

## Las principales empresas mejoran en su atención al cambio climático

Ecología y Desarrollo ha analizado y comparado el comportamiento en materia de cambio climático de 26 empresas de 5 sectores de consumo. Además, se han comparado las prácticas de estas empresas durante el año 2009 con lo que hacían en el año 2008.

Más del 90% de las empresas analizadas han mejorado sus políticas y acciones en materia de cambio climático, según señala el Proyecto "Piensaenclima", promovido por la Fundación Ecología y Desarrollo, con la colaboración de Fundación Biodiversiad y de Climate Counts. Los resultados de este análisis fueron presentados ayer en un desayuno de trabajo sobre el tema "*Consumo Responsable para mitigar el Cambio Climático*". Los resultados detallados del análisis, así como la metodología utilizada y materiales de difusión se encuentran disponibles en la web del proyecto: [www.piensaenclima.org](http://www.piensaenclima.org)

El informe ha analizado a las mayores empresas por volumen de ventas de cinco sectores de consumo: distribución de alimentación, teléfonos móviles, textil y moda, electrodomésticos y ordenadores personales. La metodología de estudio, facilitada por la organización norteamericana Climate Counts, constituye una manera transparente y objetiva de medir el comportamiento de las empresas en su acción frente al cambio climático.

En total, se han elaborado 22 indicadores para determinar los siguientes aspectos del comportamiento de las compañías: si están midiendo de manera completa sus emisiones de carbono, si tienen y manifiestan un compromiso claro frente al cambio climático, si reducen de forma clara y decidida su impacto sobre el clima y si informan pública y regularmente sobre sus objetivos, acciones y reducciones. Mediante este sistema, cada empresa obtiene una puntuación de 0 a 100, lo que permite destacar a las entidades más concienciadas con el cambio climático. Además, ofrece algunas pautas a seguir para mejorar.

Dentro del sector de la distribución de alimentos, Carrefour se consolida como la empresa más atenta al cambio climático, seguida por Eroski, Alcampo, El Corte Inglés, Dia y Mercadona. Motorola es la entidad más destacada dentro del ámbito de la telefonía móvil, por delante de Nokia, Samsung, Sony Ericsson y LG.

Inditex lidera el sector textil, donde le siguen C&A Modas, H&M, El Corte Inglés, Cortefiel y Punto Fa (Mango). En cuanto a los electrodomésticos, Phillips es la compañía más concienciada, por delante de Sony, Sharp, Samsung, BSH y Fagor. Entre los fabricantes de ordenadores personales HP encabeza la lista que completan Toshiba, Dell, Fujitsu y Acer.

Sony Ericsson, LG y Fagor Electrodomésticos son las empresas que más avanzaron durante el año 2009 en sus actividades en materia de cambio climático, mientras que solo Sony y





Dell han sido peor valoradas en 2009 que en 2008. Piensaenclima ofrece a todas las empresas una hoja de ruta para avanzar en la gestión del cambio climático y responder así a las preocupaciones de los consumidores.

Según la mayoría de las encuestas, el 94% de los españoles se muestran “muy preocupados” por el cambio climático, aunque en ocasiones no disponen de información suficiente para adecuar sus actitudes a esta concienciación. El Proyecto “Piensaenclima” ofrece información clara, sencilla y objetiva para que los consumidores y ciudadanos puedan, con sus decisiones de compra, reconocer la labor de las compañías preocupadas por el cambio climático y, mediante el mismo sistema, inducir a modificar su conducta ambiental a aquellas que no prestan atención a un problema globalmente reconocido

