



Susíbete

Iniciar Sesión

Home > Ambiente

7 feb 2022 - 8:39 a. m.

## 25 grandes empresas mundiales no cumplirán promesas sobre carbono neutralidad

Empresas como Amazon, Google, Apple, Nestlé, entre otras, no alcanzarían sus objetivos de reducir en un 100 % las emisiones de carbono; como mucho, las reducirían en un 40 %, dice un estudio del New Climate Institute.



Nuevo

Redacción Ambiente



Empresas como Amazon, Google, Apple, Nestlé, entre otras, no alcanzarían sus objetivos de reducir en un 100 % las emisiones de carbono; como mucho, las reducirían en un 40 %, dice un estudio del New Climate Institute.

Foto: Sinc

Esta mañana fue lanzado el primer Monitor de Responsabilidad Corporativa Climática que evaluó los compromisos climáticos adquiridos por 25 de las más grandes empresas mundiales. Pese a que las expectativas eran altas según los investigadores, la realidad es que “las principales compañías evitan tomar medidas significativas en materia de clima y, en su lugar, utilizan declaraciones ecológicas falsas, engañosas o ambiguas”, señala el estudio. En otras palabras, inflan sus objetivos pero no están trabajando para lograrlos.

Entre las empresas analizadas destacan gigantes del sector tecnológico como **Amazon, Apple y Google**, y otras enormes compañías como **BMW, Nestlé, Unilever y Walmart**. Según Thomas Day, del NewClimate Institute, los esfuerzos de todas las empresas analizadas tendrían poco impacto sobre la trayectoria de **calentamiento global** que sigue el planeta. (También puede leer: **Gobierno presentó el cartel de “los más buscados” por deforestación en la Amazonia**)

Si bien es cierto que el avance de los objetivos de cada una de las empresas difiere, Day advirtió que, en conjunto, las compañías solo reducirían sus **emisiones de carbono** en un 23 % para el 2030, una cifra bastante alejada del 50 % al que se le apuesta globalmente para limitar el **aumento de la temperatura** por encima de los 1,5 °C.

Para los autores del reporte, además de las implicaciones ambientales, resulta grave que las empresas estén mintiendo sobre estos objetivos ya que “el lavado verde no es un delito sin víctimas, se engaña a los consumidores y a los responsables de la toma de decisiones haciéndoles creer que las empresas están haciendo todo lo posible para hacer frente a su impacto climático”. dijo Gilles

---

Dufresne, de Carbon Market Watch, otra de las entidades encargadas de la elaboración del monitoreo. (Le puede interesar: [Un nuevo camino para estudiar las ranas y los páramos de Colombia](#))

Carrefour, junto a Nestlé, Unilever y E.On., fueron las compañías peor calificadas en el estudio. La empresa francesa de distribución había prometido alcanzar la carbono neutralidad en el 2040. Sin embargo, la afirmación cubriría menos del 2 % de sus fuentes de emisiones y solo se aplicaría en menos del 20 % de sus tiendas alrededor del mundo.

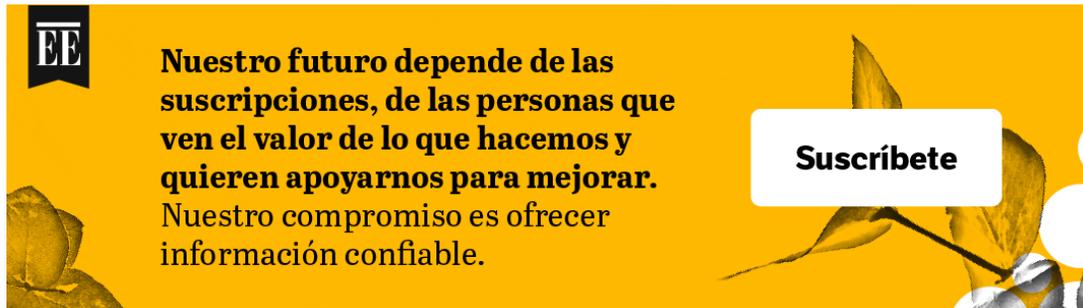
Otro ejemplo es Nestlé. La multinacional suiza se propuso reducir sus emisiones en un 50 % para el 2030 teniendo como referencia el 2018. La realidad, según el estudio, es que la empresa solo alcanzaría una reducción del 18 %, ya que dentro de sus cálculos no estarían incluyendo todas las fuentes de emisiones.

Los autores del reporte elaboraron un paquete de recomendaciones para combatir el “**greenwashing**”, que se refiere a las estrategias de marketing utilizadas por las empresas para hacerles creer a sus clientes y a las autoridades que tienen una responsabilidad ecológica aunque sus acciones sean perjudiciales para el ambiente. (Le puede interesar: [El riesgo de los incendios forestales en la Amazonía colombiana](#))

La primera de ellas es un llamado a los gobiernos para que prohíban el uso de términos como “cero neto” o “neutralidad de carbono”. Además, solicitan que las empresas proporcionen una imagen completa de sus actividades. Por último, señalan que, “si las empresas compensan sus emisiones, deben evitar el doble cómputo de las reducciones de emisiones ya contabilizadas por un país para la consecución de sus objetivos climáticos”.

Portavoces de varias de las empresas mencionadas en el estudio rechazaron las principales conclusiones del informe. “En nuestra opinión, [el informe] no sólo es metodológicamente incorrecto, sino que sus resultados son engañosos”, afirmó el encargado de E.On., una de las compañías peor calificadas. Mientras tanto, los

voceros de Nestlé y Unilever, acogieron el análisis realizado sobre sus empresas y, aunque manifestaron tener diferencias con los resultados, señalaron que revisarían sus políticas internas.



**EE**

**Nuestro futuro depende de las suscripciones, de las personas que ven el valor de lo que hacemos y quieren apoyarnos para mejorar. Nuestro compromiso es ofrecer información confiable.**

**Suscríbete**



**Recibe alertas desde Google News**

**Temas Relacionados**

Calentamiento global

Aumento de temperaturas

Apple

Amazon

Google

Nestlé

