

# Cambio16

## ¿DÓNDE ESTÁ EL DINERO?



Ilustración **JOSÉ NAVARRO**

4€

NOVIEMBRE 2024 · nº 2312



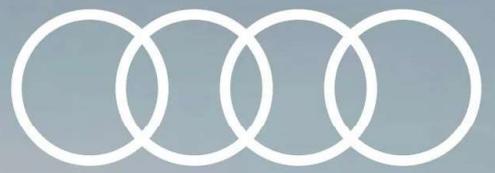
# Cualquier día puede ser un día perfecto.

**A5** Nuevo  
Audi A5 Avant

La diferencia entre un día más y uno perfecto está en los detalles. Como los que incorpora el nuevo Audi A5 con un futurista interior con pantallas panorámicas, Audi assistant con inteligencia artificial y la última generación de la tracción quattro. Grandes detalles que marcan la diferencia en un automóvil que transmite deportividad desde cualquier ángulo.

**Audi A la vanguardia de la técnica.  
#This is Audi**

Consumo combinado de combustible: 4,9-7,6 l/100 km; Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub>: 127-173 g/km.  
Las cifras de consumo de combustible y emisiones de CO<sub>2</sub> se facilitan en intervalos porque dependen del juego de ruedas y neumáticos que se utilice.



# Prólogo

## ¿Dónde está el dinero?

¿Dónde está el dinero? Esta es la pregunta clave que se formuló en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad de *Cambio16* y que ha resonado como un clamor en la COP29, que aborda el reto de aumentar la financiación climática internacional y de concretar medidas para rebajar las emisiones con el objetivo de que se superen los 100.000 millones de dólares anuales que se fijaron en el Acuerdo de París (2015), una cifra totalmente insuficiente para impedir que se sobrepase el límite de 1,5°C de aumento de la temperatura respecto a los niveles preindustriales, la línea roja que, según todas las previsiones, se superará en 2025. Los países en desarrollo requieren entre 500.000 millones y un billón de dólares al año para afrontar los impactos climáticos, lo que demanda un esfuerzo significativo de la comunidad internacional. Con el propósito de impulsar un cambio de consciencia para un mundo sostenible, en *Cambio16* queremos pasar a la acción y ser la plataforma del cambio que inspira y acompaña a personas, empresas y gobiernos hacia la sostenibilidad. Según Jorge Neri Bonilla, CEO y editor de *Cambio16* y presidente del VI Congreso

Internacional de Sostenibilidad, la construcción de un mundo sostenible debe impulsarse a través del motor de la humanidad: el dinero. Aquí cabría reflexionar sobre las preguntas que se hace la ONU ante el reto de la financiación climática: ¿les gustaría que suban aún más sus facturas de alimentación y energía?, ¿les gustaría que su país deje de ser competitivo económicamente?, ¿realmente, quisieran más inestabilidad mundial, que cobre vidas?... Esta crisis afecta de un modo u otro a todas las personas del mundo y, aunque el mundo ya empieza a hablar de la economía de la sostenibilidad, es esencial respaldarla con inversión real. Como individuos y como sociedad, debemos dirigir nuestro dinero hacia la sostenibilidad, hacia el bienestar humano y la preservación de nuestra especie. Sin embargo, los seres humanos operamos en desequilibrio, generando escasez y desperdicios. Nos alejamos de la sabiduría de la naturaleza. Para promover esta nueva economía de la sostenibilidad, y ese es nuestro propósito, necesitamos fomentar un cambio de consciencia que nos permita construir un mundo de abundancia tanto para las personas como para el medio ambiente.

**E dita**  
GRUPO  
EIG  
MULTIMEDIA SL

Calle Menorca 3, Entreplanta. 28009 Madrid  
Teléfono: +34 914 201 199

CONFORME A LOS CRITERIOS DE

 The Trust Project

CEO GRUPO EIG MULTIMEDIA  
EDITOR DE CAMBIO16  
Jorge Neri Bonilla

CONSEJO EDITORIAL

Jorge Neri Bonilla  
Gorka Landaburu  
Miguel Enrique Otero  
Francisco Neri  
José Daniel Barquero Cabrero  
Juan Emilio Ballesteros  
Ramón Hernández

DIRECCIÓN FINANCIERA Y CONTROL DE GESTIÓN  
Karina Gleciano · kg@cambio16.com

CIERRE Y PUBLICACIONES  
Juan Emilio Ballesteros · jba@cambio16.com

REDACCIÓN  
Ramón Hernández · rhernandez\_col@cambio16.com  
María Alejandra Alvarado · ma@cambio16.com  
Mariela León · ml@cambio16.com  
Cecilia Pachano · cp@cambio16.com  
Nelson Hernández · nh@cambio16.com

DIRECTOR DE ARTE  
Luis Moreno · lm@cambio16.com

DESARROLLO Y SISTEMAS  
Alexis Fernández · web@cambio16.com

PUBLICIDAD  
Cristina María Carrillo Curbelo · cc@grupoeig.com  
+34 658 533 923

NUEVOS NEGOCIOS  
Carolina Gallego · cg@cambio16.com  
+34 664 145 352

Embajadora de Marca  
Concha Aristizábal · ca@grupoeig.com  
+34 657 382 111

ADMINISTRACIÓN Y SUSCRIPCIONES  
admin@grupoeig.com  
suscripciones@cambio16.com

IMPRIME: Gráficas Jomagar  
DISTRIBUYE: SGEL  
ISSN: 0211-285X  
Depósito Legal: M-24417-1971

Cambio16 es miembro de 

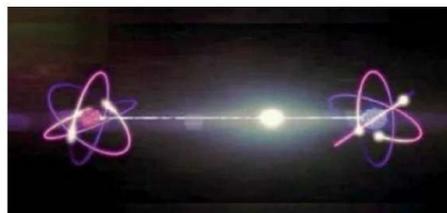
Cambio16 se imprime en papel con certificado Gestión Forestal Sostenible 

[www.cambio16.com](http://www.cambio16.com)



### PRIMER SATÉLITE SOSTENIBLE

El proyecto LignoSat liderado por investigadores japoneses prueba la resistencia de la madera en el espacio. El primer paso para la construcción de satélites sostenibles y biodegradables.



### LA TELETRANSPORTACIÓN CUÁNTICA

La teletransportación cuántica es una realidad, pero muy distinta a la que ha dibujado por años la ciencia ficción. No se puede aplicar en humanos, pero abre un horizonte de posibilidades.



### ENVASES CAÓTICOS E ILÓGICOS

Los consumidores, además de productos funcionales, buscan experiencias memorables. Los *packaging* que sorprenden mejoran la percepción de la marca y son decisivos en la venta.

 0034 91 420 11 99

 redaccion@cambio16.com

 @cambio16

 /cambio16

 Cambio16

 cambio16

Jorge Neri Bonilla, CEO y editor de **Cambio16**, presidente del VI Congreso Internacional de Sostenibilidad  
**"Con el propósito de impulsar un cambio de consciencia para un mundo sostenible, en **Cambio16** queremos pasar a la acción y ser la plataforma del cambio que inspira y acompaña a personas, empresas y gobiernos hacia la sostenibilidad". Pág 6**



72

**Los últimos destellos del impresionismo**

- 6 **Jorge Neri Bonilla**  
La nueva economía, la sostenibilidad.
- 10 **José Ramón Bauzá Díaz**  
"El SAF implica una oportunidad industrial para España".
- 13 **Francisco Benedito**  
El motor del cambio es el dinero.
- 16 **Alejandro Bataller**  
Una experiencia transformadora en salud y bienestar.
- 18 **Sergio Cánovas**  
Conciencia y acción para un futuro mejor.
- 32 **Rafael García González**  
Madrid aspira a ser un referente en sostenibilidad.
- 36 **Cristina Sánchez**  
"Solo el 17% de las metas de los ODS se está cumpliendo".
- 40 **LG**  
"El movimiento Smart Green moviliza a la sociedad".
- 46 **Fundación "la Caixa"**  
La España vaciada cede ante el cambio climático.
- 50 **MAPFRE**  
Gestos sencillos para el planeta y las personas.
- 54 **Lujo consciente**  
Alta cocina vizcaína, innovación y arte con Beñat Ormaetxea.
- 58 **Audi**  
Elegancia, deportividad y versatilidad, los nuevos A5.
- 60 **Banco Santander**  
LoudT, la banda que nació del talento musical de TikTok.
- 64 **La Casa Encendida**  
La torre invertida: arte, contracultura y tarot.
- 70 **Oferta cultural**  
Madrid, capital mundial del flamenco.
- 78 **Audemars Piguet**  
Un nuevo carbono forjado para el Royal Oak Concept.



[www.energia16.com](http://www.energia16.com)



**ADIÓS AL CARBÓN EN POLONIA**

Polonia cerrará la mina de carbón y la central eléctrica de Belchatow –la más grande y sucia de Europa–. Y convertirá los contaminados pozos de esos yacimientos en el lago más profundo del país y los alrededores en un parque recreativo.



**UN CEMENTO VERDE Y ECOLÓGICO**

La escoria de la siderurgia, que es la que más abunda y queda esparcida en vertederos gigantes o sumergida debajo de la hierba, contiene los ingredientes básicos que podrían dar lugar a una versión más ecológica o verde del cemento.



**EL BIOGÁS Y LOS PURINES**

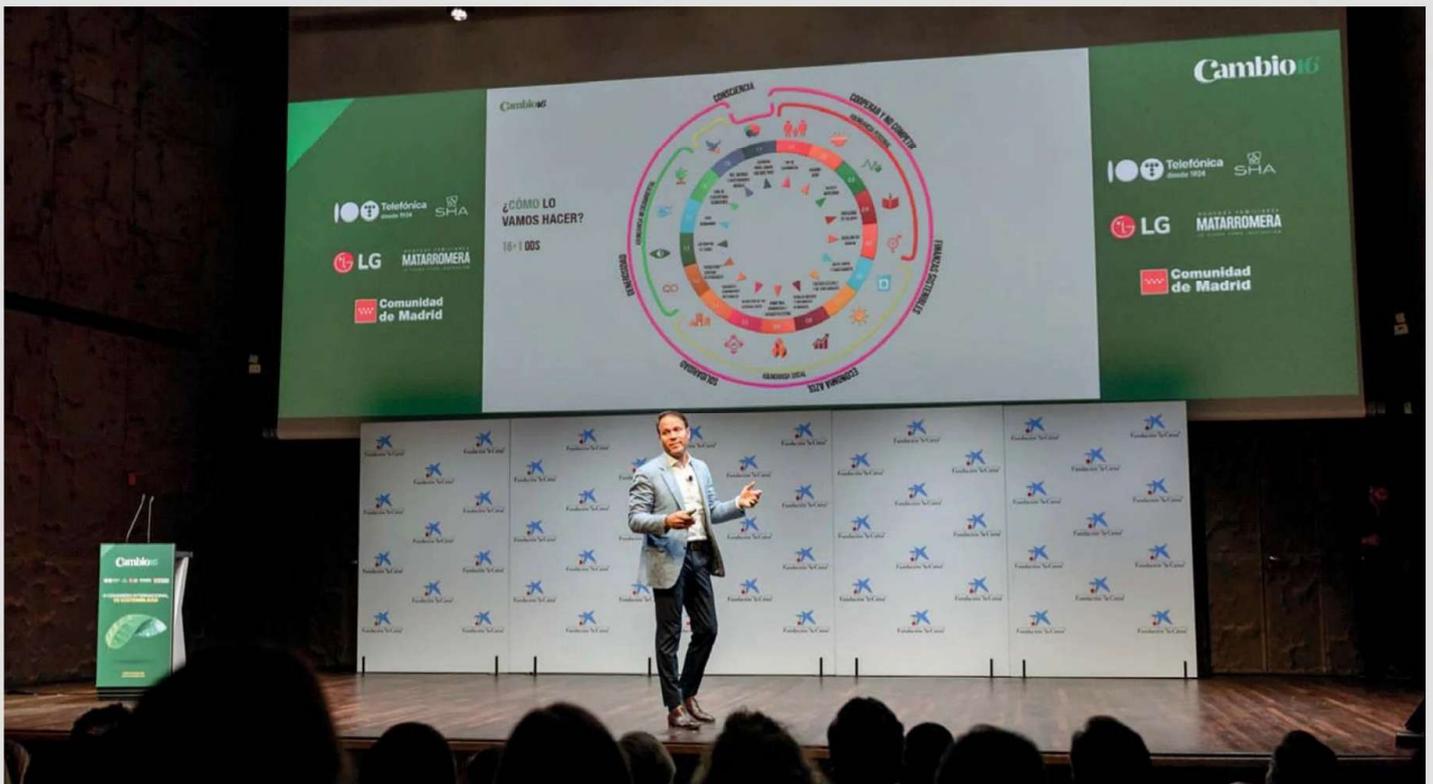
El sector intensivo en gas que busca alternativas se ha fijado en las granjas de cerdos. El tratamiento de los purines es una apuesta en vez de un problema, tanto en el aprovechamiento como fertilizante como en la producción de energía.



# LA NUEVA ECONOMÍA, LA SOSTENIBILIDAD

**Cambiar no es una opción; es una necesidad acuciante urgida por el cambio climático para construir el mundo que anhelamos. El VI Congreso Internacional de Sostenibilidad de *Cambio16* tiene como objetivo trabajar por un cambio de consciencia por la sostenibilidad. Con este propósito, realiza un llamamiento a tomar acción para impulsar un cambio de paradigma hacia la nueva economía, pero ese cambio nos obliga a todos, a cada uno de nosotros, a las instituciones y empresas y a todos los agentes sociales. El dinero es el motor que pondrá en marcha todas esas acciones. En palabras de António Guterres, secretario general de la ONU, “las decisiones que tomemos o dejemos de tomar hoy pueden hacer que retrocedamos aún más o que avancemos a un futuro más verde, mejor y más seguro. Es nuestra decisión”.**

Por **JUAN EMILIO BALLESTEROS** Fotos **ÁNGEL SANTAMARÍA**



**URGENCIA CLIMÁTICA. "No podemos seguir ignorando el problema. ¿Qué podemos hacer?... Construir una nueva economía, la economía de la sostenibilidad".**

La urgencia por movilizar el dinero que financie la sostenibilidad y la necesidad de implementar la colaboración público-privada para acelerar los objetivos de descarbonización, circularidad y transición energética, así como la necesidad de un cambio de consciencia ante el cambio climático, son los principales desafíos que se abordaron en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad de *Cambio16*, celebrado el 4 de noviembre en el Caixaforum de Madrid. Este foro de debate es la antesala de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 29), y estuvo marcado por la conmoción ante la desolación causada por la DANA que ha asolado varias comunidades españolas, con especial incidencia en Valencia, Castilla-La Mancha, y Andalucía, una catástrofe natural que ha causado una devastación sin precedente.

El presidente del Congreso Internacional de Sostenibilidad, Jorge Neri Bonilla, CEO y editor de *Cambio16* y presidente de Fundación Cambiemos, expresó la solidaridad, el cariño y amor ante una tragedia medioambiental de proporciones incalculables. "Todo lo que estamos viviendo –afirmó– se puede agravar si no actuamos. De ahí el llama-

miento que hacemos desde el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad ante la falta de consciencia: ¡únete al cambio!".

El Congreso Internacional de Sostenibilidad de *Cambio16* se ha consolidado como el foro global de referencia para abordar la sostenibilidad desde una perspectiva que pone en el centro al ser humano y abarca la economía circular, la conservación de la biodiversidad y la regeneración de ecosistemas, evaluando la responsabilidad medioambiental, social y económica de todas las actividades que realizamos. Constituye un espacio para la reflexión, el diálogo y el intercambio de experiencias entre todos los agentes implicados en la transformación hacia la sostenibilidad, tanto de las organizaciones como desde la sociedad civil, una incubadora de alianzas que impulsen la innovación para acelerar el cumplimiento de los ODS.

Con el propósito de impulsar un cambio de consciencia para un mundo sostenible, *Cambio16* se ha transformado en una plataforma del cambio que inspira y acompaña a las personas, empresas y gobiernos hacia la sostenibilidad. El VI Congreso Internacional de Sostenibilidad estuvo patrocinado por la Comunidad de Madrid, Telefónica, LG Electronics España, SHA Wellness y Bodegas Familiares Matarromera.

El símbolo de este VI Congreso Internacional de Sostenibilidad es una hoja verde en el haz, que se convierte en dinero en el envés. Según Jorge Neri Bonilla, "los movimientos altruistas son importantes, pero resultan lentos, se toman mucho tiempo, requieren de una apertura de la consciencia muy grande y de eventos que aceleren el proceso. Después de muchos años de reflexión, madurando nuestra participación en la construcción de un mundo sostenible, en *Cambio16* hemos concluido que debemos impulsarlo desde el dinero. Por eso, esa hoja se convierte en dinero. Al final, el motor de nuestra vida, el motor de la humanidad es el dinero. Nos movemos por dinero, caminamos por dinero, y si no ponemos el dinero donde tiene que estar, todo lo que se proponga en este VI Congreso Internacional de Sostenibilidad no va a suceder. Tenemos urgencia, vivimos un momento imperioso, crítico. Hay que actuar. Todo indica que vamos a peor. No podemos seguir ignorando el problema. ¿Qué podemos hacer?... Construir una nueva economía, la economía de la sostenibilidad. Ya el mundo empieza a hablar de la economía de la sostenibilidad, pero hay que ponerle el dinero. Y para poner el dinero nos hace falta un cambio de consciencia".



## CAMBIO16 Y LOS ODS

"Hoy, casi todos los productos tienen fecha de caducidad –continuó Jorge Neri Bonilla–. Es lo que se conoce como obsolescencia programada y actúa para que tengamos que consumir más. Como individuos y como sociedad tenemos que poner el dinero donde debe estar, en esa hoja, en la sostenibilidad, en nosotros, en nuestra especie. De esta manera, a medida que la conciencia sube, estaremos menos sujetos a manipulaciones, engaños y mentiras. La hoja se convierte en dinero porque refleja una verdad irrefutable: la naturaleza es abundante, está en equilibrio y no genera desechos. Si toda la economía que queremos construir la hacemos así, llegaremos lejos. No obstante, los seres humanos estamos en desequilibrio, generamos escasez y todo tipo de desechos. Operamos de forma muy distinta a la sabiduría de la naturaleza. Para impulsar la nueva economía de la sostenibilidad, y este es nuestro propósito, tenemos que fomentar un cambio de conciencia para construir un mundo sostenible con abundancia para los seres humanos y la naturaleza. Esta es la economía del futuro y hay tres conceptos que merece la pena matizar: propósito, cambio de conciencia y abundancia. Si cada uno de nosotros nos ponemos un propósito, pequeño, mediano o grande, estaremos construyendo felicidad y, también, nuestro futuro. El cambio de conciencia debe ser la moneda de valoración de las acciones en la nueva economía. El resultado es la abundancia. Abandonar el egoísmo de la escasez en el que estamos operando en la actualidad para pasar a la abundancia de la sostenibilidad".

En Cambio16 queremos pasar a la acción y ser la plataforma del cambio que inspira y acompaña a personas, empresas y gobiernos hacia la sostenibilidad.

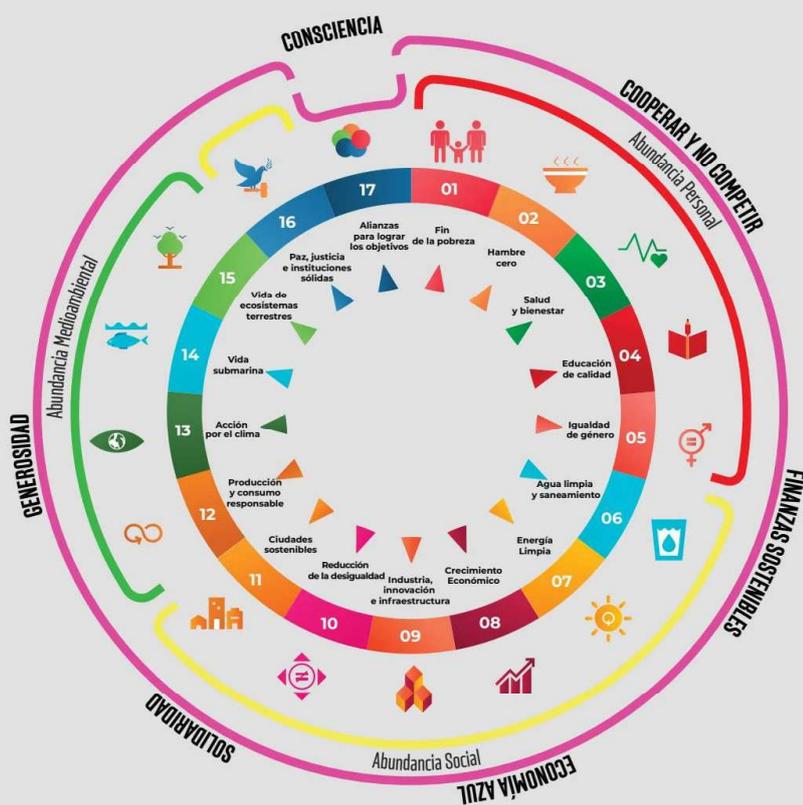
"Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas constituyen nuestro centro –continuó el editor y CEO de Cambio16–. Los primeros cinco ODS (fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad e igualdad de género) generan abundancia personal. Los siete ODS siguientes (agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles y, el 16, paz, justicia e instituciones sólidas) deben producir abundancia social. El resto de los ODS (producción y consumo responsables, acción por el clima, vida submarina y vida de ecosistemas terrestres) crean abundancia medioambiental. Y, finalmente, está el objetivo 17 (16+1), que incide en la formación de alianzas para lograr el cumplimiento de los ODS, es decir, el cambio de conciencia. Ya no se trata de competir, sino de cooperar. Esto es la economía azul, la economía circ-

**ABUNDANCIA.** "Para impulsar la nueva economía de la sostenibilidad, hay que fomentar un cambio de conciencia para construir un mundo sostenible con abundancia para los seres humanos y la naturaleza".



**CAMBIAR EL MUNDO.** Malena Contestí, conductora del VI CIS, apuntó que "ciudadanos comprometidos pueden cambiar el mundo".

"PARA IMPULSAR LA NUEVA ECONOMÍA DE LA SOSTENIBILIDAD, Y ESTE ES NUESTRO PROPÓSITO, TENEMOS QUE FOMENTAR UN CAMBIO DE CONSCIENCIA PARA CONSTRUIR UN MUNDO SOSTENIBLE CON ABUNDANCIA PARA LOS SERES HUMANOS Y LA NATURALEZA"



**CAMBIO16 Y LOS ODS.** Los primeros cinco generan abundancia personal; los siete siguientes y el 16, abundancia social; y los cinco restantes, abundancia medioambiental. El 17 incide en el cambio de consciencia.

lar, las finanzas sostenibles: poner el dinero a disposición de todos los actores del cambio, y, después, también está la solidaridad. Aquí radica el cambio de consciencia”.

Para construir la sostenibilidad y acelerar el cambio de consciencia, *Cambio16* ha diseñado una plataforma integrada por la marca *Cambio16*, que difunde la información necesaria para educar y transformar la sociedad y organiza eventos y cursos para el desarrollo humano y el crecimiento personal. También incluye la Academia del Cambio, cuyo objetivo radica en el bienestar laboral de las empresas y en definir una cultura corporativa sostenible. Asimismo, C16LAB, una asesoría de comunicación estratégica orientada a la sostenibilidad y los negocios y, junto con la firma Osmos, un estudio de producción audiovisual para ayudar a las empresas en la comunicación y posicionamiento de sus acciones sostenibles. Por último, está la Fundación Cambiemos, cuya finalidad es llevar a cabo acciones sociales para mover hacia el cambio de consciencia y poder construir la sostenibilidad.

### UNA COMUNIDAD MÁS VERDE Y LIMPIA

El viceconsejero de Medio Ambiente, Agricultura y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, Rafael García González, que

inauguró oficialmente el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad, explicó que la Comunidad de Madrid está a la cabeza del crecimiento económico en el conjunto de España, con un incremento de 2,9% del PIB, respecto a 2023, y aporta casi el 20% del PIB español, erigiéndose en la primera economía por volumen de PIB.

Este crecimiento se basa fundamentalmente en un desarrollo sostenible que integra los objetivos medioambientales con los objetivos económicos y sociales y que aborda una transición inteligente hacia una comunidad más verde y limpia.

“Sabemos que el papel que debe jugar el Gobierno de la Comunidad de Madrid –añadió Rafael García González– es el de impulsar la sostenibilidad garantizando la protección de nuestro medio ambiente y logrando una transición energética a partir de energías limpias, una movilidad sostenible y una apuesta por la tecnología, la innovación y la digitalización de nuestras empresas y los diversos sectores de la actividad económica”.

### DINAMIZAR LA ACCIÓN DE LAS EMPRESAS

Cristina Sánchez es una de las pocas mujeres cuya voz se alza con autoridad en el ámbito global de la sostenibilidad. Lidera en España la iniciativa más importante en sostenibilidad empresarial del mundo. Su gestión ha situado a la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas como líder de esta iniciativa. Su objetivo es fomentar la implantación de los Diez Principios del Pacto Mundial al mismo tiempo que promueve la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el sector empresarial, siendo la única organización que cuenta con el mandato de Naciones Unidas para este propósito. Su prioridad es trabajar los desafíos que enfrenta el desarrollo sostenible con coordinación a todos los niveles y contribuir a consolidar el liderazgo global del Pacto Mundial de la ONU. Cristina Sánchez es la directora ejecutiva del Pacto Mundial de la ONU España.

El Pacto Mundial de la ONU España ha puesto de relieve que solo el 17% de las 169 metas de la Agenda 2030 están avanzando, mientras que casi la mitad muestra un progreso mínimo o moderado y más de un tercio está estancado o retrocediendo. Estas cifras alertan sobre el posible incumplimiento de los ODS y subrayan la necesidad de acelerar la acción empresarial en las áreas más desafiantes del desarrollo sostenible.

Ante esta situación, el Pacto Mundial de la ONU España, propone cinco ámbitos clave donde las empresas deben centrar sus esfuerzos para revertir esta tendencia y ayudar a enderezar el rumbo de la Agenda 2030: igualdad de género, acción climática, resiliencia del agua, salario digno y finanzas sostenibles.



**MOTOR ECONÓMICO.** Madrid es el motor económico de España y lidera el desarrollo sostenible, según el viceconsejero Rafael García González.



**ACELERAR LA SOSTENIBILIDAD.** Solo el 17% de la Agenda 2030 están avanzando, según Cristina Sánchez, directora del Pacto Mundial de la ONU en España.

Estos ámbitos forman parte de la iniciativa Forward Faster, cuyo objetivo es dinamizar la acción empresarial y aumentar la ambición en estas áreas estratégicas que resultan esenciales para lograr los ODS en el tiempo restante.

Según Cristina Sánchez, "es fundamental que las empresas reconozcan que, aunque han realizado esfuerzos, su contribución aún puede ser mayor. Forward Faster no es solo una iniciativa; es una guía de urgencia para transformar nuestras estrategias y acelerar la acción. Necesitamos un compromiso real y audaz, donde cada empresa asuma la responsabilidad de ser parte de la solución. El compromiso conjunto entre las empresas y las administraciones es fundamental para acelerar el progreso hacia los ODS. Solo a través de una colaboración activa y un enfoque multidimensional podremos enfrentar los retos que se presentan y construir un futuro sostenible".

#### EL IMPACTO DEL SAF EN ESPAÑA

A partir del 1 de enero de 2025, con la entrada en vigor del Reglamento ReFuelEU Aviation, aprobado por el Parlamento Europeo en septiembre de 2023, un proyecto cuyo objetivo es acelerar la producción, suministro y uso de combustible sostenible para la aviación (SAF), todos los aeropuertos y aerolíneas que operen en la Unión Europea están obligados por ley a aplicar la nueva normativa. Según José Ramón Bauzá Díaz, fundador y presidente del Foro

Aviación y Turismo, es la medida más efectiva para la descarbonización de la aviación.

Con una dilatada trayectoria como eurodiputado, José Ramón Bauzá Díaz formó parte activa de la comisión que negoció la iniciativa legislativa ReFuelEU Aviation en la Cámara europea. El Reglamento supone una gran oportunidad industrial para España, ya que podríamos posicionarnos como referentes en cuanto a producción y uso de SAF en el continente. El SAF (Sustainable Aviation Fuel) es un combustible sostenible producido a partir de materias primas de origen renovable y puede ser biocombustible (biomasa), que procede de materiales agrícolas y forestales, la materia orgánica de las aguas residuales y los lodos de depuradora, la fracción orgánica de los residuos sólidos urbanos y otros residuos derivados de las industrias, las algas marinas, etc.; o combustible sintético (e-fuel), procedente de energía eléctrica renovable o de la energía nuclear.

El sector de la aviación es responsable del 2-3% de las emisiones globales. Las ventajas del SAF para acelerar la transición energética y transformar la aviación son evidentes. Al producirse a partir de residuos orgánicos, impulsa la economía circular. Por su carácter renovable, reduce las emisiones hasta un 90%. Acelera la transición energética y se puede implementar de forma inmediata, sin necesidad de realizar modificaciones en los motores existentes. También incrementa la seguridad del suministro y contribuye a la independencia energética en España y Europa.

**"AUNQUE HAN REALIZADO ESFUERZOS, LA CONTRIBUCIÓN D LAS EMPRESAS PUEDE SER MAYOR. EL COMPROMISO CONJUNTO ENTRE LAS EMPRESAS Y LAS ADMINISTRACIONES ES FUNDAMENTAL PARA ACELERAR EL PROGRESO HACIA LOS ODS"**

MENOR REMUNERACIÓN POTENCIAL MENOR RIESGO.			MAYOR REMUNERACIÓN POTENCIAL MAYOR RIESGO.			
1	2	3	4	5	6	7

EL NIVEL DE RIESGO DE LOS PLANES DE PENSIONES KUTXABANK RENTA FIJA MIXTO 15 (NIVEL DE RIESGO 3), KUTXABANK RENTA FIJA MIXTO 30 (NIVEL DE RIESGO 4), KUTXABANK RENTA VARIABLE MIXTO 60 (NIVEL DE RIESGO 5) Y KUTXABANK BOLSA GLOBAL (NIVEL DE RIESGO 6), EN UNA ESCALA DE 1 A 7, VARÍA DE 3 A 6, Y SE HA ESTIMADO SOBRE LA BASE DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LAS CLASES DE ACTIVOS EN LAS QUE PREVISIBILMENTE SE INVERTIRÁ EL PATRIMONIO DE CADA FONDO. NO OBSTANTE, COMO EL NIVEL DE RIESGO ES UNA VARIABLE QUE PUEDE CAMBIAR A LO LARGO DEL TIEMPO, EL INDICADOR ES UNA MEDIDA ESTÁTICA QUE NO PREJUJGA EL FUTURO PERFIL DE LOS PLANES.

•• EL COBRO DE LA PRESTACIÓN O EL EJERCICIO DEL DERECHO DE RESCATE SÓLO ES POSIBLE EN CASO DE ACAECIMIENTO DE ALGUNA DE LAS CONTINGENCIAS O SUPUESTOS EXCEPCIONALES DE LIQUIDEZ REGULADOS EN LA NORMATIVA DE PLANES Y FONDOS DE PENSIONES.  
 •• EL VALOR DE LOS DERECHOS DE MOVILIZACIÓN, DE LAS PRESTACIONES Y DE LOS SUPUESTOS EXCEPCIONALES DE LIQUIDEZ DEPENDE DEL VALOR DE MERCADO DE LOS ACTIVOS DEL FONDO DE PENSIONES Y PUEDE PROVOCAR PÉRDIDAS RELEVANTES.  
 DE ACUERDO CON LA NORMATIVA VIGENTE, EXISTE PARA CADA UNO DE LOS PLANES DE PENSIONES EL DOCUMENTO DE DATOS FUNDAMENTALES PARA EL PARTICIPE QUE SE ENCUENTRA PUBLICADO EN LA PÁGINA WWW.KUTXABANK.ES. CONSULTA EL NIVEL DE RIESGO Y LAS ALERTAS DE LIQUIDEZ DE LOS PLANES DE PENSIONES DE KUTXABANK EN: WWW.KUTXABANK.ES/PLANESDEPENSIONES



# Trae tu plan a Kutxabank y te damos el 4,20%\* de su importe



\* EL 4,20 % DEL IMPORTE DE LOS TRASLADOS EFECTUADOS A LOS PLANES DE PENSIONES KUTXABANK RENTA FIJA MIXTO 15 (NIVEL DE RIESGO 3), KUTXABANK RENTA FIJA MIXTO 30 (NIVEL DE RIESGO 4), KUTXABANK RENTA VARIABLE MIXTO 60 (NIVEL DE RIESGO 5) O KUTXABANK BOLSA GLOBAL (NIVEL DE RIESGO 6), DESDE PLANES EXTERNOS AL GRUPO KUTXABANK. COMPROMISO DE PERMANENCIA DE 7 AÑOS. EL INCENTIVO, CON EL MÁXIMO DE 6.000 EUROS, SERÁ ABONADO POR KUTXABANK EN UNA CUENTA DEL TITULAR DEL PLAN EN SIETE PAGOS ANUALES, EL PRIMERO A LA RECEPCIÓN DEL TRASLADO. ESTE INCENTIVO TENDRÁ LA FISCALIDAD VIGENTE EN CADA MOMENTO. EN LA ACTUALIDAD TIENE LA CONSIDERACIÓN DE RENDIMIENTO DE CAPITAL MOBILIARIO SUJETO A RETENCIÓN. CAMPAÑA EN VIGOR HASTA 31/12/2024.

## PLANESDEPENSIONES

Entidad Promotora de los Planes: Kutxabank S.A.  
 Entidad Depositaria de los Fondos de Pensiones: Cecabank S.A.  
 Entidad Gestora de los Fondos de Pensiones: Kutxabank Pensiones S.A.U.



**OPORTUNIDAD PARA ESPAÑA.** El SAF implica una gran oportunidad industrial para España, uno de los países europeos con mayor potencial para su producción, según José Ramón Bauzá Díaz.

“El Reglamento ReFuelUE Aviation –según José Ramón Bauzá Díaz– ha dotado de un marco normativo estable para la producción y uso de SAF en la Unión Europea y aporta seguridad jurídica a toda la industria”. Para el presidente del Foro Aviación y Turismo es fundamental promover un SAF asequible para las aerolíneas que no impacte en el precio de los billetes de avión. “Sería necesario un periodo de aplicación de diez años, en lugar de los cinco actuales, y garantizar el suministro de SAF de manera rentable, además de incentivar con 20 millones de derechos de emisión gratuitos canjeables por la compra de SAF hasta 2030”.

El SAF implica una gran oportunidad industrial para España, uno de los países europeos con mayor potencial para su producción, sobre todo a causa de la dimensión del sector primario, el desarrollo de energías renovables y su posicionamiento como *hub* productor de hidrógeno verde. Para ello, es necesario que España cubra la demanda de SAF, que se estima en 5 millones de toneladas hasta 2050 y contar con entre 30 y 40 plantas de producción de SAF. “En la misma medida –concluyó José Ramón Bauzá Díaz– se tienen que aprobar incentivos fiscales y un plan nacional de ayudas a la producción de SAF”.

**ES TIEMPO DE SER INTELIGENTES**

El presidente y CEO de LG Electronics España, Jaime de Jaraíz Lozano, tiene muy claro que el cambio climático es una realidad y que el pla-

nete no puede esperar más. Se dio cuenta de que las acciones que su empresa desarrollaba para mitigar su impacto y disminuir sus emisiones no eran suficientes. Había que ir más allá, pasar de la concienciación a la acción por el planeta. El Movimiento Smart Green que promueve pretende convertir a empresas, instituciones y ciudadanos en agentes movilizadores del cambio para salvar el planeta. En este empeño, se ha manchado las manos plantando árboles y se ha enfundado el traje



**SMART GREEN.** “El Movimiento Smart Green de LG España pretende convertir a empresas, instituciones y ciudadanos en agentes movilizadores del cambio para salvar el planeta”.

de apicultor para impulsar la polinización, entre otras acciones climáticas.

Según Jaime de Jaraíz Lozano, es tiempo de ser inteligentes y pasar a la acción por un planeta mejor. La emergencia climática produce efectos irreversibles: las concentraciones de CO<sub>2</sub> están alcanzando un punto de no retorno, superando las 424 partes por millón; más del 50% de las emisiones de CO<sub>2</sub> se han producido en los últimos 30 años; cada día se extinguen 150 especies animales por culpa del hombre, y necesitamos casi dos planetas para cubrir la demanda de recursos de toda la humanidad (en 2050 se necesitarán casi tres).

La pregunta es sencilla: ¿cómo conseguir que las empresas sean capaces de diseñar programas de regeneración de la naturaleza de forma fácil y simple y que la sociedad se movilice para llevarlos a cabo? LG encontró la respuesta después de un periodo de reflexión que se inició en 2017 cuando se planteó qué más podía hacer, además de mitigar su huella de carbono y su impacto medioambiental, para contribuir a la lucha contra el calentamiento global y el cambio climático. La compañía entendió que había que pasar de la concienciación a la acción, puesto que ya no se trata solo de reducir las emisiones porque el problema seguirá existiendo. Es preciso regenerar los ecosistemas y la biodiversidad y contribuir así a la absorción de las emisiones de forma directa o indirecta.

Entre las acciones llevadas a cabo por LG en el apartado de Sostenibilidad I.O, centrado en disminuir su impacto, se encuentra la reducción de emisiones en un 30% en la cadena de suministro, logística y transporte; la optimización de la energía con fuentes renovables hasta reducir un 90% de consumo y la eliminación de todos los plásticos de un solo

uso. Los objetivos se centran en alcanzar la neutralidad en carbono en 2030; el 100% de energía renovable en 2050 y la introducción de 600.000 toneladas de plástico reciclado en los procesos de fabricación de sus productos para 2030.

A través del movimiento Smart Green, LG busca inspirar un cambio de mentalidad en los proyectos verdes para implementar el poder de cada acción individual, y provocar así un impacto real y a gran escala en la lucha contra el cambio climático. El concepto de Sostenibilidad 2.0 entraña una revolución que invita a pasar a la acción por el planeta a través de la regeneración de ecosistemas marinos, terrestres y de su biodiversidad, e insta a las empresas a dar un paso al frente y acometer de principio a fin proyectos medioambientales, de forma totalmente altruista. Nace así la Sostenibilidad 2.0 que significa pasar de la concienciación a la acción por el planeta. La sostenibilidad 2.0 tiene que ser SMART y contiene en su definición (SMART) la esencia inspiradora del movimiento: Simple, a coste Marginal, Altruista, Regenerativo y Tecnológico, es decir, que las empresas empiecen a actuar con generosidad, movilizándolo a la sociedad y con un coste asumible gracias a soluciones tecnológicas basadas en la naturaleza y mejoradas con la inteligencia del hombre.

Smart Green España cuenta ya con más de un lustro de trayectoria, tres campos de acción y la implicación de empresas, instituciones públicas e individuos: Smart Green Trees, con el objetivo de plantar 48 millones de árboles cada año; Smart Green Bees, cuyo fin es repoblar 48 millones de abejas ibéricas cada año; y Smart Green Seas, que pretende recuperar el mar Mediterráneo gracias a la posidonia oceánica.

Según Jaime de Jaraíz, presidente y CEO de LG España, "tenemos la firme convicción de que las empresas deben mirar más allá de los efectos derivados de su propia actividad, y dar un paso adelante para impulsar proyectos colectivos que contribuyan a proteger el medioambiente y concienciar a la sociedad de la importancia de tomar acción de forma individual. Nuestra filosofía *Lifé s Good* pretende mejorar la vida de las personas gracias a la tecnología y nos empuja a ser valientes para construir entre todos un futuro mejor".

#### EL MOTOR DEL CAMBIO ES EL DINERO

Francisco Benedito es el fundador y director ejecutivo de la *startup* ClimateTrade. En 2017 fundó ClimateCoin, el primer activo criptográfico del mundo. Posteriormente, en el año 2019, fundó ClimateTrade con el propósito de crear una organización exponencial centrada en la sostenibilidad. ClimateTrade es un *marketplace* climático con sede en España que

ayuda a marcas globales a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad a través de la compensación de emisiones de carbono y financiando proyectos climáticos regenerativos.

El mercado de carbono ofrecía una solución para que las personas y empresas actuasen ya. Sin embargo, sufría de falta de transparencia, dejando a los defensores de compensaciones de carbono inciertos sobre el impacto real de sus compras. Las estructuras de precios eran engañosas y la participación obligatoria de corredores o intermediarios en el proceso de compra de créditos de carbono era otra complicación más.

Por ello, Francisco Benedito vio una posibilidad de cambiar esa realidad a través de la tecnología *blockchain*, porque los créditos de carbono no podrían contarse dos veces debido a que las transacciones ocurrían en tiempo real en un libro contable inmutable que ofrece transparencia, verificabilidad y trazabilidad.

Según Francisco Benedito, "empresas como ClimateTrade son de vital importancia para abordar los desafíos urgentes planteados por el cambio climático. La creciente frecuencia y gravedad de eventos climáticos extremos resalta la necesidad apremiante de una acción

"LG BUSCA INSPIRAR UN CAMBIO DE MENTALIDAD EN LOS PROYECTOS VERDES PARA IMPLEMENTAR EL PODER DE CADA ACCIÓN INDIVIDUAL, Y PROVOCAR ASÍ UN IMPACTO REAL Y A GRAN ESCALA EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO"



**PLANET TOKENS.** "Lo primero que tenemos que hacer es calcular nuestra huella de carbono, saber cuánto contaminamos cada uno de nosotros cada día", según explicó Francisco Benedito.



climática robusta, y ClimateTrade brinda una manera tangible para que empresas e individuos participen activamente en iniciativas de compensación de carbono, contribuyendo a la mitigación de los riesgos relacionados con el clima. El Informe de Riesgos Globales del Foro Económico Mundial para 2024 clasifica consistentemente los riesgos relacionados con el clima como algunas de las amenazas más significativas para las personas y el planeta en la próxima década”.

Al mismo tiempo, ClimateTrade extiende sus beneficios a los individuos al proporcionarles medios accesibles para compensar su huella de carbono, ofreciendo diversos proyectos para su participación y fomentando las contribuciones individuales a los esfuerzos ambientales globales. Además, la plataforma actúa como un recurso educativo, aumentando la conciencia y comprometiendo a los usuarios finales en iniciativas de sostenibilidad, capacitando en última instancia a las personas para tomar decisiones informadas y participar activamente en la acción climática.

ClimateCoin es la *startup* española creadora del primer activo digital de carbono en

el mundo. Ejecutada en una *blockchain* de carbono neutral y respaldada por créditos de carbono de alta calidad, ClimateCoin financia proyectos de descarbonización de alto impacto, proporcionando a inversores y defensores del clima una significativa inversión para compensar su huella de carbono.

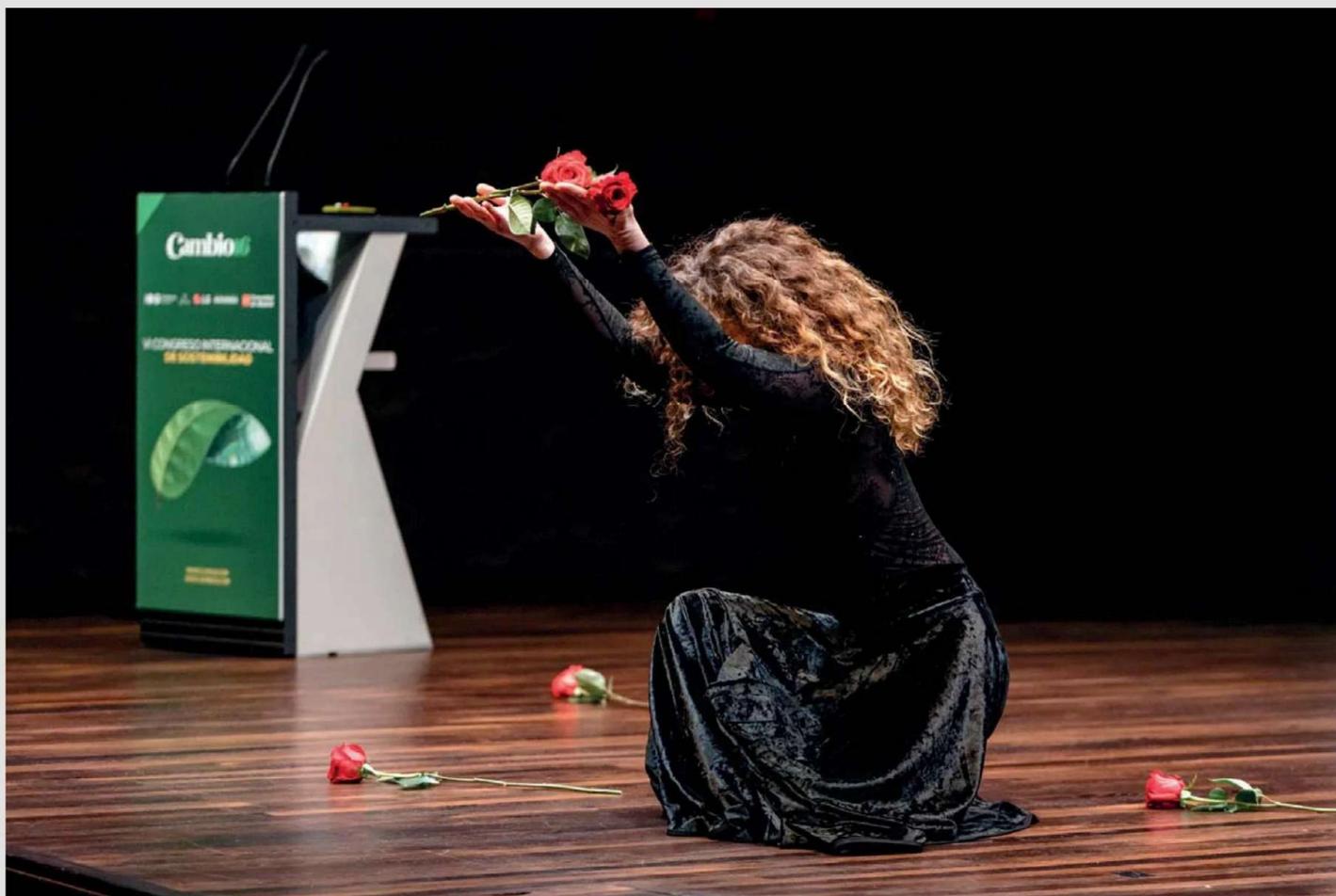
Así, la compañía busca desencadenar un movimiento global de inversión para neutralizar y revertir la amenaza climática a la que se enfrenta el planeta mediante la democratización de las finanzas climáticas. ClimateCoin proporciona a los inversores el fácil acceso a oportunidades de inversión significativas y compatibles con el clima a la vez que garantiza a los proveedores de créditos de carbono una financiación equitativa.

El objetivo de ClimateCoin es llevar la financiación climática a todos los niveles de la sociedad para que personas de todos los ámbitos puedan contribuir y beneficiarse, tanto social como financieramente de la lucha global contra el cambio climático. El proyecto de ClimateCoin está configurado para democratizar las finanzas climáticas y brindar empoderamiento e independencia económica a proveedores

e inversores por igual, logrando así, de una vez por todas, el equilibrio climático.

Planet Tokens forma parte del ecosistema ClimateCoin. “Lo primero que tenemos que hacer es calcular nuestra huella de carbono –aclaró Francisco Benedito–, saber cuánto contaminamos cada uno de nosotros cada día. Una persona media en Europa puede emitir entre 10 y 15 toneladas al año. Por el mero hecho de participar en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad y formar parte de la comunidad se va a recibir una *wallet* que se genera de forma automática tan solo con la dirección *mail*. No es preciso saber nada de criptomonedas. Con la app será posible calcular la huella de carbono individual, conocer cuánto contamina cada uno. El indicador de huella de carbono presentará los colores verde y gris, correspondiente al cálculo de la huella y a la necesidad de compensarla”.

El objetivo de Naciones Unidas de alcanzar cero emisiones en 2050, que obliga a los países y a las organizaciones, hay que hacerlo extensible a toda la sociedad. El cálculo de la huella de carbono personal es un *data* que tiene un valor. El *token* que se entrega a los



**DANZA CLIMÁTICA.** Performance de Raquel Santiago, bailarina de acción climática y danza terapeuta especializada en ecoansiedad.

asistentes al VI Congreso Internacional de Sostenibilidad va a aumentar de valor por el mero hecho de generar actuaciones alrededor de ese dato climático, lo que posibilitará asimismo el crecimiento de la comunidad y su poder de influencia y acción climática.

### EL LAMENTO DE GAIA

Designada por la prensa como "la nueva Isadora Duncan del Medio Ambiente", Raquel Santiago es bailarina de acción climática y danza terapeuta especializada en ecoansiedad. A través de su danza busca crear un nuevo lenguaje para la acción climática que ayude a transformar nuestra cultura y revertir el cambio climático. Ha desarrollado el método somático BioResiliencia para ayudar a personas que sufren ecoansiedad ante el cambio climático, transformando la preocupación medioambiental y la desesperanza en acciones climáticas positivas.

Raquel Santiago ha bailado para la UNESCO y organizaciones sin fines de lucro, y ha actuado en conferencias ambientales, como el San Francisco Green Festival, Boom Festival en Portugal, para la película Albatross, en TEDx Events, entre otros eventos.

Su intervención en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad puso en escena la performance *El lamento de Gaia*.

*"La Tierra baila en círculos y ciclos. Mientras ella gira, yo también; y cuando ella se lamenta, yo también.*

*Lágrimas silenciosas que hacen eco de bosques arrasados, de océanos que suspiran plásticos, y de miles de especies que ya no caminan sobre su piel. Pero Gaia ya no calla más. Sus lamentos se hacen sentir y oír en todas partes estos días.*

*El Lamento de Gaia es un duelo danzado, una travesía que busca transmutar el dolor en un hilo de esperanza activa. Es una invitación a sentir cada latido de Gaia y a dejarnos transformar por su llamada, a rendir homenaje a la vida y a la belleza de nuestro planeta. A medida que su lamento se convierte en acción, el amor se convierte en luz, iluminando un camino de esperanza y de regeneración para la Tierra.*

*¿Escuchas su llamada?"*

### ACCESO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE AL AGUA

Whater es una plataforma web y móvil que gestiona bases de datos conectadas y actualizadas en tiempo real para ayudar a las personas a elegir dónde y qué agua beber, ahorrando tiempo y dinero, protegiendo su salud y el medio ambiente. Con Whater se puede identificar y geolocalizar un punto de abastecimiento (WhaterPoint) y conocer la in-



**LA CALIDAD DEL AGUA.** Israel Guzmán Pons (dcha.) junto a sus socios en el proyecto colaborativo Whater Antonio Morón Arcos y Rafael Calleja Villcampá. Promueven el acceso sostenible y responsable al agua.

formación que suministra la Administración pública, el Ministerio de Sanidad, el responsable del WhaterPoint (restaurante, ayuntamiento, empresa, etc.), incluso la opinión de los profesionales independientes que realizan sus propios estudios y análisis. También cada

consumidor, como usuario, puede compartir su opinión y valoración sobre el olor, sabor y color del agua, y leer las opiniones y valoraciones de otros usuarios que se preocupan por la calidad del agua que beben.

Se trata de un proyecto colaborativo en el que los usuarios, además de opinar sobre la calidad del agua de un WhaterPoint, pueden proponer otros puntos nuevos, identificar los que detecten que están mal ubicados, subir las fotos de los WhaterPoint, y compartir la información que ayude a mejorar la herramienta de información colectiva global que entre todos se genera. Cada WhaterPoint es una "etiqueta virtual" geolocalizada que promueve el acceso sostenible y responsable al agua.

Whater ha colaborado con el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad, donde ha personalizado con el logo de *Cambio16* botellas de agua producidas con caña de azúcar, para formar parte del cambio de consciencia como agente transformador. Según Israel Guzmán Pons, CEO de la firma, "nos unimos al esfuerzo colectivo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con la meta de construir una economía circular y avanzar hacia la descarbonización. Nos inspira profundamente que, además de reducir la huella de carbono generada por el evento, se recauden fondos para reforestar el Amazonas a través de ClimateTrade".

Para los responsables de Whater, la acción climática debe implicar a cada persona

**"FUNDACIÓN CAMBIEMOS ES UN PROYECTO ABIERTO Y COLABORATIVO, UNA INICIATIVA QUE CONTRIBUYE A LA EXPANSIÓN DE LA CONSCIENCIA. PROMUEVE EL CAMBIO, EL CRECIMIENTO, LA EVOLUCIÓN PERSONAL Y LA ELEVACIÓN DE LA CONSCIENCIA"**



en particular y a la sociedad en general: “Este evento nos invita a reflexionar sobre cómo cada acción, por pequeña que sea, contribuye a un impacto global. Juntos podemos crear un cambio de consciencia y ser agentes de transformación. En What.er.App, nos sumamos a esta misión, convencidos de que la tecnología y la acción climática son esenciales para el bienestar de las personas y del planeta”.

#### FUNDACIÓN CAMBIEMOS

Fundación Cambiemos es un proyecto abierto y colaborativo, una iniciativa que contribu-

ye a la expansión de la consciencia. Promueve el cambio, el crecimiento, la evolución personal y la elevación de la consciencia. Entre sus objetivos, se encuentra acelerar el proceso de transformación social para conseguir la prosperidad de las personas y del planeta; divulgar el conocimiento y las iniciativas ejemplares que muestren el camino del cambio; fomentar el emprendimiento sostenible mediante proyectos demostrativos; promover acciones que contribuyan al bienestar de las personas y la generación de consciencia ecosocial y fomentar la cultura ambiental movilizándolo a los ciudadanos y ofreciendo la información y herramientas necesarias para el cambio.



**PASAR A LA ACCIÓN.** “Cambiar no es una opción –apuntó Verónica Carrillo, directora general de Fundación Cambiemos–, es una necesidad acuciante para construir el mundo que anhelamos”.

La directora general de Fundación Cambiemos, Verónica García Carrillo, comenzó su ponencia lanzando varias preguntas a los asistentes al VI Congreso Internacional de Sostenibilidad: ¿qué significa para ustedes el cambio de consciencia que tanto se ha mencionado hoy?; ¿estamos realmente dispuestos a cuestionar y transformar nuestras creencias y hábitos? y ¿cómo pueden nuestras acciones diarias contribuir a un cambio positivo en nuestro entorno, a un cambio de consciencia colectivo?

“Cambiar no es una opción –apuntó Verónica Carrillo–, es una necesidad acuciante para construir el mundo que anhelamos. Con esta poderosa idea en mente, nace la Fundación Cambiemos como el vehículo idóneo para acometer acciones concretas y así ampliar el alcance de lo que en materia de comunicación y divulgación realiza *Cambio16*. Es hora de pasar a la acción. Por ello, nos hemos comprometido a desarrollar un ambicioso proyecto audiovisual sobre la expansión de la consciencia que contará con la participación de destacados expertos en este campo y en el desarrollo del potencial humano. Juntos, podemos iluminar el camino hacia un futuro más esperanzador y consciente. Juntos, podemos arrojar luz sobre los desafíos que enfrentamos y construir un mundo más sostenible”.

#### SHA, UNA EXPERIENCIA TRANSFORMADORA EN SALUD Y BIENESTAR

Alejandro Bataller, vicepresidente de SHA y AB Living Group, también se sumó a la plataforma de cambio y a la acción por remover conciencias. “Quiero hablaros de un tema que está muy relacionado con el cuidado del planeta y que es nuestra salud. Si pensamos cuál es el mayor tesoro, el mayor patrimonio que tenemos hay dos cosas que están por encima de cualquier otra consideración: nuestra salud y el planeta. Hace dos décadas, iniciamos un proyecto enfocado al propósito de crear un mundo más saludable, mejorar la salud y bienestar de las personas a través de un método integrativo que tiene como objetivo no solo prevenir la enfermedad, sino conseguir nuestra mejor versión en cualquier etapa de la vida”.

SHA, que pretende crear un mundo más sano empoderando a las personas para que vivan más sanas durante más tiempo, liberando su verdadero potencial de longevidad para disfrutar de todas las etapas de la vida con plenitud gracias al enfoque más integrador, orientado a resultados y preventivo, nació de la experiencia personal de Alfredo Bataller Parietti, una historia que transformó una vida y ahora transforma muchas.

Durante muchos años, Alfredo Bataller Parietti sufrió problemas de salud que limitaban su calidad de vida. Ante un diagnóstico preo-



**VIVIR MÁS Y MEJOR.** "Más que de sostenibilidad, tenemos que hablar de impacto positivo –afirmó Alejandro Bataller–, porque no es posible que te importe el planeta y no te importe tu salud y la de los que te rodean".

cupante, afortunadamente se puso en manos de un médico con profundos conocimientos de nutrición y medicina integrativa.

Recuperó la salud gracias al poder curativo de una nutrición adecuada y se comprometió a compartir y difundir estos valiosos conocimientos creando, con el apoyo de su familia, un proyecto único que integra la sabiduría milenaria con los últimos avances de la medicina científica.

SHA abrió sus puertas en 2008, en la residencia familiar situada en la bahía de El Albir, un paraíso natural en Altea (Alicante), frente al Mediterráneo, integrado en un parque natural terrestre y marítimo, en un momento en el que el *wellness* y la medicina preventiva no era tan popular como lo es hoy.

SHA aborda la salud de manera integral, no solo como la ausencia de enfermedad, sino como un estado óptimo de completo bienestar físico, espiritual y mental, en armonía con la naturaleza y el medio ambiente. Con los tratamientos más innovadores y la tecnología más avanzada, el método SHA se sustenta en

nueve áreas principales: nutrición saludable, salud holística, medicina preventiva y *healthy ageing*, estética avanzada, estimulación cognitiva y salud emocional, bienestar y equilibrio interior y rendimiento físico. Todo acompañado por el aprendizaje de nuevos hábitos saludables a través de la Healthy Living Academy. Es un método desarrollado y supervisado por expertos de prestigio internacional, reúne los últimos avances de la medicina científica junto a las terapias naturales más efectivas y contrastadas, dando especial protagonismo a una nutrición saludable y equilibrada y, al mismo tiempo, potenciando significativamente el impacto positivo que tendrían estas disciplinas de manera individual. Se trata de ofrecer los mejores resultados en el menor tiempo posible, a la vez que se proporcionan conocimientos para que las personas puedan mantener un estado óptimo de salud, todo ello con los más altos estándares de calidad y excelencia.

Después de 16 años, La apertura de SHA México en 2024 representa un paso significativo en la estrategia de expansión internacional de SHA, reafirmando su compromiso con la innovación y la excelencia como marca de lujo. AB Living Group, el grupo propietario y operador detrás de SHA, especializado en la salud y bienestar, hospitalidad de lujo y *premium properties*, prioriza la excelencia, el diseño y la sostenibilidad en cada uno de sus proyectos. Con un enfoque en la creación de experiencias transformadoras y de alta calidad, AB Living Group entiende que el verdadero lujo reside en disfrutar de un entorno que promueva un equilibrio entre el bienestar físico, mental y emocional. Hoy, AB Living Group se ha consolidado como un referente en el sector.

"Más que de sostenibilidad, tenemos que hablar de impacto positivo –afirmó Alejandro Bataller–, porque no es posible que te importe el planeta y no te importen otros aspectos fundamentales, como tu salud y la de los que te rodean. Hay una frase que mueve a la reflexión: nunca aceptes *advice* de alguien que gana dinero con tu enfermedad. Te tienen que importar tus talentos; aquellos que dedican su tiempo y su pasión para apoyarte en tu causa; obviamente, en nuestro caso, los huéspedes, que nos confían su salud; el consumo de recursos y la comunidad local que te acoge. Implantar un enfoque de impacto positivo en una organización ya no es una tendencia, una moda o una estrategia de *marketing*; es una necesidad. Más del 60% de los consumidores priorizan aquellas marcas que tienen un esquema de sostenibilidad y realizan prácticas sostenibles. En la industrial del lujo y del *wellness* ese porcentaje es muy superior".

Las Zonas Azules son cinco áreas del planeta donde la población tiene una mayor esperanza de vida, superando con abrumadora normalidad los cien años, algo muy por encima de la media internacional. Alejandro Bata-

"NECESITAMOS PONER NOS DE PIE CONTRA TODO LO QUE ESTÁ SUCEDIENDO A NIVEL MEDIOAMBIENTAL. ¿DE QUÉ VAN A SERVIR LOS MILLONES, LAS RIQUEZAS, LAS EMPRESAS... SI NO VAMOS A TENER OXÍGENO QUE RESPIRAR?"

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

byneon

Neon147

byneon

Neon147

byneon

Neon147

byneon

Neon147

byneon

Neon147



**SÉ TÚ EL CAMBIO.** "Como dijo Gandhi: 'sé tú el cambio que quieres ver en el mundo'. Y yo digo, con Cambio16, sé tú mi esperanza, tú eres parte del cambio", afirmó Sergio Cánovas.

ller anunció en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad el gran proyecto de SHA que verá la luz en 2026 en Emiratos Árabes Unidos: crear la primera Zona Azul construida por el hombre. Se trata de una isla de 30 hectáreas –SHA Island– enfocada a salud y longevidad, a educar a las personas para que vivan más y mejor.

"Lo que pase con nuestro planeta depende de nosotros –resumió Alejandro Bataller–. El planeta nos está dando señales que son cada vez más frecuentes. Es el momento de cambiar el mundo con nuestras decisiones".

### CREA TU HUELLA

Sergio Cánovas es capaz de tocar los corazones de la gente y su consciencia para tratar de construir un mundo mejor, más sostenible. Fundador de *Crea tu huella*, durante los últimos 11 años ha liderado más de 500 eventos formativos de alto impacto, inspirando a miles de personas. Su método combina técnicas de *coaching*, psicología positiva y desarrollo personal para abordar todos los aspectos del crecimiento humano. Sus eventos constituyen formaciones intensivas con aprendizaje teórico y práctico, actividades dinámicas y experiencias inmersivas. Los eventos, siem-

pre multitudinarios, están diseñados para fomentar un ambiente de comunidad y apoyo mutuo, lo que potencia el aprendizaje y la motivación. A través de actividades interactivas y ejercicios prácticos, los participantes no solo aprenden, sino que aplican inmediatamente lo que han aprendido, consolidando su comprensión y habilidades. La misión de *Crea tu huella* es inspirar y motivar de forma masiva a las personas a través de eventos transformadores de alto impacto para que descubran su mejor versión y contribuyan positivamente al mundo. Sergio Cánovas se compromete a acompañar y guiar a cada individuo hacia su máximo potencial desde la autenticidad y la coherencia, fomentando un impacto positivo basado en la libertad y el poder interior de cada uno. El objetivo es consolidar una comunidad global de líderes y creadores del cambio, trabajando juntos para construir un futuro más próspero, inclusivo y sostenible para las generaciones venideras.

"Todas las personas que habéis venido hoy aquí –aseguró Sergio Cánovas– es por una única razón y es que de una u otra forma vuestro corazón os dice que sois protagonistas y queréis participar. Estoy aquí, en el escenario, pero prefiero el contacto, junto a vosotros, y hablaros directamente. ¿Qué vemos en esta sala?... Gente comprometida con cambiar

el mundo. En el carburador de las motos –una maquinaria perfecta– hay un pequeño tornillo que si lo mueves medio milímetro, un clic, cambia todo el sistema de la moto. Espero que los mensajes que compartamos hoy puedan hacer un pequeño clic en vuestro corazón. Yo debía estar hoy en Valencia (Sergio Cánovas reside en Alicante), pero decidí estar en Madrid y enviar a muchas personas a ayudar en Valencia por todo lo que está sucediendo, enviar ayuda y realizar la primera transferencia de 30.000 euros para que algunos amigos se encargaran de ir a comprar todo lo necesario y convocar a 450 voluntarios de nuestra comunidad *Crea tu huella*. Es poner el corazón en lo que hacemos.

"Más vale un gramo de práctica que un kilo de teoría –argumentó Sergio Cánovas–. Yo hago eventos de tres, cuatro y cinco días. Nos podemos quedar aquí cinco días hablando, pero de nada va a servir si tú no sales por esa puerta hoy y decides hacer un gramo de práctica. Mi pregunta es esta: ¿Qué es lo que vas a hacer después de toda la información que has recibido en este congreso de sostenibilidad? Aquí hay personas comprometidas con cambiar el mundo. Hay que tener un gran nivel de consciencia para venir aquí a averiguar si hay una oportunidad o no: ¿estamos a tiempo o no?, ¿qué está sucediendo en el mundo?, ¿qué es lo que el ser humano necesita ver para empezar a actuar?... Dicen que las personas solo pasamos a la acción por dos razones: evitar dolor u obtener placer. ¿Qué necesitamos para hacer el cambio que se precisa en el mundo? Es muy difícil hablar de consciencia. Resulta más fácil hablar de egocentrismo que de mundocentrismo. No obstante, aunque solo sea por puro egoísmo, debemos considerar qué mundo le vamos a dejar a nuestros hijos... ¿Cuántas especies más vamos a extinguir si en menos de 50 años hemos extinguido el 68% de las especies animales? Estoy aquí no tanto para cambiar algo en vuestro interior como para recordaros algo dentro de vosotros. No vine a caerles bien, de hecho, suelo caer mal porque digo cosas muy confrontadoras. Pues bien, prefiero caer mal y que hagamos un cambio en el mundo a caer bien y que sigamos dormidos. Si hay 7,7 millones de seres vivos, sin contar plantas, y solo una especie está arrasando con todo, ¿qué haríais?"

"Necesitamos ponernos de pie ante la vida. Necesitamos ponernos de pie ante la injusticia. Necesitamos ponernos de pie ante la desigualdad. Pero, sobre todas las cosas, creo honestamente, y por eso estoy aquí hoy, que necesitamos ponernos de pie contra todo lo que está sucediendo a nivel medioambiental. ¿De qué van a servir los millones, las riquezas, las empresas... si no vamos a tener oxígeno que respirar?"

"Son preguntas existenciales: ¿quién soy, quién quiero ser y qué puedo hacer? El

cambio que tú puedes hacer, nadie más lo va a llevar a cabo. Como dijo Gandhi: 'sé tú el cambio que quieres ver en el mundo'. Y yo digo, con *Cambio16*, sé tú mi esperanza, tú eres parte del cambio”.

### REIVINDICACIÓN DE LA POLÍTICA

Aunque ingeniero agrónomo de formación, Carlos Novillo Piris ha ejercido como bombero durante 23 años. Compatibilizó la profesión de bombero con colaboraciones en instituciones relacionadas con la protección civil y las emergencias, además de recibir continua formación en el ámbito de la extinción de incendios, rescate y salvamento, y en protección civil y gestión de servicios de emergencia. Como bombero, ha analizado riesgos y emergencias para aportar su granito de arena para proteger vidas humanas, y de eso se trata ahora, de intentar salvar vidas humanas que la DANA se ha cobrado.

Para el consejero madrileño, cuesta trabajo entender lo que está ocurriendo, sobre todo cuando se vive en el mundo occidental en una especie de burbuja. “No se entiende que, así, de repente, perdamos nuestra forma de vida, y el agua que necesitamos para vivir genere tal destrucción. Asistimos a cambios como inundaciones, sequías, incendios forestales, etc., para los que no hemos sabido adaptarnos”.

Por eso, hoy más que nunca, todo es cambio de conciencia que se evidencia en este Congreso Internacional de Sostenibilidad, “hay que organizarlo, tenemos que ser eficaces y producir el cambio, hay que llegar a las estructuras que pueden acelerarlo: necesitamos a los políticos. Las imágenes (de protesta e indignación) que hemos visto son tremendas. Me frustré y decepcioné mucho al comprobar cómo la gente tenía esa contestación social hacia sus representantes: no nos ayudáis, no servís para nada, apartaros, iros de aquí”.

El mensaje de Carlos Novillo Piris reivindicó la necesidad de que la clase política pueda organizar todo ese movimiento social. “Hay políticos que se dejan la vida –insistió–. Ahí están los alcaldes, quitando barro, con su gente, organizando la ayuda. Hay mucha gente que está por la labor de hacer las cosas bien. No podemos apartarnos y afirmar que la sociedad será quien dé la respuesta (el pueblo salva al pueblo). No. Seremos todos. Los políticos tenemos hijos –yo tengo tres– y quiero dejarles un mejor planeta, que se sientan seguros y que sepan en qué mundo viven. Esa es la clave: que comprendan que son vulnerables, que hay riesgos ahí fuera, que estamos produciendo un impacto en el planeta y que nos lo está devolviendo con estas grandes catástrofes. Tienen que saber que su acción diaria es la que va a producir ese cambio. Tienen que

**"ESA ES LA CLAVE: QUE COMPRENDAN QUE SON VULNERABLES, QUE HAY RIESGOS, QUE ESTAMOS PRODUCIENDO UN IMPACTO EN EL PLANETA Y QUE NOS LO ESTÁ DEVOLVIENDO. SU ACCIÓN DIARIA ES LA QUE VA A PRODUCIR ESE CAMBIO"**

saber cómo prevenir esos riesgos, qué hacer cuando tenemos un aviso, cómo ayudar a los más vulnerables para ponerlos a salvo... Si no arrimamos todos el hombro, esto no va a salir adelante. Hay que afrontar ese reto. Evidentemente, la clase política tiene que cambiar el mensaje, el rumbo y la imagen que proyecta. Si no incorporamos a toda la sociedad, esto no va a ser posible”.

La Comunidad de Madrid ha destacado personal y medios a Valencia. Hoy, trabajan para la recuperación 178 profesionales, de ellos 70 bomberos con experiencia (estuvieron en el terremoto de Turquía). “Están trabajando sin descanso gracias a que hay una organización detrás. Desde Madrid intentamos dotarles de logística y medios y esa organización es la que les hace eficaces. La ayuda sin control no sirve de nada. Vamos a salir de esta como hemos salido de todas. Lo que estamos viviendo estos días me ha recordado el covid. Ya no nos acordamos de que hemos vivido una pandemia. Tenemos que tener la conciencia de que el mundo ya ha cambiado. Al final, España es un gran país, muy seguro, donde hasta ahora no teníamos estas catástrofes, pero ahora nos hemos situado en la “falla de San Andrés” y tenemos que estar preparados para hacer frente a estas situaciones y confiar en que los políticos tomen buenas decisiones para poder evitarlos en el futuro”. ●



**REIVINDICAR LA POLÍTICA.** “Tenemos que ser eficaces y producir el cambio, hay que llegar a las estructuras que pueden acelerarlo: necesitamos a los políticos”, según Carlos Novillo Piris.



### PONENCIAS

El VI Congreso Internacional de Sostenibilidad destacó por el nivel de sus ponencias, como las de José Ramón Bauzá, Cristina Sánchez y Jaime de Jaraíz Lozano.



### FUNDACIÓN CAMBIEMOS

La directora general de Fundación Cambiemos junto a la periodista Cristina Gullón.



**EL LAMENTO DE GAIA.** Raquel Santiago pretende concienciar a la sociedad acerca del cambio climático a través de la danza.

### SERVICIO PÚBLICO

El consejero de Agricultura, Medio Ambiente e Interior, Carlos Novillo, hizo una defensa de la política como servicio público.





**CREA TU HUELLA**  
Sergio Cánovas inspiró y motivó con su ponencia para empoderar a los actores del cambio. En la imagen, con Jorge Neri Bonilla..



**NETWORKING.** Los asistentes al VI Congreso Internacional de Sostenibilidad consolidan sus contactos al final del evento.



**LA EMPRESA**  
Carlos Edu, CEO de la Academia del Cambio, junto a Javier Nieto Jáuregui, consejero de ORES Socimi la nueva socimi de Bankinter y Sonae Sierra, y el asesor jurídico urbanístico Juancho Escudero.



**ACTIVISTAS DEL CAMBIO** De izq. a dcha., Verónica Carrillo junto a Rebeca Molinello, Adriana Forero, Carolina Marconi, Valentina Aristizábal, Laura Lis, Andrea de Alíer y Rocío Gil Oset.



# MADRID ASPIRA A SER UN REFERENTE EUROPEO EN DESARROLLO SOSTENIBLE

**La Comunidad de Madrid es hoy el motor económico de España y un modelo en desarrollo sostenible y protección del medioambiente, regeneración de ecosistemas y biodiversidad. La región más innovadora de España aspira a erigirse en un referente europeo de desarrollo sostenible con el concurso del tejido empresarial e incentivando la colaboración público-privada. En los próximos 15 años, la población alcanzará los ocho millones de habitantes, lo que implica un gran reto para lograr un desarrollo equilibrado al tiempo que se implementa el cumplimiento de los objetivos de descarbonización, transición energética, circularidad y calidad del aire. Para Rafael García González, viceconsejero de Medio Ambiente, Agricultura y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, una sostenibilidad real y duradera no puede obviar la economía ni desvincularse de ella. La Comunidad de Madrid ha prolongado las ayudas para financiar la movilidad sostenible, economía circular y energías renovables en 2025.**

**L**a Comunidad de Madrid es una región singular en España por sus características territoriales, socioeconómicas, pero también por las propias de una región que alberga la capital de España.

El desafío no es menor: 7 millones de madrileños vivimos en 8.000 km<sup>2</sup>, con un área metropolitana muy extensa y una ratio de población por municipio 6 veces superior a

la media nacional. Somos una región competitiva, y la más innovadora de España, a la vanguardia de los índices de competitividad regional de la Unión Europea, debido en buena parte a una economía fuerte, estable y en constante crecimiento que constituye un destino ideal para la inversión.

Contamos con una situación geográfica privilegiada, unas infraestructuras de altísima calidad y un fuerte desarrollo tecnoló-

gico, que permite desarrollar múltiples actividades empresariales en un entorno muy competitivo para el tejido empresarial.

Además, en términos generales, Madrid es la región más innovadora y emprendedora de España con más del 26% del gasto en I+D+i nacional; el mayor porcentaje de empleos de alta tecnología y de empresas en este sector y una gran red de educación superior con las mejores universidades pú-

blicas y privadas junto a centros de negocios reconocidos internacionalmente.

### MOTOR DE LA ECONOMÍA NACIONAL

Según los datos del último informe de contabilidad regional presentado recientemente, seguimos a la cabeza del crecimiento económico en el conjunto de España, con un incremento de 2,9% del PIB, respecto al mismo periodo de 2023, acumulando ya 16 trimestres seguidos en positivo. La Comunidad de Madrid, además, aporta casi el 20% del PIB español y somos la primera economía por volumen de PIB, manteniendo la tendencia al alza de los últimos años. En cuanto a inversión, nuestra región recibe el 74,8% de la inversión extranjera, casi 60 puntos más que la siguiente comunidad autónoma y lideramos la creación de empresas en toda España, con más de 16.300 nuevas sociedades.

Y todo ello nos sitúa como motor de la economía nacional y como una de las regiones y ciudades europeas con mayores perspectivas de inversión de Europa.

Sin embargo, y a pesar de los buenos datos económicos, la región se enfrenta también a un gran desafío: el creciente aumento de población que, según el INE, se incrementará en un millón de habitantes más, rozando los ocho millones de personas en los próximos 15 años. Ante este contexto, y si a ello le añadimos los retos planteados a nivel europeo e internacional de transición energética, descarbonización y calidad del aire, nuestra responsabilidad para garantizar un desarrollo equilibrado es enorme.

Por eso, el Gobierno de la Comunidad de Madrid tiene planteados dos retos sustanciales. El primero de ellos, integrar los objetivos medioambientales con los objetivos económicos y sociales. Con el PIB per cápita más alto de España, con un importante tejido empresarial, y la presencia en Madrid de las principales compañías españolas y multinacionales extranjeras, hemos de trabajar para encontrar el equilibrio y las sinergias entre el crecimiento económico, la cohesión social y la sostenibilidad ambiental.

### CIRCULARIDAD

El segundo de los retos es realizar una transición inteligente hacia una Comunidad más verde y limpia. Si queremos aproximarnos a las grandes regiones europeas a la hora de preservar nuestra biodiversidad y nuestro patrimonio natural y afrontar los desafíos que plantea el cambio climático o la economía circular, hemos de realizar una transición ordenada y efectiva hacia la sostenibilidad.

Debemos seguir avanzando hacia un modelo de producción y consumo más sostenible basado en la economía circular, un modelo que valore los residuos para convertirlos en un recurso de la cadena de valor y que siga permitiendo el paso de un modelo lineal a otro de reutilización y reciclaje. En definitiva, un modelo que dé nueva vida a cada residuo y sustituya a los vertederos por avanzadas plantas de tratamiento de residuos que nos permitan avanzar hacia el objetivo de vertido cero en la región.

Y debemos hacerlo con medidas incentivadoras y no impositivas tanto para nuestras empresas como para nuestros ciudadanos. Porque necesitamos la corresponsabilidad y la implicación de todos los actores de la sociedad en esta tarea para seguir optimizando los recursos disponibles y permitir que permanezcan el mayor tiempo posible con nosotros.

Para ello, es fundamental que desde las administraciones públicas facilitemos el camino a nuestras empresas que, especialmente a lo largo de estos últimos años, son las que se han sumado como nadie a los grandes retos de la sostenibilidad.

Las empresas sois precisamente las que fomentáis nuevas oportunidades de crecimiento, favorecéis el empleo verde y duradero y reducís el impacto ambiental en vues-

tras respectivas actividades gracias a vuestra apuesta firme por la innovación y el desarrollo tecnológico en esa búsqueda constante de la máxima eficiencia.

En la Comunidad de Madrid creemos que la mejor política para alcanzar una sostenibilidad real es aquella que protege el medio ambiente, pero que genera también oportunidades económicas e incentiva el crecimiento.

### COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Y por esta razón, no dejaremos de apostar siempre por un modelo de colaboración público-privada. Para acompañar a nuestras empresas en la labor de avanzar hacia esa sostenibilidad, desde este Gobierno regional nos hemos marcado varios objetivos. El primero de ellos es implantar los principios de la economía circular como base para la creación de nuevos modelos de producción y consumo.

De hecho, en la Comunidad de Madrid hemos aprobado la Ley de Economía Circular y estamos trabajando en el desarrollo de la Estrategia de Economía Circular 2025-2032, un texto que nos permitirá cumplir con los objetivos establecidos apostando por las infraestructuras, la prevención y la reducción en la producción de residuos.



**MOTOR DE LA ECONOMÍA NACIONAL.** Madrid recibe el 74,8% de la inversión extranjera, casi 60 puntos más que la siguiente comunidad autónoma y lidera la creación de empresas en toda España.



**IMPULSAR LA SOSTENIBILIDAD. "A través del diálogo, el respeto a la libertad individual, con incentivos y colaborando con el sector privado, la industria y los centros de conocimiento científico-técnico".**

Como segundo objetivo, queremos apostar muy especialmente por una movilidad sostenible que permita la reducción de emisiones contaminantes, mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos. Estamos centrados en un transporte y un urbanismo sostenibles para cumplir así con los objetivos de neutralidad en carbono que ha fijado la Unión Europea para 2050.

Queremos seguir mejorando la eficiencia energética, el autoconsumo y la movilidad

sostenible y, de hecho, hoy Madrid es la comunidad autónoma que acumula el grueso de ventas de automóviles eléctricos en España, entre otras cosas, porque lideramos la gestión de los fondos vinculados a proyectos de descarbonización y transición energética.

Un ejemplo de ello es el programa MOVES III para coches y cargadores eléctricos, con la concesión del 100% de los fondos europeos para la transición energética, más de 260 millones de euros a los

que se van a sumar 60 millones más, dada la buena ejecución de los mismos.

### DESCARBONIZACIÓN Y TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Madrid apuesta de forma clara por las energías limpias, la descarbonización y por el desarrollo de redes eléctricas robustas y fiables que permitan asumir una demanda de electricidad cada vez mayor. En este sentido, me gustaría mencionar la Estrategia de Energía, Clima y Aire 2023-2030 de la región. Un plan pionero en España, que nos permitirá seguir garantizando los mejores índices de calidad del aire de los que venimos disfrutando en los últimos años y seguir contando con la Red de Calidad del Aire más robusta de España.

Y si hablamos de sostenibilidad, no podemos dejar de mencionar nuestro recurso natural máspreciado: el agua. Como ustedes ya saben, el Canal de Isabel II garantiza el abastecimiento de agua a todos los madrileños gracias a una excelente gestión y a importantes planes de inversión como el Plan Red para reemplazar 1.200 km de canalizaciones obsoletas con fugas de agua o el Plan Sanea con más de 500 millones de euros de inversión para optimizar la gestión de las redes de saneamiento y disminuir los vertidos al alcantarillado.

Así, Madrid se mantiene como la comunidad autónoma más eficiente en el abastecimiento de agua con apenas un 4% de pérdida de agua por fugas, frente a la media nacional del 16% y continuará con su apuesta por el impulso tecnológico y la digitalización con el 100% de contadores inteligentes.

En Madrid se dan, por tanto, todas las circunstancias necesarias para el desarrollo de una sostenibilidad real. Pero no podemos perder nunca el foco. Tenemos que seguir trabajando. Sabemos que el papel que debe jugar el Gobierno de la Comunidad de Madrid es el de impulsar la sostenibilidad garantizando la protección de nuestro medio ambiente y logrando una transición energética a partir de energías limpias, una movilidad sostenible y una apuesta por la tecnología, la innovación y la digitalización de nuestras empresas y los diversos sectores de la actividad económica. Y debemos hacerlo siempre desde el diálogo, el respeto a la libertad individual, con incentivos y colaborando estrechamente con el sector privado, la industria y los centros de conocimiento científico-técnico. Con rigor y evitando imposiciones. Y, aunque todavía quede mucho por hacer, con la participación de todos, y espacios de reflexión de congresos como este, estoy convencido de que, conseguiremos que la Comunidad de Madrid esté también a la cabeza de Europa como un referente de desarrollo sostenible. ●

# Cambio16

GRACIAS POR FORMAR  
**PARTE DEL CAMBIO**



OS ESPERAMOS EN LA **VII EDICIÓN**  
DEL CONGRESO INTERNACIONAL  
DE SOSTENIBILIDAD



**D**esde el Pacto Mundial vemos con satisfacción que la sostenibilidad y los criterios ESG nos ocupan desde un punto de vista cada vez más profesional desde hace ya más de veinte años.

Este término, ESG, se hizo oficial en 2004 después de su primera aparición en un informe titulado *Who Cares Wins*. Un informe elaborado por UN Global Compact, la iniciativa a la que represento, encargado por las Naciones Unidas, para ilustrar, ya en ese momento, cómo integrar en las operaciones de una empresa los criterios ambiental, social y de buen gobierno.

A raíz de este documento, en el que participaron otras 23 organizaciones, muchas de ellas del ámbito bancario, se puso el término ESG en la conversación al más alto nivel empresarial e inversor.

Pero desde hace 20 años, cuando Global Compact a nivel mundial fue pionero en formalizar el término, han ocurrido muchos avances e hitos.

Yo voy a dedicar mi intervención a aportar una visión actual e internacional del presente. En concreto, unos puntos que me parecen claves y que derivan de la aprobación reciente por parte de Naciones Unidas de su visión global de la sostenibilidad, la cual queda contemplada en el Pacto para el Futuro.

Estos son cuatro hitos de nuestra hoja de ruta a la que llamamos encarecidamente al sector privado que se sume y a todos los organismos que quieran trabajar con él.

En primer lugar, tenemos que apoyar decididamente la Agenda 2030. De ella habláis entre los objetivos de este congreso. Porque los ODS siguen siendo un motor del crecimiento y la innovación empresarial, y su argumento comercial no para de fortalecerse. Tres cuartas partes de las 250 empresas con mayores ingresos del mundo utilizan los ODS para alinear sus estrategias de sostenibilidad. Y en España, un 30% de las empresas tienen ya una estrategia en sostenibilidad alineada con los ODS.



"SOLO EL 17% DE LAS METAS DE LOS ODS ESTÁ EN CAMINO DE SU CUMPLIMIENTO"

**Pese al estancamiento en el cumplimiento de los ODS –solo el 17% de las 169 metas de la Agenda 2030 están avanzando–, el Pacto Mundial de la ONU España, la iniciativa líder en sostenibilidad empresarial, propone cinco ámbitos clave donde las empresas deben centrar sus esfuerzos para revertir esta tendencia: igualdad de género, acción climática, resiliencia del agua, salario digno y finanzas sostenibles. Esta propuesta forma parte de la iniciativa Forward Faster, cuyo objetivo es dinamizar la acción empresarial y aumentar la ambición en estas áreas estratégicas que resultan esenciales para alcanzar los objetivos de la Agenda 2030.**



**SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL. "El papel de las empresas es fundamental para alcanzar la Agenda 2030. Pero ahora está siendo más reconocido que nunca. Y es imprescindible para la consecución de los ODS".**

No vamos a engañarnos. De momento solo el 17% de las metas de los ODS está en camino de su cumplimiento. Sin embargo, la Agenda 2030 sigue siendo el único camino para mejorar la situación de todos: de personas, de empresas, de estados.

Actualmente, 9 de cada 10 empresas españolas afirman estar implementando acciones que impactan favorablemente en uno o más ODS. Y más de un tercio afirman haber incorporado los ODS en las diferentes áreas y departamentos. El papel de las empresas siempre fue fundamental para alcanzar la Agenda 2030. Pero ahora está siendo más reconocido que nunca. Y es imprescindible para la consecución de muchos ODS.

Y al revés ocurre lo mismo. Las empresas prosperan en entornos operativos es-



tables y pacíficos. Por lo tanto, hacer realidad la Agenda 2030 es positivo para todos los negocios, independientemente de su tamaño o sector.

En segundo lugar, tenemos que colaborar con las políticas públicas que faciliten la transición sostenible. Necesitamos una nueva ola de alianzas público-privadas. El sector privado aporta cada vez más conocimientos especializados para explorar soluciones sostenibles. Las empresas comprometidas están listas para ampliar sus acciones en materia de desarrollo sostenible, pero necesitan que los gobiernos aporten los mecanismos pertinentes y las políticas facilitadoras, incluso para reducir el riesgo de las inversiones y favorecer la planificación a largo plazo...

En tercer lugar, se necesita modificar la arquitectura financiera a todos los niveles. Tenemos que conseguir movilizar la financiación pública, pero también el capital privado hacia el logro de los ODS. Hay que destacar el potencial transformador del capital privado en la financiación sostenible. Con 200 billones de dólares en activos financieros privados en todo el mundo, el potencial para impulsar el desarrollo sostenible es inmenso. Ahora hay que crear mecanismos innovadores que desbloqueen la inversión privada.

Y, por último, pero algo muy importante, combatir la desconfianza hacia los ODS, hacia los criterios ESG y hacia el *greenwashing*.

Hay que retomar la confianza para impulsar un clima de acción. Y una parte del secreto está en lo colectivo. Nuestra propuesta para esto es doble. Una, es la iniciativa Forward Faster, que se basa en el impacto colectivo de las empresas en cinco temáticas clave. Y la otra, nuestro nuevo sistema de Reporting. Mejorado, alineado con los marcos globales de rendición de cuentas y la nueva directiva europea de información en sostenibilidad. Porque, como ya se sabe, el cumplimiento normativo está marcando la toma de muchas decisiones de las empresas en materia de sostenibilidad.

Y con una reflexión al hilo de esta cuestión cierro mi intervención. De las muchas cuestiones que están evolucionando rápidamente, está el desarrollo normativo. Por ejemplo, la semana pasada se aprobó el proyecto de ley de información empresarial sobre sostenibilidad. Avances como estos obligan a las empresas que no estaban preparadas a dedicar más recursos y de manera más urgente en la sostenibilidad.

Sin embargo, no solo necesitamos empresas cumplidoras. Organizaciones que mejoran a base de cumplimiento. Necesitamos empresas proactivas capaces de liderar cambios y encabezar una manera diferente de hacer negocios. Más activismo que *compliance*. ●



# LA CRISIS CLIMÁTICA RECLAMA LA AMBICIÓN Y EL ESFUERZO DE TODOS LOS ACTORES DEL CAMBIO

Los objetivos de la Agenda 2030 y de net positive para 2050 requieren la ambición y el esfuerzo de todos los actores del cambio: empresas, administraciones y organizaciones no gubernamentales. En la mesa de debate Actores del Cambio estuvieron representados a través de Telefónica, Matarromera, la Comunidad de Madrid y la ONG Innoceana. La sostenibilidad exige un cambio de paradigma que implica un cambio sistémico que obligará a todos. Abordar este reto es posible y, además, rentable.



MODERADORA

**ANA GASCÓN RAMOS**  
Presidenta de DIRSE



PONENTE

**MARCO MASIP**  
Director de Estrategia y Reporting ESG en Telefónica



PONENTE

**MARÍA SEVILLANO GARCÍA**  
Directora de Medioambiente y Sostenibilidad de Bodegas Familiares Matarromera



PONENTE

**CARLOS MALLO**  
CEO & Founder Innoceana



PONENTE

**IRENE AGUILÓ VIDAL**  
Directora General de Biodiversidad y Gestión Forestal

Más allá de la estrategia de sostenibilidad que las empresas y administraciones asimilan a su cultura organizacional, con la reducción del impacto de su actividad en el medioambiente, la circularidad, el uso de energías limpias y de materiales biodegradables o la optimización de la movilidad y los procesos de producción, cada vez más las organizaciones se implican en la puesta en marcha de soluciones tecnológicas inteligentes, sostenibles y eficientes para paliar los efectos del

cambio climático y restaurar ecosistemas y biodiversidad, tanto en su estructura interna, como con sus partners y las comunidades locales donde actúan. La sostenibilidad se visualiza en cada acción que desarrollan y que influye directamente en el bienestar de las personas, la sociedad y el planeta: se han convertido en actores del cambio.

DIRSE es la asociación de profesionales de sostenibilidad de España, representa tanto al sector como a las áreas que hacen realidad todas las iniciativas en materia de sostenibilidad y su objetivo es capacitar a estas áreas

para que estén mejor formadas y visibilicen la creación de valor compartido que generamos dentro de las empresas.

Según Ana Gascón, presidenta de DIRSE, que moderó la mesa de debate de Actores del Cambio, "para responder a la crisis climática necesitamos el esfuerzo de todos los actores del cambio. El ambicioso objetivo europeo de neutralidad en carbono en 2050 obliga a asumir un nuevo paradigma. Va a ser una nueva manera de producir que implica un cambio sistémico que tenemos que articular entre todos los actores. En la mesa estuvieron re-



**NET POSITIVE.** "Conceptos como net zero, net positive, economía circular o economía azul, ¿qué significan?... Hay que ir más allá. ¿Qué podemos cambiar en este modelo radicalmente para que no ocurra lo que está pasando?", afirmó Carlos Mallo, fundador y CEO de Innoceana.

presentados por el ámbito de la empresa, la administración pública y las ONG.

La sostenibilidad, las prácticas de buen gobierno corporativo y el progreso social constituyen los ejes de la estrategia corporativa de Telefónica, que pone a las personas en el centro y la tecnología al servicio de una digitalización inclusiva, justa y sostenible. Telefónica es una gran empresa que ha integrado los criterios ESG en su estrategia de negocio. Para Marco Masip, director de Estrategia y Reporting ESG de Telefónica, "las empresas deben abordar un modelo de creación de valor diferente: hay retos de gestión, también culturales, en torno a los grupos de interés, y retos de negocio, lo que implica oportunidades para todos. Nosotros hemos desarrollado un modelo de valor diferente que se estructura en torno a tres ejes: cómo la sostenibilidad nos puede ayudar a generar más ingresos con las nuevas oportunidades de negocio; la propia eficiencia, que se visualiza en la disminución del consumo de energía o la optimización de los recursos; y la generación de valor a largo plazo, es decir, cómo gestionas la relación con los clientes, con los proveedores o con las comunidades donde operas".

"LA COMUNIDAD DE MADRID OFRECE A LAS EMPRESAS CRÉDITOS DE CARBONO, DE BIODIVERSIDAD O DE COMPENSACIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA"

El cambio no solo se visualiza en las grandes empresas. Las pequeñas y medianas también se están transformando. María Sevillano, directora de Sostenibilidad de Bodegas Familiares Matarromera, destacó la importancia de la tecnología en su negocio y la transformación que implica la industria 4.0. "La tecnología aporta información y facilita datos que nos hacen ser más eficientes y sostenibles. La automatización de procesos nos permite ser más eficaces. En los viñedos, trabajamos en la digitalización de las parcelas con sensores de agua, estaciones climáticas, fertilización inteligente, etc. Se trata de optimizar los consumos y los recursos. En la bodega, contamos con una plataforma de gestión inteligente de la electricidad y captura de CO<sub>2</sub> de la fermentación, que se recupera y se utiliza para el remontado. Toda esta información y las soluciones que aplicamos nos permiten ser más eficientes y sostenibles".

La colaboración público-privada es fundamental para que las empresas sean más sostenibles. Según Irene Aguiló, directora general de Biodiversidad y Gestión Forestal de la Consejería de Medio Ambiente, Agricultura e Interior de la Comunidad de



**ESG Y ESTRATEGIA DE NEGOCIO.** La sostenibilidad, el buen gobierno y el progreso social son los ejes de la estrategia corporativa de Telefónica, según Carlos Masip.

Madrid, "las administraciones desarrollamos una labor legislativa y planificadora en el camino hacia la sostenibilidad, pero también tenemos el deber de acompañar a las empresas en esta transformación. Las empresas nos demandan inversión en sostenibilidad ambiental tanto en restauración como en compensación de impactos principalmente por tres razones: la asunción de compromisos corporativos que cada vez son más exigentes; cumplimiento de la legislación y el acceso a la financiación de las empresas, que exige el cumplimiento de una serie de factores e indicadores ambientales tasados. Además de poner en contacto a propietarios privados con empresas, también como administración impulsamos la colaboración público-privada para que sea posible invertir en proyectos ambientales de la propia administración".

Frente a la economía de usar y tirar, la circularidad implica una nueva manera de producir. Innoceana es una organización sin ánimo de lucro nacida en España que opera además en Estados Unidos y Costa Rica. Carlos Mallo, fundador y CEO, es ingeniero de caminos, constructor de puen-



**INDUSTRIA 4.0.** "La tecnología aporta información y facilita datos que nos hacen ser más eficientes y sostenibles", según María Sevillano.

tes y puentes, que hoy se dedica a paralizar este tipo de infraestructuras y a ayudar en el proceso de transición. Cuando alguien habla de desaceleración de la economía en España, parece que a los empresarios se les cae el bolígrafo. Lo que ha pasado en Valencia no es una casualidad. Hace dos décadas, cuando estudiaba, ya se hablaba de este riesgo. Estos problemas van a seguir llegando más y más. Conceptos como net zero, net positive, economía circular o economía azul, ¿qué significan?... Hay que ir más allá. ¿Qué podemos cambiar en este modelo radicalmente para que no ocurra lo que está pasando? Hay que sentar a todos los actores –empresas, administraciones y organizaciones– y entre todos acordar cuánto estamos dispuestos a reducir en el modelo en el que estamos viviendo. El net positive es casi la utopía. ¿Cómo podemos entre todos sacrificar algo para el bien común? Acciones como la de la empresa Patagonia, que acordó sacrificar parte del beneficio, aún no las he visto en España. Hay que impulsar el net positive a nivel empresa e individual, siendo conscientes de que hay que cambiar cosas. Todos podemos

hacer algo y tenemos que empezar por la consciencia individual”.

Este proceso hay que medirlo tanto en impactos como en riesgos y oportunidades. El reporting es una herramienta que puede ir más allá del cumplimiento normativo. “La normativa europea supone una gran oportunidad –apuntó Marco Masip– para explicarnos mejor y comprobar quién lo está haciendo bien. No obstante, tengo dudas sobre si el hecho de poner tanta información a disposición de los grupos de interés vaya a generar una mejora. En la práctica, se está pidiendo gestión, no reporte”.

Se trata, en palabras de Ana Gascón, de “equiparar la información de sostenibilidad a la financiera y, al final, los mercados de capitales lo van a agradecer y las áreas de sostenibilidad van a hablarse mejor con otras áreas. Es una herramienta que se ha colado directamente en la gestión y ya no es solo una herramienta de reporting”. La doble materialidad implica asimismo que las empresas revelen no sólo cómo las afectan las cuestiones de sostenibilidad, sino también cómo sus operaciones y actividades afectan al medio ambiente y a la sociedad en general.

En esta línea, el agua es un elemento fundamental para Matarromera, que cuenta con estaciones depuradoras de aguas residuales en todas sus bodegas, pero, además, tienen un sistema de recuperación de agua en los viñedos aledaños a las bodegas, como pueden ser Matarromera, Valdelosfrayles, Cyan y Emina, donde cuentan con una balsa donde se redirige el agua una vez depurada y se utiliza para el riego. “La reducción del consumo de agua es uno de los objetivos en nuestro reporting –afirma María Sevillano–. Es muy complicado reducir el consumo de agua tanto en campo como en bodega, máxime teniendo en cuenta la climatología actual y los periodos de sequía. Hoy, el recurso del agua es clave y hay que implementar soluciones para minimizar su consumo”.

Esto abre un abanico para la inversión muy grande, según Ana Gascón. Para Irene Aguiló, las empresas son tan variadas como su actividad y su huella de carbono se calcula en relación a esta. Telefónica, por ejemplo, tiene una huella de consumo energético importante, lo que lleva a la compañía a intentar disminuir el consumo de energía y, cuando ya no es posible, compensarlo. En el caso de los viñedos, la huella es sobre el territorio y se refleja en el consumo hídrico, los fertilizantes, lo que obliga a una disminución de la contaminación de acuíferos. Las ONG, que no están interesadas en invertir, sí reclaman recursos para desarrollar sus actividades, como es el caso de territorios para, por ejemplo, repoblación forestal. “La Comunidad de Madrid actúa con un menú a la carta: depende de la empresa



**COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA.** Es fundamental para que las empresas sean más sostenibles, según Irene Aguiló, directora general de Biodiversidad y Gestión Forestal de la Comunidad de Madrid.

que venga solicitando ayuda se redirige a un privado, para que compensen su huella de carbono o huella hídrica, o bien le cedemos nuestros propios recursos y proyectos. Lo que más nos piden es compensación de huella de carbono porque es lo que está más regulado hasta el momento.

Con todo, ya se están desarrollando muchas iniciativas de restauración del territorio que compensan la huella de carbono y la huella hídrica, y aunque no implican la obtención de créditos, sí sirven como indicadores avalados por la administración que las empresas pueden utilizar para su estrategia de sostenibilidad o para la búsqueda de financiación. En función de lo que demanden, ofrecemos créditos de carbono, de biodiversidad o de compensación de la huella hídrica”.

En la lucha contra el cambio climático, el océano es un aliado indispensable. Innoceana desarrolla en Tenerife el proyecto *Los jardi-*

*neros del mar*, que consiste en el trasplante de praderas marinas con el objetivo de rehabilitar y recuperar la cobertura perdida de este ecosistema. Innoceana ha desarrollado una metodología pionera e innovadora para la restauración de praderas marinas. Esta técnica mejora significativamente las tasas de supervivencia de las plantas, sentando las bases para combatir la pérdida de praderas marinas, no solo en Canarias, sino en todo el mundo. “De todas formas, el océano está todavía un paso atrás, pues no se ha regulado la compensación de carbono o los créditos de biodiversidad –argumentó Carlos Mallo–. Al ODS 14 le falta energía y entender que lo que se hace en el mar es más difícil y, en consecuencia, más caro. La nueva Ley de Restauración de la Naturaleza de la Unión Europea, aunque es un poco utópica, es ilusionante. Creo en el cambio porque es la única forma que tenemos los seres humanos de sobrevivir”. ●



**¿DÓNDE ESTÁ EL DINERO?** La financiación sostenible es el medio más eficaz y poderoso para transformar el mundo hacia una economía verde y circular y, al mismo tiempo, trasladar al ámbito de las finanzas el compromiso ético para invertir y consumir con conciencia y responsabilidad.

# "LOS BANCOS SON FUNDAMENTALES PARA **CANALIZAR LA FINANCIACIÓN SOSTENIBLE**"

Las finanzas sostenibles son fundamentales para alcanzar una economía más respetuosa con las personas y el planeta. Para lograrlo, la colaboración del sector público y el sector privado, junto a la responsabilidad individual y colectiva de los ciudadanos, es imprescindible. Consciente de ello, los sectores económicos han hecho de las finanzas sostenibles una de las principales claves para construir un futuro más próspero.



MODERADOR

**JESÚS MARDOMINGO**  
Socio de DENTONS en España



PONENTE

**MARTA AISA**  
Directora de Sostenibilidad de Santander España



PONENTE

**MARÍA DE PABLO**  
Directora de estrategia de financiación de Triodos Bank España



PONENTE

**FRANCISCO BENEDITO**  
Chairman and Co-Founder Climatecoin

**E**n un mundo donde las decisiones económicas tienen el poder de construir o destruir, las finanzas sostenibles han emergido como una fuerza transformadora. Durante demasiado tiempo hemos pensado únicamente en las finanzas como una herramienta para maximizar beneficios sin considerar las posibilidades o las consecuencias. Pero la realidad es que cada inversión, cada préstamo, o cada transacción, tienen un impacto más allá de los números. Cuando apostamos por las finanzas éticas, creamos un círculo virtuoso, un modelo que además de generar rendimientos, protege el tejido social y ambiental. Es el momento de entender en qué se basa esa responsabilidad y cómo podemos utilizarla a nuestro favor y a favor de las siguientes generaciones.

La Inversión Socialmente Responsable es el medio más eficaz y poderoso para transformar el mundo hacia una economía verde y circular y, al mismo tiempo, trasladar al ámbito de las finanzas el compromiso ético para invertir y consumir con conciencia y responsabilidad, impulsando criterios de sostenibilidad medioambiental, justicia y solidaridad, así como de transparencia y buen gobierno.

Jesús Mardomingo, socio de Dentons, que moderó la mesa de debate, introdujo el tema citando al secretario general de Naciones Unidas, António Guterres, que afirmó recientemente que el mundo está sumido en una vorágine, una aseveración atroz que se confirma con "los momentos tan duros que estamos viviendo en España".

"La sostenibilidad es una cuestión científica –aseveró Jesús Mardomingo–, y la gobernanza es fundamental, así como el liderazgo ESG y la financiación. Como dirían en Sudamérica: no hay plata y hace falta plata, y mucha. Vivimos un momento óptimo, un *momentum*, porque en materia de financiación puede que estemos al principio del principio. Vengo de Colombia donde he asistido a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Biodiversidad (COP16) y en este foro se ha suspendido el debate sobre la financiación dedicada a la biodiversidad, que es la aportación de miles de millones anuales para proteger el planeta".

Para Marta Aisa, directora de Banca Responsable y de Sostenibilidad de Santander España, "la sostenibilidad requiere cantidades ingentes de financiación. Citaré solo dos referencias: McKinsey fija en 85.000 millones de euros anuales en España cada año (un 6,5% del PIB), y el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) aumenta en un 28% las necesidades de financiación y fija en 300.000 millones de euros de cara a 2030 y, además, apunta un crecimiento del PIB del

3,5%, comparado con no acometer estas reformas, y cifra en 500.000 los empleos generados anualmente". El PNIEC se refiere a una financiación privada del 82% y el resto es financiación pública. Estas cifras evidencian la necesidad de aunar esfuerzos entre el sector público y el privado.

El papel de los bancos es fundamental en la financiación. El plan de finanzas sostenibles de la Unión Europea pretende generar un movimiento de los capitales en torno a una sostenibilidad que permita una transformación competitiva y el crecimiento económico del continente. El sector financiero es clave para canalizar la financiación. Asimismo, según concluye el Informe Draghi, sin política industrial no hay transición climática. "Necesitamos generar los incentivos para que se incremente la demanda de proyectos financiables, así como las subvenciones a la tecnología. Nuestro compromiso –puntuali-

## EL PLAN DE FINANZAS SOSTENIBLES EUROPEO PRETENDE GENERAR UNA SOSTENIBILIDAD QUE PERMITA UNA TRANSFORMACIÓN COMPETITIVA Y EL CRECIMIENTO

zó Marta Aisa– es financiar la transición sostenible a nuestros clientes, a todos los clientes: empresas, particulares, pymes, etc. Más allá de la financiación, también hay una necesidad de acompañamiento en esta transformación, por ejemplo, en el asesoramiento para elaborar un informe de sostenibilidad o cómo calcular la huella de carbono, etc. En el horizonte 2025, Santander se ha comprometido a movilizar 120.000 millones de euros de financiación verde, que vamos a superar antes de que llegue esta fecha, y de cara a 2030, será 220.000 millones de euros".

Triodos Bank es el banco europeo referente en banca ética y sostenible, integrando en el ámbito de banca con valores y pionero en finanzas sostenibles. Según María de Pablo, directora de Estrategia de Financiación de Triodos Bank España, en el VI Congreso Internacional de Sostenibilidad se ha hablado de capitalismo consciente y "nosotros queremos fomentar el uso consciente del dinero, el gran decidor, el gran poder que posibilita que pasen las cosas, y Triodos Bank quiere cambiar el mundo a través del sistema financiero. Se ha dicho que a través de un extracto bancario se puede hacer la radiografía de cualquier persona. Ahora, también, a través de su huella de carbono".

"Solemos decir que financiamos proyectos con impacto –explicó María de Pablo–, pero estamos diciendo cada vez más que financiamos impacto transformador, intentando incorporar un enfoque holísti-



**CRÉDITOS DE CARBONO.** "Lo principal –según Francisco Benedito– es que los créditos de carbono sean de alta calidad y que los proyectos que financien generen un impacto positivo".



**CRÉDITOS A LA BIODIVERSIDAD.** "En Reino Unido ya es posible financiar proyectos que midan la mejora en la biodiversidad. En España esta modalidad aún no se ha concretado", según María de Pablo.

co porque es imposible abordar el bienestar individual o social sin pensar en la casa que habitamos, el planeta".

Triodos Bank canaliza este impacto transformador a través de cinco transiciones clave: energética, alimentaria, social, bienestar y de los recursos.

Francisco Benedito, fundador y CEO de ClimateTrade, es experto en innovación sostenible. El concepto de huella de carbono surge en 1997, cuando se plantea en la COP de ese año, ante la necesidad de generar un

mecanismo que permita compensar el daño que se genera con proyectos que mitiguen la huella y que inciden en la reforestación, conservación de bosques, biogás, etc. Todo esto ha generado un mercado a nivel mundial.

"Lo principal –según Francisco Benedito– es que los créditos de carbono sean de alta calidad y que los proyectos que financien generen un impacto positivo".

Como ejemplo de innovación, Jesús Mardomingo se refirió al acuerdo adoptado por los países presentes en la cumbre de Cali (COP16)

sobre la creación de un fondo multilateral que supuestamente sería alimentado con los recursos obtenidos por empresas que obtengan ganancias con los recursos genéticos de las plantas (derivadas de la información genética) o animales de países en desarrollo. La eficacia de este Fondo de Cali es incierta debido a la falta de obligaciones claras al respecto, pero responde a una fuerte exigencia histórica de los países en desarrollo de pagar la deuda contraída por el Norte y sus empresas farmacéuticas o cosméticas.

María de Pablo se refirió a la Estrategia AsOneToZero del Grupo Triodos para ser cero neto en 2035. "Hasta ahora, el banco ha sido neutro en su actividad, pero el reto es conseguir que también lo sean nuestros clientes y empezar a financiar proyectos que absorban huella de carbono. En Reino Unido ya es posible financiar proyectos que midan la mejora en la biodiversidad. En España esta modalidad aún no se ha concretado, pero financiamos proyectos que fomenten la reforestación. No obstante, observamos un incremento notable de proyectos relacionados con la agricultura ecológica que están dando el paso a la agricultura regenerativa y facilitando la venta de productos neutros en carbono". En relación a la innovación, Marta Aisa recordó que Santander cuenta con una calculadora de huella de carbono lanzada hace años junto a ClimateTrade, facilitando a los clientes la información sobre la huella de carbono que generan sus operaciones bancarias, aconsejándoles para que la reduzcan y dándoles la posibilidad de compensar a través de proyectos de absorción directa de CO<sub>2</sub> de la atmósfera.

"En la parte social, no voy a contar un proyecto, sino una estrategia –matizó Marta Aisa–; lo que una entidad financiera tiene que hacer es inclusión financiera, que es una herramienta poderosa para luchar contra las desigualdades, promover la prosperidad y generar oportunidades. Se trata de *bancarizar* a la gente, es decir, de incluir en el sistema financiero a aquel que está excluido a través del acceso a la financiación, a los servicios financieros bancarios y a la educación financiera".

El cálculo de la huella de carbono es clave la descarbonización y las calculadoras permiten hacer este ejercicio de forma autónoma y precisa. "Además del cálculo –concluyó Francisco Benedito–, ofrecemos una plataforma basada en tecnología *blockchain* para facilitar la compensación de carbono de forma transparente, conectando a los desarrolladores de proyectos de mitigación de carbono directamente con empresas que buscan compensar su huella, mientras que la calculadora API permite a las empresas ofrecer servicios de compensación de CO<sub>2</sub> a sus propios clientes". ●



FUNDACIÓN  
**CAMBIEMOS**

Ayúdanos a ayudar a más personas

[www.fundacioncambiemos.com](http://www.fundacioncambiemos.com)

**L**a descarbonización es esencial para garantizar la sostenibilidad y la circularidad a largo plazo de la economía mundial. María Serrano, presidenta de Aelec, la asociación de empresas de energía eléctrica, que moderó la mesa de debate sobre Transición hacia la Circularidad, apuntó que la descarbonización de la electricidad tiene un valor que va mucho más allá del propio sector energético. La electricidad limpia puede ayudar a todos los sectores consumidores de energía, como las industria, el transporte o la calefacción, que no pueden descarbonizarse por sí solos, y que necesitan reducir sus emisiones”.

Según María Serrano, de cara al objetivo de neutralidad climática para 2050, la circularidad ha avanzado con normas y regulaciones relacionadas con la expansión del alcance de las reglas de ecodiseño, la regulación de los reclamos ecológicos de los productos, las metodologías para el cálculo de las huellas o, incluso, al propio Reglamento eu-

**EL VALOR DE LOS PRODUCTOS, MATERIALES Y RECURSOS SE MANTIENE EN LA ECONOMÍA DURANTE EL MAYOR TIEMPO POSIBLE Y SE MINIMIZA LA GENERACIÓN DE RESIDUOS**

ropeo sobre materias primas fundamentales que, entre otros, promueve su circularidad y, más en particular, su reciclado. “La circularidad es, sin duda, una fuente de oportunidades para la eficiencia y resiliencia de las empresas que pueden optimizar su consumo de materias primas, ampliar la vida útil de su bienes y equipos y diferenciarse mediante productos por los que una sociedad comprometida muestra apetito”.

Según Mónica Chao, presidenta de WAS (Women Action Sustainability), organización cuyo fin principal es elevar la sostenibilidad al primer nivel estratégico de las empresas, entidades, instituciones y de la sociedad, es decir, que la sostenibilidad esté en la alta dirección y, en la misma medida, identificar qué es lo que tiene que cambiar e identificar los riesgos y las oportunidades. “La circularidad es un elemento fundamental en la transición hacia una economía sostenible más sostenible. Estamos hablando de competitividad y de crecimiento de las empresas. Desde WAS ayudamos a las pymes a través

# LA CIRCULARIDAD ES FUNDAMENTAL EN LA TRANSICIÓN HACIA UNA ECONOMÍA SOSTENIBLE

**La circularidad es una de las principales áreas de acción de la transición sostenible. Se trata de abandonar el modelo lineal de usar y tirar, y pasar a uno cíclico, es decir, regenerativo en el que el valor de los productos, materiales y recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible y se minimiza la generación de residuos; o bien, como es el caso de las energías renovables no consumibles, se emplean fuentes inagotables, en sustitución, por ejemplo, de los combustibles fósiles, cuyas emisiones provocan el calentamiento global que compromete la vida tal y como hoy la conocemos.**



MODERADORA

**MARÍA SERRANO**  
Presidenta de AELEC



PONENTE

**MÓNICA CHAO**  
Presidenta de WAS



PONENTE

**GISELA ORTIZ**  
Head Of International Relations  
& Sustainability Wavext Technologies



PONENTE

**GERMÁN GRANDA**  
Director general  
de Forética



**OPORTUNIDADES.** La circularidad es, sin duda, una fuente de oportunidades para la eficiencia y resiliencia de las empresas que pueden optimizar su consumo de materias primas, ampliar la vida útil de su bienes y equipos y diferenciarse mediante productos por los que una sociedad comprometida muestra apetito<sup>1</sup>.

de una guía para que sepan cómo generar valor en torno a la economía circular; también a los jóvenes, a través del proyecto WAS Circulamos, que consiste en un ágora de debate formada por investigadores, empresas, estudiantes y administraciones públicas que se desarrolla en las universidades, hasta ahora en el País Vasco, Galicia y Zaragoza. En el ágora de debate se involucran los gobiernos regionales, los ayuntamientos y las universidades. El éxito de estas iniciativas nos revela que hace falta acción y que esta acción tiene que ver con poner en conocimiento de todos los agentes qué es lo que se puede hacer y plantear soluciones<sup>2</sup>.

Gisela Ortiz, Head of International Relations & Sustainability Wavext Technologies, comenzó centrándose en las soluciones basadas en la naturaleza, pero fue virando paulatinamente hacia las tecnologías basadas en la naturaleza. Con Wavext entró de lleno en los gemelos digitales. El gemelo digital es una simulación en un contexto determinado sobre procesos, conductas o hábitos que puede tener una empresa o una persona. Frente a este supuesto, se confrontan todo tipo de escenarios posibles para que con la IA predictiva me puede adelantar conclusiones y con la IA generativa me pueda decir qué hacer y con qué soluciones para optimizar procesos y automatizar recursos.

“La innovación –afirmó–, las tecnologías descentralizadas, como el *blockchain*, nos brindan herramientas para que no veamos la sostenibilidad como una carga, un gasto, como un *opex* (costo permanente), sino que lo podamos transformar a un *capex* (gasto de capital). Más allá de si les gusta o no, las empresas están obligadas a implementar estas herramientas. La sostenibilidad es un apor-



**DESCARBONIZACIÓN.** Para María Serrano, presidenta de Aelec y moderadora de la mesa de debate, la descarbonización de la electricidad tiene un valor que va mucho más allá del propio sector energético.



**SOLUCIONES.** Hay que ver qué es lo que se puede hacer y plantear soluciones, según Mónica Chao.

te, un *input*, no un gasto. Muchos dicen, ser sostenible, está de moda, pero cuesta dinero. Yo reformulo: bien usada, con la innovación, la sostenibilidad puede trabajar a nuestro favor e impulsar el cambio de consciencia<sup>3</sup>.

Más allá de los beneficios medioambientales, los modelos de economía circular traen consigo grandes oportunidades para el sector empresarial; desde la reducción de costes a través de una mayor eficiencia en los procesos, la mayor resiliencia de la cadena de valor o la diferenciación de los productos por medio de la innovación. Germán Grande es director general de Forética, la organización referente en sostenibilidad y respon-



**TECNOLOGÍAS BASADAS EN LA NATURALEZA.** Gisela Ortiz, Head of International Relations & Sustainability Wavext Technologies, comenzó centrándose en las soluciones basadas en la naturaleza, pero fue virando paulatinamente hacia las tecnologías basadas en la naturaleza.

sabilidad social empresarial en España que tiene la misión de fomentar la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno (ESG) en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Forética, que celebra su 25 aniversario junto a las 200 empresas que la integran, ha publicado un informe que señala los pasos necesarios para acelerar el proceso de circularidad, así como los desafíos que hay actualmente.

“Hemos pasado de utilizar y reutilizar materiales secundarios en un porcentaje en 2018 de 9,8% en el mundo al 7%. Aunque se realizan esfuerzos –según Germán Granda–, se siguen generando muchísimos residuos. De aquí a 2050, se espera que la cantidad de residuos se eleve un 73%, y si analizamos los últimos diez años, hemos consumido los mismos materiales que durante todo el siglo XX. Es un mundo insostenible. Tenemos que cambiar la forma de actuar. Es fundamental el cambio de mentalidad en la gobernanza de las organizaciones y acelerar el uso de tecnologías para la sostenibilidad. También hay que implementar el ámbito de la colaboración –estamos trabajando en el Global Circularity Protocol para fijar la importancia de un marco global y estandarizado– y, por último, destacar también cómo se están dirigiendo las empresas al consumidor final y a la sociedad, evidenciando una mayor implicación como se comprueba ante el reto de la DANA”. ●



**GOBERNANZA.** Para Germán Granda, director general de Forética, es fundamental el cambio de mentalidad en la gobernanza de las organizaciones y acelerar el uso de tecnologías para la sostenibilidad.

## Sostenibilidad

Eslovenia se une a Smart Green Bees de LG España por la preservación de las abejas.

## Sostenibilidad

La España vaciada cede ante la globalización, el cambio climático y la despoblación en zonas rurales.

## Sostenibilidad

Gestos sencillos para el planeta y las personas, la estrategia de sostenibilidad de MAPFRE

# ReCambio



Otras formas  
de mover  
el mundo



**Nena Daconte y La Voz del Paciente.** El coro *La Voz del Paciente* junto a la artista Nena Daconte han regresado al Auditorio Nacional de Música de Madrid, tras el éxito cosechado el año pasado y recorrer varias ciudades españolas como Murcia, Toledo o Sevilla, para celebrar el concierto '1.000 cantando por la depresión', que tiene como objetivo visibilizar las enfermedades mentales y evidenciar que no hay salud sin salud mental, y que la depresión es una realidad que concierne a todos. Esta iniciativa, organizada por Johnson & Johnson, Singerhood y la Fundación Anaed, cuenta este año con la colaboración de la orquesta de jóvenes Ciudad de Murcia junto a otras entidades musicales, personas con enfermedad mental, profesionales sanitarios, familiares, amigos y empleados de Johnson & Johnson. [www.janssen.com/spain](http://www.janssen.com/spain)

Jaime de Jaraíz Lozano. CEO y presidente de LG España

# "El movimiento Smart Green moviliza a la sociedad y regenera los ecosistemas"

Cuando Jaime de Jaraíz Lozano, el primer directivo de LG que no ha nacido en Corea, se planteó que reducir la huella de carbono y el impacto medioambiental de la compañía no bastaba, supo que era necesario comprometer a cuantas más personas mejor, y a todos los agentes sociales, en acciones climáticas altruistas que devuelvan la salud al planeta. Texto JUAN EMILIO BALLESTEROS

El movimiento Smart Green de LG, un proyecto impulsado por Jaime de Jaraíz Lozano, CEO y presidente de la compañía en España, parte del convencimiento de que todos podemos ser actores del cambio frente a la crisis climática que amenaza la supervivencia de especies y ecosistemas y nuestros propios medios de vida. Consciente de que el planeta necesita de todos los agentes sociales para poder mejorar, asumió que la función de la compañía es también movilizar a las personas para que entre todos hagamos de la Tierra un lugar más saludable. El propósito de Smart Green es inspirar un cambio de mentalidad en la sociedad española para que cada persona u organización entienda que puede jugar un papel protagonista en la construcción de un futuro más verde y sostenible.

**Usted se incorporó a LG en 2005 y en 2016 se convirtió en el primer CEO no coreano de la firma, no obstante, siempre ha admirado el espíritu coreano. ¿Qué valores sostienen la cultura corporativa de la compañía? ¿En qué se basa el Jeong-Do, su manual de comportamiento?**

LG es una empresa coreana, y eso se nota en nuestra manera de actuar y relacionarnos con el entorno que nos rodea. Si bien es cierto que la filosofía Life's Good, que tiene como objetivo mejorar la vida de las personas desde el optimismo y valentía, a través de la tecnología, es el motor que mueve todas las acciones de la compañía, también es verdad que esta va muy en línea con los valores y la cultura coreana. En LG, se valora enormemente la honestidad, la innovación, el trabajo en equipo y la orientación al cliente. Estos valores son la base de nuestro éxito y nos permiten ofrecer productos y servicios de alta calidad que mejoran la vida de las personas.

**ACCIÓN CLIMÁTICA**  
"Desde LG hemos puesto en marcha una serie de iniciativas altruistas, como la plantación de árboles, la repoblación de millones de abejas ibéricas en nuestro país o la recuperación de los ecosistemas acuáticos. Para que estas medidas funcionen, han de tener unas características comunes, entre otras cosas: deben ser simples, altruistas, apoyarse en la tecnología y tener el claro objetivo de regenerar. Y, por supuesto, implicar a las generaciones que nos han legado el mundo que tenemos y aquellas que lo heredarán. Esto último nosotros lo hemos aplicado, ya que llevamos a cabo muchas de estas iniciativas con colegios y residencias, contando con niños y personas mayores".

El Jeong-Do, nuestro manual de comportamiento, es como nuestra brújula y significa hacer lo correcto para un bien común."

**En 2017, LG se planteó cómo podría contribuir a la lucha contra el cambio climático más allá de las acciones que ya realizaba para reducir su impacto y su huella de carbono. Comprendió que para afrontar este reto era preciso comprometer a cada individuo para poder movilizar a la sociedad. ¿Por qué la acción que propone debe ser altruista?**

El cambio climático es el mayor reto al que se enfrenta la humanidad. En LG lo tenemos muy claro: no podemos quedarnos de brazos cruzados ante este problema global. Por eso, en 2017 decidimos ir un paso más allá. A través de la sostenibilidad 1.0 ya estábamos trabajando en reducir nuestro impacto ambiental desarrollando productos y procesos más eficientes y sostenibles, pero sentíamos que nuestro deber debía abarcar un objetivo mayor. Comprendimos entonces que debíamos enfocarnos en la sostenibilidad 2.0, que tiene como fin generar un impacto positivo movilizando a todos los agentes de la sociedad a través de proyectos enfocados a la regeneración de ecosistemas. Para que esto ocurra, para que todas las personas estén dispuestas a aportar su grano de arena, es necesario conectar con ellos a través de acciones altruistas porque la generosidad siempre paga doble, y el cambio climático es un problema de todos.

**¿Qué es la sostenibilidad 2.0? ¿Cómo conseguir que las empresas sean capaces de diseñar programas de regeneración de la naturaleza de forma fácil y simple y que la sociedad se movilice para llevarlos a cabo?**

Las empresas tenemos una gran responsabilidad: tenemos la obligación de ser ejemplares, pero también tenemos un enorme poder transformador. La sosteni-



bilidad 2.0 consiste en ir un paso más allá en nuestra relación con el medio ambiente, no solo absorbiendo el CO<sub>2</sub> sobrante de la atmósfera de manera directa, sino regenerando los ecosistemas para contribuir también a la absorción de CO<sub>2</sub> de manera indirecta. Es una filosofía que pretende unir empresas, instituciones y ciudadanos en una misión común: recuperar la salud de nuestro planeta. Se trata de un enfoque que trasciende los límites de nuestro negocio y de las prácticas de sostenibilidad tradicionales, pues pretende impulsar la acción colectiva.

Para involucrar al resto de agentes sociales en la Sostenibilidad 2.0 es necesario idear proyectos sencillos y accesibles que no requieran una gran inversión, como es el caso del movimiento Smart Green.

**Life's Good representa el compromiso de LG de mejorar la vida de las personas a través de la innovación. ¿De qué forma contribuye la tecnología al bienestar de las personas?**

En LG creemos que la tecnología, más que un fin en sí misma, es un medio para mejorar la vida de las personas. Nuestro lema, Life's Good, refleja esa visión. Queremos que nuestros productos no solo sean innovadores, sino que también sean útiles, que ayuden a las personas a vivir mejor. Y esto se traduce en electrodomésticos que facilitan las tareas del hogar, en televisores que ofrecen una experiencia de cine en casa, en soluciones de climatización que crean un ambiente agradable y saludable... Pero también en proyectos como Smart Green, donde la tecnología se pone al servicio del planeta y de las personas.

**¿Qué hace que sus productos sean más sostenibles?**

Los productos de LG integran la sostenibilidad en sí mismos en su diseño, sus procesos de fabricación y hasta en su transporte. Pero además, integran tecnologías que permiten al usuario hacer de ellos el uso más eficiente. A nivel compañía también ofrecemos largas garantías y servicios postventa que ayudan a mantener la durabilidad, porque el producto más duradero es el más sostenible.

**Smart Green pretende remover conciencias y arrastrar a las mejores empresas. Para definir este movimiento, LG ha reflexionado mucho. ¿Qué importancia tiene la escucha activa en este proceso?**

Para impulsar un Movimiento como Smart Green y subir al barco a todos los agentes de la sociedad la escucha activa es una herramienta esencial. Por eso construimos nuestra Hanok House, un lugar donde poder reunirnos con las personas más influyentes de la sociedad para buscar soluciones conjuntas al cambio climático, poniendo el problema real encima de la mesa, y buscando sinergias que nos permitan actuar de manera simple.

**Smart Green contiene en su definición (SMART) su esencia inspiradora: Simple, a coste Marginal, Altruista, Regenerativo y Tecnológico. ¿Cómo se lleva a cabo este proceso?**



#### **LÍNEAS DE ACTUACIÓN**

**Smart Green España cuenta ya con más de un lustro de trayectoria, tres campos de acción y la implicación de empresas, instituciones públicas e individuos: Smart Green Trees, con el objetivo de plantar 48 millones de árboles cada año; Smart Green Bees, cuyo objetivo es repoblar 48 millones de abejas ibéricas cada año; y Smart Green Seas, que pretende recuperar el Mar Mediterráneo mediante la plantación de posidonia oceánica.**

El movimiento Smart Green pretende movilizar a la sociedad para tomar acción en la lucha contra el cambio climático. Por ello, es necesario que sea un proyecto SMART. Es decir, un proyecto Simple, ya que no requiere grandes inversiones; Marginal en cuanto a su coste; Altruista para establecer una conexión real y cercana con la sociedad; con la Regeneración como objetivo final; y utilizando las tecnologías basadas en la naturaleza para conseguirlo.

**LG promueve iniciativas altruistas como la plantación de árboles, la repoblación de abejas ibéricas y la regeneración de ecosistemas acuáticos. ¿En qué consisten?**

Smart Green se materializa en tres proyectos concretos, con un impacto real en el medio ambiente. Todo empezó en 2017 con Smart Green Trees, el proyecto enfocado a la reforestación de nuestros bosques a través de la plantación de 48 millones de árboles, uno por cada ciudadano español. El siguiente proyecto que surgió fue Smart Green Bees, con el objetivo de repoblar la abeja ibérica, la única capaz de polinizar el 100% de la flora de la península. Finalmente, este año hemos incorporado Smart Green Seas, que tiene como fin repoblar las praderas de posidonia del Mediterráneo, ya que



**GRANDES ALIANZAS**  
 Uno de los principios básicos del proyecto Smart Green es la acción social con el fin de involucrar en el proyecto al mayor número de agentes políticos, económicos y sociales, promoviendo alianzas entre particulares, empresas, instituciones públicas, asociaciones y administraciones capaces de compartir y difundir el mensaje y multiplicar los resultados. Así ha nacido la alianza con todos los colaboradores de los proyectos de Smart Green gracias al espacio común brindado por la Hanok House, construida en 2018 y concebida como un hogar para la sociedad, el planeta y nuestro futuro. A partir de este momento, Smart Green se convierte en un movimiento social que aglutina a todo aquel que se comprometa con el cambio. En la imagen, Jaime de Jaraíz Lozano en la inauguración de la nueva Hanok House, una construcción carbon neutral y con inteligencia artificial inspirada en el estilo arquitectónico tradicional coreano.

concienciar en la importancia de aportar nuestro granito de arena de forma desinteresada por el bien común. Y también se precisa inteligencia para encontrar soluciones SMART a los desafíos medioambientales

**Las grandes causas necesitan grandes alianzas. Para forjarlas LG ha habilitado su Hanok House, un lugar de encuentro para la sociedad, para el planeta y para el futuro. ¿Qué se hace en este hogar autosuficiente y sostenible?**

Nuestra Hanok House, inspirada en la arquitectura tradicional coreana, es un símbolo de nuestro compromiso con la sostenibilidad. Se trata de un edificio autosuficiente, que genera su propia energía y que está construido con materiales ecológicos. Pero más allá de su valor arquitectónico, es un espacio de encuentro, un lugar donde se organizan charlas, talleres y eventos con diferentes *partners* para promover la sostenibilidad y la innovación. Nos permite acercarnos a las personas y entidades más influyentes, explicar nuestro proyecto enfocado a la acción y convertirlos en nuestros aliados.

**Uno de los directivos con los que usted se ha reunido comentó en redes sociales: "Lo que más me impactó es que el presidente de una multinacional del tamaño, dimensión y grandeza de LG, se comporte con la cercanía y humildad de un sabio y la convicción y desapego material de un apóstol. Un auténtico ejemplo de liderazgo grupal y pasión por su misión personal". ¿Para involucrar a los demás en este compromiso, hasta qué punto es determinante la pasión?**

Me siento muy orgulloso de liderar un proyecto como Smart Green, que precisamente nació de una experiencia vivida en primera persona. Es un proyecto que me apasiona, porque creo que estamos haciendo algo realmente importante por el futuro y por el medioambiente. Y mi pasión es la que intento transmitir a mi equipo, a nuestros colaboradores y a la sociedad. Porque el verdadero sentido de la vida es plantar árboles bajo cuya sombra no te cobijarás. Además creo que la pasión, al igual que el optimismo y la valentía, son valores que se contagian y nos permiten alcanzar nuestros objetivos. Y esa pasión es la que intento transmitir a mi equipo, a nuestros *partners* y a la sociedad. Creo que la pasión, al igual que el optimismo y la valentía, son valores contagiosos que nos permitirán alcanzar nuestros objetivos.

**Usted es consciente de que queda mucho por hacer. En sus últimos actos públicos, suele concluir con una pregunta sugerente: ¿Y si fuéramos capaces de fijar el CO<sub>2</sub> de forma geológica?... ¿Está trabajando en la viabilidad del almacenamiento geológico de dióxido de carbono?**

El almacenamiento geológico de CO<sub>2</sub> es una tecnología muy prometedora para combatir el cambio climático, cuanto más longevo es el medio a través del cual se almacena más duradero es el efecto positivo. En LG estamos siguiendo con mucho interés el desarrollo de esta tecnología. En definitiva, el movimiento Smart Green es una muestra de nuestro compromiso con la sostenibilidad, y seguiremos trabajando para inspirar a la sociedad y generar un impacto positivo en el planeta. 🌱

esta planta marina es capaz de absorber y retener hasta 40 veces más CO<sub>2</sub> que un bosque mediterráneo.

**A través de ayuntamientos y residencias de mayores, se implica a las generaciones que nos han legado el mundo que tenemos y aquellas que lo heredarán. ¿Qué aportan?**

Todo el mundo tiene algo que aportar para frenar el cambio climático. Como defiende la Sostenibilidad 2.0, es fundamental que toda la sociedad esté involucrada a través de acciones individuales para crear un gran impacto en el medio ambiente. Por eso organizamos actividades para niños, para que aprendan la importancia de cuidar el medio ambiente desde pequeños. Y también colaboramos con residencias de mayores, porque ellos tienen mucho que aportar con su experiencia y sabiduría. Creemos que la unión de dos generaciones aparentemente muy diferentes con un mismo objetivo, cuidar del planeta, movilizará al resto de la sociedad.

**¿Para pasar de la conciencia a la acción, qué importancia tienen la generosidad y la inteligencia?**

Para que un proyecto como Smart Green funcione se necesita una buena dosis de generosidad. Se trata de

# Eslovenia se une a Smart Green Bees por la preservación de las abejas

Eslovenia, un referente global en la protección de los ecosistemas de los polinizadores y en la defensa de la apicultura artesanal, se ha unido al proyecto Smart Green Bees, la iniciativa que quiere recuperar la población de abejas ibéricas lanzada por LG España.

La alianza de Eslovenia con el proyecto Smart Green Bees de LG España se visualizará en un nuevo emplazamiento que formará parte de esta iniciativa simbolizando la colaboración público-privada y dando paso a la acción conjunta entre el líder tecnológico global y el país centro europeo, un convenio que persigue la protección de la biodiversidad para la seguridad alimentaria del planeta y la necesidad de activar todos los agentes sociales (científicos, instituciones públicas, empresas e individuos) para regenerar los ecosistemas naturales. Este acuerdo se ha concretado en un encuentro en el marco del proyecto Smart Green Bees que trató sobre la importancia de estos polinizadores para salvaguardar la biodiversidad de los ecosistemas. Jaime de Jaraíz, presidente y CEO de LG España; Amerisa Kurbegović, ministra consejera de la Embajada de Eslovenia, y Paola Vecino, presidenta de la asociación apícola El Rincón de la Abeja, la red de apicultores para la protección medioambiental de los polinizadores y la educación sobre las abejas, han puesto en valor el papel fundamental de las abejas y otros polinizadores en la lucha contra el cambio climático.

Según Jaime de Jaraíz, "Smart Green Bees nos permite materializar nuestro compromiso con la regeneración de los ecosistemas en el ámbito animal, haciendo partícipes a los diferentes actores de la sociedad para combatir unidos los efectos del cambio climático. Para el Movimiento Smart Green es un honor despertar

### AMOR POR LAS ABEJAS

Eslovenia se ha distinguido por la protección de la abeja como clave para el mantenimiento de ecosistemas desde su papel de polinizador. La defensa de la apicultura artesanal tiene una larga tradición y el país fue el principal promotor para que el 20 de mayo se proclamase el Día Mundial de las Abejas por Naciones Unidas. Ese día es el aniversario del biólogo esloveno Anton Janša, el primer profesor de apicultura de la corte de Viena, que en el siglo XVIII sentó las bases de la apicultura moderna e instauró el amor del país por estos animales.



el interés de Eslovenia, ya que es un referente mundial en la protección de los ecosistemas de polinizadores".

"Gracias a nuestra larga tradición apícola –explicó Amerisa Kurbegović–, Eslovenia no solo comparte sus amplios conocimientos, sino que también ha cooperado activamente con más de 300 proyectos sobre protección de polinizadores con socios de casi todos los continentes, junto con apicultores y otras instituciones que se esfuerzan por proteger a las abejas y otros polinizadores. Eslovenia cuenta con cinco apicultores por cada mil habitantes. Nuestro país, verde y boscoso, está muy vinculado a la naturaleza y muy comprometido con el medioambiente. Contribuimos a una agricultura más sostenible, a la preservación de la biodiversidad en el mundo y a la inclusión social. Es un honor para nosotros colaborar con un proyecto como Smart Green Bees". Eslovenia ha impulsado la creación de un Fondo Apícola que facilita el desarrollo de proyectos en colaboración con países de todo el mundo.



Las abejas son una de las especies más importantes para el equilibrio del planeta y se sitúan en la base de la pirámide trófica. El proyecto Smart Green Bees, una de las líneas de actuación del Movimiento Smart Green, el proyecto de Sostenibilidad 2.0 de LG España, que se puso en marcha en 2022 y que contabiliza ya cerca de nueve millones de abejas y más de 200 nuevas colmenas repartidas en ocho emplazamientos en la península ibérica, ha cubierto ya el 20% de su objetivo, que persigue la repoblación de 48 millones de abejas ibéricas al año. Esta cifra representa un gran avance en la recuperación de esta especie autóctona, la única capaz de polinizar el 100% de nuestra flora, que en los últimos años ha visto gravemente afectada su demografía por factores ambientales y su baja producción de miel.

Estas acciones se desarrollan en alianza con la red de apicultores de El Rincón de la Abeja, que vela por el bienestar de las abejas en diferentes localizaciones de toda España, entre las que se encuentran Málaga, Bar-

celona, Madrid, Guadalajara, Canarias o El Bierzo. Los apicultores, auténticos emprendedores locales que en muchos casos acumulan la pasión de varias generaciones dedicadas a la apicultura, son los grandes protagonistas de este proyecto y consideran este tipo de iniciativas fundamentales para dar visibilidad a las dificultades que enfrenta la cría de las abejas, cada vez más numerosas a consecuencia del cambio climático.

### EL AGENTE POLINIZADOR MÁS EFICIENTE

Según Paola Vecino, “las abejas se enfrentan a una amplia diversidad de amenazas, que va desde la proliferación de especies invasoras y enfermedades que afectan y disminuyen la productividad, los conflictos entre agricultores y apicultores por el empleo de pesticidas, hasta los efectos del cambio climático en las temperaturas y ciclos vegetales, o la escasa rentabilidad de las explotaciones apícolas”.

La abeja ibérica o *apis mellifera iberiensis* es autóctona de la península y es el agente polinizador de la vegetación más eficiente. Sin embargo, esta especie no es la más productiva en la elaboración de miel por lo que su población se está viendo mermada, lo que plantea un gran desafío para la supervivencia de nuestros ecosistemas. Además, Smart Green Bees promueve el desarrollo de otras subespecies como la *Apis mellifera canariensis*, autóctona de las Islas Canarias, favoreciendo la riqueza de variedades.

La tecnología para la expansión y monitorización de las abejas se realiza a partir de la extensión de las colmenas y mediante dispositivos tecnológicos que controlan su actividad, siguiendo el crecimiento de la población a través de sistemas de monitorización que garantizan el bienestar y la proliferación de los ejemplares. Esta metodología permite controlar parámetros tales como la humedad, la temperatura, el peso o el índice de abejas pecoreadoras de cada colmena. De esta manera, se triplican los números iniciales y se eleva exponencialmente la población de abejas.

La expansión de enjambres se realiza de manera controlada, atendiendo a las características de cada hábitat y evaluando su impacto de forma longitudinal. Para ello, se utilizan métodos como el “Doolittle con traslarve”, en el que los apicultores eligen las mejores colonias en función de su capacidad de producción, baja agresividad, buenos hábitos de limpieza y resistencia a las enfermedades. Asimismo, se emplean otros métodos naturales como los enjambrazones, especialmente típicos y fructíferos para el crecimiento demográfico de la especie en primavera.

Las cifras certifican el éxito de Smart Green Bees y la eficiencia del modelo de colaboración y concienciación que propone, involucrando a empresas, apicultores y la sociedad en acciones climáticas que regeneran los ecosistemas naturales. El objetivo de LG España es alcanzar los 10 millones de abejas adicionales para finales de 2025 y seguir trabajando en proyectos que promuevan la biodiversidad y la lucha contra el cambio climático. 🐝

**COMPROMISO**  
El compromiso de Eslovenia en sus acciones medioambientales está completamente alineado con los valores del Movimiento Smart Green liderado por LG España, un proyecto nacido con el fin de regenerar ecosistemas con la maximización de la eficiencia en los esfuerzos a través de la tecnología para unir empresas e individuos en la recuperación del medioambiente.

# La España vaciada cede ante la globalización, el cambio climático y la despoblación

**En las próximas décadas, España experimentará una reducción de la precipitación media, así como un aumento de las temperaturas y de la frecuencia de las olas de calor. A los efectos del cambio climático se suman los propios de la despoblación en algunas zonas y la globalización del comercio agrícola, lo cual afecta al conjunto del país, aunque con especial incidencia en ciertas regiones. En concreto, 2.858 municipios españoles presentan, en términos comparativos, mayor vulnerabilidad a estos efectos, según el estudio *Más allá de la 'España vaciada': cambio climático, despoblación y globalización en las zonas rurales* del Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".**

Los investigadores Sergio Villamayor-Tomas, Daniel Gaitán Cremaschi, Beatriz Pierri-Daunt y Leticia Santos de Lima, del Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals de la Universitat Autònoma de Barcelona (ICTA-UAB), y Esteve Corbera, del ICTA-UAB y de la Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA), han elaborado un índice socioambiental de vulnerabilidad ante el cambio climático, la despoblación y la globalización agrícola utilizando datos de 27 variables sociales y medioambientales que les ha permitido clasificar los más de 8.000 municipios españoles en uno de los siguientes cuatro clústeres territoriales: la España vaciada y económicamente marginalizada; la España que resiste económicamente, pero se seca; la España erosionada, y la España exportadora.

Según las previsiones sobre el cambio climático, es muy probable que España experimente una reducción de la precipitación media y un aumento tanto de las temperaturas medias como de la frecuencia de las olas de calor. Además, muchas de las zonas rurales del país están perdiendo población, al tiempo que los pequeños productores y las explotaciones agrarias familiares siguen perdiendo capacidad de negociación en el comercio agrícola mundial. Una cartografía de las manifestaciones de estas tres amenazas en los más de 8.000 municipios y 344 comarcas que componen la España rural revela pautas importantes.

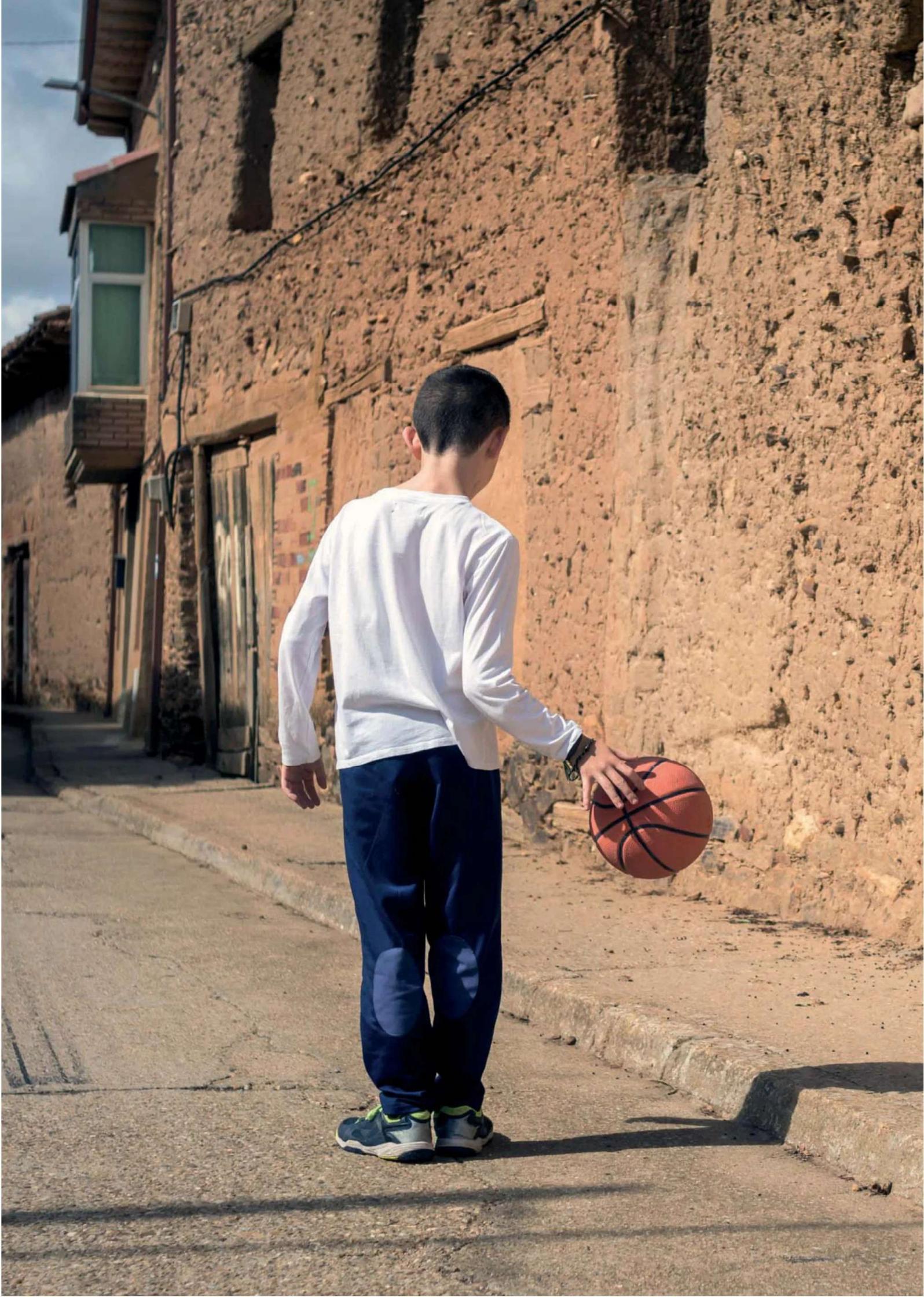
Las comarcas en las que todas o algunas de estas amenazas se manifiestan con mayor claridad se en-

### OTRAS ESPAÑAS

**El cinturón de la vulnerabilidad coincide en gran medida con lo que los medios de comunicación han denominado la España vaciada. Sin embargo, el estudio demuestra la existencia de 'otras Españas' que, pese a no ser tan vulnerables, también conviene seguir de cerca y apoyar mediante políticas de desarrollo rural específicas. Además, algunos territorios se ven más afectados que otros. Es en los territorios más vulnerables a varias de estas amenazas donde las políticas de desarrollo rural más integradas desde un punto de vista socioambiental resultan más necesarias.**

cuentran en Castilla y León, Navarra y Castilla La Mancha. Sin embargo, no todos los municipios de estas comarcas se ven afectados del mismo modo. Un examen detallado de cómo se combinan entre sí las manifestaciones del cambio climático, la despoblación y la globalización, revela cuatro clústeres de territorios. Una globalización entendida como la consolidación de un sistema de producción y consumo alimentario dominado por empresas multinacionales, mercados y precios globales, y basada en la producción intensiva y altamente mecanizada de productos de exportación, y la búsqueda de rentabilidad a corto plazo, entre otras características. Para promover el bienestar social y la sostenibilidad medioambiental, es preciso que la política de desarrollo rural aborde cada una de estas realidades tan dispares de forma integrada.

En las últimas décadas, España ha experimentado una reducción de la precipitación media, así como un aumento, en comparación con otros países de la Unión Europea, tanto de las temperaturas medias como de la frecuencia de las olas de calor. Además, en muchas de las zonas rurales del país, las poblaciones han disminuido y los pequeños agricultores han perdido capacidad de negociación en el comercio mundial, si bien España es uno de los países con el mayor porcentaje del PIB agrícola de la Unión Europea. Todos estos cambios provocan vulnerabilidad, que puede definirse como el grado en el que una zona es susceptible de experimentar una serie de efectos adversos –como los generados por





el cambio climático, la despoblación y la globalización– y no es capaz de lidiar con ellos.

### LAS CUATRO ESPAÑAS

El primero de estos cuatro grupos es el que los autores han denominado la España vaciada y económicamente marginalizada, que es el conjunto más vulnerable y abarca 2.858 municipios, situados principalmente en el centro del norte de España (especialmente, las regiones de Castilla y León, y una parte de Aragón), los cuales representan el 21% del territorio nacional.

Este grupo incluye las zonas con mayor descenso de la tasa de crecimiento natural y en las que se concentra la mayor proporción de personas mayores por cada joven. También aglutina la proporción más elevada de núcleos de población pequeña (menos de 500 habitantes). Desde un punto de vista económico,

## El desarrollo rural debe abordar la vulnerabilidad de los municipios rurales teniendo en cuenta sus múltiples manifestaciones sociales y medioambientales de manera integral

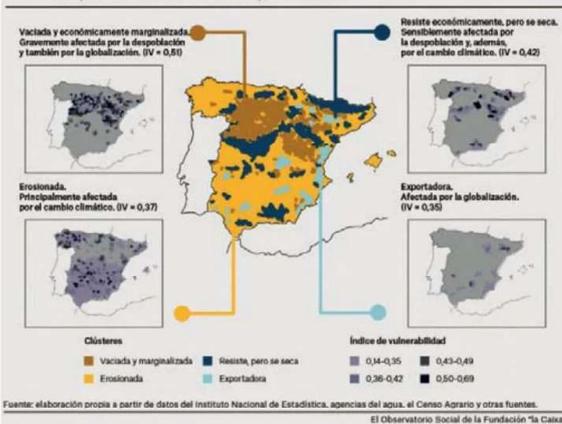
son los territorios más afectados por la disminución de los precios pagados a los productores agrícolas. Asimismo, son zonas en las que se concentra la menor presencia de empresas registradas y cuentan con infraestructuras sociales y viarias deficientes.

El segundo grupo, definido en el estudio como el de la España que resiste económicamente, pero se seca, comprende 1.112 municipios distribuidos especialmente en las cadenas montañosas y en el perímetro del primer grupo, y constituye el 13% del territorio nacional. Este clúster territorial también presenta una elevada proporción de núcleos de población pequeños, municipios afectados por la disminución del crecimiento natural de la población y zonas con infraestructuras viarias deficientes. Además, registra una mayor disminución de las precipitaciones medias anuales. Pese a todo, posee la mayor proporción de zonas protegidas y el mayor número de empresas registradas.

El tercero es el denominado por los autores la España erosionada y está formado por 3.198 municipios repartidos por todo el territorio español que representan el 54 % del total. Se trata de municipios situados principalmente en las regiones de Galicia y Asturias, así como en el centro y sur del país. Según las mediciones del estudio, este clúster territorial no presenta graves problemas socioeconómicos, pero

Gráfico 3. España puede clasificarse en cuatro clústeres de zonas vulnerables a causa del cambio climático, la despoblación y/o la globalización

Los grupos más vulnerables («la España vaciada y económicamente marginalizada» y «la España que resiste económicamente, pero se seca») tienden a concentrarse en torno al «cinturón de vulnerabilidad, con algunas excepciones (áreas montañosas/economía y cambio climático)



### VULNERABILIDAD

La distribución de la vulnerabilidad no es homogénea en las zonas rurales españolas. Todas las zonas se ven afectadas por el cambio climático, la despoblación y la globalización, pero algunas más que otras. Un examen detallado de cómo se manifiestan y combinan las tres amenazas revela cuatro clústeres de zonas rurales.

es el grupo más afectado por los incendios forestales y por la erosión del suelo.

La cuarta y última agrupación es la que los autores califican como la España exportadora, formada por 595 municipios (el 5% del territorio español), situados en su mayoría en enclaves muy específicos, cercanos a zonas costeras y a las grandes ciudades. Es el grupo menos vulnerable, según los parámetros analizados. Aun así, los autores señalan que su especial debilidad está relacionada con la exposición a la globalización del comercio agrícola, dado que depende en mayor medida de las exportaciones.

Los autores definen el concepto de globalización del comercio agrícola como la consolidación de un sistema de producción y consumo alimentario dominado por empresas multinacionales, mercados y precios globales, y basado en la producción intensiva y altamente mecanizada de productos de exportación, y en la búsqueda de rentabilidad a corto plazo, entre otras características.

En este último grupo, los investigadores también destacan dos peculiaridades: es el que depende en mayor medida de la agricultura de regadío y el que presenta la menor proporción de zonas protegidas.

“Los municipios de España se pueden ordenar según si son más o menos vulnerables al cambio climático, la despoblación y la globalización. El grado en que se ven afectados por aspectos específicos de esas tres amenazas es lo que nos ha permitido clasificarlos en las cuatro Españas”, ha destacado Sergio Villamayor-Tomas, investigador del Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals (ICTA-UAB) y coautor del estudio.

## **POLÍTICAS DE DESARROLLO RURAL**

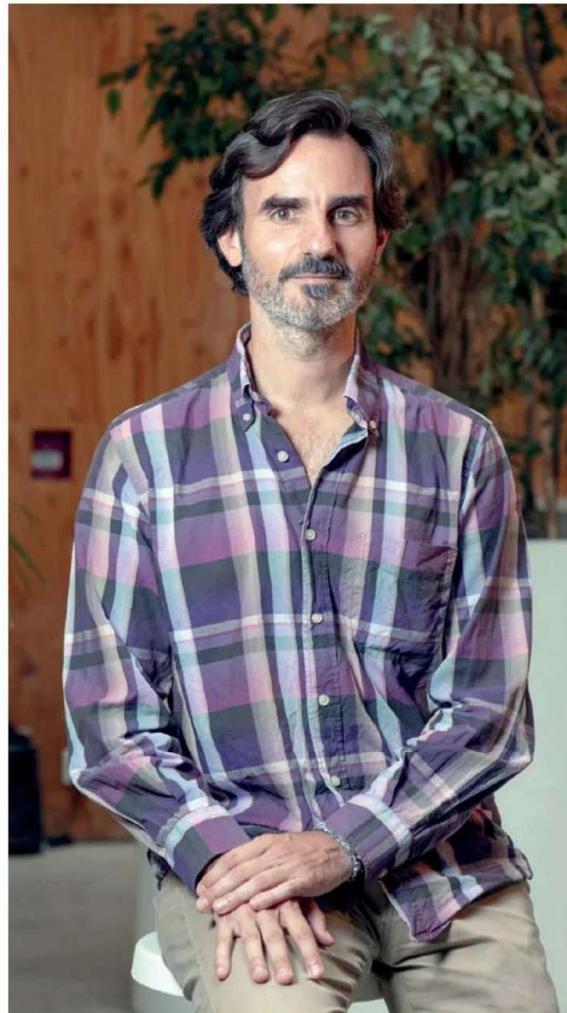
Los autores del estudio *Más allá de la ‘España vaciada’: cambio climático, despoblación y globalización en las zonas rurales*, del Observatorio Social de la Fundación “la Caixa”, consideran que la adaptación al cambio climático, la mitigación de la despoblación y la defensa de las rentas agrícolas deben ir acompañadas de políticas agrícolas y de un desarrollo rural más integrado desde un punto de vista socioambiental.

“Tras este análisis, hay procesos que merece la pena seguir estudiando, como es la relación entre las olas de sequía y calor, el abandono rural, la desaparición de las explotaciones familiares, la concentración de tierras en grandes empresas, la intensificación agrícola y la desertificación”, ha destacado Sergio Villamayor-Tomas.

“Nuestro análisis –continúa explicando Sergio Villamayor-Tomas– alerta sobre la necesidad de revisar las ayudas de la PAC (Política Agraria Común) de la Unión Europea desde el punto de vista de su capacidad para abordar problemas ambientales y sociales de manera integrada. El programa de incorporación de jóvenes agricultores, por ejemplo, contribuye al relevo generacional y por tanto a mitigar la despoblación, pero también promueve un modelo de explotación agrícola intensivo y mecanizado de gran escala, de dudosa capacidad adaptativa frente al cambio climático y la volatilidad de los mercados agropecuarios”. ●

## **OBSERVATORIO SOCIAL**

Los investigadores Sergio Villamayor-Tomas (en la imagen), Daniel Gaitán Cremaschi, Beatriz Pierridaut y Leticia Santos de Lima, del Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals de la Universitat Autònoma de Barcelona (ICTA-UAB), y Esteve Corbera, del ICTA-UAB y de la Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA) son los autores del estudio publicado por el Observatorio Social de la Fundación “la Caixa”, un espacio de análisis, debate y reflexión que estudia los cambios que se producen en la sociedad y divulga el conocimiento de las ciencias sociales para favorecer el enriquecimiento del debate público informado.



Mónica Zuleta. Directora Corporativa de Sostenibilidad de MAPFRE

# “Gestos sencillos, pero importantes, para el planeta y las personas”

La estrategia de sostenibilidad de MAPFRE valora tanto las acciones que la compañía realiza para sumar con el propósito de construir un mundo mejor para las personas y el planeta como la capacidad de inspirar a los demás para que con sus gestos cotidianos avancen en este compromiso de futuro.

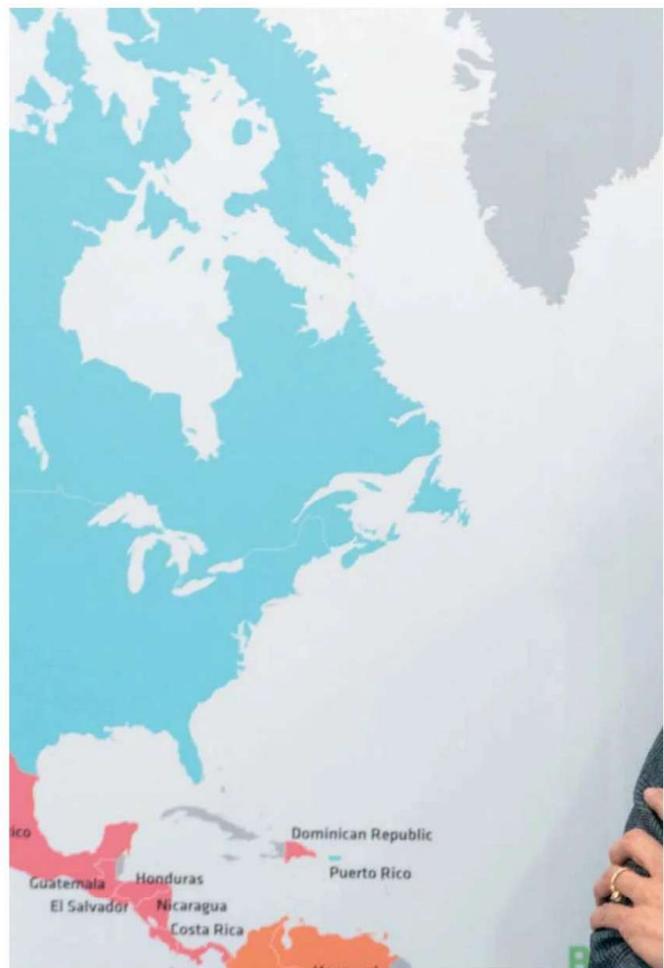
El compromiso de MAPFRE con la sostenibilidad va mucho más allá de las acciones que lleva a cabo para mitigar su impacto en el medioambiente y reducir su huella de carbono, con iniciativas ambiciosas para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las propuestas de la Agenda 2030, avanzando hacia la meta del *net zero*. Para la compañía líder global en seguros, la sostenibilidad tiene que poner en el centro a las personas y garantizar su salud y bienestar, así como el futuro del planeta. Para ello, además de los grandes retos, son importantes los gestos pequeños y las aportaciones individuales de cada día.

### La sostenibilidad es clave para las compañías y forma parte de su estrategia. ¿Cómo la aborda MAPFRE?

Ser sostenible significa gestionar el negocio de manera equilibrada en el corto, medio y largo plazo, integrando los riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobierno corporativo para contribuir así a la creación de valor económico y social. En MAPFRE, hablamos de una estrategia completamente integrada en el negocio y en la toma de decisiones de todas las áreas de la compañía que pone a las personas en el centro, que establece indicadores que nos muestran dónde estamos y hacia dónde queremos ir y que responde a las necesidades de los grupos de interés.

### ¿Por qué es fundamental que esta estrategia esté integrada en la dirección de cualquier empresa?

**COMPROMISO**  
Nacida en Colombia, Mónica Zuleta es psicóloga de formación, especializada en administración y planificación estratégica. Se incorporó a MAPFRE en enero de 2014 como directora corporativa de estrategia y en enero del 2021 pasa a dirigir el área de Sostenibilidad del Grupo. Desde el departamento, se ocupa de que MAPFRE desarrolle la sostenibilidad en todo su potencial y cumpliendo los compromisos. La ambición corporativa es que MAPFRE sea sostenible en todo lo que hace.



MAPFRE es una empresa con compromiso prácticamente desde sus inicios. La sostenibilidad siempre ha estado presente en la estrategia corporativa. Ya desde los años 60 recogíamos en las actas de la compañía que, además del negocio, estábamos comprometidos en generar beneficio social a las comunidades, y así lo hacemos en los 40 países donde operamos. Nuestra razón de ser, nuestro propósito corporativo es estar cerca de las personas, a su lado, acompañándolas para que avancen con tranquilidad, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más sostenible y solidaria. Hemos definido un plan de sostenibilidad muy ambicioso para dar respuesta a los retos, oportunidades y riesgos en materia ESG, y profundizar en la integración de la sostenibilidad en la estrategia del negocio y en el día a día de la organización. En MAPFRE, la sostenibilidad debe aportar valor para el negocio sin perder de vista nuestro aporte social.

### Para MAPFRE, la S de social, de las personas, tiene un valor especial. ¿Qué acciones llevan a cabo?



respeto por la diversidad. No solo es una cuestión que va en favor de los derechos humanos, sino también de responsabilidad social, de ocuparse del bienestar de las personas y de nuestro entorno. Esto es algo que nosotros tenemos muy claro porque no solo nos permite avanzar en algo tan importante como es la reducción de las desigualdades, sino que también nos hace ser más competitivos, más innovadores y nos permite aprovechar el talento de cada uno y estar conectado con la sociedad. Nuestros empleados, además, son más productivos cuando perciben que trabajan en una organización que respeta a las personas, que se preocupa por la sociedad y que ofrece igualdad de oportunidades.

#### ¿La sociedad está aprovechando todo el potencial de crecimiento económico que puede aportar el talento femenino?

Consideramos que se han dado muchos pasos, pero creemos que es necesario seguir avanzando para aprovechar la mitad del talento del mundo, que es femenino, y también para acelerar el fin de las desigualdades históricas que se vienen arrastrando. La responsabilidad empresarial no solo se basa en contribuir al progreso económico, sino también a la transformación de la sociedad, en reducir las brechas de desigualdad que tienen un importante impacto en el progreso social y económico. Con motivo del Día Internacional de la Mujer, pusimos en marcha la campaña #JuntosCerramosBrechas, con la que defendemos una estrategia de aceleración de cierre de todo tipo de brechas y de promoción del talento femenino de manera global. De los 31.000 empleados de MAPFRE en el mundo, más de la mitad (55,4%) son mujeres. En el Consejo de Administración, la compañía ya es paritaria, además del presidente, hay siete consejeros y siete consejeras; el 42,5% de los puestos de responsabilidad ya están desempeñados por talento femenino; y sus empleadas representan más de la mitad de las promociones internas (50,8%) y de las nuevas incorporaciones (54,8%) en 2023.

#### ¿Y cómo contribuye una empresa aseguradora a proteger y cuidar el medio ambiente?

Son muchos los retos que nos hemos marcado dentro de nuestra actividad para proteger el planeta con los que aspiramos a gestionar y disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> y reducir los efectos del cambio climático. En la oficina, por ejemplo, contamos con medidas para ahorrar energía, agua y papel, fomentamos el trabajo en movilidad, adquirimos energía que procede de fuentes 100% renovables, contamos con más de 4.000 placas fotovoltaicas para autoconsumo y promovemos la movilidad sostenible con puestos gratuitos de recarga eléctrica y rutas de autobuses para empleados. En el negocio, comercializamos productos y servicios con criterios ambientales, como Gama Cambio, un segu-

Todas las dimensiones son relevantes, pero para nosotros, que somos una empresa que cuida de personas, la S de Social es la que concentra el mayor peso, con programas para mejorar la inclusión social, el empleo justo, el conocimiento financiero y, con ello, un mejor acceso a la protección del seguro. No hay duda de que estamos en un momento de progreso histórico en el que hemos dado grandes pasos para avanzar hacia una sociedad diversa e inclusiva, pero aún existen importantes brechas de desigualdad que impactan directamente en el bienestar de las personas. Con esta visión, trabajamos para seguir avanzando hacia un mejor modelo de sociedad que garantice a todos, sin exclusión, la igualdad de oportunidades.

#### ¿Fomentar la diversidad y la inclusión tiene también una repercusión positiva en la economía del país?

La diversidad es una de nuestras enormes fortalezas como compañía global. Sabemos que son todo ventajas cuando hablamos de fomentar la inclusión y el

#### #LAPARTEQUENOSTOCA

Para MAPFRE, la sostenibilidad es construir un mundo mejor, más justo, igualitario, próspero y seguro. Con #LaParteQueNosToca, un concepto dirigido a las personas y basado en acciones, en hechos, que representa la parte que nos toca a cada uno de nosotros, los miles de gestos que suman al objetivo común de proteger al planeta y construir un presente y un futuro para las personas.



ro para vehículos eléctricos e híbridos. Contamos con compromisos cada vez más ambiciosos, como reducir la huella de carbono del grupo un 30% para 2030 sobre la línea base de 2022, y hemos endurecido nuestra política de suscripción con el objetivo de no asegurar a compañías de carbón, gas y petróleo que no se comprometan con un plan de transición energética que permita mantener el calentamiento global en torno a 1.5 grados. Destacaríamos, además, nuestro compromiso con la economía circular, porque no solo impulsamos el reciclaje para reducir la huella de carbono, no contaminar, ahorrar materias primas y conservar los recursos naturales y los ecosistemas, sino que, además, generamos oportunidades de negocio. Un claro ejemplo es CESVirecambios, una empresa de MAPFRE que proporciona una segunda vida a miles de piezas de vehículos declarados siniestro total y que, además, está recuperando las baterías de este tipo de vehículos para darles un segundo ciclo de vida.

#### A punto de cerrar el año 2024, ¿qué destacaría de lo realizado en el período 2022-2023?

Estamos muy satisfechos y vamos por el buen camino. Destacaríamos nuestro compromiso con el eje social, que es el que más transforma la vida de las personas, y en el que una compañía como la nuestra tiene más capacidad de aportar. Me refiero a nuestras políticas para impulsar la igualdad, la inclusión y la diversidad, ayudar a nuestros proveedores y colaboradores a mejorar su actuación en sostenibilidad, así como fomentar la educación financiera y la accesibilidad a los seguros. En esta última, seguimos desarrollando productos y servicios que fomenten el acceso a los seguros en los segmentos de la población con menores ingresos, como el proyecto "MAPFRE na Favela", realizado en Brasil, que lanzaremos próximamente para ofrecer líneas de protección a sus habitantes a través de microseguros, con coberturas básicas y a un coste

#### CIRCULARIDAD

MAPFRE gestionó el año pasado 3.567 toneladas de residuos a nivel global, de los cuales un 92% se sometieron a procesos de valorización, es decir de recuperación, reciclado o producción de energía. Destaca la actividad de CESVIMAP, el centro de I+D de MAPFRE, que recuperó a través de CESVirecambios 673 toneladas de piezas de vehículos siniestrados para su reutilización tras el tratamiento de 1.887 vehículos en España. Este centro tecnológico global está especializado en la reparación y reciclado de vehículos y es una referencia en cómo dar de baja los vehículos de una manera sostenible, alargando la vida de las piezas, facilitando la reutilización de materias primas, como el plástico y el cristal, y reduciendo el consumo de energía.

accesible. También hemos seguido desarrollando servicios y productos aseguradores y financieros que den respuesta a los riesgos y oportunidades en materia social, ambiental y de gobierno corporativo. En este sentido, el año pasado, el 96,6% de la cartera de inversión de MAPFRE en España, Estados Unidos y Brasil fue calificada con criterios ESG.

#### ¿En qué objetivos se quieren centrar en el nuevo Plan de Sostenibilidad?

En línea con el nuevo Plan Estratégico, hemos definido objetivos más ambiciosos en sostenibilidad para el período 2024-26. Seguiremos disminuyendo nuestra huella y ayudando a reducir la de otros mediante una suscripción más exigente en relación con la sostenibilidad. También, promoviendo la inversión socialmente responsable, la inclusión, la igualdad en todo lo que hacemos, la transparencia y, entre otras acciones, impulsando al máximo desde nuestra actividad el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los seis años que nos quedan por delante. Nuestra estrategia de sostenibilidad está completamente integrada en el negocio y en la toma de decisiones de todas las áreas de la compañía, y, como decía antes, pone a las personas en el centro, con indicadores que nos muestran dónde estamos y hacia dónde queremos ir y que responde a las necesidades de todos los grupos de interés. Se trata de un plan tremendamente ambicioso, con más de 20 objetivos, medibles, alcanzables y realistas, con plazos concretos. Se trata, entre otros retos, de alcanzar la neutralidad en carbono en 2030, lograr que nuestras inversiones cumplan criterios ESG, fomentar la igualdad de género aumentando el porcentaje de mujeres en puestos de dirección y elevar nuestro cumplimiento de la Agenda 2030.

#### Desde una perspectiva personal, ¿cómo contribuye en su día a día para conseguir un mundo más sostenible?

Creo que estamos en un escenario único, la Década de la Acción, que nos urge a dar una respuesta colectiva y colaborar para hacer frente a los retos sociales y medioambientales. Nuestro deber es dejar un planeta mejor. Tenemos el compromiso de hacer lo que esté en nuestras manos para que la sociedad y las empresas prosperen, y que luchemos por un lugar más justo, más igualitario, más ético, y desde luego más seguro. #LaParteQueNosToca es el lema que vertebra nuestra comunicación sobre sostenibilidad y hace justamente referencia a ese compromiso, a los miles de gestos que suman con el objetivo común de proteger al planeta y construir un futuro para todos, con gestos sencillos pero importantes. Es la contribución con la que nosotros queremos sumar, pero también inspirar a los demás para que sumen en el avance hacia el futuro sostenible al que aspiramos. A nivel personal, intento reciclar todo lo que puedo, utilizo un vehículo eléctrico, compro cosas de segunda mano y no imprimo. Y en la parte social, intento ser una líder sostenible, es decir, inclusiva, inspiradora, que proporcione bienestar, que sepa escuchar y entender a su equipo y obtener lo mejor de ellos. 🌱

## Lujo consciente

El chef Beñat Ormaetxea ha logrado plasmar en los fogones un ecosistema donde la cocina y la cultura funden las raíces de un pueblo con la innovación.

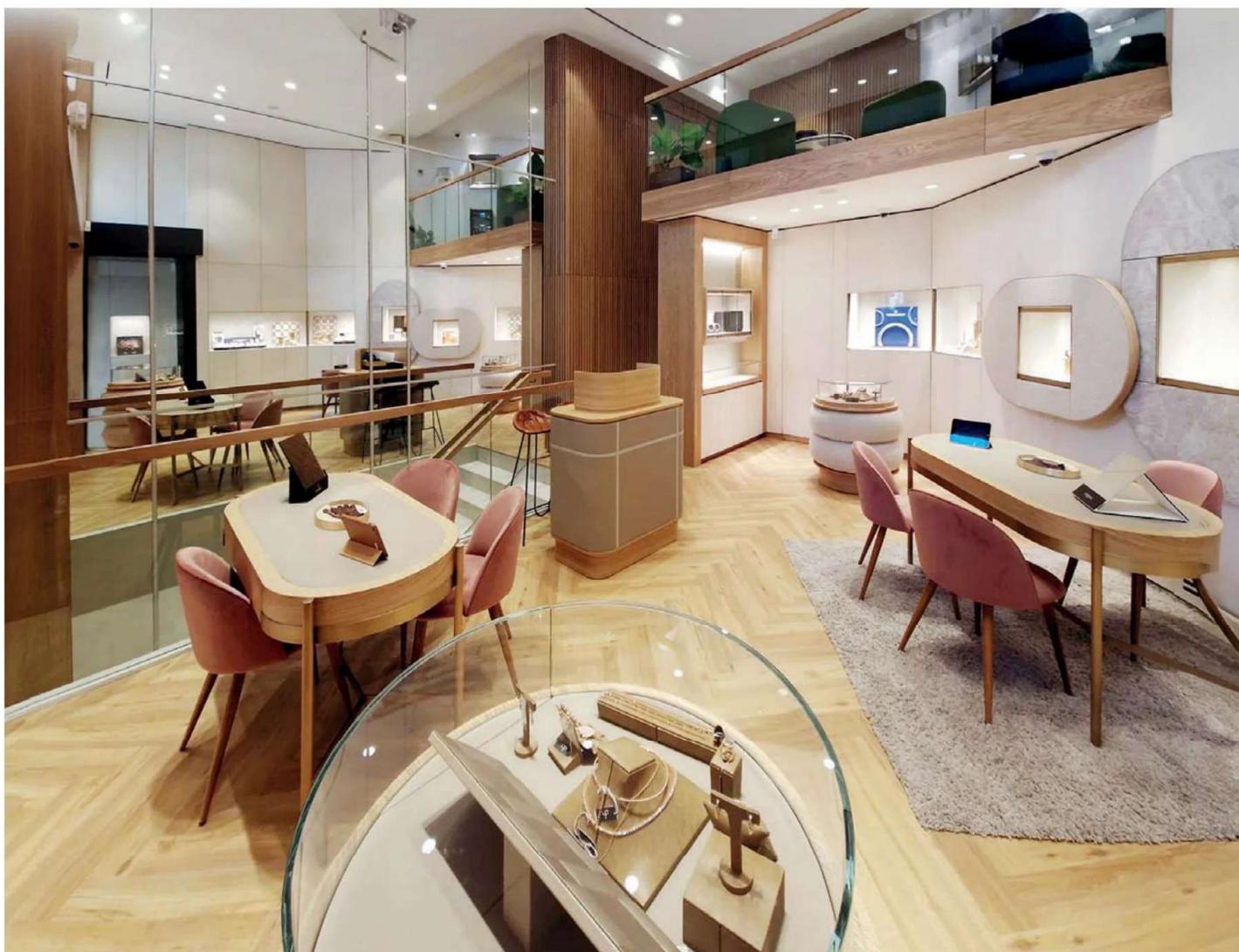
## Motor

Elegancia, versatilidad y deportividad, los nuevos modelos A5 y A5 Avant de Audi renuevan la gama A4 que la firma vende desde hace tres décadas.

## Música

LoudT es la banda formada por cinco talentos musicales que nació en TikTok de la mano de Banco Santander, y que ahora suena bien fuerte.

# Cambio de chip



## El lujo que crea vínculos

El nuevo enclave de Chocrón, la firma de alta joyería que crea vínculos a través de piezas únicas, situado en la calle Serrano, junto a la madrileña Puerta de Alcalá, mantiene el ambiente íntimo, exclusivo y acogedor que ideó su fundador a finales de los años 40. En él se muestra su manera de trabajar alrededor de una joya, haciendo que artesanía y diseño cristalicen en colecciones únicas. Según Moisés Chocrón, cuarta generación y CEO de la compañía, "en el sector lujo, contar con productos exclusivos ya no es suficiente, debemos reinventarnos, interpretar las nuevas demandas de los clientes, así como prever y saber adaptarnos a los cambios. Todo esto unido a nuestra permanente búsqueda de la excelencia, nos ha impulsado a concluir una etapa e iniciar otra realmente ilusionante, con la que asumimos el compromiso de ofrecer experiencias memorables totalmente personalizadas".

[www.chocronjoyeros.com](http://www.chocronjoyeros.com)



## Lujo Consciente



**BEÑAT ORMAETXEA.** El chef vasco ha ido innovando su técnica con platos más sofisticados y ligeros, partiendo de la tradición y la elaboración clásica.

# Alta cocina vizcaína

## LUJO Y ARTE



Por **CARLOS SÁNCHEZ REY**

Desde los amplios ventanales de Jauregibarria se puede apreciar el verdor del paisaje vasco, pero la vinculación del chef Beñat Ormaetxea con la tierra va mucho más allá del elemento decorativo. Este discípulo de Martín Berasategui, cuyo compromiso gastronómico se ha erigido en un prestigioso sello propio que es su seña de identidad, ha logrado plasmar en los fogones que dirige un ecosistema donde la cocina y la cultura funden las raíces de un pueblo con la innovación más rompedora. Lo clásico nunca pasa de moda. En Delaunay, añade además historia y arte en el Palacio Arriluce.

T

enemos hambre, pero de esa que busca despertarse y desplegarse en la exquisitez del producto, su preparación y la tradición que lo respalda, donde el paladar es el único techo del placer culinario. Y en España tenemos el norte, nuestro norte. Nos dejamos

guiar por nuestro olfato y recalamos en Bilbao, una ciudad que antaño tenía fama de gris y sucia, pero como he dicho, antaño, porque ahora es una urbe floreciente, llena de luz y oportunidades, sobre todo gastronómicas. En este humus encontramos Delaunay, que abrió en el Palacio Arriluce hace un año y que permite a su chef, Beñat Ormaetxea, presentar su personal manera de entender la cocina: una mezcla entre tradición y modernidad que se presenta como joyas, en buena parte sobre piedra que forma parte de su vajilla original, orgánica y elegante.

En un entorno intimista y contenido teñido de azul Klein y con el espíritu de los Delaunay, artistas imprescindibles del siglo XX amigos de los dueños del palacio, comenzamos la degustación con un aperitivo de foie mitcuit y emulsión de chocolate blanco, compota de foie y chupito de pescado que nos abre el apetito y sirve de introducción al tartar de manzana con bogavante y huevas de salmón y a un arroz socarrat envuelto en carpaccio de gamba roja. Con tantos sabores y tan bien equilibrados, entramos en platos más sofisticados y ligeros, tomando la cocina vasca como base, y así nos encontramos su bacalao con base de espinacas trufadas teñidas con espirulina y cremosa de coliflor o el lomo de corzo con cremosa de castañas que acaba por satisfacer el estómago hasta que nos llega la torrija con crumble y helado de nueces y ahí nuestro cerebro hace clic y nos advierte que está completamente satisfecho.



**DELAUNAY.** Su gastronomía, buque insignia de Palacio Arriluce Hotel, brinda la excelencia en cada plato.



**RESTAURANTE JAUREGIBARRIA.** Cordero lechal deshuesado km0 procedente del parque natural de Valderejo.



Por la noche, nos apetece tomar algo ligero en el mismo hotel Arriluce y a cargo del mismo chef. Kupka es el nombre elegido y que viene dado por la amistad del artista Francis Kupka con los dueños. Está claro que era una casa de artistas. Aquí, en la antigua capilla del palacio, nos deleitamos con platos más sencillos, pero no por ello menos sabrosos. Queremos aterrizar en sabores patrios y pedimos probar únicamente sus anchoas, pulpo y foie. Y desde luego que merece toda nuestra aprobación. Una verdadera delicia autóctona tratada con cariño y presentada con esmero. Nos vamos a dormir para poder tener hambre mañana y disfrutar en plenitud de Jauregibarria.

Empezamos el día siguiendo con la estela del arte con un baño de cultura en el museo Guggenheim, donde los volúmenes se superponen con destreza y el trato de los espacios a través de los distintos materiales crea una atmósfera inmejorable para cada una de las piezas que contiene. Sencillamente sublime.

Tras este aperitivo y un diluvio de por medio ha llegado el momento de vivir la propuesta gastronómica de este chef recomendado por la guía Michelin y con un sol Repsol. Ya sentados, las vistas a un prado verde desde



**RESTAURANTE JAUREGIBARRIA.** Cigala en tartar, herreblanc de txakoli y caviar.

Jauregibarria está ubicado en un caserío en el corazón del Parque Natural de Amorebieta. Rodeado de naturaleza, ofrece un entorno donde la tranquilidad del paisaje se fusiona con una experiencia gastronómica que celebra la esencia de la tierra y los sabores locales.

un ventanal infinito aportan ese toque de serenidad a una energía equilibrada y vibrante a la vez que sirve de preámbulo al menú degustación con diez pasos.

Una mantequilla de tomate km0, embutido de corzo y un buñuelo de codorniz nos dan la bienvenida. Un foie autóctono, ensalada de codorniz escabechada con encurtidos y mejillón con martini y aire cítrico nos equilibran el paladar mientras seguimos embelesados con el verdor sin límites que no para de alimentar nuestra retina. El tartar de cigala y caviar nos devuelve a la realidad gastronómica para vivir con intensidad este elenco de sabores tan particulares y estimulantes como los que siguen, tallarín en su reducción y su propia tinta, ravioli de pato sobre puré de hongos.

Ya para ir cerrando el ciclo salado pichón a la brasa con paté y cordero lechal con cremoso de chirivía. La sensación de plenitud llega a su cenit con la presentación de sus postres estrella: helado de melón, pepino y menta y chocolate puro con salsa de naranja y helado de calabaza. Una verdadera vivencia de sabores equilibrados, tradicionales pero revisados con conocimiento y acierto que dejan un regusto en boca que te invita a repetir esta experiencia inolvidable. Nos vemos pronto. 🍷



**MIGUEL CASTRISIANO.** Chef de Jauregibarria.



## Audi A5



# ELEGANCIA, VERSATILIDAD Y DEPORTIVIDAD

Los nuevos modelos A5 y A5 Avant de Audi renuevan la gama A4 que la firma alemana ha estado vendiendo durante las últimas tres décadas. Los nuevos modelos presentan dos sistemas de motorización diferentes. El motor de acceso es un 2.0 TFSI con 110 kW y 150 caballos, y una segunda variante con motor 2.0 TDI, que puede alcanzar los 204 CV y ofrece la tecnología MHEV plus, lo que supone una electrificación parcial del vehículo gracias a este sistema de 48 voltios.

**J**unto con la expansión de la gama de vehículos totalmente eléctricos, Audi lanza una nueva generación de modelos con eficientes motores de combustión. El primero es el nuevo Audi A5, con su diseño atlético y elegante, un interior completamente nuevo y una arquitectura electrónica preparada para el futuro. La avanzada tecnología MHEV plus permite una conducción parcialmente eléctrica y, por tanto, aún más eficiente. Ambas carrocerías, Sedan y Avant, encarnan a la perfección la esencia deportiva de Audi, mientras que una revolucionaria apariencia en el interior crea una generosa sensación de espacio y sitúa las pantallas en un escenario digital. El nuevo concepto de manejo aumenta la interacción con el vehículo. Los eficientes motores de combustión parcialmente electrificados y los emocionantes modelos S completan la gama, que ofrece cuatro nuevas variantes: como A5 y S5; y como A5 Avant y S5 Avant. Los nuevos Audi A5 son los primeros modelos que se lanzan sobre la Plataforma Premium de Combustión (PPC)..

Audi ha aumentado el equipamiento del nuevo A5. Muchas de las características favoritas de los clientes

**DEPORTIVO Y PODEROSO.** La nueva familia A5 completamente rediseñada tiene una imagen deportiva y poderosa. Las nuevas proporciones con una larga distancia entre ejes, las grandes ruedas y la carrocería baja encarnan el dinamismo progresivo y los estándares premium.



**DINAMISMO VISUAL.** La llamativa zaga, con un estilo inconfundible, combina un diseño deportivo y emocional con una tecnología inteligente. Su geometría escultural y la banda de luz continua desplazada tridimensionalmente confieren a la parte trasera del nuevo Audi A5 presencia y dinamismo visual.

forman parte ahora de la dotación de serie, como el sistema de asistencia de velocidad adaptativo, el climatizador automático de confort de 3 zonas, los asientos calefactables delanteros, la apertura y cierre eléctrico del maletero o la carga inductiva para el teléfono móvil. Los elementos opcionales permiten adaptar el vehículo a las preferencias individuales. Entre ellos se incluyen, por ejemplo, la pantalla de 27,7 cm (10,9 pulgadas) para el acompañante, el sistema de audio Bang & Olufsen Premium con sonido 3D y altavoces en los reposacabezas, el techo panorámico de cristal con opacidad regulable (que abarca casi por completo el habitáculo), o los grupos ópticos traseros OLED digitales.

El nuevo Audi A5 ofrece luces diurnas digitales con tecnología LED en la parte delantera y luces traseras digitales OLED de segunda generación en la parte trasera. Con unos 60 segmentos por panel OLED digital, se convierten cada vez más en una pantalla que permite la comunicación coche a coche y aumenta la seguridad en carretera, por ejemplo, con la nueva luz de comunicación. Los efectos luminosos dinámicos al desbloquear y abandonar el vehículo reflejan la estética del movimiento como parte del ADN de Audi. También lo hace la firma lumínica digital activa, que transmite una nueva sensación de vitalidad. Los faros delanteros y traseros tienen un diseño tridimensional, ofrecen firmas lumínicas digitales opcionales y, de este modo, aúnan el mundo físico y el digital.

El concepto de manejo de la familia A5 aumenta la interacción con el vehículo gracias a la arquitectura electrónica E3. El nuevo A5 se integra a la perfección en el ecosistema digital de los clientes de la marca de los cuatro aros, y ofrece una experiencia de conectividad personal. La pantalla panorámica Audi MMI panorámico display tiene un diseño curvo y utiliza tecnología

OLED. El A5 dispone de un head-up display configurable que ha sido perfeccionado en comparación con su predecesor. Por primera vez, los conductores tienen la opción de controlar las funciones del vehículo y de infotainment a través del head-up display. 📱



El diseño del interior del nuevo Audi A5 se basa en cuatro rasgos característicos. En primer lugar, sigue la filosofía *human-centric*: está orientado a las necesidades de sus usuarios. El segundo rasgo es el Digital Stage, el escenario digital que se establece a la vista del conductor y del acompañante a través de las pantallas Audi MMI. Con su diseño basado en las materias primas, el Audi A5 ofrece una sensación de espacio con un elevado nivel de confort. La cuarta característica es la claridad visual: la disposición y el fácil manejo de los controles proporciona una visión de conjunto en todas las situaciones. La luz de interacción dinámica opcional favorece la comunicación entre el automóvil y sus ocupantes.

# LOLIT





## Talento joven

# LOUDT: LA PRIMERA BANDA NACIDA EN TIKTOK IMPULSADA POR SANTANDER

Todo comenzó con un simple *hashtag* que ahora se ha convertido en un éxito musical. LoudT es la banda formada por cinco talentos musicales que nació en TikTok de la mano de Banco Santander, y que ahora suena bien fuerte.

Por CAMBIO16 en colaboración con BANCO SANTANDER



GUADY. La uruguaya Guady no podía creer que había sido seleccionada. (Foto: @nilventura)

Que la Gen Z o *centennials* haya crecido con un móvil en la mano no es nada nuevo. Han cambiado por completo su forma de consumir contenido, de disfrutar y de relacionarse. Una incógnita para muchas marcas que, sin duda, quieren llegar a esta generación y muchas veces no saben cómo.

Según un reciente estudio de la firma global de comunicación Edelman *–El colapso del embudo de ventas–*, los *centennials* han roto el esquema tradicional de compra y apuestan por el *engagement*, donde las interacciones constantes con marcas y productos son clave. La Gen Z no solo busca productos, sino que valora otros aspectos como la autenticidad, la conexión, la concienciación social, y la confianza.

### LA GEN Z ABRAZA EL PODER DE LA MÚSICA

En este contexto, la música se convierte en un vehículo poderoso para la expresión y la conexión. Los *centennials* no solo escuchan canciones, quieren participar en los *trends*, compartir sus historias y ser parte de una comunidad. Plataformas como TikTok crecen como la espuma y sirven de altavoz a las nuevas tendencias musicales, y también de 'escenario' para los artistas emergentes. Todo, bajo la atenta mirada de millones de usuarios repartidos por todo el planeta.

Este fue el reto de Banco Santander y el gran éxito obtenido con el concurso *#LouderTogether*, con el que la entidad financiera buscaba el talento musical nacido en TikTok.

La convocatoria de este desafío se lanzó en el mes de julio en redes para reclutar a los mejores talentos musicales de TikTok y montar el primer grupo global nacido en la red social. Bajo el *hashtag* *#LouderTogether* participaron miles de jóvenes de siete países distintos: España, Argentina, Brasil, Uruguay, Chile, México y Portugal. Una iniciativa con la que la entidad evidencia su deseo de apoyar el talento y ser un facilitador que permita a sus clientes (y no clientes) emprender y perseguir sus sueños.



**YOZI.** La tiktoker mexicana miembro de LoudT (Foto: @nilventura)

El cantante español Omar Montes fue el encargado de presentar la idea y, junto a él, varios artistas de los siete países participantes fueron el altavoz para que la idea llegara a todo el mundo.

Entre estos embajadores locales se encontraban en México, la popular estrella de pop Dulce María; en Brasil, la propuesta fue lanzada de la mano del rapero Xamã; en Portugal fue Pedro Gonçalves; en Argentina, Tommy Muñoz; en Chile, Augusto Schuster, y en Uruguay, el cantautor Facundo Balta. Durante las dos semanas de competición, miles de jóvenes publicaron sus propuestas musicales en TikTok, y tras la deliberación de un jurado nació la primera banda musical de TikTok formada por: Jesús Tejada, de España; Yozi, de México; Guady, de Uruguay; Onofre, de Brasil y Mora, de Argentina. Juntos sacaron *Dime*, un tema compuesto por todos ellos que ha sido fruto del trabajo en equipo y de la productora White Horse, que conoce el mundo musical *underground* y el *mainstream*, con experiencia en el público joven, y que ha trabajado con artistas internacionales como Duki, Peso Pluma, Nathy Peluso, Bizarrap o Amaia en sus *Gallery Sessions*. Tras una semana de trabajo en Barcelona, la banda grabó su primer [videoclip](#).

#### **LOUDT: LA PRIMERA BANDA NACIDA EN TIKTOK**

El grupo se reunió por primera vez en el estudio de grabación en el que Rosalía grabó *El mal querer* y parte de *Motomami*. Además, durante la semana que pasaron en España también pudieron trabajar en los clásicos estudios Metropól de Madrid, donde han producido sus discos artistas de talla mundial como C Tangana, Sebastián Yatra o



La música es una de las claves con las que el banco conecta con la Gen Z, acercándose a sus canales y poniendo en valor su capacidad creativa y colaborativa.

**JESÚS TEJADA.** El cantante español está convencido de que la promoción de LoudT lanzará su carrera. (Foto: @nilventura)



**ONOFRE.** El brasileño Onofre apuesta por los procesos de innovación. (Foto: @nilventura)

Aitana, entre otros. Los miembros de la banda tuvieron la oportunidad de encontrarse allí con Omar Montes y otros productores para una jornada de trabajo en conjunto, recibiendo los consejos de un artista ya consagrado.

Pasados unos días, la banda, que decidió llamarse LoudT, haciendo referencia al hashtag #LouderTogether en TikTok con el que comenzó todo, grabó además de la canción, el videoclip con el que presentan su temazo al mundo y un documental que recoge la experiencia de los miembros del grupo durante su semana en España.

En palabras de Nathalie Picquot, directora global de Corporate Marketing, Brand Experience y Digital Engagement de Banco Santander: "El contacto de la marca con el grupo fue genuino y enriquecedor para todos. Para ser auténtico tenía que ser algo 100% suyo. Creado y liderado por los mismos GenZetas. Nosotros les hemos dejado trabajar y componer como lo hacen en redes sociales, con absoluta flexibilidad y libertad. Nuestra función era impulsar ese primer paso para conseguir sus sueños, facilitar la oportunidad de crear una banda, de hacer suyo el momento de componer una canción y un clip y que sean ellos los protagonistas. Ahí está el propósito del Santander, acompañar e impulsar a nuestros clientes para conseguir lo que ellos quieren,

El banco demuestra así su deseo de apoyar el talento y ser un facilitador que permita a sus clientes y no clientes emprender y perseguir sus sueños.

entendiendo dónde debemos estar en la vida de nuestros clientes y dónde podemos aportarles valor".

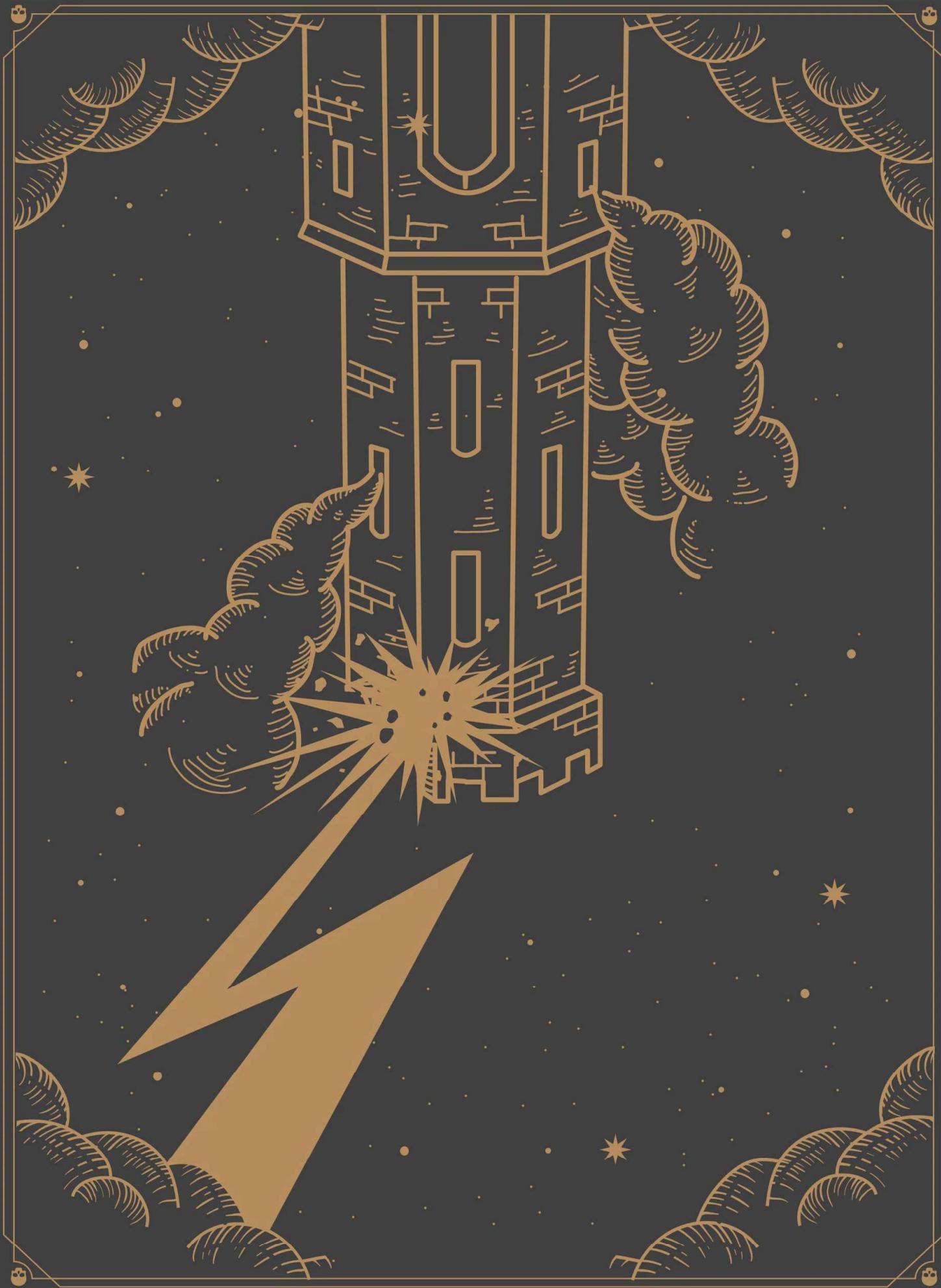
#### EL COMPROMISO DE BANCO SANTANDER CON EL TALENTO JOVEN

Con el firme objetivo de conectar su marca con los más jóvenes, Banco Santander ha redefinido su estrategia de entretenimiento, buscando posicionar entre este *target* la nueva narrativa de marca relacionada con las conexiones de las personas, las ideas y las herramientas, que es declinada en un nuevo *claim* global: "It starts here, Es el momento, Começa agora". Esta estrategia de entretenimiento conecta con las distintas iniciativas comerciales dirigidas a este segmento como las que se están llevando a cabo en Brasil, donde se han lanzado una cuenta y tarjeta *free* con un espíritu muy joven; en Chile, que cuenta con la plataforma Más LUCAS; o en España, donde hace un año Banco Santander apostó por la música como nueva forma de comunicarse y relacionarse con sus clientes –y no clientes– y especialmente con los jóvenes, a través de Santander SMusic, una plataforma que conecta a miles de usuarios con contenido exclusivo, festivales y eventos musicales. 

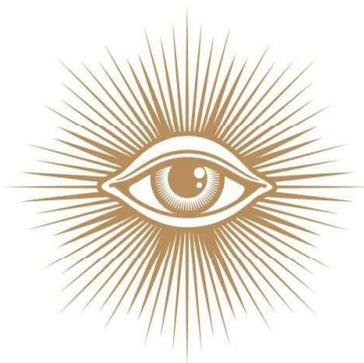


**MORA.** La argentina Mora jamás imaginó que una selección en TikTok fuera tan abierta y transparente. (Foto: @nilventura)

LA TORRE INVERTIDA: ARTE, CONTRACULTURA Y TAROT



## La Casa Encendida



Fotos **MARU SERRANO**

**La Casa Encendida de Fundación Montemadrid presenta La torre invertida. El tarot como forma y símbolo, una muestra que explora las recurrentes relaciones entre creación contemporánea, contracultura y tarot. La exposición, de carácter colectivo y comisariada por Pilar Soler Montes, acoge una selección de obras de artistas desde los años 60 del siglo pasado junto a otras de creadores actuales, poniendo de manifiesto una relación que se extiende en el tiempo, desde los orígenes del tarot, pasando por las vanguardias y el surrealismo, hasta el renovado interés actual.**



Por qué el tarot ahora? En un tiempo frenético donde cualquier predicción o consenso previo quedan rápidamente desfasadas y la incertidumbre es la única certeza tanto en lo personal como en lo político, lo propio de la naturaleza humana es buscar otras fuentes de significado, otra simbología, un refugio frente a la intemperie.

También por ello los artistas han utilizado el tarot como inspiración y se han acercado cíclicamente a él, interesados además por su simbolismo y por la búsqueda de un conocimiento 'nuevo', no normativo, así como por su flexibilidad iconográfica y su potencial para abrir la imaginación, canalizar visiones subjetivas, ideas utópicas, futuros alternativos, cuestionar el pensamiento racional, abrir el camino de la reflexión y el autoconocimiento.

Asimismo, el hecho de que en el tarot sea el azar el que organiza las imágenes y asocia los símbolos, lo convierte en un juego poético que se lee de la imagen a la palabra, abierto a las interpretaciones personales sin distinciones de origen, lo que ha implicado que a lo largo de su historia haya sido objeto de interés tanto de las clases altas como de las populares; tanto de la alta como de la baja cultura, como de la contracultura.

"Adentrarse en el tema del tarot es introducirse en un estudio caleidoscópico con múltiples puntos de vista –señala la comisaria Pilar Soler–. Por eso propongo en la exposición un recorrido sin un orden narrativo lineal, como la estructura del juego de cartas, compuesto por una serie de artistas que han usado el tarot y su significado en sus obras continuando con la idea contracultu-





Marsella, presenta sus cartas en pintura sobre madera. Ha realizado además una intervención *ad hoc* en carboncillo sobre la pared en la misma sala expositiva.

Más explícitamente política es la obra de Betye Saar (Los Ángeles, 1926), pionera del *readymade*, leyenda del arte contemporáneo y del Black Artists Movement, en la que convergen habitualmente espiritualidad, misticismo, antirracismo y feminismo. Saar abrazó el sincretismo reimaginando un simbolismo claramente blanco como es el del tarot a partir de símbolos negros que en los años 60 y 70 estaban mal vistos por la cultura 'oficial'. En *La torre invertida* se muestran sus obras *Moon & Stars* (1986), *Sinking Heart* (1986) y *House of Fortune* (1988), esta última una instalación que muestra una mesa de cartomancia y cartas del tarot como una meditación sobre la espiritualidad y el futuro. La exposición cuenta también con el *Black*



*La torre invertida.* El tarot como forma y símbolo se acerca al y renovado interés del arte contemporáneo y la contracultura por las cartas del tarot.

ral que supone el pensamiento mágico para explorar la complejidad de la experiencia humana y cuestionar las narrativas dominantes”.

### UNA SIMBOLOGÍA ABIERTA

De esta manera, *La torre invertida.* El tarot como forma y símbolo resulta en una muestra de las diferentes maneras en que artistas recientes han utilizado el tarot como herramienta para canalizar sus anhelos, desvelar sus transformaciones, contrarrestar las historias hegemónicas, proponer utopías desde muy diferentes perspectivas. Según los tarotistas, la carta de *La Torre*, cuando aparece invertida, significaría que es tiempo de afrontar las dificultades y los cambios, abandonar los errores repetidos, aprovechar la oportunidad de un nuevo comienzo, crear algo nuevo y mejor. Así, Raúl de Nieves, (Morelia, Michoacán 1983), cuya obra bebe de la inagotable imaginería de la artesanía mexicana, el catolicismo, el tarot, el *drag* y el punk, presenta tres obras escultóricas en las que, como prácticamente en el resto de su obra, investiga una y otra vez en historias de transformación y viajes simbólicos. Las obras que se presentan parten de la carta de *El Loco*, la carta número cero, lo que la convierte en la primera y última carta del tarot. *El Loco* es así un elemento de exploración, de libertad y de ambigüedad. Raúl de Nieves, cuya obra se encuentra en el MoCA de Los Ángeles o el Whitney Museum, y que ha mostrado también sus performances en Suzanne Treister (Londres, 1958), nos muestra en *Hexen 2.0*, obra recientemente adquirida por la Tate y 'basada en hechos reales', un tarot compuesto por 78 cartas que se expone en su totalidad, hecho para imaginar futuros alternativos a partir de historias paralelas entre los programas científicos, los programas gubernamentales de control social, las historias de la contracultura y activismo, el desarrollo de tecnologías como internet, los vuelos no tripulados o el GPS. En *Hexen 2.0*, el arcano de *La Muerte* está representado por el matemático John von Neumann, quien estuvo detrás del desarrollo de la bomba atómica; *El Mago* es Timothy Leary, uno de los padres de las drogas psicodélicas; y *El Ermitaño* está encarnado por el anarco-primitivista *Unabomber*, conocido por haber enviado cartas-bomba a universidades e instituciones norteamericanas hasta mediados de los años noventa. Todos estos personajes crean una visión de un futuro posible que, al igual que en las cartas del tarot, puede revelarse a través de diferentes combinaciones.

También en un formato que –como el tarot de Treister– remite inmediatamente al mundo del cómic, Aldo Urbano (Barcelona, 1991) –que ya expusiera su obra *You are too alert to sleep any longer* en colaboración con Daniel Moreno Roldán en La Casa Encendida en 2020 dentro de Inéditos– ha elaborado para la ocasión su propio tarot, *Catedral debacle* (2024), que se vende conjuntamente con el catálogo de la exposición. Es una baraja compuesta por los arcanos mayores donde se parte del tarot de Marsella para elaborar una nueva iconografía que se enlaza con un discurso subjetivo del artista para contactar con el inconsciente.

### BLACK POWER TAROT

Igualmente, dentro de la pintura, pero con una estética más cercana al naif y al fauvismo, se inscribe la obra de Johanna Dumet (Guéret, 1991), que, siendo fiel al tarot de





lación con el tarot tiene un nexo más explícito con los orígenes del mismo: son las poderosas familias del norte de Italia las que a partir del siglo XV con el Renacimiento y muy especialmente en el Barroco fusionan la imaginaria y los valores del cristianismo, el platonismo y las fuentes clásicas, dando lugar a un humanismo que se reflejaba en alambicadas alegorías solo para iniciados, presentes en juegos como el tarot, pero también en sus desfiles y representaciones festivas, en la literatura, la poesía, la música, el teatro y en sus nuevos jardines.

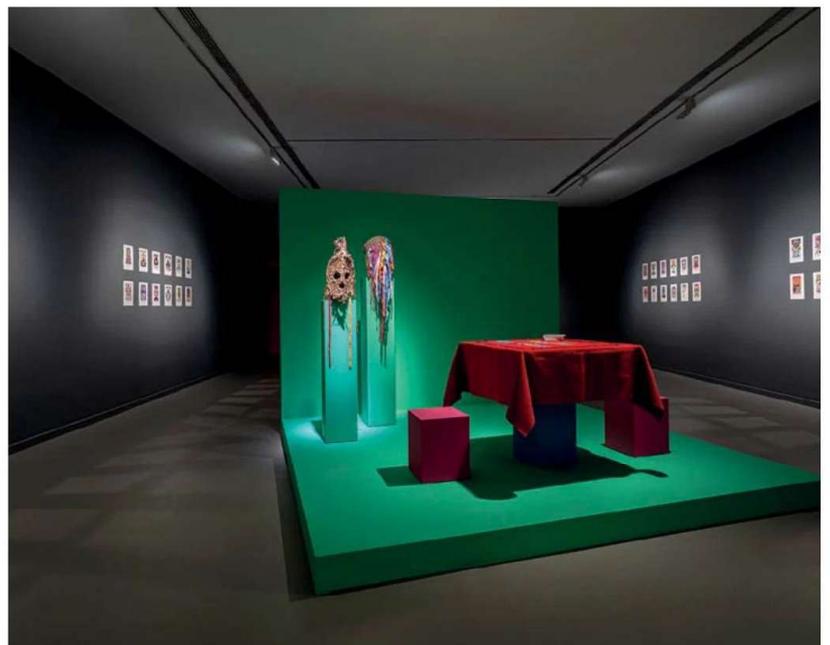
Es precisamente en la Toscana donde Saint Phalle construyó desde 1978 hasta 1998 la 'obra de su vida', su *Jardín del Tarot* –claramente inspirado en el jardín de Bomarzo en Roma, el jardín barroco por excelencia– con inmensas esculturas creadas libremente a partir del tarot de Marsella de Rider Waite (1910), y que como en los jardines con grutas y trampantojos de los siglos XVI y XVII se encuentra plagado de citas, mensajes y alegorías, pero muy vinculados con lo femenino. En *La torre invertida* se muestran sus dibujos donde proyectaba las esculturas del *Jardín del Tarot*, dos esculturas a escala de *La Muerte* y *La Luna*, además de una litografía.

#### EL AMOR A LA VIDA, LA HUMIDAD Y LA MUERTE

Contemporáneos de Saint Phalle e igualmente influenciados por la explosión contracultural de los años 60 y 70 del siglo XX fueron Agnès Varda (Ixelles, 1929 – París, 2019) y Andy Warhol (Pittsburgh, 1928 – Nueva York, 1987). En su obra maestra *Cleo de 5 a 7* (1962), Varda muestra a una joven cantante en París que debe recoger los resultados de unas pruebas médicas a las siete de la tarde, pero a las cinco acude a una tarotista que le revela que tiene cáncer. En ese intervalo de dos horas, que en la película se nos muestra casi en tiempo real, Cleo transitará por un camino de conocimiento en torno al amor a la vida, la humildad y la muerte. Es el fragmento de la tirada de cartas del tarot, de apenas cinco minutos, el que estructura el resto de la película y el que se muestra en *La torre invertida*.

*Power Tarot* (2014), una obra de Arish Ahmad Khan (1977, Montreal) –frontman de la banda *King Khan & the Shrines*– ilustrada por Michael A. Eaton y que contó con la colaboración de Alejandro Jodorowsky. El *Black Power Tarot* ilustra con figuras históricas afroamericanas los 22 arcanos mayores del tarot, dando así una nueva dimensión a la baraja y a la propia historia de las luchas antirracistas. Más cercana al *art brut* es la obra de Frédéric Bruly Bouabré (Zéprégüuhé, Costa de Marfil, 1923 – Abiyán, Costa de Marfil, 2014) artista que, tras una "revelación divina", se embarcó en una exhaustiva carrera por documentar, con papel y cartones, bolígrafo y lápices de colores, todo conocimiento que se pusiera a su disposición. Fruto de ello es por ejemplo el *Alfabeto Bété*, compuesto por 448 signos –parte de ellos se encuentran en la colección del Museo Reina Sofía y se han mostrado en el MoMA en 2022– cada uno de los cuales designa una sílaba y transcribe el lenguaje de la etnia Bété. También la serie *Connaissance du Monde* o la *Mitología Bété* que se muestra en *La torre invertida*.

La obra de la escultora, pintora y cineasta Niki de Saint Phalle (Neuilly sur Seine, 1930 – San Diego, 2002) en re-





Cuatro años más tarde Andy Warhol rodaría *The Velvet Underground Tarot Cards* (1966), película que se muestra en la exposición y en la que, en una caótica fiesta en un apartamento neoyorkino, uno a uno los miembros de la Velvet, John Cale, Nico, Sterling Morrison, Lou Reed, o Maureen Tucker, entre otros habituales de la Factory, asisten a una lectura del tarot en un ambiente de confusión y caos. El tarot les augura éxitos, separaciones, fortalezas, problemas con terceros, fortuna económica y un sinfín de predicciones que no se pueden entender muy bien por el barullo de la situación. La escena se construye entre lo documental y lo teatral, compuesta sobre todo por los personajes que no actúan y que mantienen conversaciones en donde el ruido no permite que se entiendan bien, ni que la cámara se centre en ellas.

De la misma época y similar *background* cultural es la artista Dorothy Iannone (Boston, 1933 – Berlín, 2022), que trabajó durante toda su vida con textos, películas y pinturas autobiográficas explícitamente sexuales, pero con una estética próxima a las representaciones de la Grecia clásica, el barroco, el arte japonés, las religiones orientales e incluso la escultura africana. En 1967 Iannone se encuentra con el artista suizo Dieter Roth, por quien abandona a su hasta entonces marido y al que dedica el *(Ta) Rot Pack* (1968/69), que fue censurado en su primera exhibición pública dentro de la exposición *Friends* en Berna en 1969 y que se muestra ahora en La Casa Encendida.

### ASPECTO CREATIVO DEL TAROT

Como es habitual La Casa Encendida de Fundación Montemadrid ofrece a la comunidad educativa de la Comunidad de Madrid talleres y actividades en torno a su programación. El Programa Escolar de La Casa Encendida replantea y amplía los contextos de aprendizaje de una forma innovadora, lúdica y educativa, mientras sirve como complemento al currículo escolar de todos los niveles académicos –desde educación infantil a bachillerato, incluyendo la educación

especial, las aulas de enlace, los ciclos formativos y otras modalidades educativas–. Este Programa Escolar aborda temas representativos de las líneas de trabajo habituales de La Casa Encendida: medioambiente y ciencia, derechos humanos y diversidad cultural, género y diversidad afectivo-sexual, sociedad, artes escénicas, exposiciones, audiovisuales, etcétera.

Con motivo de la exposición *La torre invertida*, este taller dirigido a alumnos de Primaria, Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional se centra en el aspecto creativo del tarot y su faceta como herramienta para contar historias, tanto para definir el presente como para intentar vislumbrar el futuro. A través de las obras, que plantean temas como la manera que tenemos de leer o las diferentes formas de contar, los alumnos tienen una experiencia en su visita a las salas en la que se divierten y reflexionan para pasar a experimentar después en el aula bajo la propuesta “¿Qué futuro podemos imaginar juntos?”.

### LAS MESAS DEL TAROT

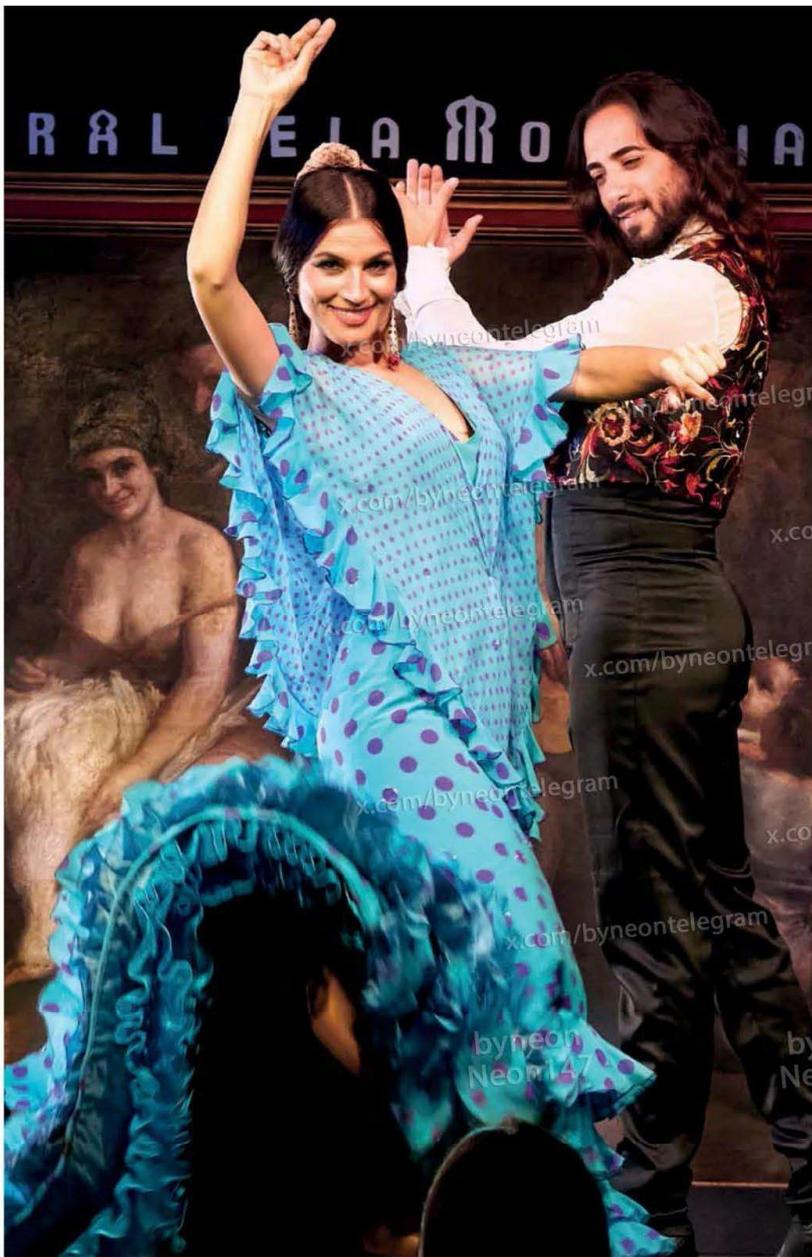
Las mesas de la biblioteca son colecciones y novedades en torno a los temas y las líneas de trabajo en los que se centra La Casa Encendida. Los títulos en ellas pueden retirarse en préstamo gratuitamente con el carnet de la biblioteca. En esta ocasión y con motivo de *La torre invertida*, *El tarot como forma y símbolo*, la comisaria de la exposición, Pilar Soler Montes, ha propuesto una bibliografía que acompaña a la exposición y profundiza en las diversas aproximaciones que la literatura y el ensayo han realizado al tema del tarot. Así,

La mesa del tarot de la biblioteca de La Casa Encendida acoge títulos como *Antología Poética*, de Yeats; *Atlas Mnemosyne*, de Aby Warburg; *El hombre en el castillo* de Philip K. Dick; *Jung y el tarot: Un viaje arquetípico*, de Sallie Nichols; *La vida del tarot*, de Jodorowsky; *el Tarot de Thoth*, de Aleister Crowley; *Tierra baldía*, de T.S. Eliot; y *Triunfos*, de Petrarca. 📖

La exposición se articula a partir de los trabajos de una serie de artistas que han usado el tarot, su significado y posibilidades en sus creaciones artísticas.



**Madrid**



# CAPITAL MUNDIAL DEL FLAMENCO



**Madrid está llena de flamenco. Respira duende y compás en todos sus tablaos, que muestran con orgullo el potencial artístico y el poder global de convocatoria de una manifestación artística designada por la UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Además, la capitalidad mundial del flamenco acelera y escala un potente motor económico que diversifica, desestacionaliza y enriquece la oferta turística de Madrid.**

**V**ente pa Madrid, clamaban en 1988 los hermanos Carmona, hijos del guitarrista gitano Juan Habichuela, uno de los máximos exponentes de una de las dinastías más importantes y longevas del flamenco. El tema formaba parte del álbum *Songhai*, una prodigiosa colaboración entre el grupo flamenco español Ketama, el intérprete de kora maliense Toumani Diabaté y el bajista inglés Danny Thompson.

Fusión y mestizaje que ya entonces anunciaba la eclosión de Madrid como centro neurálgico de un proyecto artístico diferenciado, un evento global e integrador que representaba la gran oportunidad de convertir la ciudad en la capital mundial del enduendado universo de la expresión flamenca, escenario ensolerado del compás y profundo sentimiento de lo jondo. ¿Madrid capital mundial del flamenco? ¡Claro que sí! Algunos se preguntan: ¿Y Andalucía?... “¡Por supuesto!”, asiente Luis Martín Izquierdo, director general de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid, y aclara: “El flamenco es algo tan identitario de Madrid... Los tablaos son de Madrid y los mejores artistas están aquí”.

Madrid le da tanta visibilidad a esta manifestación artística única y múltiple, una de las señas de identidad popu-

**CORRAL DE LA MORERÍA.** Inaugurado en 1956, el tablado más emblemático de Madrid en la actualidad ha sido visitado por personalidades de todos los ámbitos sociales, desde políticos y presidentes, como George Bush, Richard Nixon, John F. Kennedy o Henry Kissinger, hasta estrellas de la música y el cine, como John Lennon, Jennifer Aniston o Nicole Kidman. Seleccionado en el libro *1000 sitios que tienes que ver antes de morir* y galardonado con premios nacionales de Flamenco y Gastronomía, tres Soles Repsol, una Estrella Michelin y la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes para Blanca del Rey, su propietaria, el Corral de la Morería es la Capilla Sixtina del flamenco. Cuenta con dos espacios gastronómicos muy diferenciados en los que el chef David García presenta sus propuestas: el Restaurante Corral de la Morería, un lugar único en el que el cocinero crea un menú gastronómico muy personal, y el Restaurante Tablado. El Corral de la Morería supone historia y futuro y acoge cada noche el espectáculo de una cultura en continuo movimiento.



**AUTHENTIC FLAMENCO.** La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, destacó en Nueva York, donde asistió en octubre de 2023 al espectáculo *Authentic Flamenco*, el importante papel que desempeña la región como capital mundial de este arte. *Authentic Flamenco* es una propuesta artística del Teatro Real y Fever, en su firme compromiso para divulgar y promocionar el arte flamenco dentro y fuera de nuestras fronteras. Este año ha celebrado su tercera edición.

lar más ricas y complejas, genuina y diferenciadora, que aúna tradición y vanguardia, purismo y modernidad, y que se erige en escaparate de la vitalidad, creatividad y desarrollo del flamenco, reclamo turístico, motor económico y agente dinamizador de la industria cultural. Sí, es posible que la cuna del flamenco hunda sus raíces por las tabernas de Triana, las bodegas de Jerez o el Sacromonte granadino; las dehesas de Badajoz o el cante de las minas de La Unión, cunas primigenias de las grandes sagas, pero es en Madrid donde se consolida el tejido internacional del flamenco, donde se promociona a los artistas, se comercializan y difunden las producciones y se fortalece una industria cultural que se expresa a través del cante, el toque y el baile.

El flamenco, reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, es una expresión artística que nace de la mezcla de diversas culturas. La relación de Madrid con el flamenco se construye a través de sus tablaos y en ellos ofrece la mejor programación flamenca en cuanto a calidad, autenticidad y variedad. Los tablaos suponen una expresión cultural de primera magnitud, que mantiene intacta su esencia, única en el mundo. La oferta de flamenco de los tablaos de Madrid constituye un recurso esencial y singular; es la mejor plataforma de lanzamiento nacional e internacional de los artistas más importantes de este género cultural. Todo lo que acontece en el mundo del flamenco sucede en los tablaos de Madrid, el escenario más idóneo para crecer y triunfar.

El flamenco se convierte así en uno de los más potentes motores económicos para la oferta turística de la Comunidad de Madrid, uno de los pilares de la transformación que ha experimentado Madrid como destino turístico gracias al gran esfuerzo que las empresas turísticas llevan a cabo en consonancia con las inversiones que realizan para mejorar su oferta y ser más competitivas, así como la colabo-

ración público-privada. Además de una oferta patrimonial y cultural reconocida dentro y fuera de España, la región ofrece una agenda cultural, deportiva y gastronómica tan amplia y variada que está captando la atención de los inversores turísticos. El estilo de vida de los madrileños, el trato, la animación de sus calles, su carácter acogedor o su autenticidad han convertido Madrid en el lugar adonde todos quieren venir para pasar unos días de ocio o donde celebrar cualquier tipo de evento o reunión.

Según la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, se va a multiplicar la oferta cultural española, "es decir, aquello que nos diferencia, lo nuestro, y que tanto busca el turismo cuando nos visita. Y lo vamos a hacer a través, por ejemplo, de la danza española y el flamenco con el nuevo Ballet Español de la Comunidad de Madrid". El Ejecutivo autonómico trabaja para reforzar la posición e imagen de Madrid como el gran referente del baile y cante jondo, incluyéndolo en sus programaciones culturales y campañas turísticas. Además, concedió en 2022 la Medalla Internacional de las Artes a la Asociación de Tablaos Flamencos y, cada otoño, acoge el festival Suma Flamenca, que este año celebra su XIX edición bajo el lema *Oriente Flamenco. De Ronda a Cartagena*. Un total de 11 escenarios repartidos entre la capital, San Lorenzo de El Escorial, Rascafría y La Cabrera acogieron del 15 de octubre al 3 de noviembre un total de 45 espectáculos donde participaron hasta 241 artistas de la talla de Vicente Amigo, Pepe Habichuela, Rocío Molina, Marco Flores o Manuela Carrasco, entre otros. Suma Flamenca se reivindica como un espacio de encuentro entre cantaores de este género y otros limítrofes, todos ellos con diferentes metales de voz, culturas, sentidos del espacio y el tiempo o costumbres para hacer reflexionar al público sobre conceptos como vanguardia, clasicismo, improvisación, duende, compás o genio. 🎭

El tablao flamenco nace en Madrid a mediados del siglo XX como lugar de encuentro diario de los amantes del flamenco. Un lugar para disfrutar del espectáculo y la buena gastronomía, que mantiene intacta su esencia, única en el mundo. Entre los principales tablaos integrados en la Asociación de Tablaos Flamencos de Madrid se encuentran: Corral de la Morería, Torres Bermeja, Las Carboneras, Tablao Flamenco Las Tablas, Tablao La Quimera, Taberna Flamenca El Cortijo, Café Ziryab, Teatro Flamenco de Madrid, Centro Cultural Flamenco de Madrid, Teatro Magno, Tablao La Carmela, Tablao de la Villa y Flamenco de Leones.



ALBERT ANDRÉ. *La Tonnelle [El cenador]*, c. 1926.

ARTE

Fundación MAPFRE

# LOS ÚLTIMOS DESTELLOS DEL IMPRESIONISMO

En 1865, Paul Durand-Ruel se hizo cargo de la galería que había fundado su padre. Con los años, se convirtió en uno de los marchantes más conocidos de París. Dedicó gran parte de su vida a la protección y defensa del arte moderno frente a aquellos que abogaban por una pintura de carácter académico. Paul Durand-Ruel y los últimos destellos del impresionismo quiere, por un lado, dar a conocer la figura de este extraordinario marchante y mecenas; por otro, contextualizar y poner en valor la obra de los cinco artistas “postimpresionistas” por los que apostó y otorgarles el puesto que merecen en la historia del arte.

**F**rente a aquellos que abogaban por una pintura de carácter académico, Paul Durand-Ruel (1831-1922) pasó gran parte de su vida, desde su galería parisina en la rue Laffite, dedicado a la protección y defensa del arte moderno. Si en un principio apoyó a los pintores paisajistas encuadrados en la Escuela de Barbizon, su fama se debe sobre todo a su defensa incondicional y promoción de los artistas impresionistas, entre ellos, Claude Monet, Auguste Renoir y Camille Pissarro. En la última década del siglo XIX, cuando estos creadores habían alcanzado por fin el reconocimiento de público y crítica, el marchante se embarcó en una nueva (y menos conocida) aventura, que continuarían sus hijos y que consistió en dar apoyo y difusión a una generación de pintores posterior, cuya obra se engloba en el postimpresionismo: Henry Moret, Maxime Maufra, Gustave Loiseau, Georges d'Espagnat y Albert André.

Herederos del impresionismo, estos artistas trabajaron en un contexto efervescente en el que distintas tendencias innovadoras se abrían paso, convivían y dialogaban entre sí. La riqueza de este clima artístico tuvo sin duda un efecto liberador en todos ellos. Algunos fueron muy afines al impresionismo y al estilo del círculo de Pont-Aven, como es el caso de los paisajistas y marinistas Moret, Maufra y Loiseau; mientras que D'Espagnat y André privilegiaron las escenas de género, los retratos y la pintura decorativa cercana a los Nabis.

*Paul Durand-Ruel y los últimos destellos del impresionismo*, comisariada por Claire Durand-Ruel Snollaerts y que se podrá visitar hasta el 5 de enero en la sede madrileña de Fundación MAPFRE, pretende, por una parte, dar a conocer al gran público la figura del extraordinario marchante y mecenas que fue Paul Durand-Ruel. Por otro, mostrar la obra de estos artistas, menos afamados que algunos de sus contemporáneos. Esto puede deberse a que el propio Durand-Ruel no vivió lo suficiente como para asegurar su éxito, pues moriría en 1922, así como porque por aquellas fechas las vanguardias históricas se encontraban en plena efervescencia y el trabajo de estos cinco pintores podía parecer menos innovador.

Durand-Ruel apoyó primero a pintores como Eugène Delacroix y Gustave Courbet, así como a la llamada Escuela de Barbizon (Camille Corot, Charles-François Daubigny o Jean-François Millet, entre otros), para emprender poco después su empresa más afamada: la promoción de los artistas impresionistas, entre ellos, Claude Monet, Auguste Renoir y Camille Pissarro. En la última década del siglo XIX Durand-Ruel se embarcó en una nueva (y menos conocida) aventura: dar apoyo y difusión a una nueva generación de pintores, la formada por Albert André, Georges d'Espagnat, Gustave Loiseau, Maxime Maufra y Henry Moret.

Herederos del impresionismo, trabajaron en un contexto artístico agitado y estimulante, en que convivían las personales propuestas de Van Gogh y Cézanne, la experimentación neoimpresionista de Georges Seurat y Paul Signac o las investigaciones sintetistas de Paul Gauguin. Aunque han sido tradicionalmente catalogados como 'generación postimpresionista', su obra muestra diversas tendencias, desde la afinidad al impresionismo de los paisajistas Moret, Maufre y Loiseau a la preferencia por las escenas de género, los retratos y la pintura decorativa de D'Espagnat y André. La exposición, conformada por más de sesenta piezas que recorren la obra de cada uno

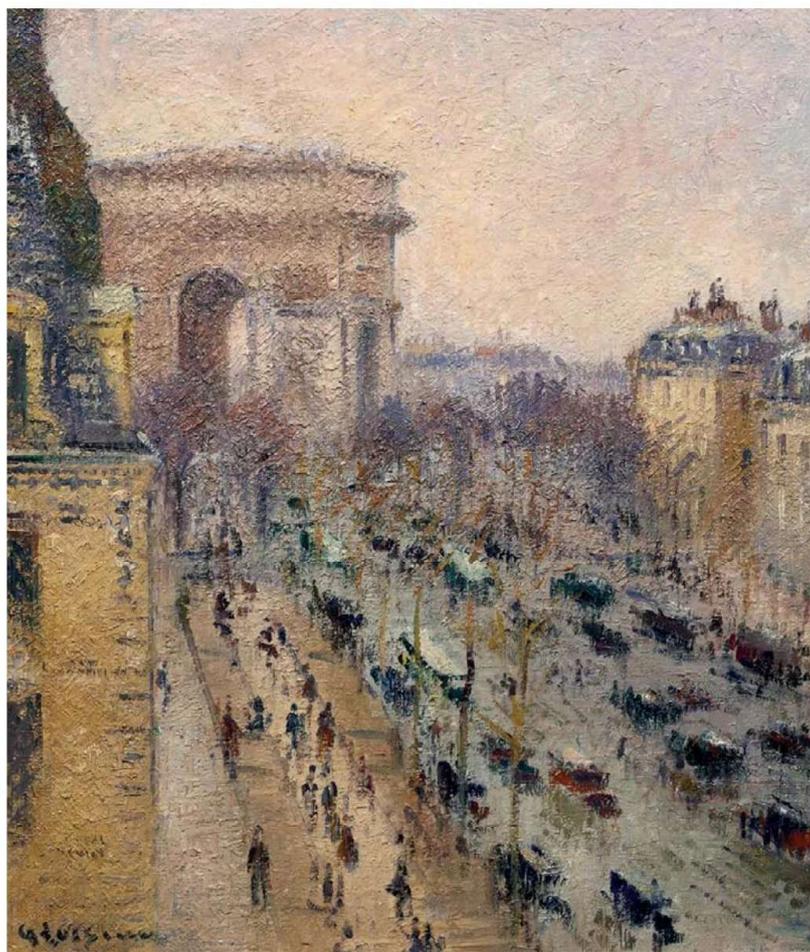
de los artistas presentes en la muestra, cuenta con una sección que introduce a la figura de Paul Durand-Ruel y arroja luz sobre sus relaciones profesionales y personales con los cinco artistas protagonistas.

#### PAUL DURAND-RUEL

Visionario y audaz, Paul Durand-Ruel creó métodos de trabajo muy innovadores en su momento. El marchante obtenía la exclusiva sobre el trabajo de los artistas, compraba en bloque su producción, mensualizaba sus ingresos, y les brindaba su apoyo en las subastas mediante la organización de exposiciones individuales y colectivas en sus galerías de París y Nueva York, y en otras sedes europeas y norteamericanas.

Durand-Ruel tardó muy poco en entender los mecanismos del mercado y la importancia de las relaciones personales con los artistas, que alimentaba con visitas a sus estudios. En su trato con la generación de los postimpresionistas, el marchante siguió los mismos métodos que había establecido con las dos anteriores, basados siempre en la confianza mutua. Así, no mediaba contrato escrito entre ambas partes. Durand-Ruel facilitaba la vida cotidiana de los creadores a través de una cuenta corriente que les permitía pagar facturas varias: compras de material, pago de los alquileres y desplazamientos y cargos de todo tipo. Tras su fallecimiento

La exposición, conformada por más de 60 piezas de cada uno de los artistas presentes en la muestra, cuenta con una sección que introduce a la figura de Paul Durand-Ruel.



GUSTAVE LOISEAU. *Avenue Friedland*, c. 1931.

El término postimpresionismo fue acuñado por el artista y crítico británico Roger Fry en 1910 para referirse a las reacciones contrarias al impresionismo.

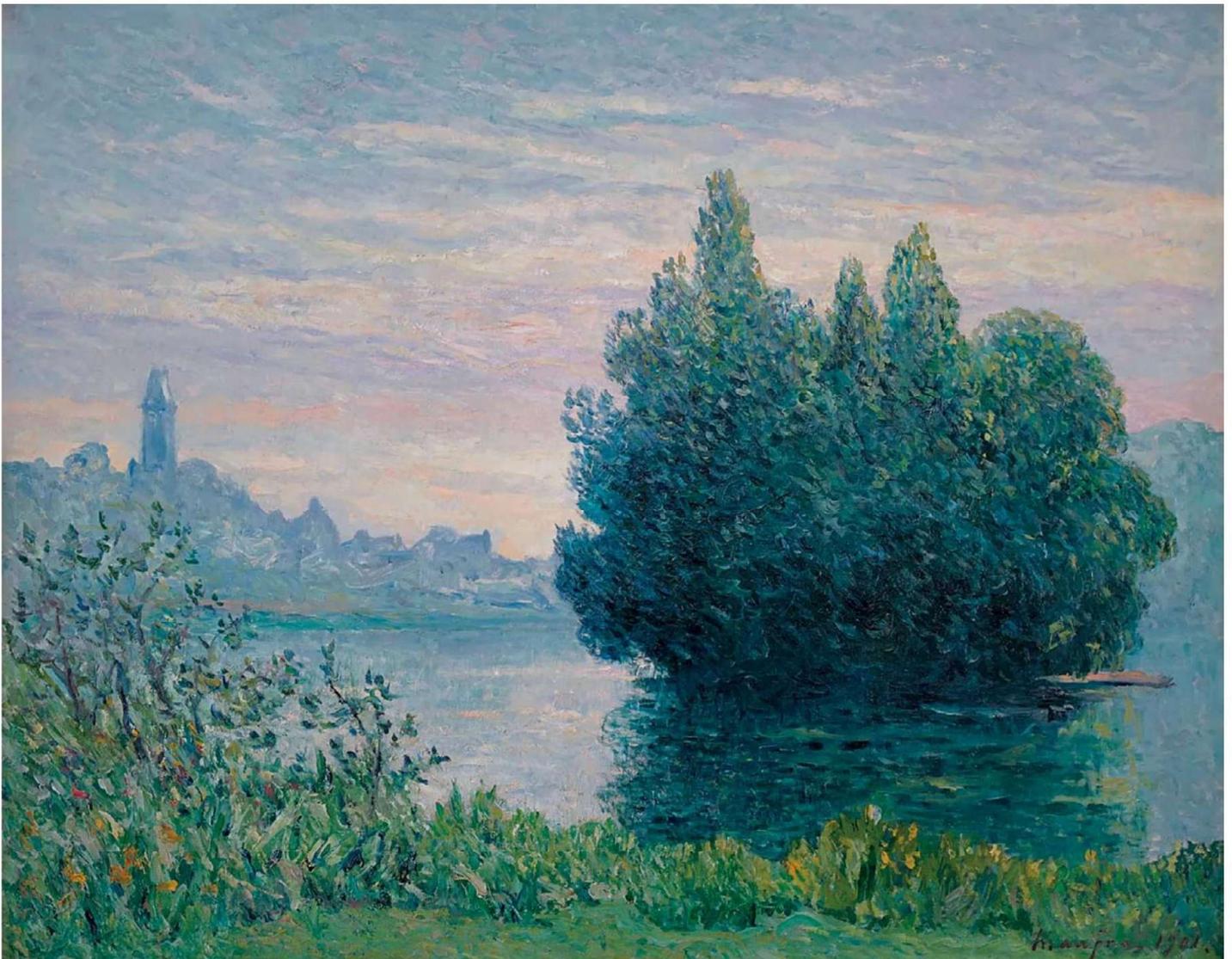
en 1922, las siguientes generaciones de la familia mantuvieron este compromiso hasta el cierre de la última de sus galerías, la de París, en 1974. En este apartado, además de presentar la relación profesional del marchante con los cinco artistas, se evocan sus relaciones personales a través de la recreación de la atmósfera de un salón de finales del siglo XIX presidido por el retrato que Renoir hizo de Durand-Ruel y las puertas que Georges d'Espagnat decoró para el salón su hijo Joseph.

### GUSTAVE LOISEAU

En 1890, siguiendo las indicaciones de uno de sus profesores, Gustave Loiseau viajó de París a Pont-Aven, en la Bretaña francesa, donde conoció y forjó una gran amistad con Henry Moret y Maxime Maufra. En esta localidad, todos ellos se relacionaron con Paul Gauguin que, junto a Émile Bernard y Paul Sérusier, desarrollaron el estilo sintetista (pincelada amplia y vigorosa, grandes planos de color puro que eliminan la sensación de profundidad), combinado a veces con el modo de hacer del

cloisonismo (enmarcado de las formas con líneas negras, dando lugar a composiciones que recuerdan a las vidrieras). Si bien este estilo no influyó demasiado en Loiseau, que prefería el dinamismo de la pincelada impresionista, algunas de sus obras tempranas muestran ciertos ecos de este en la fuerza del color, en los tonos menos mezclados y en la simplificación del modelado, tal y como se aprecia en *Las rocas verdes*.

Una parte importante de su obra se centra en la representación de los paisajes del río Sena y sus afluentes, de las costas de Bretaña o del Canal de la Mancha, siguiendo en esto los pasos de los impresionistas. A diferencia de ellos, sin embargo, evitó la luz intensa del sol en los momentos centrales del día y trabajó a horas tempranas o a la caída de la tarde, concediendo así un destacado protagonismo a los efectos atmosféricos: el blanco puro de las nubes salpica el azul del cielo en *Tournedos-sur-Seine*, o la bruma predomina en *El Eure helado*, o en *Étretat*, *L'Aiguille* y *La Porte d'Aval*. Su cercanía al impresionismo se muestra también en las bulliciosas escenas de la vida urbana de París o Ruan, ciudades que pintó en distintas estaciones y fechas, tal y como habían hecho sus maestros.



MAXIME MAUFRA. *L'Aube à Champagne-sur-Oise* [El alba en Champagne-sur-Oise], 1901.



**MAXIME MAUFRA.** *Féerie nocturne*. Exposition Universelle, Paris, 1900 [Fantasía nocturna. Exposición Universal de París de 1900], 1900.



**HENRY MORET.** *Pêcheurs de crevettes*, Larmor-Plage [Pescadores de gambas, Larmor-Plage], 1889.

### MAXIME MAUFRA

El trabajo de Maxime Maufra, que había quedado deslumbrado por la obra de William Turner durante un viaje de juventud a Londres en 1883, se centra en gran parte en la representación del paisaje costero de Bretaña y Normandía. En 1890 abandonó el negocio familiar para enfocarse en su carrera artística. Fue entonces cuando decidió instalarse en la Bretaña, primero en Pont-Aven y más tarde en Le Pouldu, donde entró en contacto con Paul Gauguin y sus teorías sintetistas, que, sin embargo, no ejercieron una gran influencia en su trabajo. A pesar de ello, Gauguin se mostró sensible a su talento: "Usted y yo seguimos caminos distintos; persista usted en el suyo, que es bueno".

Maufra fue amigo inseparable de Gustave Loiseau y Henry Moret, con quienes recorrió las costas bretonas. En su obra trató de capturar el paisaje en toda su plenitud, hecho que en algunos momentos le acercó al sintetismo, visible en la solidez de su pincelada. Su interés por los efectos de la luz y la elección de los temas son herencia

En Francia, el desarrollo del impresionismo a partir de la segunda mitad del siglo XIX, y, poco después, ya en el paso del siglo XIX al XX, del postimpresionismo, cambió las reglas del mercado artístico.

del impresionismo. En sus composiciones, fuertemente estructuradas, en las que apenas aparece la figura humana, la mirada de Maufra se detiene con frecuencia en las rocas y el mar, dejando poco espacio al cielo. Es el caso de *Los tres acantilados de Saint-Jean-du-Doigt*, en *Rocas en Belle-Île-en-Mer* o en *Holborn Head (Scrabster)*, bahía de Thurso (Escocia). A Maufra le interesó también mostrar la sencillez de las costumbres y la pureza de la vida bretona a través de las labores de pesca, o la modernidad de París manifiesta durante la celebración de la Exposición Universal de 1900.

### HENRY MORET

Henry Moret, formado en París, mostró un temprano interés por la pintura de paisajes, como dejan ver sus primeras obras, deudoras de la Escuela de Barbizon. A partir de 1888, tras instalarse en Pont-Aven y entrar en contacto con Paul Gauguin, se produjo una importante transformación en su trabajo, visible en la introducción de temas bretones plasmados mediante colores planos y contornos definidos, en consonancia con las teorías del sintetismo. De estos años son *Prado en Bretaña* o *La recolección del heno*, obras en las que aparecen ya el rosa y el verde que caracterizarán su paleta.

Su obra vaciló estilísticamente entre el sintetismo y el impresionismo. Tras su encuentro con Durand-Ruel, y por consejo de este, Moret redujo el tamaño de sus lienzos y suavizó su paleta de color para dar mejor salida comercial a sus trabajos, que evolucionaron progresivamente hacia un estilo cada vez más cercano a la sensibilidad impresionista. Moret centró la mayor parte de su obra en las costas y las islas de Bretaña. Tras una estancia en la isla de Groix, en 1894 se instala en Doëlan, en una casa frente a la ría desde donde podía contemplar las actividades desarrolladas en el puerto de pesca. En sus composiciones, de pincelada fragmentada y gran riqueza de color, se muestra atento a lo efímero: a las transformaciones lumínicas a lo largo del día o a las distintas tonalidades propiciadas por el cambio de las estaciones. Son buen ejemplo de ello *Trou de l'Enfer*, isla de Groix; *La isla de Groix* o *El puerto de Brigneau*.

### ALBERT ANDRÉ

Hombre polifacético, Albert André fue pintor, decorador, dibujante, ilustrador y conservador de museo, además de primer biógrafo de Auguste Renoir. Alejado de la estética impresionista prefirió, como su amigo D'Espagnat, las escenas de género y la pintura decorativa.

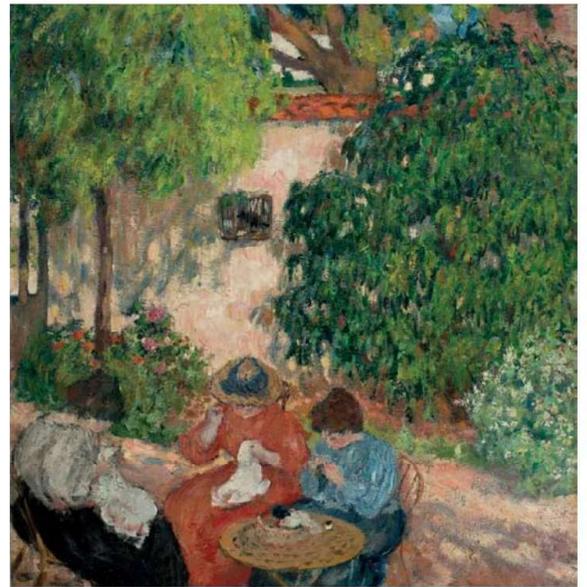
En un primer momento su obra se aproxima a la de pintores nabis como Maurice Denis, Pierre Bonnard y Édouard Vuillard, con los que se relacionó en la última década del siglo XIX. Estos artistas basaban su concepción del arte en el sintetismo heredero de Paul Gauguin y en la plasmación de una realidad que iba a veces más allá de lo visible a través de la exaltación del color. El carácter decorativo propio de esta tendencia lo vemos en una de sus obras más destacadas, *Mujer con pavos reales*. Como decorador, André recibió el encargo de Joseph Durand-Ruel de pintar las puertas del comedor de su apartamento de París. Más adelante su obra revela una inquietud más intimista, que se tradujo en escenas familiares o de interior, tal y como se observa en *Mujer*



**ALBERT ANDRÉ.** *Femme faisant sa toilette [Mujer aseándose]*, c. 1901.



**GEORGES D'ESPAGNAT.** *La Gare de banlieue [La estación de las afueras]*, c. 1896-1897.



**ALBERT ANDRÉ.** *Mujeres cosiendo*, c. 1898.

aseándose o en *Interior con piano y violín*. Con el paso de los años la pincelada de André se vuelve más pausada, busca un ritmo cada vez más orientado al clasicismo, como si, en medio del auge de los movimientos de vanguardia, el artista quisiera anclarse a la realidad. A partir de 1917, a caballo entre París, Marsella y Laudun, se centró en la plasmación de paisajes mediterráneos y escenas de la vida cotidiana en las que predominan los verdes y rosa pastel, como se aprecia en *El cenador* o en *Montmartre visto desde el taller de Clichy*.

#### GEORGE D'ESPAGNAT

Al igual que Albert André, Georges d'Espagnat se interesó a lo largo de su trayectoria por las escenas de género e interiores más que por el paisaje. Pintor autodidacta, sus obras son el fruto de un arte libre, lleno de fuerza y heredero del impresionismo, tal y como se aprecia en *La locomotora*. Sus pinturas, que no siempre realizaba al aire libre, pues a menudo usaba lienzos de gran tamaño, adquirieron con el paso del tiempo un carácter cada vez más decorativo, en la línea de los nabis, como sugiere *Tarde de otoño*. Esta obra y *Cala en Le Lavandou* o *Las riendas* son ejemplo de cómo el artista empleó colores vivos e intensos, adelantándose así a algunos de los objetivos de los pintores fauvistas. Su trabajo, por tanto, asimiló las enseñanzas de los impresionistas y los nabis, y anunció la libertad del fauvismo. La paleta de D'Espagnat, sin embargo, se atempera tras sus viajes al sur de Francia desde finales del siglo XIX, donde visitó con frecuencia a Auguste Renoir. Allí, la luz y la atmósfera a orillas del Mediterráneo diferían de las norteañas, tal y como él mismo señaló en 1901: "Aquí la luz es implacable. [...] Aquí todo es claro: colores o dibujos". Obras como *Simone* o *La reprimenda*, de composición fuertemente construida, con pocas figuras y fondos simplificados, muestran el camino progresivo de D'Espagnat hacia un mayor intimismo. Sin duda, el retrato de su hijo Bernard dormido conduce, en esta línea, a la alegría y la solidez de las formas de Renoir en su última etapa <sup>66</sup>

¿Qué significa ser Amigo?

Colabora, contribuye,  
forma parte del Museo del Prado



Fundación Amigos Museo del Prado  
[www.amigosemuseumdelprado.org](http://www.amigosemuseumdelprado.org)





**Audemars Piguet**

# UN NUEVO CARBONO FORJADO PARA EL ROYAL OAK CONCEPT

Con el Royal Oak Concept Cronógrafo con Ratrapante GMT Fecha Grande de 43 mm, que estrena un nuevo carbono forjado de color, Audemars Piguet combina una tecnología relojera compleja con un diseño sumamente contemporáneo. Este innovador material de color negro intenso, creado en los talleres de I+D de Audemars Piguet mediante la Chroma Forged Technology (CFT), ofrece una nueva estética con sutiles toques de color. El carbono CFT no poroso también proporciona una resistencia sin precedentes a la humedad, al calor y a los impactos. La carrura ultraligera de carbono forjado de este nuevo Royal Oak Concept, que presenta pigmentos luminiscentes azules, se complementa con un bisel, una corona, pulsadores y un fondo de cerámica negra.

**T**ras una ausencia de ocho años, el carbono forjado vuelve por todo lo alto a Audemars Piguet en el nuevo modelo Royal Oak Concept Cronógrafo con Ratrapante GMT Fecha Grande. El nuevo carbono, con su mezcla de ligereza y resistencia a los impactos, el calor y la humedad, ha sido desarrollado internamente por los equipos de I+D durante un periodo de cinco años. Su proceso de fabricación está protegido por una patente.

A diferencia de las generaciones anteriores de carbono, la tecnología Chroma Forged Technology (CFT) de Audemars Piguet permite colorear directamente las fibras de carbono en lugar de la resina, y disponerlas libremente en el componente producido, lo que abre nuevas posibilidades creativas. Su menor contenido en resina en comparación con el carbono forjado tradicional lo hace menos susceptible a los arañazos.

El proceso de fabricación implica numerosas etapas y una gran maestría. En primer lugar, las fibras de carbono se cortan en trozos pequeños y se colorean con pigmentos. Es posible aplicar una multitud de colores, lo que abre un amplio horizonte de desarrollos creativos. A continuación, los trozos de carbono con color se colocan a mano en un molde según el diseño proyectado y se completa con resina. Este proceso se repite para crear varias capas, como si de un pastel milhojas se tratase. Después, se comprime el contenido del molde para obtener un bloque sin burbujas de aire. Por último, la mezcla se coloca en un autoclave, donde se cura a presión durante diez horas aproximadamente para revelar las propiedades de la resina y producir un bloque de carbono que después será mecanizado entre seis y ocho horas para crear el componente final.

Dado que las etapas de fusión se llevan a cabo a mano, cada carrura producida posee un motivo ligeramente diferente, lo que da lugar a una pieza única que combina de forma impecable una tecnología de vanguardia con la experiencia de los artesanos de Le Brassus.

La estética avanzada de la colección Royal Oak Concept queda realizada mediante el uso de un nuevo carbono forjado, que exhibe fibras luminiscentes azules a juego con la esfera esqueleto bicolor.



### UNA ESTÉTICA FUTURISTA

El nuevo modelo Royal Oak Concept Cronógrafo con Ratrapante GMT Fecha Grande de 43 mm combina complejidad relojera, materiales innovadores, ergonomía y una estética audaz en un diseño bicolor que asocia los tonos oscuros de la esfera esqueleto con toques de azul eléctrico para ofrecer un estilo moderno.

La carrura de carbono CFT ultraligero, adornada con fibras azules que brillan en la oscuridad para resaltar la estética lúdica del reloj, se complementa con un bisel de cerámica negra satinado y pulido. Estos meticulosos acabados también pueden observarse en la corona, el fondo y los pulsadores de cerámica negra. La caja y la corona están ligeramente curvadas para adaptarse a los contornos naturales de la muñeca. Los protectores de los pulsadores de titanio a las 2, a las 4 y a las 9 horas están pulidos en contraste con algunos de los componentes más ligeros de la esfera esqueleto.

Concebida como el puente de un movimiento, la esfera esqueleto es el resultado de un proceso de mecanizado muy preciso. Las aberturas circulares, cortadas en una única placa de alpaca arenada, con acabado de PVD negro y cantos rodados pulidos con diamante, revelan parte de la micromecánica que late en su interior. El diseño bicolor aporta profundidad y un juego de luces a este reloj vanguardista, que se acentúa aún más por la ausencia de logotipo en la esfera. En consonancia con los detalles azules de la carrura, el realce y los contornos de los tres contadores se han acabado con un tono azul eléctrico, que contrasta con los tonos grises y negros del movimiento y mejora la legibilidad.

El aspecto futurista se acentúa con índices y agujas de oro blanco que, al igual que las agujas de los





contadores, se han revestido de material luminiscente que parece blanco de día, pero que se vuelve azul en la oscuridad. Por último, la escala taquimétrica en el realce y las escalas de los contadores se han aplicado en blanco para una legibilidad óptima.

El reloj cuenta con una correa de caucho azul con detalles negros, que brinda al conjunto un toque deportivo. Provisto del sistema intercambiable introducido en la colección Royal Oak Concept de 43 mm en 2023, el reloj también incluye una segunda correa de caucho negra y azul.

#### UN MOVIMIENTO DE VANGUARDIA FÁCIL DE UTILIZAR

Este reloj alberga el Calibre 4407 de cuerda automática, una proeza de la ingeniería mecánica e industrial que combina cronógrafo flyback, ratrapante, GMT y fecha grande. Lanzado en 2023, se basa en el cronógrafo flyback integrado de última generación de la Manufactura, el Calibre 4401, introducido en 2019 en la colección Code 11.59 by Audemars Piguet. A pesar de su complejidad relojera, este movimiento ha sido diseñado para conjugar ergonomía y simplicidad de uso.

A diferencia de un cronógrafo normal, la función flyback permite poner a cero y reiniciar el cronógrafo sin tener que pararlo primero. La rueda de pilares funciona con un sistema de embrague vertical. Al poner en marcha o detener el cronógrafo, las agujas responden sin ningún atisbo de salto. Además, un mecanismo de puesta a cero patentado garantiza que tanto la aguja del cronógrafo como la aguja ratrapante vuelvan a cero instantáneamente.



Las fibras azules que brillan en la oscuridad del nuevo carbono CFT se hacen eco de los índices y agujas luminiscentes.

El reloj también dispone de una función GMT. La indicación día/noche ubicada a las 3 horas muestra la hora en un segundo huso horario. Se ajusta mediante el pulsador coaxial de la corona a las 3 horas (una presión avanza el tiempo una hora). El sistema GMT se basa en un disco y una aguja que giran a distinta velocidad: la aguja horaria completa una rotación en 12 horas, mientras que el disco de día/noche realiza una rotación completa en 24 horas. Dos superficies en color facilitan la lectura: blanco para el día y negro para la noche. Por último, la fecha grande a las 12 horas mejora la legibilidad gracias a su aspecto digital, al tiempo que ofrece una simetría perfecta con respecto al segundero pequeño a las 6 horas.

Equipado con funciones sumamente contemporáneas y un muelle espiral no magnético con espiral Breguet, el Calibre 4407 se mantiene fiel a la tradición de la Alta Relojería con su elegante decoración, como el arenado, satinado circular, graneado circular y achaflanado pulido, todo ello visible a través del fondo de zafiro.



## AUDEMARS PIGUET

### ROYAL OAK CONCEPT CRONÓGRAFO CON RATRAPANTE GMT FECHA GRANDE 43 MM

**Funciones:** Cronógrafo flyback con rattrapante, GMT 24 h, horas, minutos, segundero pequeño y fecha grande. **Caja:** De carbono CFT, bisel, corona y pulsadores de cerámica negra, doble cristal de zafiro con tratamiento antirreflejos, fondo de zafiro y cerámica, protectores de pulsadores de titanio, hermética hasta 50 m. **Grosor de la caja:** 17,4 mm. **Esfera:** Esqueletada de alpaca con PVD negro, contadores negros con contornos azules, índices aplicados y agujas Royal Oak de oro blanco con revestimiento luminiscente, aguja de cronógrafo y rattrapante de titanio, realce azul. **Brazalete:** Correa de caucho azul y negra con cierre desplegable AP y sistema intercambiable. Correa de caucho negra y azul adicional.

El mecanismo de rattrapante permite medir intervalos de tiempo intermedios gracias a la incorporación de una aguja rattrapante que puede detenerse independientemente de la aguja del cronógrafo cuando se activa el pulsador específico. Al volver a presionar el pulsador, la aguja alcanza a la aguja en movimiento para continuar su trayectoria en perfecta sincronía. La acción puede repetirse tantas veces como se desee. El pulsador, ubicado a las 9 horas, hace un sutil guiño al Royal Oak Concept Laptimer (2015), el primer reloj mecánico capaz de medir tiempos de vuelta consecutivos en circuito, desarrollado en colaboración con Michael Schumacher. Para reducir la altura del movimiento, el mecanismo de rattrapante se ha integrado en el grosor del cojinete de bolas del rotor semiperiférico, y ahora es visible a través del fondo de zafiro como en los relojes de bolsillo y en los relojes de pulsera de cuerda manual. A menudo oculta a la vista en los relojes automáticos, la rueda de rattrapante y dos pinzas de accionamiento pueden admirarse en el centro de la masa oscilante de platino, bajo el puente en forma de X que sujeta el mecanismo.



# FUNDACIÓN MUTUAMADRILEÑA

## EN CUERPO Y ALMA

En la **Fundación Mutua Madrileña**  
trabajamos para mejorar la vida de las personas

### Investigación médica

Financiamos proyectos de investigación para mejorar el tratamiento de las enfermedades, ayudando también a quienes las sufren.

### Difusión cultural

Apoyamos la actividad de instituciones culturales y desarrollamos nuestro propio programa de actividades, conciertos y conferencias.

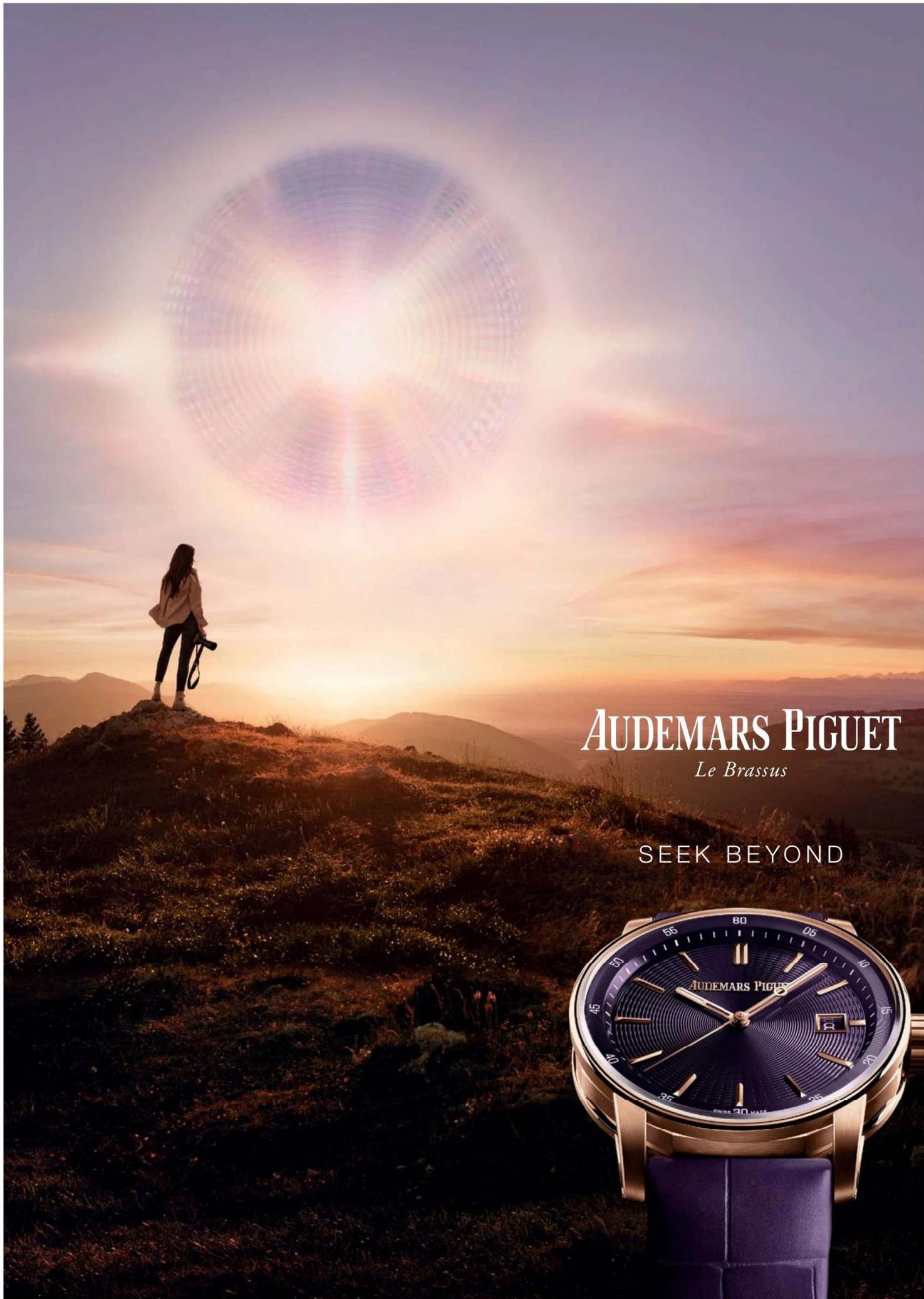
### Acción Social

Ayudamos a colectivos desfavorecidos, dentro y fuera de España, y trabajamos para acabar con la violencia contra las mujeres y la infancia.

### Seguridad vial

Llevamos a cabo programas permanentes de prevención con los jóvenes para inculcarles comportamientos responsables al volante.

Fundación Mutua: **dedicados en cuerpo y alma a las personas**



AUDEMARS PIGUET  
*Le Brassus*

SEEK BEYOND

