



**DR. PETER WHITE**  
DIRECTOR DE  
SOSTENIBILIDAD  
GLOBAL, P&G

# REDUCIR LA TEMPERATURA POR TODAS PARTES

- EL DR. PETER WHITE, DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL DE P&G, COMPARTIÓ SUS PENSAMIENTOS SOBRE EL LAVADO SOSTENIBLE DE LA ROPA

Como signatario del Comunicado de Copenhague sobre el cambio climático, P&G apoya fuertemente la necesidad de un acuerdo global, justo y equitativo como resultado de COP15, que produzca las reducciones necesarias de las emisiones de gas de efecto invernadero para evitar el peligroso e irreversible cambio climático.

La comunidad industrial necesita un sistema globalmente compatible y facilita la certeza necesaria para permitir inversiones en productos y tecnologías bajas en carbono.

Como todas las industrias, P&G continuará reduciendo las emisiones de gas de efecto invernadero (GEI) de sus plantas y operaciones. Ya hemos reducido nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en un 52% desde el 2002, y nos hemos comprometido a una reducción adicional de un 20% entre el 2007 y el 2012.

Sin embargo, no alcanzaremos los niveles necesarios de reducción sólo aumentando la eficiencia de los procesos. Todos los actores, industrias, gobiernos y consumidores tienen que identificar dónde está su mayor impacto para poder identificar dónde hay mayor oportunidad para mejorar. Para P&G, la mayor oportunidad es la innovación de productos para ayudar a nuestros consumidores a reducir sus emisiones.

A principios de la década, P&G analizó el consumo de energía asociado con todas sus categorías de producto, desde la cuna hasta la tumba. Los resultados sorprendieron a muchos. Los mayores impactos de energía (y por consiguiente de GEI) se debían a la energía usada por los consumidores para calentar el agua y lavar la ropa. En total, esto minimizó la energía utilizada en todas nuestras plantas de producción a nivel mundial. Esta información inició la búsqueda de innovaciones que permitieran el lavado en agua fría así como programas de comunicación para alentar este tipo de

lavado. El resto pertenece a la historia. Empezando con Ariel Coolclean y Tide Coldwater y más recientemente Ariel Excel Gel, hemos lanzado productos que facilitan una limpieza excelente a una temperatura tan baja como 15 °C. Además, las campañas de Ariel Coolclean *Turn to 30* y *Future Friendly* han ayudado a convencer a los consumidores de hacer el cambio. Los datos muestran que el lavado a temperaturas bajas está convirtiéndose en la norma en Europa.

Mientras que Copenhague enfocará los objetivos gubernamentales, los consumidores continuarán

teniendo una oportunidad importante para influenciar la situación, incluso por medio de acciones sencillas. Si p.ej. todos los ciudadanos de EE.UU. lavaran su ropa en agua fría, el ahorro de emisiones de GEI correspondería a más de un 6% del compromiso original de Kioto de EE.UU. El sucesor de Kioto requerirá objetivos considerablemente mayores y acción por parte de todos. Controlar los cambios del comportamiento de los consumidores por medio de innovaciones de productos será una exigencia importante para el éxito. ■

