

ISO 14067 HUELLA DE CARBONO



La huella de carbono es una de las formas más simples que existen de medir el impacto o la marca que deja una persona u Organización, sobre el planeta en su actividad cotidiana. Es un recuento de las emisiones de dióxido de carbono (CO₂), que son liberadas a la atmósfera debido a nuestras actividades cotidianas o a la comercialización de un producto y/o servicio. Por lo tanto la huella de carbono es la medida del impacto que provocan las actividades del ser humano en el medio ambiente y se determina según la cantidad **de emisiones** de GEI producidos, medidos en unidades de dióxido de carbono equivalente, se mide en toneladas de CO₂ equivalente.

ISO 14067 HUELLA DE CARBONO

IMPLANTACIÓN DE ISO 14067 POR ITECNIA

ITECNIA pone a disposición de sus clientes un equipo de profesionales especializados en el sector para la adaptación de la empresa a los requisitos exigidos por la Norma 14067 Huella de carbono

REQUISITOS

- Las empresas interesadas tienen que presentar una declaración de compromiso inicial y otra de consecución de la neutralidad
- Se debe detallar el ámbito de las emisiones que se pretende incluir en la huella de carbono
- Para obtener dicha certificación se exige, además de compensar las emisiones de CO₂ de la atmósfera, tomar medidas para la reducción de estas emisiones
- Se requieren, también una serie de estándares para la compensación que sean admitidos



ISO 14067 HUELLA DE CARBONO



ISO 14067 HUELLA DE CARBONO

DIRIGIDO A:

La certificación en esta norma es aplicable a cualquier empresa independientemente de su actividad o sector en el que opere, que tenga un compromiso para la contribución con la reducción de los gases de efecto invernadero



OBJETIVOS

La Huella de Carbono busca calcular la cantidad de GEI que son emitidos directa o indirectamente a la atmósfera cada vez que se realiza una acción determinada y que las Organizaciones puedan reducir los niveles de contaminación mediante un cálculo estandarizado de las emisiones durante los procesos productivos.

BENEFICIOS

- Promueve la concienciación ambiental entre compradores.
- Crea confianza en los consumidores.
- Facilita el control de los resultados en la disminución de las emisiones de GEI.
- Ayuda a definir mejores objetivos y políticas de reducción de emisiones.
- Encuentra oportunidades de ahorro de costes.
- Permite crear estrategias asociadas al punto referencia del producto.
- Refuerza el compromiso de la organización con la responsabilidad social.
- Mejora la credibilidad, la coherencia y la transparencia de la organización en el mercado.

