

LA ENERGÍA VERDE DE IBERDROLA:

¿PRODUCTO ECOLÓGICO O ARTIMAÑA PUBLICITARIA?

Iberdrola y el medio ambiente.

La energía eléctrica juega un papel fundamental para mantener y mejorar la calidad de vida de la sociedad actual. Sin embargo, la producción, distribución y consumo de electricidad también tiene un significativo impacto sobre el deterioro del planeta debido, especialmente, a la emisión de CO₂, gas causante del cambio climático. Iberdrola, líder en el mercado nacional con una cuota de mercado superior al 40% y con más de 9 millones de clientes, es consciente de su responsabilidad y desde la firma del Convenio de Kyoto en 1997 ha emprendido diversas medidas para reducir los impactos medioambientales de sus actividades. Entre estas medidas, se pueden destacar:

- La apuesta decidida por las energías renovables, en especial por la eólica. En 2001, más del 38% de la electricidad producida y entregada a sus clientes españoles se había obtenido a partir de fuentes de energía renovables. Actualmente es el líder mundial en el desarrollo de energía eólica.
- La certificación medioambiental bajo la norma ISO 14001 de sus centrales térmicas, de su central nuclear de Cofrentes y de varios edificios corporativos.
- La introducción de instalaciones de distribución de electricidad que incorporan medidas para reducir los daños a la fauna, sobre todo las electrocuciones y colisiones de las aves.

Prueba de su buena actuación a favor del desarrollo sostenible, la empresa ha recibido importantes reconocimientos como el Premio Príncipe Felipe 1999 en la modalidad de gestión medioambiental industrial o la inclusión, desde hace varios años, en los Índices *Down Jones* de Sostenibilidad (DJSI), los cuales seleccionan un grupo de empresas que se recomiendan a los inversores por su buena situación respecto de la sostenibilidad. Además, un estudio de la consultora *PricewaterhousesCoopers* reconoció a Iberdrola como la empresa más limpia entre las 20 mayores eléctricas europeas.

Por otro lado, sabedores de que el impacto medioambiental de la electricidad se debe en gran parte al comportamiento de los consumidores en sus hogares y lugares de trabajo, Iberdrola considera fundamental su educación e información. Un vistazo a su página web permite conocer algunas de las acciones en este sentido que realizan: consejos para el ahorro de energía en el hogar, consejos para la identificación de los electrodomésticos más eficientes, calculadora para medir nuestro consumo energético, un test para

medir los conocimientos disponibles sobre el ahorro de energía, una calculadora de emisiones de CO₂,...

La energía verde.

Considerando que el consumidor español ha alcanzado ya suficiente compromiso con la protección del medio ambiente y tras la liberalización del mercado eléctrico, en 2003 Iberdrola lanzó al mercado la energía verde, apoyándose en una fuerte inversión publicitaria en medios de comunicación masivos. El éxito del nuevo producto no se ha hecho esperar; a finales de 2003 ya superaba los 6.700 contratos. Sin embargo, el lanzamiento de la energía verde ha dado lugar a una campaña de críticas hacia la empresa por parte de los grupos ecologistas. Estos consideran que la comunicación de la empresa es una artimaña publicitaria para confundir al consumidor y abusar de su sensibilidad por la naturaleza. Las críticas se dirigen en tres direcciones:

a) La energía verde de Iberdrola no es energía ecológica. Para los ecologistas, la energía verde es aquella que procede exclusivamente de plantas de energías renovables que, además, cumplen con unos criterios ecológicos estrictos. En este sentido, sólo se consideran energías ecológicas la solar, la geotérmica, la eólica, algunos tipos de biomasa y las que procedan de centrales mini-hidráulicas. Sin embargo, el concepto de energía verde de Iberdrola incluye toda aquella que proviene de fuentes renovables, es decir, se incluye la energía procedente de las grandes centrales hidroeléctricas, que aunque no generen emisión de CO₂, generan otros impactos ecológicos (con sus instalaciones y modificaciones del cauce de los ríos). Además, los ecologistas no consideran engañosa la imagen ecológica que desea dar la empresa dado que más del 40% de su producción de Kwh procede de energía nuclear.



b) Mediante la campaña publicitaria se intenta vender una energía supuestamente verde incentivando su consumo, cuando los esfuerzos se deben dirigir en sentido contrario: educar para incentivar un consumo más racional.

c) Se considera injustificado el cobro de un precio más alto por la energía verde, porque el sobrecoste de las energías renovables ya lo estamos pagando todos los usuarios en nuestras facturas a través de un sistema de primas.

Fuentes bibliográficas:

- www.consumehastamorir.com.
- www.iberdrola.es
- www.wwf.es.