopista u otras medidas decididas que ofrezcan al usuario un claro incentivo para que cambie su modelo de movilidad actual por otro sostenible.

Otro de los pilares esenciales de la movilidad sostenible es la infraestructura de carga. Su extensión hará posible el uso intensivo y los trayectos interurbanos, dando así respuesta a gran parte de las necesidades de transporte de la sociedad. Es importante que el usuario tenga la certeza de que, vaya donde vaya, dispondrá de un punto para realizar la carga de su vehículo. En este sentido, la red deberá contar con una importante proporción de puntos de carga rápida, que permiten una carga de hasta el 80 % en apenas 30 minutos. Aun así, lejos está España, con 77 cargadores rápidos al cierre de 2014, de los más de 900 de Gran Bretaña, los cerca de 800 en Francia y los casi 1.500 de Noruega.

Asimismo, el 80% de los ciudadanos de nuestro país realizan un recorrido diario de media de unos 100km, mayoritariamente en entornos urbanos y metropolitanos. De esta manera, la opción del vehículo eléctrico es la que ofrece una mejor propuesta de movilidad para estos ciudadanos debido a que su rango de autonomía es más que suficiente. De ahí que con un país altamente desarrollado y electrificado como España, además de la carga rápida, lo que con mayor urgencia debemos acometer es la instalación de puntos de carga convencionales en aparcamientos públicos, privados, oficinas y centros de trabajo y, por supuesto, centros comerciales. Permitiendo la carga a ese 80 % de la ciudadanía en aquellos lugares donde realiza estancias más largas durante su jornada diaria, facilitaríamos claramente la introducción de los vehículos eléctricos en el mix de movilidad de nuestro país.

“En Europa, los coches son responsables, actualmente, del 12 % de las emisiones de dióxido de carbono, el principal gas de efecto invernadero”

MOVILIDAD SOSTENIBLE Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

“La apuesta de empresas por incorporar flotas de vehículos eléctricos impulsa su reputación y estrategia en sostenibilidad”

La apuesta decidida de empresas por incorporar flotas de vehículos eléctricos en sus empresas, como recientemente han hecho Urbaser, Endesa, Ara Vinc, Ricoh o Pascual, va más allá de una simple herramienta de transporte para cumplir con su labor diaria.

Con los modelos de cero emisiones las compañías siguen avanzando en su plan de Responsabilidad Social Corporativa, con el que tienen por objetivo reducir las emisiones de CO₂ y fomentar la sostenibilidad.

Ejes cada vez más presentes en los objetivos de negocio y de contribución a la sociedad y a todos sus *stakeholders*.

Además de los claros beneficios medioambientales de una conducción de cero emisiones, los modelos eléctricos contribuyen a que las compañías reduzcan de media en un 40 % los costes de mantenimiento de sus flotas respecto a los de un vehículo con motor de combustión convencional. El gasto en combustible, además, disminuye entre 3 y 4 veces, situándose el coste entre 1 y 2 euros por cada 100 kilómetros dependiendo de la tarifa eléctrica.

Más allá de incrementar la eficiencia de sus negocios, estas organizaciones contribuyen activamente al fomento de la movilidad sostenible entre los ciudadanos, a la vez que mejoran activamente la calidad de vida en los centros urbanos.

Las administraciones también deben priorizar y fomentar la introducción de modelos de cero emisiones en las flotas públicas ya que representan una parte relevante del total de vehículos en circulación y sirven como ejemplo entre la sociedad.

Los resultados de la Cumbre del Clima de París marcarán no sólo las políticas de los países en materia de reducción de emisiones, sino también el camino a seguir para las compañías que apuesten por la sostenibilidad en su estrategia empresarial, elemento indiscutible para su reputación en un contexto en el que la lucha contra el cambio climático es un imperativo ético.



.....

Francesc Corberó es Director de Comunicación de Nissan Iberia desde 2011. Corberó es MBA en Empresariales, Marketing y Relaciones Publicas a través de Escuela Superior Empresarial de Relaciones Públicas; y en su carrera profesional destaca su desarrollo en el ámbito de la consultoría de comunicación, así como su trayectoria en los gabinetes de Relaciones Públicas y Protocolo de la Generalitat de Cataluña y en Schneider Electric España, donde ocupó la posición de director de Comunicación y Relaciones Institucionales. Corberó ha colaborado como profesor y conferenciante en la Facultad de Comunicación de la Universidad Ramon Llull, en la Escuela Superior Empresarial de Relaciones Públicas, en la Universidad Pompeu Fabra y en la Escuela de Administración de Empresas (EAE) de Barcelona.

.....

.....



María Cura es socia y directora general en LLORENTE & CUENCA Barcelona. Licenciada en Derecho por la Universidad de Barcelona, ejerció cuatro años como abogada mercantilista. Inició su carrera profesional en el ámbito de la comunicación en Gené & Asociados, consultoría de comunicación líder en Barcelona. Posteriormente se incorporó a USP Hospitales donde fue Socia y miembro del Comité Ejecutivo durante nueve años, ejerciendo el cargo de Directora Corporativa de Marketing y Comunicación. En 2009 se incorporó a la firma LLORENTE & CUENCA, desde donde asesora a clientes como Panasonic, Nissan, Schneider Electric, DKV Seguros, Coca-Cola, L'Oreal, Singapore Airlines, CIRSA, Renta Corporación, Vida Caixa, Fundación MACBA, Fundación Dexeus, Roca & Junyent, entre otros. En 2014 ha asesorado al Gobierno de Andorra en la crisis bancaria derivada de la intervención de BPA, así como el lanzamiento de UBER en España.

.....

.....

d+i desarrollando
ideas

LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe

Desarrollando Ideas.

www.desarrollando-ideas.com

www.revista-uno.com

