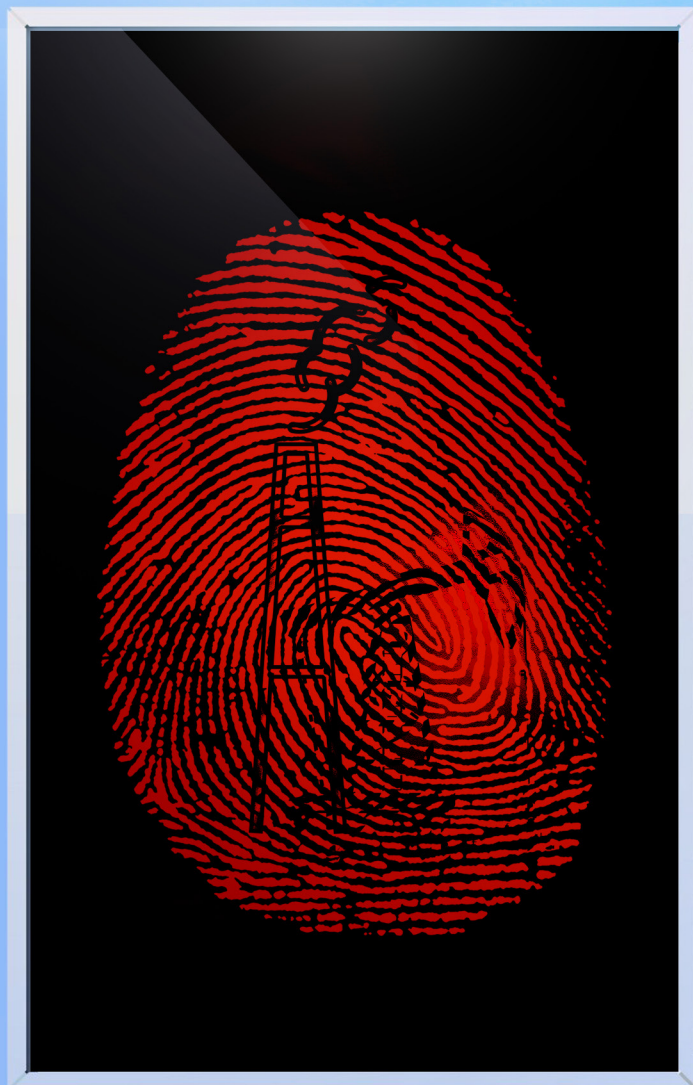


ACABAR CON LA INFLUENCIA DE LOS COMBUSTIBLES FÓSILES



Orientación para las
organizaciones de salud en
la selección de agencias de
relaciones públicas y medios

mayo de 2025

GLOBAL
CLIMATE & HEALTH
ALLIANCE



Tabla de **CONTENIDOS**

1. Desafiar las campañas mediáticas nocivas de la industria de los combustibles fósiles, para proteger la salud global y el clima	1
2. ¿Por qué las organizaciones de salud deberían liderar la lucha contra la influencia de los combustibles fósiles?	3
3. Asumir el compromiso por comunicaciones de salud libres de combustibles fósiles	4
4. Pasos de selección para que las organizaciones de salud implementen el compromiso	6
Paso 1: Solicitar la divulgación total del cliente	7
Paso 2: Solicitar un compromiso libre de combustibles	8
Paso 3: Exigir responsabilidad pública	9
5. Lista de preguntas para las agencias	10
6. Decisión final	10
7. Estudio de caso: CVS Health y el tabaco	11



Un anuncio de Total Energies muestra a una madre y su hija cocinando juntas, felices.



La niña de siete años, Princess, de Vosman, Emalahleni, Sudáfrica, lucha contra un asma severa, una dolorosa consecuencia de vivir en medio de la constante contaminación proveniente de las minas de carbón y las plantas de energía cercanas.

Créditos de la fotografía
Daylin Paul para el Centro de Derechos Ambientales

DESAFIAR

**las campañas mediáticas
perjudiciales de la industria
de los combustibles fósiles,
para proteger la salud
global y el clima**



**Las principales
empresas de combustibles
fósiles han financiado
campañas de
desinformación diseñadas
para engañar al público
y a los responsables
políticos**



Los combustibles fósiles representan una grave amenaza para la salud humana, impulsando el cambio climático y causando daños generalizados, incluyendo la propagación de enfermedades, olas de calor extremas, inseguridad del agua, desnutrición y problemas de salud mental.¹ Su extracción y uso también resultan en millones de muertes al año debido a la contaminación del aire, el agua y el suelo, afectando desproporcionadamente a los trabajadores y a las comunidades en primera línea. Las empresas de combustibles fósiles no solo han causado daño ambiental, sino también injusticias y violaciones de derechos humanos, particularmente contra las comunidades indígenas y marginadas.²

Ahora existen pruebas contundentes que demuestran que las grandes empresas de combustibles fósiles han estado al tanto del cambio climático durante décadas.³ Sin embargo, en lugar de utilizar esta información para realizar inversiones significativas desde el principio que impulsaran la transición a una energía limpia, financiaron campañas de desinformación diseñadas para engañar al público y a los responsables políticos, generando dudas y retrasando la acción urgente.⁴ Esto no solo aumentó los riesgos para las comunidades locales, sino que también perpetuó un peligroso

estatus quo. A pesar de estos daños, la licencia social de la industria de los combustibles fósiles sigue intacta, al igual que la de la industria del tabaco antes de que la comunidad de salud pública llevara a cabo un esfuerzo coordinado para desafiar su acceso y licencia social. La influencia de la industria de los combustibles fósiles se infiltra en todos los aspectos de la vida, la gobernanza y la política, obstruyendo el desarrollo de sistemas de salud justos y sostenibles, y distorsionando la percepción pública y los procesos de toma de decisiones en todos los niveles.

1 <https://climateandhealthalliance.org/wp-content/uploads/2022/07/Cradle-To-Grave-Fossil-Fuels-Brief.pdf>

2 <https://www.hsph.harvard.edu/news/features/fossil-fuel-extraction-harming-indigenous-communities/>

3 <https://www.desmog.com/2024/01/30/fossil-fuel-industry-sponsored-climate-science-1954-keeling-api-wspa/>

4 <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/aug/08/fossil-fuel-industry-using-disinformation-campaign-to-slow-green-transition-says-un>

Los combustibles fósiles son un producto que perjudica la salud, y las campañas de marketing y relaciones públicas utilizadas para promoverlos están diseñadas intencionalmente para ocultar el daño que causan.⁵ El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) ha identificado como un obstáculo importante para abordar la emergencia climática las “estrategias de cabildeo dirigido y de medios que inducen al escepticismo”.⁶ Estas estrategias siguen de cerca el manual⁷ de la industria del tabaco y, a menudo, son ejecutadas por las mismas agencias de consultoría, marketing, relaciones públicas y cabildeo.⁸ Tácticas como sembrar dudas sobre el consenso científico, promover falsas alternativas “más seguras”, crear grupos de fachada y enfatizar la “elección” del consumidor son utilizadas tanto por la industria de los combustibles fósiles como por la industria del tabaco para manipular la opinión pública y las políticas, obstaculizando aún más la acción climática significativa y la transición hacia sociedades equitativas centradas en la salud.



**movimientos en contra
campañas perjudiciales para
la salud recibió un importante
impulso con el Secretario General
de la ONU Convocatoria de
publicidad libre de fósiles**

Dentro de la industria de la publicidad y las relaciones públicas (PR), existe un movimiento creciente en contra de trabajar en estas campañas que perjudican la salud. Ese movimiento se ve respaldado por jurisdicciones que han prohibido la publicidad de combustibles fósiles o la han sometido a un mayor escrutinio legal. Cabe destacar que este año, estas iniciativas recibieron un impulso significativo con el llamado del Secretario General de la ONU para una publicidad libre de combustibles fósiles.⁹ Dentro de la publicidad y las relaciones públicas, la iniciativa **Clean Creatives** ha reunido a más de 1.200 agencias en 65 países para firmar un compromiso de no trabajar con empresas de combustibles fósiles, incluidas algunas de las empresas creativas más innovadoras de la industria de la publicidad y las relaciones públicas.¹⁰ Además, las autoridades de protección al consumidor en el Reino Unido, Sudáfrica, Canadá, Singapur y otros países han intensificado el escrutinio sobre los anuncios de los contaminadores y han comenzado a restringir los tipos de afirmaciones que se pueden hacer sobre los combustibles fósiles. Varias jurisdicciones locales en el Reino Unido, Europa, Canadá y Australia han tomado medidas para prohibir por completo los anuncios de combustibles fósiles.

5 <https://cape.ca/focus/fossil-fuel-ad-ban/>

6 <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/chapter/chapter-5/>

7 <https://edition.cnn.com/2021/05/13/business/exxon-climate-change-harvard/index.html>

8 <https://ricochet.media/media/media-3/the-propaganda-playbook-how-the-pr-industry-shifted-from-tobacco-to-fossil-fuels/>

9 <https://www.desmog.com/2024/06/05/un-chief-calls-for-ban-on-fossil-fuel-advertising/>

10 <https://cleancreatives.org/>

¿Por qué las organizaciones de salud deberían **LIDERAR LA LUCHA** contra la influencia de los combustibles fósiles?

Las organizaciones y el liderazgo del sector de la salud son de las voces más confiables y respetadas, y tienen un papel crucial en la lucha contra los combustibles fósiles. El argumento de salud es uno de los impulsores más convincentes y urgentes para el cambio. La contaminación por combustibles fósiles es directamente responsable de millones de muertes al año debido a la exposición a productos químicos tóxicos, la contaminación del aire y los impactos del cambio climático, y agrava las crisis de salud como las enfermedades respiratorias, las afecciones cardíacas y las amenazas inducidas por el clima, como las olas de calor y la malnutrición. Al adoptar una postura firme, los líderes de la salud pueden aprovechar el poder del argumento de salud para exponer los verdaderos costos de la dependencia de los combustibles fósiles, cambiando la conversación sobre los combustibles fósiles de un enfoque limitado en la economía y la energía a uno que, de manera integral, ponga en el centro la supervivencia y el bienestar humano.

El mercado publicitario de la salud, valorado en 42.28 mil millones de USD en 2024 y proyectado para crecer a 64.21 mil millones de USD para 2032, resalta la inmensa influencia que las organizaciones de salud tienen en la formación de narrativas públicas.¹¹ Con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) robusta del 5.4%, este crecimiento resalta el creciente alcance de las estrategias relacionadas con la salud en el espacio de la publicidad y las relaciones públicas. Las organizaciones de salud están en una posición única para aprovechar esta plataforma, no solo para promover productos y servicios de salud, sino también para impulsar conversaciones críticas sobre problemas de salud pública, incluidos el cambio climático, la justicia ambiental y la salud preventiva. Las organizaciones de salud pueden desempeñar un papel importante en la revocación de la licencia social de la industria de los combustibles fósiles, mediante la evaluación de agencias de relaciones públicas y medios en busca de conexiones con los combustibles fósiles y comprometiéndose a no trabajar más con agencias vinculadas a esta industria. Esto protegerá la credibilidad de las instituciones de salud y amplificará su rol como defensoras de la salud pública, priorizando a las personas y al planeta sobre los contaminadores.

Mercado global de publicidad en el sector de la salud

CAGR del

5,4%

en el mercado global
2024-32



¹¹ <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/healthcare-advertising-market>

Asumir el **COMPROMISO** de comunicaciones de salud libres de combustibles fósiles

Se alienta a las organizaciones a asumir el compromiso de Comunicaciones de Salud Libres de Combustibles Fósiles, marcando una postura firme contra la influencia de la industria de los combustibles fósiles en el ámbito de las relaciones públicas y la publicidad. Al comprometerse a cortar vínculos con agencias de relaciones públicas y medios relacionadas con este sector dañino, pueden desempeñar un papel fundamental en la promoción de un futuro más saludable y sostenible.

El compromiso para comunicaciones de salud libres de combustibles fósiles

Como organizaciones dedicadas a proteger y promover la salud pública, reconocemos las profundas y crecientes amenazas que representan los combustibles fósiles para la salud humana y el medioambiente. La contribución de la industria de los combustibles fósiles al cambio climático, la contaminación del aire, el agua y el suelo, y las crisis de salud pública relacionadas la hacen incompatible con nuestra misión de salvaguardar el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Para alinear nuestras prácticas de comunicación con nuestro compromiso con la salud pública y la acción climática, nos comprometemos a no contratar agencias de relaciones públicas y publicidad que representen a empresas de combustibles fósiles. Como un paso intermedio hacia la alineación de nuestras prácticas de comunicación con nuestro compromiso con la salud pública y la acción climática, iniciaremos una revisión de las agencias de relaciones públicas y publicidad con las que trabajamos, evaluando sus políticas y carteras de clientes para asegurar su alineación con nuestros valores. Durante este período, priorizaremos la colaboración con agencias que demuestren transparencia, compromiso con una comunicación veraz y objetivos compartidos para un mundo más saludable y sostenible. Nuestro objetivo final es trabajar exclusivamente con agencias que no representen a empresas de combustibles fósiles.

El Compromiso

Nosotros,

las organizaciones médicas y de salud pública abajo firmantes se comprometen a lo siguiente:

1. **Compromiso con agencias de relaciones públicas y publicidad libres de combustibles fósiles**

Nos comprometemos a trabajar exclusivamente con agencias de relaciones públicas y publicidad que no representen ni mantengan relaciones en curso con empresas de combustibles fósiles o industrias relacionadas. Esto incluye a las agencias que trabajan con petróleo, gas, carbón y organizaciones de cabildeo asociadas.

2. **Rechazo del greenwashing y la desinformación**

No colaboraremos con agencias que participen en campañas que desinformen al público sobre los impactos para la salud y el medio ambiente de los combustibles fósiles. Trabajaremos únicamente con agencias que ofrezcan una comunicación transparente y basada en evidencia sobre el cambio climático y los problemas de salud pública.

3. **Transparencia y responsabilidad**

Exigiremos a cualquier agencia de relaciones públicas o publicidad que contratemos que divulgue sus carteras de clientes y confirme su compromiso de no representar intereses relacionados con los combustibles fósiles. Daremos prioridad a las agencias que hayan realizado declaraciones públicas o tomado medidas para distanciarse de la industria de los combustibles fósiles.

4. **Alineación con los valores de salud pública y cambio climático**

Contrataremos agencias de relaciones públicas y publicidad que se alineen con nuestra misión de salud pública y que estén comprometidas con la promoción de la acción climática y la equidad en salud en sus campañas. Buscaremos proveedores que apoyen activamente la transición hacia un futuro de energía limpia y que promuevan soluciones sostenibles para proteger la salud humana.

5. **Promover una comunicación ética**

Usaremos nuestras plataformas e influencia para incentivar a otras organizaciones de salud, agencias y sectores a adoptar compromisos similares libres de combustibles fósiles. Promoveremos prácticas de comunicación ética que prioricen la salud de las personas y del planeta.

Hacemos un llamado a todas las organizaciones médicas, de salud pública y afines a sumarse a este compromiso de rechazar la influencia de los combustibles fósiles en las comunicaciones y alinearse con agencias que promuevan un futuro justo, saludable y sostenible. Al asumir este compromiso, damos un paso esencial para dismantelar las campañas de desinformación que alimentan la inacción climática y los daños a la salud, y defendemos la integridad de las comunicaciones en la salud pública.

Nuestro llamado a la acción

Firmado
Nombre de la
organización

3

PASOS DE SELECCIÓN

para que las organizaciones de salud implementen el compromiso

A continuación, se presenta un proceso sencillo y paso a paso para que las organizaciones de salud puedan seleccionar a las agencias de relaciones públicas y publicidad en busca de posibles vínculos con la industria de combustibles fósiles antes de contratarlas. El objetivo es garantizar que todos los socios estén alineados con los valores de salud y clima de la organización, evitando contratar empresas con conflictos de interés que puedan socavar las metas de salud pública.

Paso 1

Solicitar la divulgación completa de clientes

Paso 2

Solicitar un compromiso libre de combustibles fósiles

Paso 3

Exigir responsabilidad pública

Solicitar la divulgación completa de clientes

Antes de contratar a cualquier agencia de relaciones públicas o publicidad, comunique su compromiso con la publicidad libre de combustibles fósiles y solicite una divulgación completa de sus clientes, centrándose especialmente en aquellos de los últimos tres años. Esto debe incluir a clientes directos de la industria de combustibles fósiles, como empresas de petróleo, de gas y de carbón, así como a industrias relacionadas, como grupos de cabildeo de combustibles fósiles, asociaciones comerciales u organizaciones que promuevan estos combustibles. Es fundamental en este paso revisar las campañas anteriores de la agencia, especialmente aquellas relacionadas con temas ambientales, climáticos o energéticos, para evaluar cómo su trabajo se alinea con los objetivos de salud pública y acción climática. Es importante identificar cualquier campaña que pueda haber minimizado la ciencia climática, promovido combustibles fósiles o incurrido en greenwashing, es decir, presentar de manera engañosa a las empresas de combustibles fósiles como sostenibles o respetuosas con el medio ambiente.

Para las agencias de relaciones públicas más grandes, también se recomienda revisar sus políticas de sostenibilidad y responsabilidad social. Solicite documentación sobre sus prácticas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), incluyendo cualquier iniciativa dirigida a reducir su huella de carbono o a promover la responsabilidad social.

Las preguntas clave a hacer incluyen si la agencia ha trabajado con alguna empresa de combustibles fósiles en los últimos tres años, si actualmente tiene contratos en curso con tales empresas u organizaciones relacionadas, y si anteriormente ha promovido campañas para empresas de combustibles fósiles que involucraran minimizar los impactos de los combustibles fósiles en la salud o el medio ambiente.

Además, puede ser útil preguntar sobre las prácticas de sostenibilidad de la agencia. ¿Utilizan energía renovable o trabajan para reducir los desechos? ¿Participan en iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC) que se alineen con los objetivos de salud y clima? Estos conocimientos ayudarán a asegurar que el proveedor esté alineado con los valores de salud pública y medio ambiente antes de tomar una decisión de contratación.

Nota: Las agencias deben ser transparentes y estar dispuestas a compartir abiertamente su portafolio de clientes. La falta de transparencia es una señal de alerta.



Solicitar un compromiso libre de combustibles fósiles

Solicite a la agencia que se comprometa a no trabajar con empresas de combustibles fósiles en el futuro, como un paso para asegurar que su trabajo esté alineado con los valores de su organización de salud. Consulte si están dispuestos a firmar un compromiso libre de combustibles fósiles, como el **compromiso de Clean Creatives**, que implica un compromiso de rechazar cualquier contrato futuro con empresas de combustibles fósiles. Además, pregunte si tienen una política pública o directrices internas que prioricen a los clientes éticos sobre aquellos relacionados con los combustibles fósiles. Estas acciones demuestran un compromiso genuino con el apoyo a un futuro más saludable y sostenible.

2

Exigir responsabilidad pública

La agencia debe demostrar transparencia respecto a su postura sobre el cambio climático y su relación con la industria de los combustibles fósiles. Revise cualquier declaración pública, informe o compromiso que la agencia haya realizado en relación con sus clientes y prácticas éticas. Esto incluye examinar si la agencia ha manifestado públicamente su compromiso con la acción climática y la salud pública, y si ha sido clara sobre su relación con clientes de la industria de los combustibles fósiles en el pasado. Además, evalúe si la agencia tiene una política pública o directrices internas que prioricen trabajar con clientes éticos sobre aquellos relacionados con los intereses de los combustibles fósiles.

3

LISTA DE PREGUNTAS para las agencias

- ¿Alguna vez han trabajado en campañas que promovieron empresas de combustibles fósiles o industrias relacionadas?
- ¿Pueden revelar el porcentaje de los ingresos de su agencia provenientes del sector de los combustibles fósiles en el año anterior y proporcionar un informe de divulgación de clientes que indique sus fuentes de ingresos por sector?
- ¿Están dispuestos a comprometerse a no trabajar con empresas de combustibles fósiles en el futuro?
- ¿Pueden proporcionar ejemplos de campañas pasadas que promovieron la salud pública, la acción climática o la justicia ambiental?
- ¿Cuentan con políticas internas que determinen cómo abordan la comunicación sobre sostenibilidad y cómo las implementan en sus operaciones comerciales?

DECISIÓN FINAL

Con base en las respuestas a estas preguntas y en la revisión del historial de clientes, campañas y políticas internas, se debe tomar una decisión informada sobre si la agencia se alinea con los valores y la misión de la organización de salud.



La agencia no tiene clientes recientes de la industria de los combustibles fósiles, demuestra transparencia y está comprometida a apoyar los objetivos climáticos y de salud pública en el futuro.



La agencia tiene clientes recientes de combustibles fósiles, pero muestra transparencia y voluntad de comprometerse a eliminar nuevos clientes de esta industria en un plazo definido.



La agencia ha trabajado con empresas de combustibles fósiles, carece de transparencia o no está dispuesta a comprometerse con un futuro libre de combustibles fósiles.

ESTUDIO DE CASO



CVS Health y el tabaco

**Una postura
firme por el
liderazgo en
salud**



CVSquitsforgood

En 2014, CVS Health, una destacada empresa estadounidense del sector de la salud y propietaria de la cadena de farmacias CVS Pharmacy, dio un paso sin precedentes en materia de responsabilidad corporativa al suspender la venta de productos de tabaco en sus 7.600 tiendas minoristas en Estados Unidos.¹² Esta decisión, que representó una pérdida estimada de 2 mil millones de dólares en ingresos anuales,¹³ estuvo motivada por el compromiso de alinear las prácticas comerciales de CVS con su misión principal: promover la salud y el bienestar. El liderazgo de CVS reconoció que la venta de tabaco, un producto incompatible con los objetivos para la salud contradecía su visión de transformarse en una empresa centrada en la salud. Esta valiente iniciativa destacó el poderoso papel que pueden desempeñar las organizaciones de salud al revocar la licencia social de las industrias que ponen en peligro la salud pública.

Impacto e influencia en la salud pública

La decisión de CVS fue más que un cambio empresarial; catalizó una conversación más amplia sobre las responsabilidades de las organizaciones centradas en la salud. El impacto se hizo sentir en múltiples sectores, alentando a hospitales, universidades y otros minoristas a reevaluar sus propias relaciones con la industria del tabaco. Investigaciones posteriores al anuncio de CVS revelaron una disminución medible en las ventas de cigarrillos en áreas donde CVS tenía una fuerte presencia

en el mercado, demostrando el efecto dominó del liderazgo en la salud pública.¹⁴ Para profundizar su compromiso, CVS lanzó iniciativas contra el tabaquismo, incluyendo campañas educativas y programas para dejar de fumar. Más allá de la responsabilidad social, estos programas contribuyeron directamente a reducir los daños relacionados con el tabaco y a mejorar la salud comunitaria. Además, CVS se unió a la campaña *Quit Big Tobacco*,¹⁵ un movimiento que invita a las empresas a cortar los lazos con agencias de relaciones públicas y publicidad que colaboren con la industria tabaquera. Esto amplió la postura de CVS, pasando de simplemente eliminar productos a desafiar los mecanismos más amplios que perpetúan industrias perjudiciales, reafirmando que el liderazgo en salud implica examinar las relaciones y asociaciones corporativas.

12 <https://www.politico.com/story/2014/02/cvs-caremark-tobacco-cigarette-sales-103145>

13 <https://www.prnewswire.com/news-releases/cvs-caremark-to-stop-selling-tobacco-at-all-cvspharmacy-locations-243662651.html>

14 <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5343689/>

15 <https://www.exchange4media.com/marketing-news/cvs-health-pledges-not-to-work-with-agencies-that-promote-smoking-or-vaping-96509.html>

Paralelismos entre la Industria de los combustibles fósiles y el liderazgo en salud en la actualidad

Hoy en día, la industria de los combustibles fósiles emplea tácticas similares de relaciones públicas y publicidad a las utilizadas por la industria del tabaco, utilizando la desinformación para minimizar los impactos ambientales y de salud y obstruir la acción frente al cambio climático. Al igual que CVS lo hizo con el tabaco, las organizaciones de salud ahora tienen la oportunidad de desafiar la influencia de los combustibles fósiles, cortando lazos con medios y agencias de relaciones públicas que promueven estos combustibles. Esto reflejaría el enfoque de CVS, enviando un mensaje al público de que las organizaciones de salud están comprometidas a revocar la licencia social de los combustibles fósiles y a priorizar a las personas sobre los contaminadores.



Al unirse al movimiento de medios libres de combustibles fósiles, las organizaciones de salud refuerzan su credibilidad y garantizan la alineación con su misión, protegiendo la defensa de la salud pública de la influencia de industrias perjudiciales. Al igual que ocurrió con la industria del tabaco en su momento, la licencia social del sector de los combustibles fósiles depende de la aceptación de sus estrategias publicitarias y de relaciones públicas. Las organizaciones de salud pueden desempeñar un papel clave en dismantlar esta influencia y reorientar el discurso público hacia el bienestar humano y la salud climática.

Más recursos

La Lista F: Documentación de las relaciones conocidas entre las compañías de combustibles fósiles y agencias de publicidad y relaciones públicas a nivel mundial, así como el análisis de las principales empresas del sector: <https://cleancreatives.org/f-list>

Compromiso de Clean Creatives, un compromiso público de no contratar agencias que tengan clientes de la industria de los combustibles fósiles: <https://cleancreatives.org/join>

Lista de agencias y personas que han firmado el compromiso Clean Creatives (posible grupo de recursos para contactar): <https://cleancreatives.org/agency-signers>

Green Shield del Instituto de Ética Publicitaria: <https://www.iaethics.org/greenwashing>

Resumen de las Guías Verdes de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos: <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/environmental-claims-summary-green-guides>

Comisión sobre reclamaciones verdes de la UE: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en

La página de Miembros de Comms Declare enumera a organizaciones y personas comprometidas con las comunicaciones conscientes del clima, quienes se comprometen a no promover los combustibles fósiles ni la alta emisión de gases de efecto invernadero. <https://commsdeclare.org/members/>

La base de datos de Publicidad y Relaciones Públicas de DeSmog ofrece una investigación exhaustiva sobre las empresas que han gestionado la reputación de clientes de la industria de los combustibles fósiles y desarrollado campañas de greenwashing para minimizar la urgencia del cambio climático. <https://www.desmog.com/advertising-pr-database/>

La Alianza Mundial para el Clima y la Salud (GCHA)

lidera un movimiento global en expansión, integrado por profesionales de la salud y organizaciones de salud y desarrollo que trabajan para promover un futuro más saludable, justo y sostenible para todos. Abordamos la crisis climática mediante la defensa basada en evidencia, políticas, construcción de movimientos, investigaciones y comunicaciones estratégicas.

Con más de 200 miembros organizacionales de todas las regiones y con presencia en más de 125 países, la Alianza co-preside el Grupo de Trabajo de la OMS y la Sociedad Civil sobre el Clima y la Salud y colabora con organizaciones y agencias alrededor del mundo para garantizar la protección de la salud de las personas en la era del cambio climático, en la toma de decisiones a nivel nacional, regional e internacional. Nos comprometemos a enfrentar la crisis climática con el fin de preservar un hogar saludable para la humanidad.

GLOBAL
CLIMATE & HEALTH
ALLIANCE