

Polémica por la etiqueta ecológica de Wal-Mart

Detalla el impacto ambiental de cada producto

Mike Duke, presidente ejecutivo de Wal-Mart, pidió a los más de 100,000 proveedores de la empresa en todo el mundo que entreguen detalles de su uso de agua y emisiones de dióxido de carbono para octubre del año en curso.

De esta forma, el programa de etiquetado ecológico podría redefinir el diseño de los productos que se venden en todo el mundo o convertirse en un costoso desperdicio de recursos.

El mayor minorista del mundo pretende así presentar más productos sustentables.

Algunos de sus esfuerzos previos han tenido un amplio impacto, desde la

venta de más de 100 millones de bombillas de bajo consumo a la creación de detergentes concentrados, que vienen en un envase más pequeño y usan menos agua.

Así, la firma busca adelantarse a las reglamentaciones gubernamentales de etiquetado medioambiental, similares a las existentes en Gran Bretaña y Japón.

Sin embargo, el impacto inmediato de la iniciativa plantea un nuevo reto a sus proveedores, los cuales deberán soportar los costos de las exigencias medioambientales en momentos en que muchos tienen problemas económicos. ■

