

3,90€

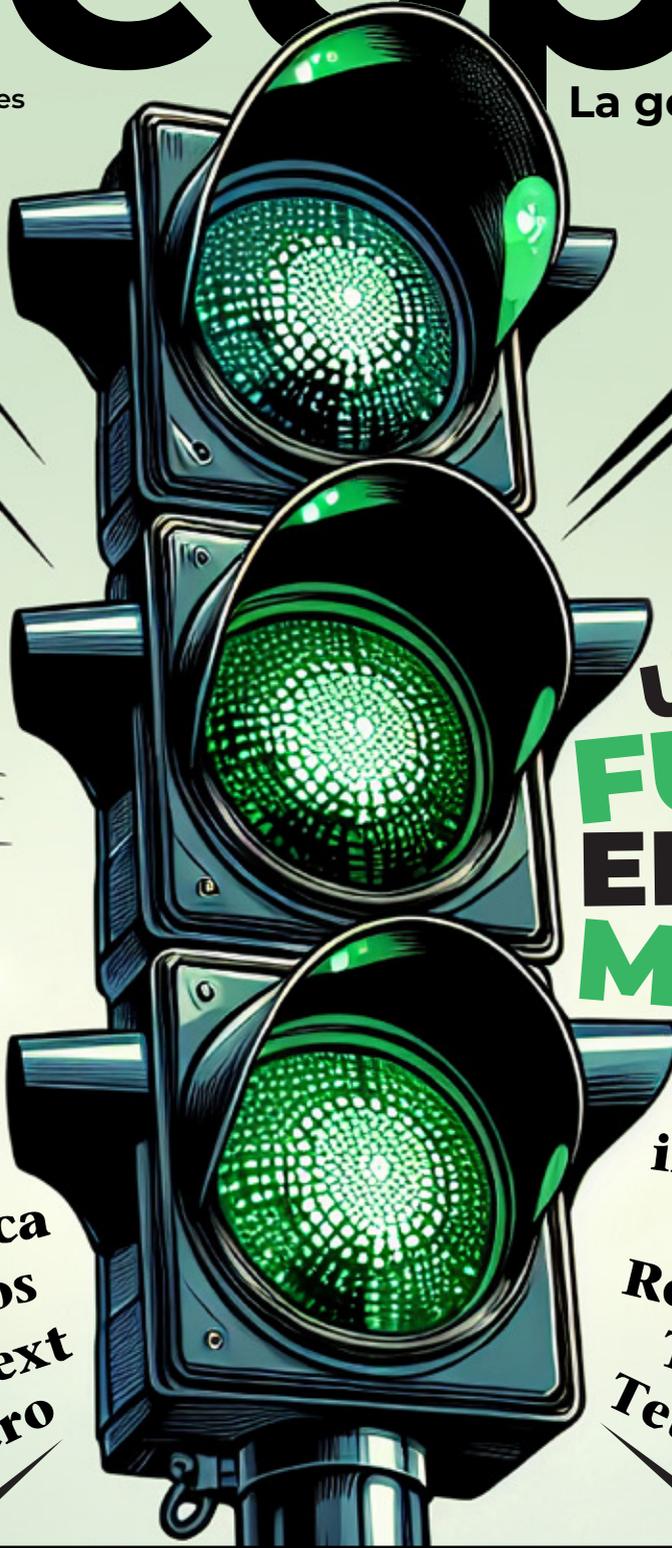
# Business People

business-people.es

10/11  
Ene-Feb  
2025

La gente que influye

Incluye el suplemento  
**100%**  
BUSINESS PEOPLE  
EN ESPAÑA 2025



**UN  
FUTURO  
EN  
MARCHA**

**Adidas  
Apple  
AstraZeneca  
Atos  
Edison Next  
Ferrero**

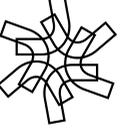
**Google  
illycaffè  
Mercadona  
Redeia  
Tesla  
Tetra Pak**

**Los CAMPEONES de la SOSTENIBILIDAD 2025**

**I EDICIÓN**





**GIORGETTI** 

EXQUISITELY HANDCRAFTED OBJECTS  
SHAPING UNIQUE AND PERSONAL  
**PLACES TO LIVE** SINCE 1898

# ARBASO



A hotel worth living  
in first person



[www.hotelarbaso.com](http://www.hotelarbaso.com) | [@arbashotel](https://www.instagram.com/arbashotel)

DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN - SPAIN

**narru**  
RESTAURANT

# Nuevas respuestas a viejos problemas

de Vito Sinopoli



**P**or lo general, las emergencias y el miedo no son buenos consejeros; suelen llevarnos a tomar decisiones impulsivas. En cambio, la racionalidad, y por ende la prevención, debería guiarnos para actuar antes de que sea demasiado tarde. Lo hemos aprendido de manera dolorosa con el desastre de la DANA y otros eventos, ya que la crisis ambiental es un precio que seguimos pagando, a veces en silencio, pero igualmente con un peso considerable, todos los días, y a costa de nuestra salud.

Una de las lecciones que la DANA nos está dejando es que ya no podemos mirar hacia otro lado. Nos ha gritado que, si queremos sobrevivir y prosperar como individuos y como sociedad, debemos estar siempre dispuestos a ofrecer respuestas concre-

tas ante una realidad que cambia constantemente. Y, al fin y al cabo, esto es lo que siempre se ha exigido a las empresas: adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los clientes en constante evolución. Hay que estar atentos al cambio, volverse resilientes.

No obstante, la catástrofe de Valencia nos demuestra que, en los últimos años, no hemos cambiado lo suficiente. No hemos prestado la debida atención al bienestar del entorno natural y social en el que vivimos; estábamos demasiado ocupados mirando hacia otro lado. El golpe ambiental nos ha dejado claro que, en el ámbito empresarial, el beneficio es legítimo sólo cuando es sostenible. De lo contrario, se convierte en una pérdida. Y no solo para la empresa en cuestión, sino

**Si logramos mantener el rumbo correcto, podremos dejar un mundo mejor**

para todos. Las palabras del Papa Francisco cobran ahora una relevancia aún mayor: “Se gana juntos o se pierde todo”.

Por eso, al comenzar este 2025, en *Business People* hemos querido profundizar en diversas cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, poniendo el foco en una serie de empresas que hemos denominado *Los Campeones de la Sostenibilidad*, destacando las acciones concretas de cada una hacia un compromiso firme con la responsabilidad en sus procesos productivos y la sensibilización de sus clientes. Al leer estos perfiles, es posible trazar un mapa de lo que significa la sostenibilidad desde la acción concreta y la planificación, una visión de un futuro cercano donde las empresas están dispuestas a invertir capitales significativos para reducir la brecha hacia una producción sin impacto ambiental.

Pero es necesario ser fieles a este cambio, perseverar y confiar en nuestras posibilidades. Porque si conseguimos mantener el rumbo en la dirección correcta, dentro de unas décadas podremos estar orgullosos de haber dejado un mundo mejor a las futuras generaciones. ▲

MODULNOVA



# Sembrar tecnología

de José A. Puglisi

**Q**ue la sostenibilidad no es una moda pasajera es una verdad incuestionable. La sociedad española, en general, parece estar de acuerdo en la necesidad urgente de proteger nuestro planeta. Sin embargo, queda mucho por hacer para aprovechar al máximo las herramientas disponibles. Y es que existe una desconexión preocupante. Solo el 18% de las empresas españolas emplea la tecnología como aliada para alcanzar sus objetivos de sostenibilidad, según revela el *Barómetro Global de Sostenibilidad* de Kyndryl y Microsoft.

Este dato contrasta con el enorme potencial de la tecnología como motor de transformación. Herramientas como la inteligencia artificial (IA), el análisis de datos y la automatización pueden convertir metas vagas en estrategias concretas y medibles. Entonces, ¿por qué esta brecha? ¿Qué impide a las empresas españolas integrar plenamente la tecnología en sus esfuerzos por reducir su impacto ambiental?

La respuesta, evidentemente, no es sencilla. Uno de los mayores obstáculos para integrar la tecnología en la sostenibilidad es la disparidad de datos entre los distintos sistemas de planificación empresarial. Solo el 15% de las empresas logra consolidar estos datos para obtener una visión integral de su impacto ambiental. Sin esta cohesión, es imposible tomar decisiones informadas que impulsen el cambio.

Esta situación desencadena en que, aunque el 44% de las empresas



## Solo el 18% de las empresas usa tecnología para objetivos sostenibles

españolas tiene objetivos sostenibles integrados en sus operaciones, apenas el 5% basa su estrategia en datos concretos y verificables. En un contexto donde la presión de los *stakeholders*, la regulación y la demanda del mercado impulsan el cambio, este vacío en la integración tecnológica es un obstáculo que las empresas no pueden ignorar si desean avanzar de manera significativa.

La IA se perfila como una herramienta clave de la nueva sostenibilidad. Más del 60% de las empresas ya la emplean para controlar el consumo de energía y las emisiones, pero su uso sigue siendo limitado: solo el 37% aplica modelos predictivos que anticipen necesidades energéticas futuras. Al integrar estas capaci-

dades, las empresas pueden no solo optimizar recursos, sino también prepararse para desafíos climáticos mediante la planificación de escenarios y la mitigación de riesgos.

A pesar de su potencial, la tecnología también plantea preguntas sobre su propio impacto ambiental. Solo el 35% de las organizaciones considera las implicaciones energéticas de las soluciones basadas en IA. Este es un aspecto que no debe pasarse por alto: si bien la tecnología es una herramienta poderosa, su adopción debe ser responsable y sostenible.

La sostenibilidad es un imperativo empresarial, pero para que deje de ser un ideal y se convierta en una realidad, las empresas deben aprovechar todo el poder de la tecnología. España tiene la oportunidad de liderar este cambio, adoptando herramientas que no solo midan el impacto, sino que también lo transformen. La pregunta es: ¿Se pondrán las pilas? 

# Sumario

## 18 UN FUTURO EN MARCHA

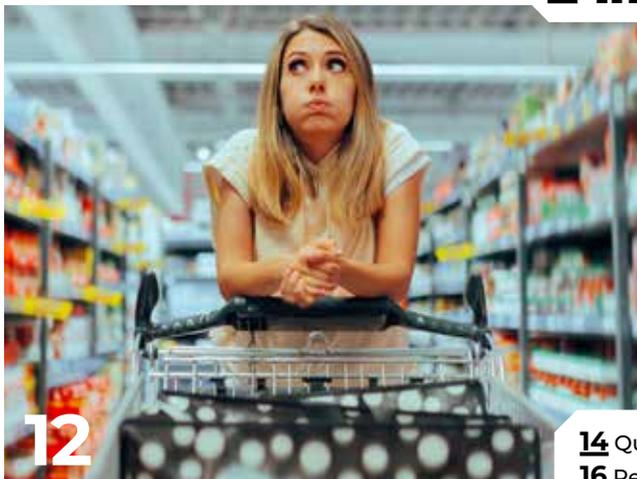


- Adidas
- Apple
- AstraZeneca
- Atos
- Edison Next
- Ferrero
- Google
- illycaffè
- Mercadona
- Redeia
- Tesla
- Tetra Pak

Foto en la portada: © Shutterstock

**Los campeones de la Sostenibilidad 2025** revelan cómo están intensificando sus esfuerzos para minimizar su impacto ambiental y avanzar en la adopción de criterios ESG, liderando una carrera contrarreloj **para salvar el planeta**

### 12 Insider



12

14 Quote Wall  
16 People



14



**22**

**Greenwashing:**

**¿Más vivo que nunca?**

El 'ecopostureo' parece estar en un proceso de pleno auge, a pesar de la batalla legal que libran los reguladores europeos y nacionales en su contra. ¿Están realmente contados sus días?

**32**

**Adidas**

Cuerpo y planeta sano

**36**

**Apple**

Una manzana más verde

**40**

**AstraZeneca**

Una dosis de cambio

**44**

**Atos**

Tech for Good

**48**

**Rectificar o portazo nuclear**

Los acuerdos de Microsoft, Google y Amazon con desarrolladores de reactores modulares pequeños para impulsar y abastecer a sus centros de datos reavivan un debate energético en España: ¿Es el momento de eliminar el 'veto' a la energía nuclear desde Moncloa?

**56**

**Edison Next**

Cómplices en la evolución



**60**

**Ferrero**

Dulce compromiso

**64**

**Google**

La IA como aliado

**68**

**illycaffè**

Taza a taza hacia el futuro

**72**

**Moda inSostenible**

En la moda ultrarrápida mandan conceptos como producción masiva, precios asequibles y disponibilidades muy cortas. Por desgracia, otros, como la sostenibilidad medioambiental y social, no son muy tenidos en cuenta.

**80**

**Mercadona**

Predicar con el ejemplo

**84**

**Redeia**

Enchufados al mañana

**88**

**Tesla**

Conducir hacia un mundo mejor

**92**

**Tetra Pak**

Pensar fuera de la caja

**98**

**¡Caution!**

**Empleos verdes en obras**

La sostenibilidad está transformando el mercado laboral en España. Ya son más de medio millón de personas las que, desde sus puestos de trabajo, tienen una única misión: avanzar en el desarrollo económico, pero preservando el patrimonio natural del país.



**104 Free time**



**106**

**(Re)conectar**

**con la naturaleza**

Existe una forma diferente de viajar que busca encontrar el equilibrio perfecto entre exclusividad y respeto medioambiental. Innumerables destinos a lo largo y ancho del planeta lo consiguen.

**112**

**De la sartén al depósito**

Los biocombustibles ganan terreno ante el retraso de una electrificación con muchas incógnitas y unos precios demasiado altos. La economía circular se erige como una solución viable para el transporte del futuro.

**116**

**Benditas complicaciones**

Proteger océanos, mares y los seres que en ellos habitan se ha convertido en una obsesión para algunas firmas de relojería.

**118**

**Jóvenes, orgánicos y sostenibles**

Cinco chefs nacionales que demuestran que otro mundo y otra forma de cocinar son más que posibles.



**122**

**El Arca de Noé**

**de viñedos futuros**

El vino sostenible del futuro será aquel que hable de un origen preservado.

**124**

**Entertainment**

La agenda que no te puedes perder para tu tiempo libre.

**128**

**Books**

Las últimas obras en materia de sostenibilidad.



Business  
People

## ¡DESCARGA LA APP!

Forma parte de la comunidad  
que cada mes lee  
*Business People España*  
en versión digital. La App está  
disponible de forma gratuita para  
dispositivos Apple y Android.



Síguenos en   

[www.business-people.es](http://www.business-people.es)

### Director responsable

Vito Sinopoli

### Consultor editorial

Linda Parrinello

### Redactor jefe y coordinación editorial

José Antonio Puglisi - [jpuglisi@e-duesse.es](mailto:jpuglisi@e-duesse.es)

### Redacción

M<sup>a</sup> Gabriela Sivira - [gsivira@e-duesse.es](mailto:gsivira@e-duesse.es)

### Coordinación gráfica

Alda Pedrazzini

### Maquetación

Jangala Media

**Han colaborado en este número:** Ana Montenegro, Alfredo García, Cristina Mendoza, Cristina Alonso, Eva del Amo, Ernesto Páez, Javier Villagrán, José Suay, Raquel Pardo, Rosario Fernández y Kino Verdú.

### Coordinación técnica

Paola Lorusso - [plorusso@e-duesse.es](mailto:plorusso@e-duesse.es)

### Publicidad

Elisabetta Pifferi - [elisabetta.pifferi@e-duesse.es](mailto:elisabetta.pifferi@e-duesse.es)

Publicación mensual - 10 números al año

Precio de la copia 3,90 euros

**Preimpresión:** Target Color srl, Milano

**Impresión:** Rotocobri/Walstead

Ronda de Valdecarrizo, 13

28760 Tres Cantos

Madrid

**Distribución:** SGEL

Avenida de Suiza, 18 – Planta Baja.

28821 Coslada (Madrid)

**Depósito Legal:** M-30765-2023

ISSN 3020-6618

### Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

### DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL

C/ Fernando el Católico, 17

28015 Madrid

[www.e-duesse.es](http://www.e-duesse.es)

Número cerrado en la redacción el 20/01/2025

# AGATHA RUIZ DE LA PRADA



por JAVIER SALAS

Apuntes e imágenes que inspiran

# Insider

¿Es mi compra 'verde'?



**E**l 81% de los españoles desea que sus compras tengan un impacto medioambiental y social positivo. Sin embargo, existe un problema: el 68% admite que le resulta difícil identificar estos productos, ya que muchos de los mensajes de sostenibilidad en las etiquetas son confusos. Así lo indica Amazon en su informe **Hábitos de compra sostenible en España**. La investigación, en la que participaron 2.000 adultos, desvela que solo un 18% considera que entiende perfectamente la información sobre impacto medioambiental que aparece en las etiquetas. De ahí que una cosa esté muy clara: dos de cada tres españoles (67%) desean que los comercios les ayuden a identificar aquellos productos ‘verdes’ que están buscando... ▲



© Gettyimages

**NUEVA DIRECCIÓN**

El Grupo Caja Ingenieros nombra a Juanjo Llopis como su nuevo director general. El licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, que se unió a Caja Ingenieros en 2017, toma el relevo de Joan Cavallé, quien se jubila tras 19 años en el cargo.

**REORGANIZACIÓN LOGÍSTICA**

El grupo Erhardt designa a Patricio Erhardt como el nuevo CEO de su división de logística. Con más de 15 años de experiencia, asume este rol tras haber sido el director general de la empresa en Galicia. Este nombramiento es parte de una reordenación estratégica interna.

**BMW Motorrad****Alicia Gálvez****Directora**

BMW Motorrad ficha a Alicia Gálvez como nueva directora para España y Portugal. Con su llegada sustituye a Alexander Von Scheidt, quien asume el cargo que Gálvez deja en la división de rénting del grupo. La anterior directora Comercial y de Marketing de Alphabet España se unió al grupo BMW en 2015 y ha ocupado diversos roles de responsabilidad en empresas como Renault y LeasePlan. Además cuenta con un máster en Ingeniería del Automóvil por la Universidad de Cranfield y un liderazgo que serán fundamentales para garantizar el crecimiento y éxito de BMW Motorrad.

**Microsoft  
Francisco Salcedo****Presidente**

Francisco Salcedo es nombrado nuevo presidente de Microsoft España, sustituyendo a Alberto Granados, quien asumirá un nuevo puesto directivo en Microsoft EMEA. Llega para aportar una amplia experiencia en innovación de servicios digitales y estrategias de crecimiento. Antes de unirse a Microsoft, Salcedo fue vicepresidente sénior de Etisalat Digital, donde dirigió la transformación digital de empresas y administraciones públicas en Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita. También ocupó varios puestos directivos en Telefónica durante 15 años.

**Stellantis  
Marco Cane****Director General**

Stellantis ficha a Marco Cane como su nuevo director general, quien será responsable de gestionar el desarrollo de negocio de marcas como Abarth, Alfa Romeo, Citroën, DS Automobiles, Fiat, Jeep, Lancia, Opel y Peugeot en el mercado ibérico. Además, supervisará la división de vehículos usados, la distribución, la posventa, los recambios y los servicios. Quien anteriormente fuera director financiero de Maserati, sustituye a Pablo Puey, en un cambio que forma parte de una organización más amplia de la cúpula directiva de Stellantis en el sur de Europa.

**Renfe  
Álvaro Fernández Heredia****Presidente**

El Consejo de Ministros designa a Álvaro Fernández Heredia como nuevo presidente de Renfe. Hasta ahora, ocupaba el cargo de secretario general de Movilidad Sostenible. Su nombramiento se produce tras la salida de Raúl Blanco, quien dejó el puesto por motivos personales. Fernández Heredia es ingeniero de Caminos, Canales y Puertos, y doctor en Infraestructuras de los Transportes por la Universidad Politécnica de Madrid. Ha dedicado su carrera a la movilidad urbana sostenible, desempeñando roles clave en empresas de transportes del país.

**TALENTO INTERNO**

Gerónimo Fresco es designado como el nuevo CEO de Galicia Seguros. El economista cuenta con más de 25 años en el grupo, donde ha liderado diversas áreas de negocio con éxito. En el último año, ha ocupado la Gerencia de Estrategia en Galicia Seguros.

**RENOVANDO CONTENIDO**

Alberto Carullo es el nuevo director general de Contenidos de Mediaset España. Regresa a la organización tras haber sido director de Antena de Telecinco entre 2002 y 2008. Tomará el relevo de Manuel Villanueva, quien se retira después de 22 años en el puesto.



### EMPRENDER EL VUELO

Airbus designa a Carmen-Maja Rex como su nueva directora de Recursos Humanos, cambio que se hará efectivo a partir del 1 de abril. Rex sustituirá a Thierry Baril, quien dejará la compañía a finales de 2025 después de casi 22 años de trayectoria profesional.



### LA VOZ DE LA BANCA

María Abascal será la presidenta del Comité Ejecutivo de la Federación Bancaria Europea hasta 2027. Cuenta con una amplia trayectoria en el sector financiero, habiendo trabajado tanto en el ámbito público como privado, incluyendo cargos en BBVA y Tesoro Público.



### Hyundai Company

#### José Muñoz



Presidente y CEO

José Muñoz es designado como consejero delegado y presidente de Hyundai Motor Company. Desde 2019 ha desempeñado múltiples funciones estratégicas, incluyendo la dirección de las operaciones globales y el liderazgo de Hyundai y Genesis Motor en Norteamérica. Será el primer CEO no coreano de Hyundai, y su nombramiento subraya la estrategia de la compañía para fortalecer su liderazgo global en movilidad avanzada, electrificación y tecnología de hidrógeno. Antes de unirse a Hyundai, Muñoz trabajó en otras firmas como Nissan Motor Corporation y Toyota Motor Europe.

### Fundación Randstad

#### Ana Requena



Presidenta

La Fundación Randstad anuncia el nombramiento de Ana Requena, actual CEO de Randstad España, como nueva presidenta, sucediendo a Jesús Echevarría, quien asumirá el cargo de Chief Operating Officer de Randstad Global. Requena ha expresado que es un "honor" ocupar este puesto y destacó la "enorme" responsabilidad que conlleva. Con su designación, la Fundación refuerza su compromiso con la inclusión y la empleabilidad de personas con discapacidad, alineando su estrategia con los valores de Randstad. Requena forma parte del patronato de la Fundación desde 2011.

### SIX Bjørn Sibbern



CEO

El Consejo de Administración de SIX, propietario de la BME, ha nombrado a Bjørn Sibbern como su nuevo CEO. Quien ha sido el director global de Bolsas y miembro del Comité de Dirección del grupo, sucede a José Dijsselhof, que deja la empresa tras siete años para emprender un nuevo reto profesional en Oriente Medio. Sibbern cuenta con más de dos décadas de experiencia en mercados de capitales, habiendo trabajado en instituciones de gran prestigio como Nasdaq y OMX Exchanges. Es titulado con un Executive MBA y un Máster en Economía y Derecho Empresarial.

### TSB Marc Armengol



CEO

Banco Sabadell cuenta con Marc Armengol como el nuevo CEO de su filial británica TSB, quien sustituye a Robin Bulloch, que se retira tras una carrera de 45 años. Marc Armengol se unió a Banco Sabadell en 2002 y ha ocupado diversos roles de responsabilidad en las áreas de tecnología, operaciones y organización. Antes de su nombramiento, fue director general y máximo responsable de Operaciones y Tecnología de Banco Sabadell. Además, ha sido miembro del Consejo de Administración de TSB desde 2022 y previamente trabajó como director de Estrategia Corporativa entre 2018 y 2021.

### CAMBIOS ESTRATÉGICOS

Enrique Cuadra Jara asume el puesto de Country Manager de Solucion España. Sustituye a Massimo Reale, quien asumirá el cargo de director Corporativo de Riesgos, Información, Siniestros y Recobro de la compañía, en un proceso de reorganización.



### DE ITALIA A ESPAÑA

Digi designa a Dragos Chivu como su nuevo director comercial en España. Después de haber sido el consejero delegado de Digi Italia por nueve años, liderará la estrategia comercial de la compañía para crecer en el competitivo mercado español.



# BUSINESS PEOPLE 'PARLA'



# ***OPLE TAMBIÉN ITALIANO***

## **PODEMOS AYUDARLE A EXPANDIR SU NEGOCIO EN ITALIA**

Nuestra revista mensual, presente en España desde hace un año, tiene sus orígenes en Italia, donde, desde hace casi dos décadas, se ha consolidado como un referente clave para directivos y empresarios. Con una propuesta única, funciona como un puente estratégico entre dos mercados, ofreciendo a las empresas españolas una excelente oportunidad de promoción y visibilidad para expandirse hacia el mercado italiano.

### **Contacto**



Los **CAMPEONES** de la **SOSTENIBILIDAD 2025**

# UN FUTURO EN MARCHA

En un mundo donde los recursos naturales se agotan a un ritmo alarmante y el impacto del cambio climático redefine las bases de nuestras economías,

**la sostenibilidad ya no es una opción:  
es una obligación.**

Un futuro en marcha es un llamado a la acción. A actuar con determinación para integrar prácticas responsables y circulares en todos los sectores, a transformar nuestros hábitos y modelos económicos, y a crear un impacto positivo para las generaciones futuras. Con ejemplos concretos, estrategias empresariales y visiones transformadoras, exploramos cómo el compromiso con la sostenibilidad puede ser la clave para un futuro más justo, próspero y, sobre todo, respetuoso con nuestro planeta. ¡Es el momento de apostar por un cambio radical hacia un **mundo más verde!**



**Adidas**

**Google**

**Apple**

**illycaffè**

**AstraZeneca**

**Mercadona**

**Atos**

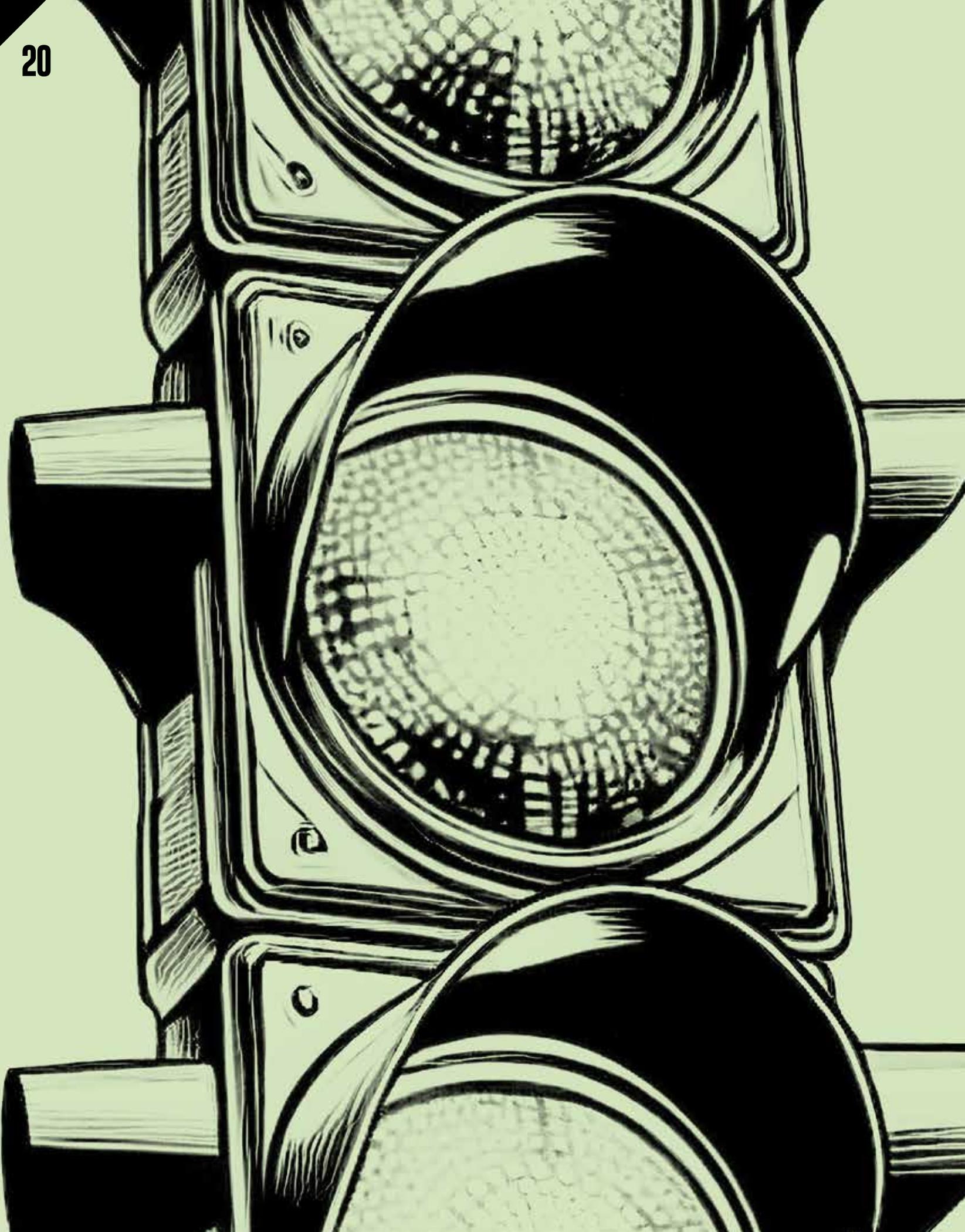
**Redeia**

**Edison Next**

**Tesla**

**Ferrero**

**Tetra Pak**





**La sostenibilidad es ahora un pilar estratégico para la supervivencia económica.** Los datos no mienten. Según el World Economic Forum, **el 50% del PIB global, equivalente a unos 44 billones de dólares, depende moderadamente o en gran medida de la naturaleza y sus servicios ecosistémicos.** Sin embargo, las prácticas económicas y de consumo insostenibles han desencadenado una crisis ambiental sin precedentes, **con la pérdida de más del 70% de la biodiversidad global en los últimos 50 años, según WWF.** Esta crisis no solo pone en riesgo los ecosistemas, sino también la estabilidad de las economías, ya que los efectos del cambio climático y la degradación ambiental aumentan los costos operativos de las empresas y afectan la producción agrícola, la infraestructura y la salud pública. Según la Agencia Internacional de Energía, si no se toma acción inmediata, los costos de la transición hacia una economía baja en carbono podrían incrementarse hasta un 7% anual. Sin embargo, la oportunidad también es enorme. **La transición hacia una economía verde podría generar hasta 395 millones de empleos para 2030, además de reducir la dependencia de recursos finitos y fortalecer la resiliencia frente a futuros riesgos.** El futuro en marcha se ha convertido en la gran apuesta por ganar el premio más importante:

**Salvar el planeta para las próximas generaciones.**



# GREENWASHING & MÁS VIVO QUE NUNCA?

El **'ecopostureo'** parece estar en un proceso de auge, a pesar de la batalla legal que libran los reguladores en su contra. Un reciente informe de la Autoridad Bancaria Europea alerta que,

mientras a nivel global los casos crecieron un **21%** en 2023, el porcentaje escala hasta el **26%** en Europa.

**¿Están realmente contados sus días?**

Texto de **Ernesto Páez**

**E**l greenwashing no desaparecerá fácilmente. La Autoridad Bancaria Europea registró, a lo largo de 2023 (últimas cifras disponibles), más de 1.000 casos de "comunicación engañosa" vinculada a los criterios ESG (ambientales, sociales o de gobierno corporativo) en la Unión Europea, lo que supone un incremento del 26% con el año anterior, pero también una cifra muy elevada si se considera que, a nivel glo-

bal, se contabilizaron 2.119 casos.

Cristina Sánchez, directora ejecutiva del Pacto Mundial de la ONU España, indica a *Business People* que "en España, aunque no hay cifras exclusivas, sabemos que el consumidor es receptivo a las alegaciones medioambientales". Así lo evidencian los datos de la Comisión Europea, citada en la *Guía de Comunicación Sostenible* del Ministerio de Consumo, donde se alerta que el 72% de los españoles afirma que →

los certificados ecológicos y sociales influyen en sus decisiones de compra, pero solo el 56% confía en ellos.

“Esta desconfianza es un claro reflejo de cómo el greenwashing afecta tanto a consumidores como a empresas comprometidas”, matiza Sánchez, quien pone de relieve que en el país se está “avanzando de manera notable en la implementación de medidas para combatir este fenómeno. Normas como la Ley de Consumo Sostenible o las directivas europeas sobre *green claims* están creando un entorno más regulado que dificulta estas prácticas”.

### PRIMEROS PASOS

La aprobación de la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, supone un gran paso en la lucha contra el ‘ecopostureo’. Pero su impacto será muy limitado por el momento, ya que los Estados miembros tienen hasta el 27 de marzo de 2026 para adoptar y publicar las disposiciones necesarias para su cumplimiento, de cara a su aplicación a partir del 27 de septiembre de ese año.

Pablo Arias, eurodiputado del Partido Popular, recuerda que “la etiqueta *‘eco-friendly’* ha pasado de ser una información genuina a una estrategia de venta, donde el sello prevalece sobre la autenticidad del compromiso ambiental”. De ahí que defiende que “esta directiva es tan importante porque persigue empoderar al consumidor, haciendo que tengan información contrastada. Es una apuesta por la transparencia”.

En España, ya se está avanzando en la tramitación de la Directiva con una Ley de Consumo Sostenible, anunciada el 15 de marzo de 2024 por Bibiana Medialdea, Secretaria General de Consumo y Juego. Hasta el cierre de este número, “solo se ha realizado la fase de consulta pública previa, donde se recogen las opiniones del sector y otros interesados, lo que significa que aún se encuentra en una etapa temprana de desarrollo. Esta ley será utilizada por el gobierno para llevar a cabo la transposición de la directiva europea sobre greenwashing”, explica Arias.

“Con la tramitación del Proyecto de Ley de Consumo Sostenible se transpondrán tanto la ya aprobada Directiva Greenwashing, como la Directiva sobre alegaciones ecológicas y la Directiva sobre el derecho a reparar, que se encuentran todavía en fase de tramitación europea”, precisa Cristina Olesti, abogada y asesora en derecho de consumo de Cuatrecasas.

No obstante, el ‘popular’ advierte de un factor clave para evitar que la normativa se convierta en un nuevo obstáculo para la competitividad. “La legislación que se apruebe en Es-



C

**CRISTINA OLESTI**  
Abogada y asesora en derecho de consumo de Cuatrecasas



P

**PABLO ARIAS**  
Eurodiputado del Partido Popular



J

**JAUME ENCISO**  
Coordinador del libro *Alerta Greenwashing*





Además de crear  
la Ley de Consumo  
Sostenible,  
se complementarán  
la Ley General para  
la Defensa de los  
Consumidores y  
Usuarios, y la Ley de  
Competencia Desleal

paña debe buscar un equilibrio entre la protección del consumidor y la promoción de la competitividad empresarial, permitiendo que las empresas sigan desarrollando productos sostenibles sin ser penalizadas por barreras regulatorias innecesarias”, sentencia el eurodiputado.

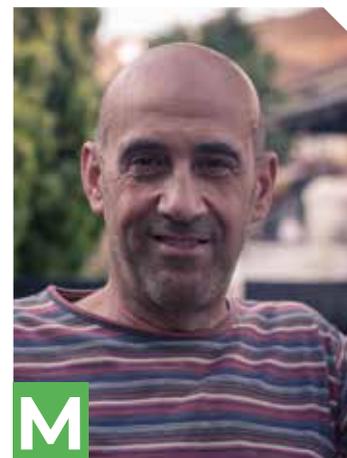
La nueva Ley de Consumo Sostenible también cuenta, hasta la fecha, con el apoyo de Miguel Ángel Soto, responsable de Campañas en Greenpeace España, quien no muestra el mismo optimismo con otras iniciativas como la Directiva de Informe de Sostenibilidad Empresarial (CSRD) y las Normas Europeas sobre Información de Sostenibilidad (NEIS).

“Tenemos que ser muy claros y muy críticos. Ni la CSRD ni las NEIS van a suponer pasos significativos en la lucha contra el lavado verde empresarial. Insistimos, la principal vía para acabar con esta mala praxis son los marcos regulatorios específicos, la existencia de un régimen sancionador y la aplicación de sanciones ejemplares a las empresas infractoras”, analiza.

#### TRANSICIÓN GENERAL

Para poder aplicar eficazmente la Directiva sobre el greenwashing en España, “será crucial revisar y ajustar las normativas existentes que regulan la información que se ofrece a los consumidores sobre los productos y sus atributos medioambientales, garantizando que no haya declaraciones engañosas o confusas sobre la sostenibilidad”, precisa Arias.

El eurodiputado defiende que “es probable que se →



**MIGUEL ÁNGEL SOTO**  
Responsable de Campañas en  
Greenpeace España





Solo el

# 56%

confía en los

certificados

ecológicos

y sociales,

según la Guía de

Comunicación

Sostenible

del Ministerio

de Consumo

deban incorporar modificaciones en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras normativas relacionadas con la publicidad y el etiquetado de productos. Esto permitirá armonizar la legislación española con los requisitos de la directiva europea, asegurando que las empresas sean transparentes y que los consumidores puedan tomar decisiones informadas". Y puntualiza que "se requerirán medidas para reforzar los mecanismos de supervisión y control para evitar el uso indebido de afirmaciones ecológicas sin respaldo, así como asegurar que las sanciones sean proporcionales y eficaces".

En este sentido, Olesti recuerda que "el proyecto de Ley de Consumo Sostenible se concibe como una norma independiente que complementará la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, así como la Ley de Competencia Desleal". Y adelanta que "este enfoque permitirá establecer un marco normativo específico que abarque no solo la lucha contra el greenwashing, sino también la promoción de un modelo de consumo alineado con los objetivos del Pacto Verde Europeo y las políticas de transición ecológica de la Unión Europea".

No serán los únicos cambios. La abogada de Cuatrecasas indica que las comunidades autónomas deberán actualizar

sus normativas y mecanismos de inspección para supervisar el cumplimiento de estas nuevas obligaciones. “Esto incluirá la sanción de prácticas comerciales desleales, la validación de etiquetados ambientales en productos comercializados en sus respectivos ámbitos territoriales y la implementación de estándares relacionados con la economía circular”.

Jaume Enciso, coordinador del libro *Alerta Greenwashing*, profundiza en esta línea y asegura que “necesitamos una arquitectura organizacional para la aplicación de la norma, organismos nuevos e instituciones existentes que ejerzan como herramienta de control y ejecución de la norma con decisiones administrativas decididas y sanciones que tengan un efecto coercitivo sobre las malas prácticas”. Incluso, recomienda “ver el encaje en nuestro marco jurídico y competencial de los ejemplos de otros reguladores de países vecinos, como el Jury de Déontologie Publicitaire en Francia o la Advertising Standards Authority (ASA) de Rei- →



## HOJA DE RUTA

CONVERSACIÓN CON **CRISTINA SÁNCHEZ**, DIRECTORA EJECUTIVA DEL PACTO MUNDIAL DE LA ONU ESPAÑA

### **E**l Gobierno apuesta con fuerza por la Ley de Consumo Sostenible, ¿qué impacto prevé que tendrá la normativa?

La Ley de Consumo Sostenible tiene el potencial de generar un impacto significativo tanto en las empresas como en el mercado. En primer lugar, esta normativa refuerza la necesidad de que las empresas integren la sostenibilidad en sus modelos de negocio, contribuyendo a crear un entorno más transparente y alineado con las expectativas de los consumidores. Sin embargo, es fundamental que esta ley, como cualquier otra regulación en esta materia, tenga en cuenta la importancia de los tiempos y fomente un diálogo abierto con todas las partes implicadas, incluido el sector privado. Además, creemos que debe equilibrar

dos elementos clave: las sanciones para aquellas empresas que recurren a prácticas engañosas y el fomento del conocimiento del consumidor. No basta con penalizar a quienes no cumplan con las normas; es igualmente importante educar al consumidor para que pueda tomar decisiones informadas y responsables, de manera que el mercado funcione de forma más equitativa.

### **¿Y regulaciones como la CSRD o la CS3D?**

Ambas han introducido la sostenibilidad en las preocupaciones empresariales, marcando un cambio de paradigma. Según nuestra Consulta Empresarial sobre ODS, el cumplimiento normativo ha llevado a la mitad de las empresas españolas a emprender acciones en sostenibilidad, y en algunos casos, esta cifra llega al 72%. Estas normativas están ayudando a avanzar incluso

a empresas que no habían actuado de forma proactiva.

### **¿Cuáles son las asignaturas pendientes en la lucha contra el greenwashing?**

Aún falta una definición clara de greenwashing en la legislación española, así como criterios homogéneos para etiquetas, certificaciones y metodologías que eviten confusiones. También es necesario fomentar compromisos empresariales cuantificables, apoyados en ciencia, y garantizar que las pequeñas y medianas empresas cuenten con herramientas y formación para cumplir con estas normativas.

### **¿Qué rol juega la tecnología en la verificación de las afirmaciones de sostenibilidad?**

La tecnología, incluyendo el blockchain y la inteligencia artificial, juega un papel clave en la lucha contra el greenwashing al permitir la verificación de datos de

sostenibilidad con mayor precisión y transparencia. Por ejemplo, la IA puede analizar grandes volúmenes de información para identificar métricas clave y generar informes ASG más rápidos y precisos, mientras que el blockchain ofrece trazabilidad y evita manipulaciones en los registros de impacto ambiental y social.

En particular, la Inteligencia Artificial Generativa destaca por su capacidad para mejorar la comunicación de sostenibilidad, ayudar a las empresas a identificar patrones en los datos y garantizar que las alegaciones ambientales sean verificables y basadas en evidencia. En definitiva, estas herramientas pueden simplificar la elaboración de informes y alinear las métricas con estándares globales, promoviendo una rendición de cuentas más robusta y combatiendo las alegaciones engañosas

## LEYES CONTRA EL 'ECOPOSTUREO'

**DANIEL ARRIBAS GONZÁLEZ**, DIRECTOR GENERAL DE CONSUMO, ADELANTA LAS MEDIDAS DEL MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES EN LA LUCHA CONTRA EL GREENWASHING EN ESPAÑA



**¿Qué medidas específicas ha tomado el**

**Ministerio de Consumo para implementar las directrices europeas, como la Directiva de Prácticas Comerciales Desleales?**

La normativa actual ya cuenta con herramientas para poder enfrentar prácticas comerciales que faciliten información engañosa o no veraz a los consumidores, también en relación con el desempeño medioambiental de productos y servicios. Sobre esta base, el pasado 15 de marzo presentamos la *Guía de comunicación sostenible: cómo incluir información medioambiental en tus estrategias y campañas*.

**¿Existe algún plan para reforzar la regulación**

**nacional más allá de lo establecido por la normativa europea?**

Hemos sido pioneros a la hora de empezar a tramitar la futura Ley de Consumo Sostenible, que abarcará de forma amplia la materia, buscando un cambio de paradigma en la participación de las personas consumidoras en la transición ecológica, tanto de forma activa como de forma reactiva a la hora de enfrentarse a las comunicaciones comerciales con información medioambiental.

Pretendemos que esta ley vaya más allá del contenido propio de las directivas, abarcando cualquier aspecto necesario para acompañar a los consumidores.

**¿Qué procedimientos**



### existen para supervisar y sancionar prácticas de greenwashing en las empresas españolas?

La persecución de prácticas comerciales desleales en relación con la información medioambiental se realiza actualmente por las autoridades de consumo en distintos ámbitos, tanto nacional como a nivel de la Unión. En el ámbito nacional, las autoridades de consumo pueden iniciar procedimientos administrativos sancionadores contra este tipo de prácticas, mientras que, a nivel de la Unión, es más frecuente iniciar acciones coordinadas por la Comisión Europea que buscan que las compañías modifiquen sus conductas mediante procesos de

diálogo.

### ¿Cuántos casos de greenwashing se han identificado y sancionado en los últimos años?

El greenwashing no deja de ser la utilización de prácticas comerciales desleales para con las personas consumidoras, si bien relacionadas únicamente con el desempeño medioambiental de los bienes y servicios. En consecuencia, no existen bases de datos individualizadas para estos casos concretos.

### ¿Cómo lucharán contra las declaraciones ambientales que están sujetas a términos vagos, como “eco”, “verde” o “sostenible”?

En relación con

las alegaciones medioambientales genéricas, todas estas quedarán prohibidas con la futura Ley de Consumo Sostenible.

### ¿Cómo van a ser los controles para verificar su cumplimiento?

Las empresas deben poder sustentar con datos cualquier tipo de información que comuniquen a las personas consumidoras, por lo que la persecución al greenwashing no es diferente a la de otras prácticas comerciales desleales. No obstante, es muy importante un conocimiento profundo sobre cómo enmarcar estas prácticas dentro de la actual normativa, para lo que la formación específica en la materia de los técnicos de consumo es importante.

# 42%

de las  
declaraciones  
de sostenibilidad  
hechas por  
empresas en  
sus webs eran  
exageradas,  
falsas o  
engañosas,  
según Bruselas

no Unido”.

Ángel Soto pone énfasis en que aún queda mucho camino por recorrer. “El ‘cero emisiones netas’ en 2030 o 2050 o el ‘neutros en carbono’ son afirmaciones muchas veces carentes de rigor, que no están respaldadas por compromisos y metas claras, con objetivos disponibles públicamente y verificables, recogidos en un plan de ejecución detallado y realista que muestre cómo se van a lograr dichos compromisos”. Una situación que, a su entender, afecta a todos los sectores económicos: “desde el energético hasta las empresas de aviación, pasando por el sector agroalimentario y las entidades financieras”.

### LIDERAZGO VERDE

Para Arias, Europa tiene en sus manos la oportunidad de ayudar a acabar con el greenwashing a nivel internacional, pero requerirá de “una correcta implementación de nuestras normas a las empresas no comunitarias. Si jugamos el mismo juego, debemos tener las mismas reglas y las empresas europeas no pueden sufrir competencia desleal”. Y matiza: “La correcta implementación de las normas europeas es primordial y es algo que yo mismo estoy defendiendo ahora en el Parlamento Europeo ante la llegada masiva de productos que no cumplen los estándares europeos procedentes de terceros países a través de plataformas en línea, como AliEx-

press o Temu, entre otras”.

Sin embargo, desde Greenpeace niegan rotundamente que la Directiva europea pueda acabar con el greenwashing. “Es probable que los casos más flagrantes y fáciles de identificar desaparezcan de las memorias de sostenibilidad, webs y envases a nuestro alrededor por la presión normativa. Se pondrá una tabla rasa de eliminación de informaciones vagas, no acreditadas y confusas. Pero el greenwashing de ‘segundo grado’, más consciente, más difícil de perseguir y trazar por parte de los agentes externos a las compañías, será de nuevo complejo de atacar en tiempo y forma”.

Desde el Pacto Mundial de la ONU son mucho más optimistas. “En los próximos años, esperamos ver avances significativos gracias al impulso de normativas más claras y alineadas con los derechos humanos, los derechos del consumidor y los del planeta”, indica Sánchez, quien reconoce que “confiamos en que este proceso terminará acabando con prácticas engañosas, y también promoverá una forma diferente de hacer negocios, en la que las empresas adopten un compromiso genuino con la transparencia y la sostenibilidad. Y con este fin, trabajamos para que las acciones en sostenibilidad vayan ganando progresivamente en credibilidad”. Por ahora, solo el tiempo dirá si los días del greenwashing están contados o si, por el contrario, se hará aún más fuerte ante la adversidad.

**Eastlab**

Official licensee Eastlab S.r.l. | Piazza de' Frescobaldi, 4 | 50125 | Florence Italy | +39 055310717 | www.eastlab.it

Follow us on  
**Instagram**

@uspoloassneur



**U.S. POLO ASSN.**  
SINCE 1890

# UN FUTURO EN MARCHA

Palabra de:



**Adidas**

Cuerpo y planeta sano



**Apple**

Una manzana más verde



**AstraZeneca**

Una dosis de cambio



**Atos**

Tech for Good

Adidas

# Cuerpo y planeta sano

La multinacional, que sigue liderando la transición hacia una **economía circular**, busca que el 90% de sus artículos sean sostenibles a lo largo de 2025, en una apuesta por preservar la naturaleza mientras se **incentiva el deporte**

Texto de Cristina Mendoza



150%

La reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero por producto para 2025



Adidas ha trazado un ambicioso plan para 2025, centrado en la sostenibilidad y el impacto positivo tanto para las personas como para el planeta. A través de un *roadmap* claro y objetivos bien definidos, la marca se compromete a ser un líder en la transformación de la industria hacia prácticas más responsables y circulares, alineando sus metas con los intereses de sus consumidores y *stakeholders*.

Uno de los objetivos más destacados de Adidas es que, para 2025, el 90% de sus artículos serán sostenibles. Este enfoque no solo refleja el compromiso de la marca con la reducción de su impacto ambiental, sino que también busca ofrecer a sus consumidores una amplia gama de productos sostenibles. La marca define un artículo como “sostenible” cuando presenta beneficios ambientales frente a productos convencionales debido a los materiales utilizados, lo que significa que están fabricados en su mayoría con materiales preferidos desde el punto de vista medioambiental.

Este esfuerzo por transformar la oferta de productos de la firma es parte de una visión más amplia, que incluye la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) por producto en un 15% para 2025. La empresa continúa empujando los límites de la sostenibilidad, estableciendo nuevos estándares en la industria para garantizar que sus productos no solo sean innovadores, sino también responsables con el medio ambiente.

En Adidas, la sostenibilidad no es solo una cuestión de productos, sino también de personas. La compañía se ha comprometido a aumentar la aplicación de la debida diligencia en derechos humanos y medioambientales (HREDD, por sus siglas en inglés) en todas las etapas de su cadena de valor. Para 2025, el objetivo es tener implementado un sistema para identificar y gestionar los problemas de derechos humanos en toda la cadena de suministro, asegurando que las prácticas laborales y ambientales sean éticas y sostenibles en cada rincón de su producción.

Es importante recordar que Enel Green Power, a través del equipo de expertos de Enel X Global Retail, firmó un acuerdo para suministrar a Adidas energía renovable producida por un nuevo proyecto solar actualmente en construcción en la provincia de Sevilla. La nueva instalación añade aproximadamente 47 MW a la cartera existente del gigante energético mundial de más de 90 GW de capacidad →

instalada en 33 países de todo el mundo.

Este compromiso con el bienestar de las personas y el planeta forma parte integral de la estrategia más amplia de la empresa para mitigar riesgos y maximizar el impacto positivo en las comunidades y ecosistemas donde la empresa tiene presencia. La integración de estos esfuerzos en los procesos de gestión de riesgos garantiza que la sostenibilidad sea un principio fundamental en la toma de decisiones de negocio.

### **Compromiso con la economía circular**

La empresa sigue liderando la transición hacia una economía circular, donde el ciclo de vida de los productos no termine en un vertedero, sino que se reintegre en la cadena productiva. Adidas está avanzando en la recolección y reciclaje de productos usados, con iniciativas como la colaboración con Infinited Fiber Company, una start-up finlandesa que convierte residuos textiles en nuevas fibras que emulan la textura y apariencia del algodón.

Adidas no se detiene en sus productos y procesos, sino que también está utilizando el deporte como una plataforma para generar un impacto real en la lucha contra el cambio climático. A través de su iniciativa *Move For The Planet*, la marca invita a atletas de todo el mundo a registrar su actividad física en la aplicación Adidas Running App, con el objetivo de recaudar fondos para proyectos que apoyen la resiliencia de las infraestructuras deportivas frente a condiciones climáticas extremas.

Cada 10 minutos de actividad registrados entre el 10 y el 22 de mayo de 2024 se convirtieron en una donación de un dólar, con un máximo de 1,5 millones de euros, que se destinarán a crear instalaciones deportivas más sostenibles y resistentes al cambio climático.

### **Ruta de éxito**

El camino de la multinacional hacia 2025 es claro: integrar la sostenibilidad en cada parte de su negocio y garantizar que los beneficios de sus productos sean tangibles tan-





## Para 2025, el objetivo es tener un sistema para identificar y gestionar los problemas de DDHH en toda la cadena de suministro

to para el medio ambiente como para las personas. Desde la fabricación de productos con materiales reciclados hasta la implementación de medidas concretas para mejorar las condiciones laborales, la compañía está demostrando que es posible combinar el rendimiento deportivo con el respeto por el planeta.

A medida que Adidas sigue avanzando hacia su visión de un futuro más verde y justo, la marca refuerza su rol como pionero en sostenibilidad, inspirando a otras empresas a seguir su ejemplo y liderar el camino hacia una industria más responsable. Con metas claras y acciones concretas, la marca está demostrando que es posible conjugar el éxito empresarial con la responsabilidad medioambiental y social. A medida que avanzan hacia 2025, sus esfuerzos no solo buscan transformar la industria deportiva, sino también inspirar un cambio más amplio en la forma en que las empresas interactúan con el mundo que las rodea. ▲



A través de su iniciativa *Move For The Planet*, la marca invita a atletas de todo el mundo a registrar su actividad física en la aplicación Adidas Running App, con el objetivo de recaudar fondos, hasta 1,5 millones de euros, para proyectos que apoyen la resiliencia de las infraestructuras deportivas frente a condiciones climáticas extremas

Apple

# Una manzana más verde

El gigante tecnológico apuesta por contrarrestar la **huella de carbono** de sus productos a través de su planta fotovoltaica en la provincia de Segovia, capaz de generar **105 megavatios de energía limpia**

Texto de Ernesto Páez





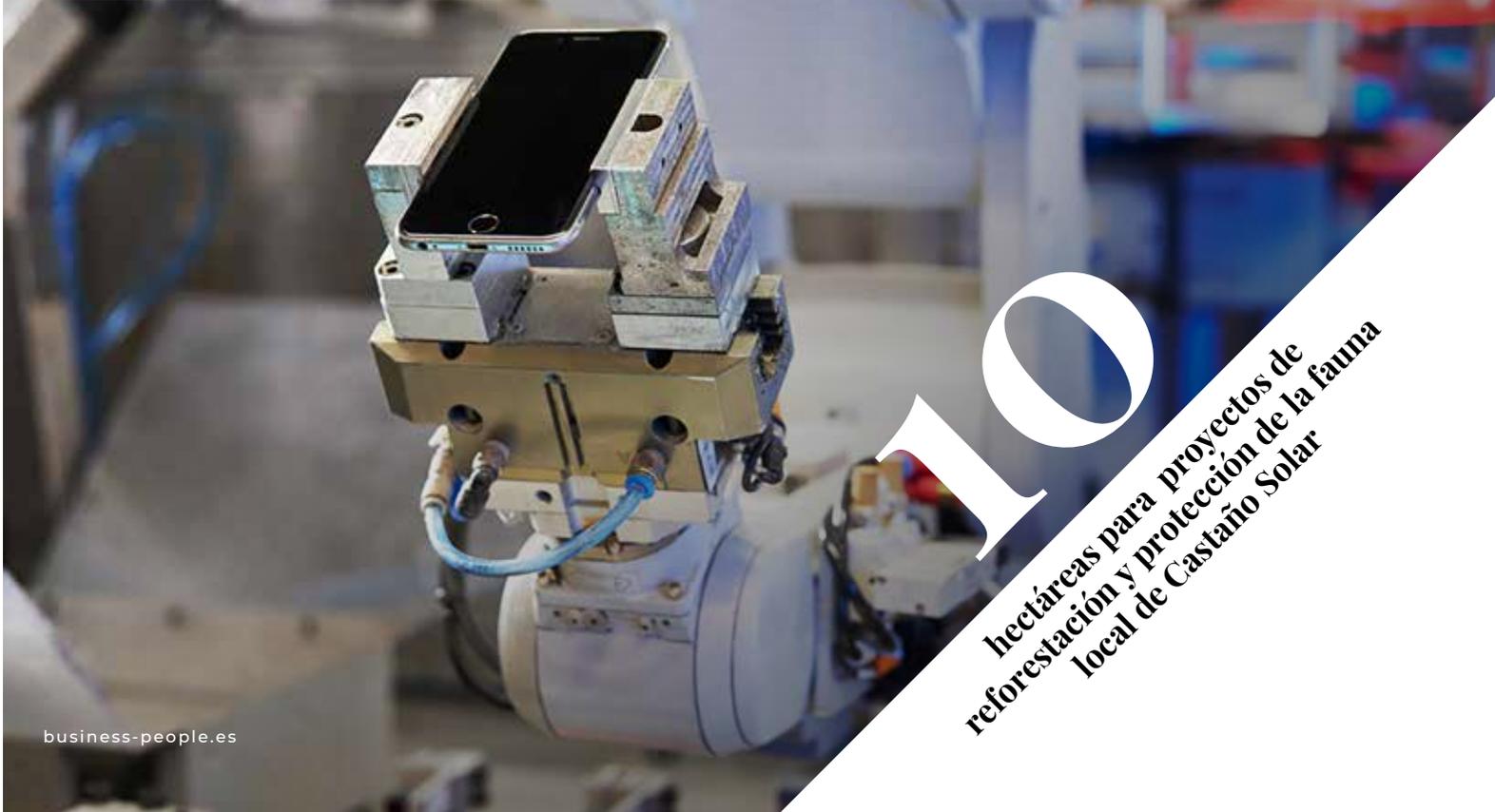
Apple, uno de los gigantes tecnológicos más importantes del mundo, ha logrado integrar la sostenibilidad en el núcleo de su modelo de negocio. En un contexto en el que la crisis climática es una de las principales preocupaciones globales, la compañía ha tomado decisiones que reflejan un compromiso con el medio ambiente. Desde la transición hacia energías renovables hasta la implementación de materiales reciclados en sus productos, la firma avanza con pasos firmes hacia su objetivo más ambicioso: lograr la neutralidad de carbono en toda su cadena de valor para el año 2030. Este compromiso no solo responde a las exigencias de los consumidores, cada vez más preocupados por la huella ecológica de las empresas que consumen, sino también a la creciente presión social para que las grandes corporaciones asuman su responsabilidad frente al cambio climático.

Entre las acciones destacadas de Apple en materia de sostenibilidad se encuentra su reciente inversión en el sector de la energía solar en España, anunciada a principios de 2024. La multinacional ha decidido asociarse con la firma ib vogt

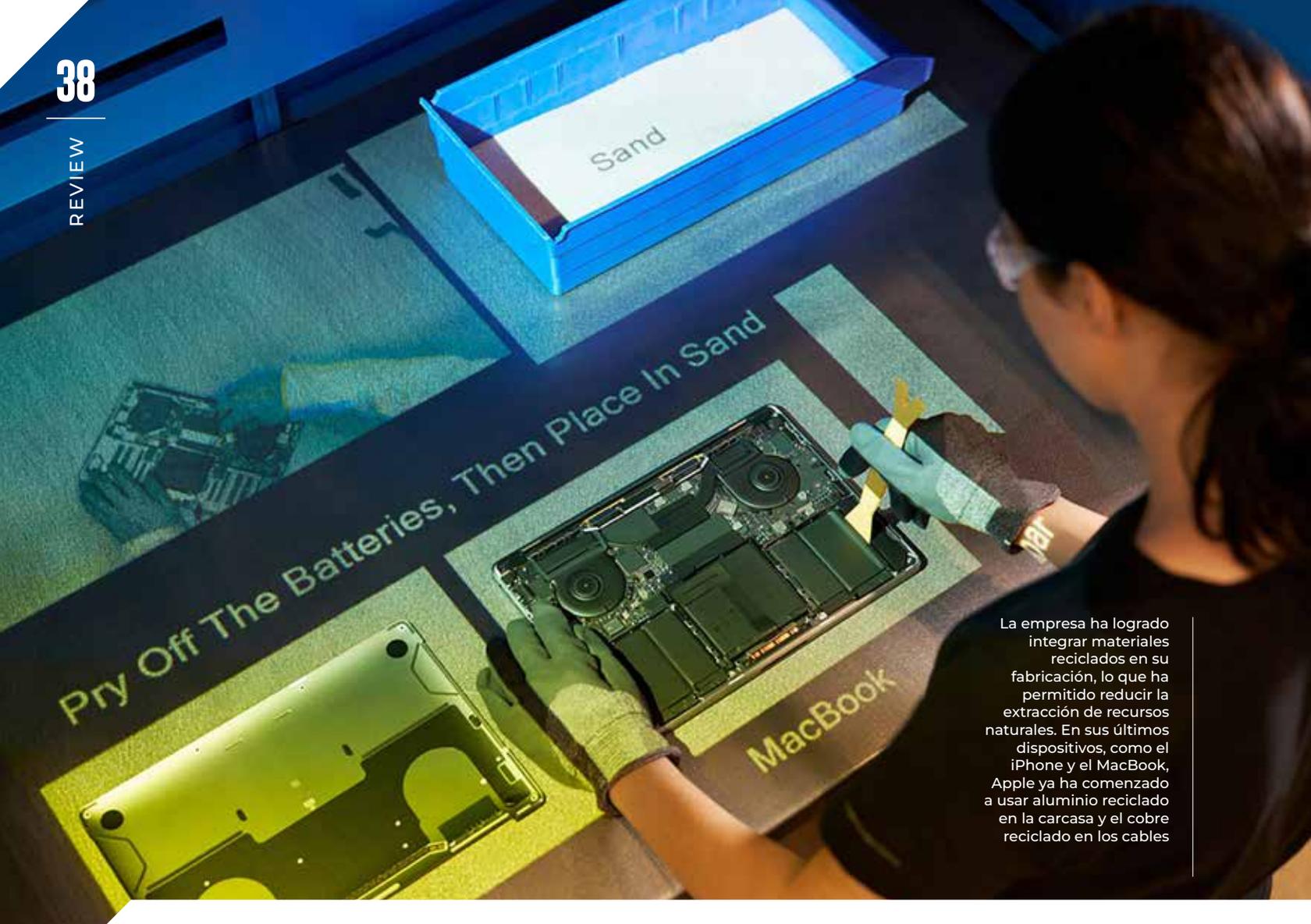
para construir una planta fotovoltaica en la provincia de Segovia, que genera 105 megavatios de energía limpia. Esta planta solar es parte de los esfuerzos globales de la firma por contrarrestar la huella de carbono derivada del uso de sus productos. La electricidad utilizada para cargar dispositivos como iPhones, iPads, Macs y otros equipos de la marca constituye una porción significativa de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la compañía.

A través de esta inversión, Apple busca igualar cada vatio de electricidad consumido por sus dispositivos con energía renovable. El objetivo es que, para el año 2030, toda la electricidad necesaria para fabricar y cargar sus productos provenga de fuentes limpias. El proyecto solar de Segovia será uno de los muchos que la tecnológica está financiando en distintas partes del mundo, lo que refuerza su compromiso con la descarbonización global.

Lo que hace singular este proyecto es su enfoque integral, no solo en la generación de energía limpia, sino también en la preservación del entorno local. El parque fotovoltaico, denominado Castaño Solar, estará diseñado para minimizar el impacto ambiental. Se implementarán medidas de conservación, como proyectos de reforestación, instalación de cajas nido para aves autóctonas y la protección de un hábitat de al menos 10 hectáreas para preservar la fauna local. Este enfoque resalta el creciente interés de la industria tecnológica en no solo invertir en energías renovables, sino en asegurar que sus proyectos tengan un →



10  
hectáreas para proyectos de  
reforestación y protección de la fauna  
local de Castaño Solar



La empresa ha logrado integrar materiales reciclados en su fabricación, lo que ha permitido reducir la extracción de recursos naturales. En sus últimos dispositivos, como el iPhone y el MacBook, Apple ya ha comenzado a usar aluminio reciclado en la carcasa y el cobre reciclado en los cables

impacto social y ambiental positivo en las regiones donde se desarrollan.

### **Innovación con propósito**

Apple también ha dado pasos importantes en la sostenibilidad de sus productos. La empresa ha logrado integrar materiales reciclados en su fabricación, lo que ha permitido reducir la extracción de recursos naturales. En sus últimos dispositivos, como el iPhone y el MacBook, ha comenzado a usar aluminio reciclado en la carcasa y cobre reciclado en los cables. Esta transición a materiales reciclados ha sido posible gracias al desarrollo de nuevas tecnologías de reciclaje, como el robot Daisy, que permite desmontar los dispositivos de manera eficiente para recuperar materiales valiosos. Además, la compañía ha logrado utilizar cobalto 100% reciclado en las baterías de algunos de sus productos, un avance significativo, ya que la extracción de cobalto ha sido históricamente problemática tanto desde el punto de vista ambiental como ético.

A través de estos esfuerzos, Apple no solo busca reducir su huella ecológica, sino también impulsar la economía

circular dentro de la industria tecnológica. La empresa ha creado un sistema de reciclaje avanzado que tiene como objetivo reducir la cantidad de residuos electrónicos generados. Este modelo va más allá del simple reciclaje, buscando cerrar el ciclo de vida de los dispositivos y reincorporar sus materiales a la producción de nuevos productos.

### **Apple 2030**

El objetivo de Apple para 2030, de ser completamente neutra en carbono en toda su cadena de valor, sigue siendo uno de los más ambiciosos de cualquier empresa global. Aunque la compañía ha logrado avances significativos, los desafíos son considerables. Su cadena de suministro incluye miles de proveedores en todo el mundo, muchos de los cuales no cuentan con las infraestructuras necesarias para adoptar prácticas sostenibles. Para lograr la neutralidad en carbono, Apple no solo debe invertir en energías renovables y mejorar la eficiencia de sus operaciones, sino también trabajar estrechamente con sus proveedores para garantizar que adopten prácticas sostenibles. En este sentido, la compañía ha logrado que más del 95% de sus principales pro-



veedores se comprometan a utilizar energía 100% renovable en sus fábricas, lo que representa un avance significativo hacia la consecución de este objetivo.

No obstante, Apple ha reconocido que la neutralidad en carbono no es solo un desafío técnico, sino también una cuestión de colaboración. La empresa ha lanzado diversos programas y proyectos para ayudar a sus proveedores a realizar la transición hacia la sostenibilidad. Por ejemplo, la compañía ofrece a sus proveedores herramientas y recursos para medir y reducir su huella de carbono, y en algunos casos, ha invertido directamente en proyectos de energías renovables para acelerar la adopción de prácticas sostenibles.

Uno de los aspectos más cruciales para garantizar el éxito del ambicioso plan de sostenibilidad de Apple será la transparencia. Aunque la empresa ha hecho grandes avances, los consumidores, inversores y otros grupos de interés siguen pidiendo más detalles sobre los resultados tangibles de estas iniciativas. La tecnológica ha afirmado que la rendición de cuentas será clave para el futuro de su estrategia ambiental. La compañía ha comenzado a publicar informes anuales sobre su progreso en sostenibilidad, donde se incluyen deta-

**Apple logra que más del 95% de sus principales proveedores se comprometan a utilizar energía 100% renovable en sus fábricas**

lles sobre la reducción de emisiones, la implementación de energías renovables y el reciclaje de materiales.

Apple no solo está liderando la sostenibilidad dentro de su propia organización, sino que también está estableciendo un modelo que podría ser replicado por otras grandes corporaciones tecnológicas. En muchos aspectos, la empresa está demostrando que la sostenibilidad y la rentabilidad pueden ir de la mano. A medida que la presión sobre las empresas para que reduzcan su impacto ambiental aumenta, el ejemplo de Apple podría inspirar a otras compañías a seguir sus pasos y adoptar políticas más verdes y responsables.

En este contexto, Apple se está posicionando como una de las compañías tecnológicas más innovadoras, no solo por sus productos, sino por su enfoque integral hacia la sostenibilidad. La clave de su éxito no radica solo en la implementación de energías renovables o el uso de materiales reciclados, sino en su capacidad para transformar su modelo de negocio en uno más ético, responsable y en armonía con el medio ambiente. A medida que la empresa avanza hacia sus objetivos de sostenibilidad, no cabe duda de que el futuro de la tecnología será cada vez más verde. ▲

AstraZeneca

# Una dosis de cambio

La farmacéutica apuesta por un enfoque integral que combina innovación científica y sostenibilidad. Para **Marta Moreno**, este esfuerzo se refleja en iniciativas como el proyecto Ambition Zero Carbon para alcanzar un futuro más saludable y respetuoso con el medio ambiente

Texto de José A. Puglisi

# m

Marta Moreno, directora de Asuntos Corporativos y Acceso al Mercado de AstraZeneca España, destaca que la empresa apuesta por iniciativas que trascienden lo inmediato y donde cada acción, desde la reforestación hasta la creación de tratamientos de impacto ambiental casi nulo, se convierte en un eco de su compromiso con la vida. A través de iniciativas transformadoras, se busca no solo curar, sino también sanar el vínculo esencial entre el ser humano y su entorno.

**AstraZeneca busca reducir su huella de carbono en un 50% para 2030 y un 90% para 2045. ¿Cómo logrará que estas reducciones sean sostenibles a largo plazo?**

En AstraZeneca estamos comprometidos con una transformación eficiente y ambiciosa, integrando la sostenibilidad en el núcleo de nuestras operaciones. A través de nuestro proyecto *Ambition Zero Carbon*, que incluye el programa de reforestación *AZ Forest*, adoptamos un enfoque integral basado en la ciencia para lograr reducciones sostenibles. Esto incluye optimizar la eficiencia energética, usar energías renovables al 100% e innovar tecnológicamente para desarrollar productos con impacto ambiental nulo. También fomentamos colaboraciones estratégicas y prácticas sostenibles en nuestra cadena de valor.

Complementamos estas acciones con inversiones en so-

luciones basadas en la naturaleza para compensar emisiones residuales y planes de resiliencia que gestionen riesgos climáticos. Más allá de reducir emisiones, buscamos liderar un cambio sistémico demostrando que innovación y sostenibilidad pueden construir un futuro más saludable para las personas y el planeta.

**La estrategia *One Health* se basa en la conexión entre salud humana, ambiental y sectorial. ¿Cuáles han sido los proyectos más exitosos?**

La conexión entre la salud del planeta y las personas es clara. Desde AstraZeneca, colaboramos con sistemas de salud, gobiernos y asociaciones de pacientes para descarbonizar el sector sanitario y avanzar hacia una asistencia médica *net zero* en emisiones. Un ejemplo es nuestra participación en *Sanidad por el Clima*, plataforma que fomenta la acción climática en el sistema sanitario. Trabajamos con entidades como ALCER y hospitales como La Paz y Son Espases para reducir huellas de carbono y ayudamos a sociedades científicas a calcular y compensar las emisiones de sus congresos.

Formamos parte de la Red Europea sobre Educación en Salud y Clima (ENCHE), liderada por universidades como Barcelona y Navarra, para formar a 10.000 médicos sobre el impacto climático en la salud. Además, colaboramos con el Colegio de Farmacéuticos de Barcelona en la campaña *Yo te ayudo a respirar, tú me ayudas a reciclar*, que promueve el reciclaje sostenible de inhaladores, involucrando más de 300 farmacias.

En proyectos comunitarios, nuestra iniciativa Ciudades que Inspiran ya incluye 10 municipios para mejorar la calidad del aire, mientras que *AZ Forest* contribuye a la reforestación. En España, nuestro objetivo es plantar 70.000 árboles para 2025, impulsando impactos ambientales, →

**M** MARTA MORENO

La directora de Asuntos Corporativos y Acceso al Mercado de AstraZeneca España es licenciada en Farmacia por la Universidad de Alcalá de Henares y posee un Master en Health Policy, así como formación dirigida hacia la gestión de negocio en materia de Health Economics

50%

La reducción de la huella de carbono prevista por AstraZeneca para 2030

sociales y económicos positivos.

**En términos de sostenibilidad ambiental, ¿qué medidas están implementando para reducir el impacto en la cadena de valor?**

Hemos adoptado un enfoque integral que combina innovación, colaboración y objetivos ambiciosos. Utilizamos energías renovables al 100%, aplicamos principios de economía circular y reducimos residuos generados, optimizando procesos en la producción de medicamentos. En España, logramos reducir un 30% nuestras emisiones de CO2 desde 2019 y nuestras instalaciones funcionan con energía 100% renovable desde 2024. En Madrid, inauguramos oficinas en un edificio construido con materiales reciclables y de consumo casi nulo, eficiente en agua y energía.

Trabajamos con proveedores alineándonos con la iniciativa SBTi, estableciendo objetivos climáticos específicos. Esto asegura una cadena de valor más respetuosa con el medio ambiente y contribuye significativamente a nuestros es-



## 400 millones de ahorro anual estimado para el Sistema Nacional de Salud gracias a estrategias de prevención

fuerzos por una producción sostenible.

**¿Cómo se combina la sostenibilidad con la innovación en el desarrollo de tratamientos?**

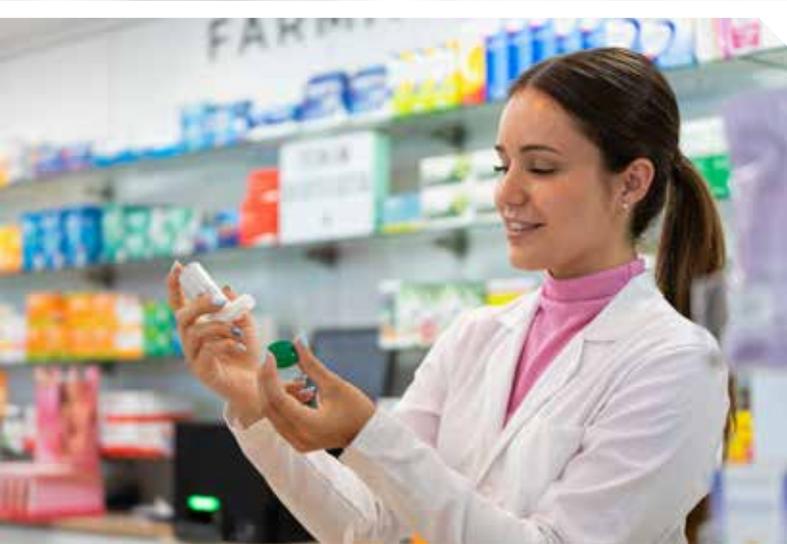
Integramos sostenibilidad e innovación en cada proceso para proporcionar una atención sanitaria equitativa y responsable con el medio ambiente. Diseñamos productos sostenibles que minimizan el uso de recursos naturales y generan menos residuos y emisiones. Desde 2025, lanzaremos tratamientos inhalados con un propulsor de impacto climático casi nulo, sujetos a aprobaciones regulatorias.

También exploramos eliminar el uso de papel en prospectos de medicamentos y priorizamos una investigación clínica ética y equitativa, diseñando programas inclusivos centrados en el paciente. Este enfoque demuestra que el desarrollo de soluciones sostenibles puede generar beneficios tanto para los pacientes como para el planeta.

**¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan para cumplir con los objetivos de sostenibilidad en España?**



El proyecto *Ambition Zero Carbon* busca optimizar la eficiencia energética, usar energías renovables al 100% e innovar tecnológicamente para desarrollar productos con impacto ambiental nulo



Un reto clave es cumplir con las exigencias regulatorias, donde la coexistencia de distintos estándares de medición puede dificultar la integración. Buscamos soluciones innovadoras para una implementación eficiente. La integración de la cadena de valor también representa un desafío, implicando diseñar medidas efectivas y proporcionar formación a empresas colaboradoras. En este contexto, participamos en la Cátedra San Telmo en Sostenibilidad, ayudando a empresas menos preparadas a avanzar en sus metas.

Como multinacional, adaptamos iniciativas globales a contextos locales, desarrollando una estrategia específica para España. Guiados por comités asesores interno y externo, garantizamos que las líneas globales se alineen con necesidades locales, generando un impacto positivo en nuestros *stakeholders*.

**En su colaboración con el SNS, ¿cómo evalúan el impacto financiero y sanitario de sus intervenciones en enfermedades de alto costo?**

Evaluamos nuestras intervenciones desde una perspec-

tiva integral, considerando resultados en salud, valor social y contribuciones económicas y ambientales. En el caso de la enfermedad renal crónica (ERC), que cuesta al SNS 3.400 millones de euros anuales, promovemos diagnóstico temprano y estrategias preventivas para evitar su progresión. Esto mejora la calidad de vida de los pacientes y permite ahorrar 400 millones de euros anuales al SNS.

Además, estas estrategias tienen un impacto ambiental positivo al reducir entre 51.000 y 63.000 toneladas de CO<sub>2</sub>e al año. Los beneficios incluyen menor uso de recursos como agua y energía, menos residuos clínicos, menor contaminación de aguas residuales y optimización en logística. Esto consolida un modelo preventivo que promueve un sistema de salud sostenible.

**Su colaboración con la AEMPS incluye el proyecto de prospecto electrónico (ePIL). ¿Qué ahorros en papel y costos han calculado para la próxima década?**

Nuestra participación en el proyecto prospecto electrónico busca eliminar prospectos en papel, facilitando acceso electrónico a información de medicamentos. Desde 2023, introdujimos prospecto electrónico en medicamentos hospitalarios, reduciendo significativamente el uso de papel y residuos asociados. En una década, prevemos evitar la tala de 554 árboles, reduciendo una tonelada de papel anualmente. Esto no solo preserva recursos naturales, sino que también garantiza información más actualizada y accesible digitalmente. ▲

**Á** ÁNGEL  
RAMÍREZ

Con más de 35 años de experiencia en la gestión dentro del ecosistema de TI, el director global de Sostenibilidad de ATOS ha adquirido una significativa experiencia en sostenibilidad ESG y gestión de aplicaciones e infraestructuras

**32%**

El porcentaje de representación de las de mujeres en puestos técnicos y directivos

Atos

# Tech for Good

La computación cuántica se convertirá en una tecnología innovadora que, según el director global de Sostenibilidad, **Ángel Ramírez**, promete revolucionar la eficiencia energética, reduciendo significativamente el consumo y la huella de carbono en comparación con los sistemas tradicionales

Texto de M<sup>a</sup> Gabriela Sivira

a

Ángel Ramírez, Director Global de Sostenibilidad en Atos, destaca que la empresa fusiona innovación y sostenibilidad bajo el concepto de *Tech for Good*, donde la tecnología se convierte en un aliado para resolver los grandes retos sociales y ambientales del futuro. Con un compromiso firme hacia la eficiencia energética, la inclusión y la diversidad, la firma demuestra que la tecnología no solo transforma negocios, sino que también puede ser el motor de un cambio positivo para el planeta y la sociedad.

**Atos ha sido seleccionada como una de las empresas más sostenibles del mundo por el SEAL Business Sustainability Awards y ha sido incluida en el DJSI de Europa desde 2012. ¿A qué atribuyen estos reconocimientos?**

La sostenibilidad es parte esencial del propósito de Atos, considerándola un factor crítico de éxito en todas las actividades de la empresa. No se limita solo al medio ambiente, sino que también abarca aspectos sociales como inclusión, diversidad y accesibilidad digital, elementos clave del concepto *Tech for Good*. Esta visión integral permite afrontar los desafíos económicos, medioambientales y sociales desde una perspectiva tecnológica. Nuestra estrategia de *Tech for Good* y la

responsabilidad social digital nos han permitido ser reconocidos internacionalmente por diversas entidades y organismos.

**Atos ha alcanzado una calificación “A” por el Carbon Disclosure Project (CDP) y ha sido reconocida como líder en sostenibilidad en la industria de los servicios de IT. ¿Qué acciones concretas ha tomado la empresa para alcanzar estos logros?**

Atos ha sido reconocida por el CDP, una de las instituciones más prestigiosas en temas medioambientales, por su transparencia y planes de acción sólidos. Desde 2008, la empresa ha lanzado programas medioambientales para mejorar la transición energética y reducir la huella de carbono en sus edificios globalmente. Entre las acciones clave se encuentran la optimización de centros de datos, el uso de energía renovable, la promoción de reuniones virtuales y el teletrabajo. Estas medidas contribuyen a una reducción significativa de las emisiones y al uso eficiente de recursos.

En términos de inclusión y diversidad, Atos se ha comprometido a aumentar sus indicadores de diversidad desde el reclutamiento hasta los puestos de dirección. ¿Cuáles son los objetivos concretos de la empresa en cuanto a diversidad e inclusión y cómo planea alcanzarlos dentro de un entorno digital y globalizado?

Atos valora a sus empleados como su principal activo y promueve un entorno inclusivo, diverso y ético. La empresa apuesta por la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en todos los niveles. Además, invierte en Academias Digitales para sensibilizar sobre diversidad, equidad e inclusión, y en aso- →



ciaciones globales para impulsar estos principios. Atos también ha integrado objetivos de diversidad e igualdad con los objetivos de negocio, aumentando la presencia de mujeres en puestos técnicos y directivos, alcanzando un 32% en 2023.

**Atos está invirtiendo en tecnologías innovadoras como tecnologías cuánticas. ¿Cómo estas inversiones contribuyen al compromiso de la empresa con la sostenibilidad? ¿Cuáles son los beneficios medioambientales de estas tecnologías y cómo se alinean con los objetivos de descarbonización de Atos?**

Atos promueve una computación cuántica más ecológica, que resolverá problemas complejos de forma más eficiente que las tecnologías tradicionales. Aunque la computación cuántica a gran escala aún está en desarrollo, los dispositivos cuánticos intermedios ya ofrecen un consumo energético inferior al de los sistemas clásicos.

Atos trabaja con socios para estimar el rendimiento y consumo de energía de los algoritmos cuánticos, lo que permitirá a los clientes reducir su huella de carbono y acelerar sus objetivos de descarbonización.

**En sus centros de procesamiento de datos (CPD), Atos ha implementado soluciones como el “free cooling” y el encapsulamiento del frío. ¿Qué resultados han obtenido hasta ahora con estas soluciones en términos de ahorro energético y reducción de la huella de carbono?**

El sector de infraestructuras IT representa alrededor del 3% de las emisiones globales de CO<sub>2</sub>, y aproximadamente la mitad de estas provienen de los centros de datos. Atos ha implementado mejoras en sus Data Centers durante más de 20 años, adoptando soluciones como la reducción del PuE (Power Usage Effectiveness), el uso de energía renovable en el 100% de los centros en Europa y la optimización del consumo energético mediante en-



## El 3% de las emisiones globales de CO<sub>2</sub> proviene del sector de infraestructuras IT y la mitad de ellas son de los centros de datos

friadores más ecológicos y sistemas automatizados. Estas medidas han logrado una reducción significativa en el consumo de energía y las emisiones de carbono.

**Atos se ha comprometido a reducir sus emisiones en un 50% para 2025 y alcanzar el cero neto para 2039. ¿Cómo planea la empresa alcanzar estos objetivos tan ambiciosos?**

Atos tiene un compromiso firme con la descarbonización, con el objetivo de reducir sus emisiones en todos los ámbitos del Protocolo GHG en un 50% para 2025 en comparación con 2019. Esto incluye la mejora de indicadores medioambientales en sus infraestructuras, una cadena de suministro más eficiente, la implementación de la circularidad en sus operaciones y el análisis de im-

pactos y riesgos medioambientales. La empresa también promueve la gestión del carbono y la sostenibilidad en sus unidades de negocio, asegurando que la descarbonización sea un objetivo central en todos los niveles.

**La sostenibilidad y la tecnología digital están cada vez más interrelacionadas. ¿Cómo visualiza Atos el papel de la tecnología digital en la creación de un futuro más sostenible y cómo planea la empresa seguir innovando para liderar este cambio?**

La infraestructura IT tiene un impacto significativo en las emisiones globales, pero también ofrece un enorme potencial para reducirlas. Atos ha identificado que la eficiencia energética, la extensión de la vida útil de los dispositivos y la optimización de los servicios IT pueden reducir las emisiones hasta en un 25%. Además, la empresa investiga cómo las tecnologías digitales pueden generar nuevas oportunidades para mejorar la sostenibilidad empresarial. Atos ha sido reconocida como líder en sostenibilidad en servicios IT, implementando tecnologías para reducir el consumo de energía y mejorar la eficiencia operativa, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad ambiental y social.

A través de la optimización de dispositivos y la concienciación de sus empleados, Atos sigue innovando y liderando el cambio hacia un futuro digital más sostenible, demostrando que la tecnología es un motor clave para la descarbonización y el progreso social. ▲

# RECTIFICAR o PORTAZO nuclear

Los acuerdos de **Microsoft, Google y Amazon** con desarrolladores de reactores modulares pequeños para impulsar y abastecer a sus centros de datos reavivan un debate energético en **España**:

**¿Es el momento de eliminar el 'veto' a la energía nuclear desde Moncloa?**

Texto de **Cristina Mendoza**



# 2027-2035

Período previsto para el cierre de las centrales nucleares en España, según el PNIEC



Los reactores modulares pequeños (SMR) son la gran apuesta energética para gigantes como Microsoft, Google y Amazon. La tecnología promete ser una solución que, además de barata, será mucho más fácil de construir que las tradicionales centrales nucleares, lo que genera un gran interés no solo en Estados Unidos, sino en el resto de países que apuestan con fuerza por su soberanía energética.

En Europa, hay una tendencia creciente hacia nuevas tecnologías como los SMRs. En países como Francia, Inglaterra, República Checa, Polonia, Finlandia y Suecia se están ofreciendo incentivos para crear nuevos actores o asociaciones en proyectos industriales. Un escenario que no se replica en España, donde “las políticas actuales a nivel estatal no fomentan el desarrollo de tecnologías SMR ni sus aplicaciones. Esto es lamentable, ya que la industria nuclear española cuenta con numerosos centros de excelencia”, asegura Edouard Hourcade, presidente de Blue Capsule, a *Business People*.

El auge de los SMR llegará en los próximos cinco o seis años, prevé Hourcade. “El sector nuclear observa con interés los anuncios de Google y Amazon sobre inversiones en

tecnologías de reactores de alta temperatura. Ahora bien, aún debemos esperar para ver si esta dinámica se limita a las empresas tecnológicas o si también vemos demanda en otras industrias de Estados Unidos. Por ejemplo, Dow Chemicals ya ha firmado acuerdos para instalar reactores de alta temperatura (HTR) *in situ* y satisfacer sus necesidades tanto eléctricas como de calor para procesos”.

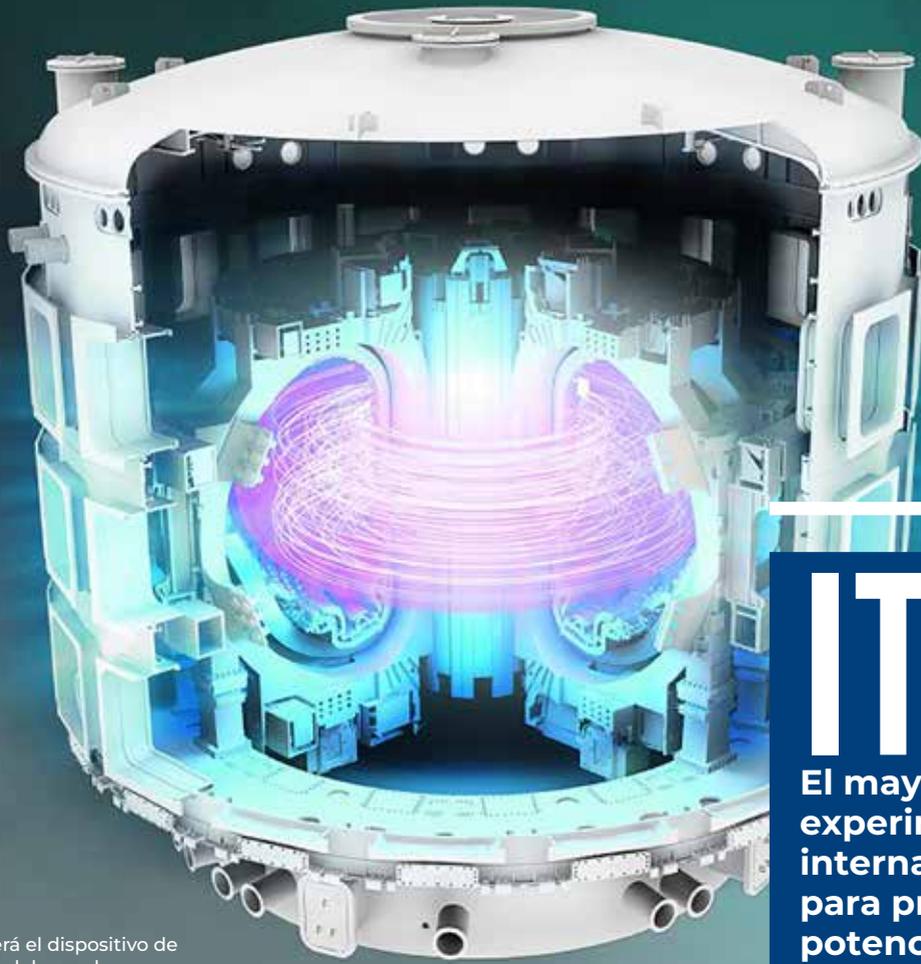
Irónicamente, España es “el único país del mundo con planes de cierre de su flota nuclear”, indica Xavier Jardí, presidente del grupo de trabajo de SMR de la Plataforma Tecnológica de Energía Nuclear de Fisión (CEIDEN). Un ‘portazo nuclear’ que queda reflejado dentro del *Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC)*, donde se contempla el cese ordenado y escalonado de la explotación del parque nuclear entre los años 2027 y 2035.

“El resto de los países con instalaciones nucleares tiene planes de extensión de operación y/o nueva construcción. Es curioso, porque la estrategia del PNIEC persigue maximizar la diversificación de fuentes de energía. Pero aparte de las renovables e hidráulica, ¿qué otras fuentes de energía están libres de emisiones?”, cuestiona Jardí.

La decisión de España de abandonar la energía nuclear podría afectar su competitividad. Para Hourcade, el número de “usuarios finales” que estén interesados en tecnologías nucleares irá creciendo, especialmente entre los productores de carbonato de sodio y amoníaco, así como en la industria química y metalúrgica, donde se vive un proceso de descarbonización y donde la electrificación no siempre es viable por costes o disponibilidad.

“Centros de datos, minas aisladas, papeleras, acerías, pe-





El Tokamak ITER será el dispositivo de su tipo más grande del mundo, con un volumen de plasma de 840 m<sup>3</sup>

# ITER

El mayor experimento internacional para probar el potencial de la energía de fusión

troquímicas, navieras...son sólo algunos ejemplos de usuarios que ven en los SMR una alternativa viable para descarbonizarse sin necesidad de depender del almacenamiento en baterías. O, al menos, para buscar soluciones integradas donde se combinen las energías renovables con el almacenamiento y la energía nuclear”, añade Jardí al listado.

“Las industrias difíciles de descarbonizar, y los países que las albergan, necesitan fuentes de energía confiables para evitar una desindustrialización que ya está ocurriendo en Europa”, alerta el presidente de Blue Capsule. Una tendencia que hace preguntarse: ¿Qué debe hacer España para ponerse a la par de sus vecinos europeos en materia de SMR?

## ASIGNATURAS PENDIENTES

El presidente del grupo de trabajo de SMR de la CEIDEN cree que “el principal desafío es institucional”, donde echa de menos un mayor apoyo por parte de las administraciones para que los profesionales puedan hacer su trabajo. Sin embargo, también existen desafíos técnicos como la estandarización.

“Para desarrollar SMR es necesario estandarizar los procesos de construcción de componentes, de manera que se

puedan fabricar en serie para reducir costes de producción y facilitar la entrada a la cadena de suministro a nuevas empresas”, explica Jardí. Y añade que “desde el punto de vista regulatorio, deben establecerse mecanismos ágiles de licenciamiento, que en muchas ocasiones son el cuello de botella de la transición energética”.

A su entender, Canadá es un buen ejemplo a seguir, donde “regulador ofrece servicios de pre licenciamiento donde, desde etapas tempranas de diseño, el regulador se involucra en los análisis y revisiones que facilitan el posterior licenciamiento de nuevas tecnologías nucleares; Canadá ya está construyendo SMR con el visto bueno del regulador, la CNSC (Canadian Nuclear Safety Commission)”.

Desde la perspectiva económica, el experto considera que “bastaría con establecer un marco fiscal razonable que no asfixie a la industria nuclear”. En este sentido, recuerda que “entre 2025 y 2035, la carga fiscal supondrá más de un 40% de los costes totales del parque nuclear, incluyendo cargas fiscales redundantes sin un fin justificado”.

Aunque resulta difícil medir el impacto que tendrían los SMR en la economía nacional, Jardí cree que ayudarían “a reducir significativamente el precio de la energía para →

el contribuyente” y tendrían un “impacto enorme en la economía local y generación de empleo”.

“Un estudio reciente sobre la economía europea indica que cada euro gastado en energía nuclear genera cinco euros adicionales en el PIB de la UE, y cada puesto de trabajo directo creado en la industria nuclear crea 3,2 puestos de trabajo en la economía de la UE en su conjunto. Basta recorrer los municipios cercanos a instalaciones nucleares, muchos de ellos localizados en la ‘España vaciada’, para comprobar el impacto que tiene en la economía local y en la cadena de valor. Además, por la naturaleza altamente técnica de esta tecnología, se trata de empleos de alta capacitación y valor”, detalla el experto de la CEIDEN.

### ¿TECNOLOGÍA PELIGROSA?

La energía nuclear suele conllevar un miedo a su impacto medioambiental. Hourcade pide ver la ‘fotografía’ completa para reducir las preocupaciones. “Actualmente, hay unos 415 reactores nucleares en operación en todo el mundo, que han acumulado más de 20.000 años de funcionamiento. Si analizamos los únicos tres accidentes industriales significativos en la historia de la energía nuclear (Three Mile Island, Chernóbil y Fukushima), las cifras de fatalidades son pequeñas en comparación con los accidentes en los sectores

de petróleo, gas y, especialmente, carbón”.

Respecto a los residuos, el presidente de Blue Capsule alega que “se almacenan de forma segura y regulada en todo el mundo, algo que no sucede con los desechos tóxicos del carbón. Además, el combustible nuclear gastado puede reutilizarse como recurso para generar más energía, y varios actores de la industria ya están aprovechando esta oportunidad”.

Para Jardí, “los SMR van un paso más allá. Tienen una serie de características de seguridad muy interesantes. Por ejemplo, se diseñan con principios de seguridad pasiva. Para que el reactor realice su función de seguridad (por ejemplo, refrigerar el núcleo para que no se funda) no es necesario actuar sobre éste de manera activa, sino que es el propio reactor quien se autorefrigera por convección natural o mediante circuitos pasivos de refrigeración que actúan solos”.

Aún es pronto para predecir el panorama energético europeo en la próxima década, más aún porque las nuevas tecnologías de los SMR llegarán después de 2030 y, posteriormente, la de los reactores de fusión. Con la avalancha de la electrificación avanzando en Europa, lo que se traduce en un aumento masivo en la capacidad de producción de energías renovables y nueva energía nuclear, España deberá tomar una decisión: Rectificar o completar su portazo nuclear.

© Freepik



## ENERGÍA 'ESTELAR'

MARC LACHAISE, DIRECTOR DE FUSION FOR ENERGY (F4E), EXPLICA EL GRAN POTENCIAL DEL ITER, EL EXPERIMENTO DE FUSIÓN MÁS GRANDE DEL MUNDO



### ¿Qué papel juega el F4E?

Fusion for Energy (F4E) es la organización de la UE que ayuda a Europa a aprovechar su potencial en el campo de la fusión. Recibe financiación del presupuesto de la UE y cuenta con más de 400 empleados ubicados en las ciudades de Barcelona (España), donde se encuentran sus oficinas centrales, Garching (Alemania) y Cadarache (Francia). Nuestra principal tarea es aportar la contribución de Europa a ITER, el mayor experimento internacional para probar el potencial de la energía de fusión. Paralelamente, hemos sido responsables de coordinar la participación europea en JT-60SA, un dispositivo cofinanciado con Japón que ayudará a la comunidad científica a estudiar las operaciones de plasma. Otro proyecto digno de mención en el que participamos es DONES, ubicado en Granada (España), que nos permitirá probar y calificar materiales

para futuras plantas de energía de fusión.

### ¿Cómo progresa ITER?

En el Consejo ITER reconocimos el buen progreso del proyecto y acordamos el enfoque general del nuevo plan. Este año celebramos la finalización de todas las bobinas Toroidales y Poloidales, los imanes superconductores que confinarán el plasma de ITER. ITER desempeña un papel clave en la hoja de ruta de la fusión al probar tecnologías como ninguna otra máquina. Además, ha revolucionado el ecosistema de la fusión, haciéndolo más orientado a los negocios y estratégico para los responsables políticos.

¿Qué impacto ambiental tiene ITER?

La fusión no emite gases de efecto invernadero ni genera residuos radiactivos de larga duración. Los materiales pueden reciclarse o reutilizarse en un plazo de 100 años.

### ¿Cuáles son los beneficios

### de la energía de fusión?

La fusión es el proceso que impulsa el sol y otras estrellas. Aprovecharla en la Tierra como fuente de energía es un gran desafío científico y tecnológico cuyos beneficios potenciales son enormes:

Los combustibles necesarios están ampliamente disponibles, reduciendo el riesgo de tensiones geopolíticas y con suministros suficientes para durar millones de años. Pequeñas cantidades de combustible pueden generar grandes cantidades de energía: 60 kg de combustible de fusión pueden proporcionar la misma cantidad de energía que 250.000 toneladas de petróleo. Los reactores serían inherentemente seguros, sin riesgos para las poblaciones cercanas.

Las plantas de fusión proporcionarían electricidad de base, complementando la energía producida por

fuentes renovables.

### ¿Cómo imagina la combinación energética de Europa y España en el futuro?

Necesitamos una combinación energética diversa para ser más autosuficientes y neutrales en carbono. España ya ha alcanzado un 60% de electricidad de fuentes renovables en 2024. También debemos explorar otras fuentes de energía que no emitan CO2, como es la fusión nuclear, cuyo desarrollo impulsamos desde F4E con el objetivo de mitigar el cambio climático.

### ¿Qué beneficios económicos genera la inversión en fusión?

La contribución de F4E a ITER tiene un impacto económico significativo, generando retornos casi equivalentes en valor añadido bruto en la economía de la UE y creando 34.000 años de empleo entre 2008 y 2017.

IFMIF-DONES es el responsable del proyecto del acelerador de partículas de Granada que se construye en Escúzar



@IFMIF-DONES

BUSINESS IS BUSINESS



# U.S. POLO ASSN.

SINCE 1890



Follow us on  
**Instagram**  
@uspoloassneur

# UN FUTURO EN MARCHA

Palabra de:

**Edison Next**

Cómplices en la evolución

**Google**

La IA como aliado

**Ferrero**

Dulce compromiso

**illycaffè**

Taza a taza hacia el futuro

Edison Next

# Cómplices en la evolución

**Giovanni Brianza**, CEO de Edison Next, ahonda en su compromiso con las empresas en España en su transición hacia la sostenibilidad. Un ejemplo destacado es el emblemático proyecto con Pascual, que busca lograr la neutralidad en carbono (Net Zero) en dos de sus principales plantas para 2026

Texto de **Tito Rossi**

# L

La sostenibilidad forma parte del ADN de Edison Next. La empresa del Grupo Edison nació en 2022 con la misión de acompañar a empresas, administraciones públicas y territorios en su camino hacia la descarbonización y la transición ecológica. Edison Next opera en Italia y España, con más de 3.700 empleados en 2.300 instalaciones públicas y privadas, 300 ciudades y más de 70 sitios industriales. Para esta compañía, la sostenibilidad no solo significa reducir el impacto ambiental, sino también preservar la competitividad de sus clientes y garantizar impactos positivos a nivel social para los territorios. Giovanni Brianza, CEO de Edison Next, explica cómo abordar este desafío.

**El tema de la energía está cobrando cada vez más importancia. ¿Cuáles son las dimensiones fundamentales en las que actuar para alcanzar los desafiantes objetivos de descarbonización que enfrentamos?**

La transición energética es un desafío que se articula en cuatro dimensiones. La tecnológica, porque la transición no se realiza con una sola tecnología, sino con muchas. Es necesario construir trayectorias que combinan soluciones ya maduras, como la eficiencia energética y la energía fotovoltaica, con tecnologías de mediano plazo, como el biometano, y con otras más futuristas, en las que es necesario invertir para crear el futuro de la transición, como la captura de carbono y el hidrógeno.

La segunda dimensión, que desde mi punto de vista es fundamental y caracteriza nuestra actividad diaria, es el territorio: hablar de transición energética significa involucrar a los territorios donde se desarrollan las actividades y activar un diálogo constructivo para crear las condiciones necesarias que permitan la transición energética.

La tercera dimensión es la financiera: aquella que las industrias querrán asignar a la descarbonización, aquella que el sector público debe destinar, especialmente a las tecnologías menos maduras, y aquella que los operadores energéticos, como nosotros, pueden poner a disposición para hacer posible la transición energética.

El último ingrediente necesario son las competencias: es indispensable formar a un número cada vez mayor de profesionales capaces de enfrentar los numerosos desafíos de la descarbonización. Estas cuatro dimensiones subrayan la importancia de crear un sistema integrado entre todos los actores en los territorios y construir un diálogo y un intercambio que se articule en tres niveles: ambiental, social y de competitividad.



**G** GIOVANNI  
BRIANZA

Se graduó en ingeniería mecánica en el Politécnico de Milán y obtuvo un MBA en la Escuela de Dirección Empresarial de la Universidad Bocconi. Es miembro de la Unión Industrial de Turín y miembro del Comité Asesor del Idivest Smart City Venture Fund.

**¿Puede explicar cómo se concreta su compromiso en este ámbito?**

Edison Next nació precisamente con la misión de acompañar a empresas, administraciones públicas y territorios en un proceso de descarbonización que respalde los tres niveles: ambiental, social y de competitividad. Lo hacemos a través de una plataforma de servicios, tecnologías y competencias que abarca desde soluciones para la autoproducción y el intercambio de energía, y la eficiencia energética, hasta el desarrollo de gases verdes como el hidrógeno y el biometano, soluciones para la movilidad sostenible que incluyen todos los vectores (eléctrico, hidrógeno y biometano), proyectos de regeneración urbana y ciudades inteligentes, y soluciones para la economía circular que ayudan a nuestros clientes a utilizar los recursos de manera más consciente y sostenible. Establecemos relaciones de asociación a largo plazo, construyendo para cada cliente un camino de →

2.300

Número de instalaciones públicas  
y privadas en las que trabajan los  
3.700 empleados del grupo

descarbonización que se adapte a sus necesidades específicas y que implemente con el tiempo la combinación de tecnologías más eficaz para alcanzar los objetivos de descarbonización sin comprometer su competitividad.

**¿Puede relatar un caso concreto de un proyecto exitoso de descarbonización iniciado por Edison Next en España?**

Un caso ejemplar es el iniciado con Pascual, un grupo español dedicado a la producción de leche y alimentos sostenibles, saludables y 100% locales, que eligió a Edison Next para implementar un plan de descarbonización en sus plantas de Aranda de Duero, cerca de Burgos, y Gurb, en la provincia de Barcelona. El objetivo es que ambos sitios alcancen el nivel de emisiones netas cero para 2026.

El plan de descarbonización comenzó con una serie de intervenciones de mejora de la eficiencia energética, como la optimización del aire comprimido y la recuperación de residuos industriales. Continuó con la introducción de soluciones de autoproducción de energía renovable y para la economía circular. En particular, en abril de 2022 se instaló en la planta de Gurb un sistema fotovoltaico con una potencia pico de aproximadamente 1,4 MW, que, gracias a más de 3.000 paneles fotovoltaicos instalados en el techo, cubre alrededor del 14% de las necesidades energéticas del sitio. Posteriormente, en noviembre de 2024, se puso en opera-

ción un sistema fotovoltaico en la planta de Aranda con una potencia pico de aproximadamente 2,7 MW, que cubre casi el 6% de las necesidades energéticas de esa instalación. También en Aranda se llevaron a cabo intervenciones que permiten la recuperación de aguas industriales, contribuyendo a preservar este valioso recurso, y está en curso la mejora de la planta existente de producción de biogás para convertirla en una instalación de producción de biometano que pueda ser inyectado en la red. En conjunto, las intervenciones en ambos sitios permiten evitar la emisión de aproximadamente 24.000 toneladas de CO<sub>2</sub> al año y acercarse al objetivo de emisiones netas cero.

**Edison Next también presta gran atención a los aspectos sociales de la sostenibilidad. En este ámbito, está llevando a cabo un ambicioso proyecto relacionado con las escuelas. ¿En qué consiste?**

Es un proyecto que valoro mucho, ya que tiene un impacto en el futuro de las nuevas generaciones y convierte la energía en el motor del desarrollo, también social, de los territorios. La idea surgió de mi experiencia como padre de dos niños pequeños: gestiono su logística vespertina con la misma dificultad que ese 48% de parejas italianas en las que ambos padres trabajan y deben organizar las actividades extracurriculares de sus hijos, como deporte, catequesis o idiomas. Decidimos analizar la situación actual de las escuelas ita-





Edison Next nació con la misión de acompañar a empresas, administraciones públicas y territorios de forma global en sus procesos de descarbonización

lianas, especialmente las primarias y secundarias de primer grado, con el objetivo de mejorarlas para convertirlas en lugares aún más centrales en la vida de la comunidad. Estamos hablando de 24.000 edificios con una edad promedio de 56 años y recursos limitados. Por ejemplo, solo el 43% tiene un gimnasio y el 36% una cafetería, y son poco eficientes desde el punto de vista energético; apenas el 7% ha llevado a cabo intervenciones de eficiencia energética.

Los espacios están sobredimensionados porque fueron diseñados en la época del baby boom, mientras que hoy nacen menos de 400.000 niños al año, con una tendencia a la baja. Basándonos en estas consideraciones, hemos construido un modelo innovador de escuela que optimiza los espacios existentes y genera oportunidades para estudiantes y comunidades, manteniendo la coherencia con el sistema educativo actual y la plena propiedad por parte de los municipios.

Para lograrlo, primero es necesario extender el horario de apertura de los edificios escolares, cubriendo las tardes y parte del verano, maximizando así el uso de una infraestructura que hoy se aprovecha sólo el 20% del tiempo. Además, se requieren intervenciones de infraestructura y eficiencia

## 1,4 MW de capacidad en el parque solar instalado en Gurb para ayudar a Pascual en su proceso de descarbonización

energética para transformar estas estructuras en instalaciones energéticamente eficientes, equipadas con espacios educativos, deportivos y multifuncionales necesarios para las actividades extracurriculares destinadas tanto a estudiantes como a la comunidad en general. Estas acciones podrían reducir el consumo energético de las escuelas en un 25%, liberando recursos por 250 millones de euros al año y evitando la emisión de aproximadamente 630.000 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales.

Los 13.000 millones de euros de inversión podrían cubrirse hasta en un 50% con inversiones privadas. Este modelo, que combina la colaboración público-privada, permite que las escuelas evolucionen y se conviertan cada vez más en puntos de referencia para barrios y ciudades. ▲

**F** FRANCO MARTINO

Tras una destacada carrera profesional en diversas áreas de marketing, medios y comunicación, desde 2020 ocupa el cargo de director de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales para España y Portugal en Ferrero

A portrait of Franco Martino, a middle-aged man with grey hair and a goatee, wearing a dark suit jacket over a white shirt. The background is a green-tinted illustration of mechanical watch parts.

# 86%

Porcentaje de la energía utilizada por la firma italiana que proviene de fuentes renovables

# Dulce compromiso

**Franco Martino**, director de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Ferrero Ibérica, detalla cómo la compañía trabaja para alcanzar sus ambiciosos objetivos de sostenibilidad para 2030

Texto de José A. Puglisi

# C

Con metas claras y ambiciosas para 2030, como la reducción del 50% de emisiones absolutas en los ámbitos 1 y 2 y el uso del 100% de energía renovable en todas sus plantas, Ferrero Ibérica refuerza su compromiso con la sostenibilidad. Más del 90% de sus envases ya son reciclables, reutilizables o compostables, mientras que iniciativas sociales como el *Michele Ferrero Entrepreneurial Projects* impactan comunidades vulnerables en tres continentes. La compañía combina innovación, colaboración y responsabilidad para liderar un modelo integral de sostenibilidad ambiental, social y económica.

**Ferrero ha definido objetivos ambiciosos para 2030, como la reducción de emisiones absolutas en un 50% en los ámbitos 1 y 2. ¿Qué pasos concretos están tomando para garantizar que estas metas se cumplan dentro del plazo establecido?**

Se trata de objetivos ambiciosos, pero racionalmente alcanzables. Trabajamos de forma estructurada, analizando de forma constante los resultados y su conformidad con la hoja de ruta que hemos trazado. Es un trabajo que involucra todo nuestro sistema y es realizado empleando competencias específicas internas y externas.

**Actualmente, el 86% de la energía utilizada por Ferrero proviene de fuentes renovables. ¿Qué barreras enfrentan para alcanzar el 100% en todas las plantas de producción globales?**

Las barreras existen para ser superadas. Promovemos la transferencia constante de *know-how* y *expertise* desde las plantas de producción más adelantadas en el programa de conversión a las otras, de forma que la estandarización de nuestro modelo acelere la consecución del resultado global.

**¿Existen planes para expandir las inversiones en infraestructuras renovables fuera de Europa, donde ya se opera al 100% con energía limpia?**

Claro. Se trata de un programa único para todo nuestro ecosistema. En Europa tenemos políticas energéticas y unas infraestructuras externas más desarrolladas que en otros continentes, pero los avances tecnológicos y la velocidad de transmisión y adaptación de los sistemas a la misma permitirán completar nuestro plan.

**Más del 90% de los envases de Ferrero son reciclables, reutilizables o compostables. ¿Qué iniciativas específicas están en marcha para abordar el porcentaje restante y cumplir con objetivos más estrictos?**

Debemos precisar que alcanzaremos el máximo resultado posible en el respeto de la seguridad y de la preservación de la calidad de los alimentos que producimos.

Empleamos el eco-design y adoptamos en el desarrollo y la planificación de nuestro envasado, la que hemos definido como *Estrategia 5 R: remove, reduce, reuse, recycle, renew*, destinada a alcanzar los más altos →



niveles de calidad y frescor y a minimizar la cantidad de residuos generados. Las 5 R se encuentran entre los principios identificados por Ferrero como fundamentales para guiar el diseño de nuestros envases desde una perspectiva ecológica y de educación de nuestros consumidores, que son partícipes de la correcta gestión de los envases.

**Ferrero ha establecido protocolos estrictos para la obtención de materias primas como cacao y avellanas. ¿Cómo verifican el cumplimiento de estos estándares en regiones sensibles desde el punto de vista ambiental y social?**

Se trata de procesos complejos y articulados que involucran instituciones, entidades certificadoras, entidades de control acreditadas y ONG que monitorean y vigilan toda la cadena de valor para que los protocolos se actúen de forma real. Es posible conocer todos los detalles de esta compleja tarea en nuestro informe anual de sostenibilidad visitando nuestra web [www.ferrerosustainability.es](http://www.ferrerosustainability.es)

**El Michele Ferrero Entrepreneurial Projects apoya comunidades vulnerables. ¿Cómo priorizan las**



El proyecto *Emprendedor Michele Ferrero* aspira a crear nuevo empleo y a respaldar iniciativas sociales que protegen la salud, la educación y el desarrollo social de niños, niñas y jóvenes en Camerún, India y Suráfrica



## Más del 90% de los envases de Ferrero son reciclables, reutilizables o compostables

### áreas y proyectos donde se destinan recursos?

Actuamos allí donde estamos presentes y podemos garantizar el resultado directo de nuestros esfuerzos. El proyecto *Emprendedor Michele Ferrero* aspira a crear nuevo empleo y a respaldar iniciativas sociales que protegen la salud, la educación y el desarrollo social de niños, niñas y jóvenes en Camerún, India y Suráfrica. Países donde somos presentes con actividades industriales y donde empleamos parte de los beneficios en la creación de infraestructura y de programas necesarios para la evolución y la emancipación de las comunidades locales.

Es una de las vertientes de la sostenibilidad, que entendemos no únicamente en el ámbito medioambiental, sino también económico y social (Michele Ferrero



Entrepreneurial Projects activities).

### A medida que se acercan a 2030, ¿qué desafíos clave anticipan para cumplir con sus objetivos de sostenibilidad y cómo planean enfrentarlos?

Los desafíos son constantes y dependientes de la evolución de la sociedad y de su consciencia ética. Como empresa planetaria asumimos el deber y el rol de ser no únicamente un actor partícipe, sino un actor proactivo que puede contribuir con sus avances, sus conocimientos y sus capacidades en ayudar a las instituciones a tomar las adecuadas decisiones y adoptar las estrategias necesarias que permitan conseguir resultados concretos y afirmar el valor de la sostenibilidad como patrimonio ético de la humanidad. ▲

Google

## La IA como aliado

**Adam Elman**, director de Sostenibilidad en EMEA, destaca los esfuerzos que permitirán a sus oficinas y región cloud en España funcionar con un 90% de energía libre de carbono en 2025

Texto de **José A. Puglisi**

Google está trabajando para alcanzar ambiciosos objetivos medioambientales, como la meta de cero emisiones netas en todas sus operaciones y cadena de valor para el año 2030 o que todos sus centros de datos y complejos de oficinas funcionen con energía libre de carbono las 24 horas del día, los 7 días de la semana. ¿Su gran aliado? la Inteligencia Artificial.

### ¿Qué uso está haciendo Google de la IA para operar de una forma más sostenible?

Google está capitalizando la IA en varias líneas para hacer nuestras operaciones más sostenibles, especialmente en los centros de datos. La eficiencia energética de los centros de datos de Google es, de media, 1,8 veces superior a la de los centros de datos corporativos típicos. Si los comparamos con los centros de datos que existían hace 5 años, ofrecen casi 4 veces más potencia de cálculo para una misma cantidad de energía eléctrica. A continuación, algunos ejemplos concretos de cómo utilizamos la IA para aumentar la eficiencia: Utilizamos IA para predecir la producción de energía eólica y así aumentar su valor; y hemos aplicado IA a la creación de una plataforma de computación que optimiza las emisiones de carbono. En concreto, nos ayuda a desplazar tareas de computación móviles entre distintos centros de datos, en función de la disponibilidad regional horaria de energía libre de carbono (CFE). De este modo, se reducen

las emisiones y contribuimos a que las redes eléctricas puedan funcionar de forma más fiable para atender las necesidades de las comunidades locales.

### En España han alcanzado un 76% de cobertura horaria con energía libre de carbono. ¿Qué pasos habría que dar para alcanzar un porcentaje superior al 90%, como ocurre en Francia, Suiza o Reino Unido?

Como he comentado, la IA abre interesantes oportunidades para seguir haciendo más sostenible nuestras operaciones en todo el mundo. En España tenemos una oficina y una región de nube, y queremos seguir avanzando en el uso de energía libre de carbono. De hecho, hace un par de años anunciamos que nuestras oficinas y la región de nube en España van camino de funcionar, aproximadamente, con un 90% de energía libre de carbono en 2025. Este es el resultado de nuestros proyectos de energía limpia, que además aportan energía limpia adicional a la red.

### ¿Qué objetivos específicos de sostenibilidad tiene Google en España?

A lo largo de los años hemos ido desarrollando soluciones y colaborando con socios de todo el mundo con el fin de avanzar en nuestros objetivos de sostenibilidad. Somos conscientes de que esta labor va más allá de simplemente desarrollar nuestras actividades de forma sostenible. Por ello, colaboramos con nuestros socios y clientes, y proporcionamos información a empresas, ciudades, administraciones públicas, organizaciones e investigadores, para ayudarles a reducir sus emisiones y propiciar avances tecnológicos que hagan posibles nuevas acciones por el clima. De hecho, nuestra plataforma *Environmental Insights Explorer* (EIE) proporciona datos climáticos de utilidad a más de 40.000 ciudades y regiones de todo el mundo, entre ellas cinco →

**A** ADAM  
ELMAN

El director de Sostenibilidad de Google para Europa, Oriente Medio y África (EMEA) cuenta con más de 15 años de experiencia impulsando la sostenibilidad en organizaciones como Amazon y Marks & Spencer

**5**  
gigavatios de energías  
limpias de nueva instalación  
en las regiones clave

de España (Barcelona, Murcia, Vitoria, Zaragoza y Calviá). En 2021, Madrid fue una de las 9 ciudades europeas que participó en la evaluación de los datos sobre transporte de EIE que realizó ICLEI. Esta iniciativa estudió cómo pueden los datos de EIE prestar apoyo a las ciudades en sus esfuerzos por reducir las emisiones del transporte a nivel local y promover una movilidad urbana sostenible. Asimismo, sabemos que administrar bien el agua es esencial para Google y para las comunidades de las que formamos parte. En España, nos hemos asociado con la Fundación Naturaleza y Hombre para crear balsas de riego y limpiar la vegetación de la Reserva Biológica de Sierra de Gata. Estas iniciativas ayudarán a mejorar la salud de los bosques y a reducir el riesgo de incendios en la cuenca hidrográfica que rodea el complejo de oficinas de Google en Madrid. Además, proporcionamos a las personas las herramientas que necesitan para actuar. Por ejemplo, cuando un usuario busca información porque quiere comprarse un coche o un electrodoméstico, o cuando reserva un vuelo, el Buscador presenta contexto adicional sobre la sostenibilidad de las distintas opciones.

Por su parte, Maps ofrece a los usuarios rutas ecológicas para sus desplazamientos; es decir, les da la opción de elegir un camino alternativo con mayor eficiencia energética, si no coincide con la ruta más rápida.

**¿Cómo trabaja Google con sus proveedores en España para garantizar prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro?**

Estamos haciendo avances importantes en materia de sostenibilidad en todas nuestras operaciones globales: compramos más energía limpia que nunca, trabajamos con nuestros principales proveedores para reducir sus emisiones, hemos triplicado nuestros esfuerzos de reposición de agua y hemos eliminado por completo los embalajes de plástico de nuestros productos.

**El objetivo de Google es alcanzar cero emisiones netas en todas las operaciones y en la cadena de valor para 2030. ¿Es un objetivo viable de aquí a seis años? ¿Cuáles serán las iniciativas clave que les permitirán alcanzar este objetivo?**

Seguimos comprometidos con nuestro objetivo de llegar



Google alcanzó un acuerdo con la empresa eléctrica de Nevada, NV Energy para incrementar el suministro de energía geotérmica a sus centros de datos, pasando de 3,5 MW a 115 MW en un plazo de seis años. En el marco de este acuerdo, NV Energy colaborará con el desarrollador geotérmico Fervo Energy para asegurar el abastecimiento

a cero emisiones netas para 2030. Todo ello complementado con el propósito de funcionar con CFE las 24 horas al día, los 7 días a la semana, en todas las redes donde operamos. Además, trabajamos para avanzar en la administración del agua y crear una economía circular, así como restaurar y mejorar la naturaleza y la biodiversidad. Un futuro sostenible requiere un cambio a nivel de sistemas, políticas públicas sólidas y nuevas tecnologías. A pesar de los progresos que estamos realizando, nos enfrentamos a retos importantes en los que estamos trabajando de forma activa. Por ejemplo, aunque hemos avanzado en el uso de energía limpia en muchas de las redes donde operamos, todavía hay algunas regiones difíciles de descarbonizar, como Asia-Pacífico, donde no es fácil disponer de CFE. Para seguir impulsando el progreso hacia una economía con bajas emisiones de carbono, recientemente introdujimos una tasa de transición limpia, que reúne a clientes y empresas de servicios públicos

## 5.000 millones se invertirán en energía eólica, solar y tecnologías facilitadoras



para impulsar nuevos proyectos de energía limpia en Estados Unidos, y anunciamos una inversión para hacer posible 1 gigavatio de nueva capacidad solar en Taiwán. A nivel mundial, nos hemos comprometido a invertir y desplegar 5 gigavatios de energías limpias de nueva instalación en todas las regiones clave de nuestra cadena de suministro. Esperamos que este compromiso se traduzca en una inversión de más de 5.000 millones de dólares en nueva energía eólica, solar y otras energías limpias y tecnologías facilitadoras, lo que beneficiará a todos. ▲



La eficiencia energética de los centros de datos de Google es, de media, 1,8 veces superior a la de los centros de datos corporativos típicos. Si los comparamos con los centros de datos que existían hace 5 años, ofrecen casi 4 veces más potencia de cálculo para una misma cantidad de energía

**D** DAVID BRUSSA

Con más de 30 años de experiencia en la reconocida empresa italiana de café, el Total Quality e Sustainability de illycaffè también ha desempeñado roles clave como Director de Aseguramiento de Calidad y Delegado para la Gestión Ambiental



95%

El porcentaje de la electricidad utilizada que procede de fuentes renovables

# Taza a taza hacia el futuro

**David Brussa**, director de Total Quality e Sustainability, defiende el sólido compromiso con la agricultura regenerativa de la firma italiana, que trabaja para mitigar los efectos del cambio climático y promover prácticas que aseguren la calidad del café y la salud del medioambiente

Texto de M<sup>a</sup> Gabriela Sivira

t

Taza a taza, illycaffè se ha consolidado como un referente en sostenibilidad. Su director de Total Quality e Sustainability, David Brussa, destaca que la empresa busca no solo preservar la biodiversidad y mejorar la calidad del suelo, sino también garantizar un futuro más verde y saludable. De ahí que, desde 2018, implementen prácticas sostenibles para mitigar los efectos del cambio climático. ¿La meta?, pues como cantaba Juan Luis Guerra: “Que llueva café en el campo”.

**illycaffè cuenta con una sólida apuesta en eficiencia energética, la mitigación de emisiones, la promoción de la agricultura regenerativa, la optimización de los recursos y materiales hídricos, la aplicación de un modelo de economía circular y la generación de impactos ambientales positivos. ¿Qué otros proyectos innovadores tienen en desarrollo?**

Todos los proyectos que mencionaste forman parte del plan de sostenibilidad que tiene como objetivo transformar a illycaffè en una empresa regenerativa. Son nuestros pro-

yectos principales orientados a minimizar el agotamiento de recursos y la contaminación a través de tecnologías limpias y mejorar la adaptación y mitigación al cambio climático mediante la salud del suelo y el fomento de la biodiversidad. Una empresa es regenerativa si crea bienestar y preserva el medio ambiente.

**En 2023, la organización en su totalidad redujo su consumo energético en un 12,9%, siendo el 95,5% de la electricidad que se utilizó procedente de fuentes renovables. ¿Qué resultados lograron en 2024? ¿Prevén que podrán alcanzar la meta de neutros en carbón antes de 2030?**

Aún estamos reportando los resultados alcanzados en 2024. illycaffè tiene como objetivo neutralizar las emisiones directas (Alcances 1 y 2) para 2033, adquiriendo energías renovables al 100% mediante certificados de garantía de origen y convertirse en Net Zero para 2050, según los requisitos de la Directiva de Información sobre Sostenibilidad Corporativa.

**¿Qué inspiró a illycaffè a adoptar la agricultura regenerativa como parte de su modelo de sostenibilidad?**

illycaffè quiere convertirse en una empresa regenerativa. La agricultura regenerativa es parte de este camino. La hemos estudiado y la estamos promoviendo porque vivimos en una era de cambio climático que puede causar varias crisis. El clima extremo en los países productores de café amenaza la cantidad y calidad de los granos, provoca →



la erosión del suelo y pérdidas financieras críticas para los más de 12 millones de caficultores en el mundo, la mayoría de los cuales son pequeños agricultores y muchos ya viven en pobreza. La agricultura regenerativa promueve las mejores prácticas de producción centradas en la sostenibilidad y la resiliencia ambiental. Secuestra carbono del aire para enriquecer la microbiota del suelo, produciendo fertilidad y defensas naturales, reteniendo agua, por lo que todo está en la ecuación: biodiversidad, reducción de emisiones, menor contaminación, menos productos químicos, menor uso de tierras y retención de agua.

**¿Por qué se eligió el Cerrado Mineiro como región para implementar la agricultura regenerativa?**

En la región del Cerrado Mineiro hemos estado trabajando codo a codo con los productores locales y con la Federación de Productores del Cerrado Mineiro durante más de treinta años. Desde 2018, les hemos compartido la urgencia de encontrar una solución a los efectos del cambio climático, sabiendo que este desafío solo se puede superar uniendo fuerzas. Hemos identificado las mejores técnicas para la adaptación, mitigación y regeneración del ecosistema, y empezaron a aplicar estas mejores prácticas regenerativas.

De esta colaboración nació la primera *Arabica Selection Brazil Cerrado Mineiro*, un café producido completamente con técnicas de agricultura regenerativa y certificado Regenagri®.

**¿Cuál es la visión de illycaffè para el futuro del cultivo de café sostenible y regenerativo?**

Seguimos viendo señales importantes que confirman cómo la agricultura regenerativa es el camino correcto hacia una producción más resiliente, capaz de garantizar productividad y calidad superior. Por segundo año consecutivo, una finca brasileña que adopta prácticas regenerativas nos ha dado el mejor café del mundo según los jueces internacionales del 9º *Ernesto Illy International Coffee Award*, el reconocimiento que illycaffè otorga a los mejores cafés del mundo, elegidos entre los cultivados en las regiones que contribuyen a la mezcla única de illy.

Creemos que este es el camino correcto para un futuro más sostenible.





El clima extremo en los países productores de café amenaza la cantidad y calidad de los granos, provoca la erosión del suelo y pérdidas financieras críticas para los más de 12 millones de caficultores en el mundo, la mayoría de los cuales son pequeños agricultores y muchos ya viven en pobreza

## Arabica Selection Brazil Cerrado Mineiro

Un café producido  
completamente  
con técnicas  
de agricultura  
regenerativa

### ¿Qué medidas se están tomando para garantizar condiciones de trabajo justas en toda la cadena de suministro?

El compromiso de operar éticamente ha sido parte del ADN de illycaffè desde su fundación. Queremos seguir representando un ejemplo positivo para toda la industria del café, perpetuando un modelo de negocio sostenible basado en principios éticos. La cadena de suministro sostenible de illycaffè se basa en 4 pilares: seleccionar y trabajar directamente con los mejores productores de café arábica; transferirles conocimiento, capacitándolos en producción sostenible de calidad respetando el medio ambiente (a través de la Universidad del Café y el trabajo de campo de agrónomos especializados); premiarlos por la calidad superior producida, reconociéndoles precios por encima del mercado, estimulando

la mejora continua; crear una comunidad de productores illy que se reúnen virtualmente en una plataforma dedicada.

Promover el respeto y la protección de los derechos humanos y luchar contra el trabajo infantil siempre han sido valores fundacionales de la empresa. Los otorgamos aplicando los principios expresados en el Proceso de Adquisiciones Sostenibles, nuestro estándar de sostenibilidad de la cadena de suministro para la compra de café certificado por DNV. Según este protocolo, monitoreamos a través de auditorías y visitas los derechos humanos, las condiciones laborales, la salud, la seguridad y el impacto social en las comunidades.

### ¿Qué papel juega la innovación tecnológica en las iniciativas sostenibles de Illycaffè en España?

En España existe una filial comercial. Vendemos solo una mezcla de café, la misma en todo el mundo y producida en la fábrica italiana de Trieste, por lo que las innovaciones tecnológicas relacionadas con iniciativas sostenibles son las mismas a nivel global.

Un ejemplo es la nueva máquina profesional ILLY X2.2 E.S.E., que asegura una calidad excepcional en la taza utilizando las cápsulas illy E.S.E., certificadas como compostables, que pueden desecharse con los residuos orgánicos. Con su diseño elegante, inspirado en lo vintage, la nueva máquina illy tiene una tecnología pensada para bares, restaurantes y hoteles que ofrecen café de alta calidad y una experiencia responsable y sostenible. ▲





# Moda inSOSostenible

## Pestaña y te lo has perdido.

Así puede definirse el concepto de **ultra fast fashion**, un modelo de negocio en el que mandan conceptos como **producción masiva**, **precios asequibles** y **disponibilidades muy cortas**. Por desgracia, otros, como la **sostenibilidad medioambiental y social**, no son muy tenidos en cuenta



Texto de **Rosario Fernández**

# E

s uno de los sectores más contaminantes del mundo. Se estima que la moda ultrarrápida supone el 10% de las emisiones globales de CO<sub>2</sub>, una cifra que podría llegar al 25% del total mundial en 2050. Unos datos nada halagüeños. El modelo de producción masiva de este negocio, que requiere lanzamientos de colecciones constantes con ciclos de vida muy cortos, y que genera residuos y microplásticos, además de un consumo intensivo de recursos, lo convierte, en todos los sentidos, en insostenible. Su base: precios muy asequibles y disponibilidades muy cortas, que generan en el consumidor las sensaciones de escasez y urgencia. Como destaca Gerard Costa, profesor titular de Esade, “es una evolución del modelo *fast fashion* o moda rápida, representado por empresas como Zara, Uniqlo o H&M, que, sin embargo, tienen una mayor orientación a calidad en ciertas colecciones o a mayor duración en campaña. Así, a modo de ejemplo, Gap introducía 12.000 referencias al año; H&M, unas 25.000, y Shein, más de 1 millón”.

Firmas como Boohoo, Zaful, Boohoo, Romwe o Cider pertenecen a este club, pero ha sido, sin duda, Shein la que ha liderado la revolución de este modelo. “Es una empresa

que genera más de 600 productos nuevos al día, que pone a la venta en menos de otros diez. Su estrategia se basa en crear un sentido de urgencia de compra a través de las redes sociales. Sus resultados son globales: 50 millones de usuarios de su *app* en el mundo, especialmente mujeres y padres con hijos jóvenes”, subraya Costa.

### La importancia de la tecnología

Y es que la tecnología ha sido fundamental en este salto de la moda rápida a la ultrarrápida. Anna Sáez de Tejada, profesora adjunta de Operaciones, Información y Tecnología de IESE Business School, destaca que “además del modelo de operaciones que ya usaba Zara en su arquetipo de moda rápida, estas compañías también añaden un uso intensivo de herramientas tecnológicas, como análisis de datos e IA, para así capturar mejor las tendencias y vender de forma más óptima al consumidor”. Este modelo operativo les facilita ofrecer una mayor variedad de productos que las demás marcas de ropa e introducir nuevas referencias a diario sin acumular grandes cantidades de inventarios. “Esto, sumado a los bajos costes de producción en China y los envíos a Europa y Norteamérica en lotes pequeños, les per-





mite ofrecer dicha variedad a precios muy, muy bajos. Así pues, el consumidor tiene acceso a una variedad casi infinita de productos diseñados para, precisamente, encajar en la moda del momento. Y a precios ridículos”, destaca Sáez de Tejada.

Pero este bajo precio para el consumidor está teniendo un precio muy alto para el medio ambiente y la sociedad, ya que moda ultrarrápida y sostenibilidad no parecen ir muy de la mano. Y es que, como apunta Costa, de Esade, “por un lado, a nivel ambiental, supone desperdicio, materiales no reciclables, sobreproducción, obsolescencia programada, uso masivo del poliéster sintético, que no es biodegradable ni reciclable, y que supone el 60% de la producción global de ropa. Y, por otro, a nivel social, se caracteriza por una elevada falta de transparencia de las condiciones laborales de sus empleados. Y lo peor es que este modelo ha pasado en cinco años de generar 2.500 millones de dólares a 66.000 millones”.

**Cadenas de valor largas, lejanas y complejas**

“Muchos de los problemas medioambientales y →



**Anna Sáez de Tejada**

Profesora adjunta de Operaciones, Información y Tecnología de IESE Business School



**Gerard Costa**

Profesor titular, investigador y decano asociado de Esade

La moda ultrarrápida podrá generar el

**25%**

de las emisiones globales de

**CO2**

en el año

**2050**

BUSINESS IS BUSINESS

sociales de la industria de la moda se derivan de cadenas de valor muy largas; muy lejanas, con proveedores de países distintos y lejanos al consumidor o a las tiendas; y muy complejas, ya que, además de los proveedores conocidos, existen subcontratas que a menudo la misma marca desconoce”, apunta Sáez de Tejada, de IESE Business School. Controlar eso es una tarea muy difícil. Se espera de las marcas que hagan el máximo esfuerzo, como monitorizar a los proveedores, hacer posible la trazabilidad del producto y hasta de las materias primas, pero está claro que no es sencillo y que los controles que hasta ahora se pudieran aplicar a empresas españolas o europeas no son suficientes.

Es cierto que las estrategias para mitigar este impacto medioambiental ya no son solo una aspiración, sino que están comenzando a implementarse de forma tangible. Pero, como señala Baruc Corazón, director académico de la Licenciatura en Diseño de Moda de IE University, “la imposición de esas regulaciones a escala global sigue siendo un desafío. La Unión Europea ha establecido un marco regulatorio avanzado, con medidas como la Estrategia de Textiles Sostenibles y Circulares, mientras que EE.UU. también está desarrollando normas para mejorar la sostenibilidad. Pero los principales centros de producción, como China e India,

La fast fashion ha pasado de generar

**2.500**  
MILLONES DE DÓLARES a

**66.000**  
MILLONES DE DÓLARES  
en cinco años

aún no están sujetos a estas regulaciones, lo que dificulta una transformación global uniforme”.

Así, se está generando una desigualdad competitiva entre las corporaciones europeas y norteamericanas y las asiáticas que hace que las cadenas de moda rápida europeas estén reorientando sus estrategias de posicionamiento y marketing. “Se ven obligadas en cierto modo a posicionarse en un *bench* de mercado más elevado que sus competidores asiáticos, al implantar políticas menos agresivas y más respetuosas con el medio ambiente y las condiciones de los trabajadores”, según Corazón.

En su opinión, muchas compañías de moda han adoptado diversas iniciativas para reducir su impacto y mejorar las condiciones laborales. Entre ellas están el uso de materiales reciclados, programas de reducción de desperdicios y prácticas de producción ética y local. Estas acciones buscan no solo disminuir la huella ambiental, sino también elevar los estándares de bienestar laboral en sus cadenas de suministro. Así, cada vez más compañías de moda están implementando políticas y controles rigurosos de sostenibilidad. “Sin embargo, la rigurosidad de estos controles varía entre empresas, dejando espacio para un avance desigual en la industria”, destaca el director de IE University.



© Enrique Escandell

**Baruc Corazón**

Director académico de la Licenciatura en Diseño de Moda de IE University

# SHEIN

## CON SHEIN LLEGÓ LA REVOLUCIÓN

SI HABLAMOS DE MODA ULTRARRÁPIDA, ES INEVITABLE HACERLO DE SHEIN. LA COMPAÑÍA CHINA HA SIDO, Y ES, LA ABANDERADA DE ESTE MODELO. ENTREVISTAMOS A **ALESSANDRA BONITO OLIVA**, RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DE LA COMPAÑÍA EN ESPAÑA.

**T**odos los expertos coinciden en señalar a Shein como el gran nombre propio en el modelo de moda ultrarrápida.

¿Cómo se define la compañía?

Nos definimos como una compañía de moda bajo demanda, debido a nuestro modelo de negocio único que nos permite ofrecer a nuestros clientes lo que realmente desean, en lugar de lo que creemos que podrían querer, avanzando hacia una industria más inteligente y preparada para el futuro.

Nuestro enfoque bajo demanda nos ayuda a ofrecer una variedad de productos accesibles sin el desperdicio que a menudo implica la sobreproducción. Al monitorear en tiempo real las preferencias de los clientes a través de nuestra aplicación y sitio web, buscamos producir los productos correctos en el momento adecuado.

**Su actividad tiene efectos en lo social y en lo medioambiental. ¿De qué forma compensa la compañía el impacto que causa?**

Desde el lanzamiento de nuestra estrategia social y de sostenibilidad, hemos logrado avances significativos en la reducción de nuestro impacto ambiental. Estamos comprometidos a abordar el cambio climático a lo largo de toda nuestra cadena de valor, desde la obtención de materias primas hasta la gestión del final de la



vida útil de los productos. Trabajamos estrechamente con nuestros proveedores para implementar prácticas más sostenibles, como la transición hacia energías renovables, la reducción del uso de agua y productos químicos, y la optimización del consumo energético. Además, estamos centrados en utilizar materiales más preferentes, como el poliéster reciclado, la viscosa que no proviene de bosques antiguos o en peligro, y telas de excedente de producción. También hemos aumentado nuestros programas circulares.

**La moda es uno de los sectores que más impacto generan. ¿Qué podría hacer para mitigarlo?**

Aunque nuestro modelo de negocio bajo demanda ya busca minimizar los residuos desde el inicio, creemos que también podemos aplicar este enfoque de innovación tecnológica para reducir el uso de recursos y los desperdicios a lo largo de nuestra cadena de valor. Nuestro modelo de negocio se centra en transformar el sector mediante la tecnología y la eficiencia.



### Los desafíos

Pero si las empresas tienen mucho que hacer, también el consumidor tiene mucho que decir en este asunto. Y es que, como destaca Costa, ha sido la generación Z la gran impulsora de la moda ultrarrápida, debido a su uso intensivo de las redes sociales y su pérdida de poder adquisitivo respecto al de otras generaciones anteriores. “Es la que más sigue a los *influencers*, compra online, adquiere imitaciones y está en constante búsqueda de los *reps* [réplicas] y *dupes* [duplicados], buscando la democratización del lujo. Más del 50% de estos jóvenes tiene el precio como factor clave para la compra de moda, pero al mismo tiempo buscan estilo frente a accesibilidad”. Y pone un ejemplo: en EE.UU., en veinte años, el consumidor ha pasado de comprar 25 prendas al año a comprar 60.

Es necesario que industria y consumidores reflexionemos y tomemos medidas reales antes de que sea demasiado tarde. Es cierto que, como extremo a la moda ultrarrápida, emergen modelos de negocio basados en premisas totalmente diferentes, como las marcas que producen ropa durable y sostenible, la llamada *slow fashion*. También marcas que fabrican localmente y empresas que se basan en la economía circular. Está claro que no podemos mantener ese ritmo ultrarrápido de consumo. Ni nosotros ni el planeta. ▲

© Gettyimages (5)

BUSINESS IS BUSINESS



Nice

# Su hogar seguro, con Nice



Entre en el futuro de la vida en el hogar con nuestra oferta de soluciones de gestión del hogar conectadas e integradas, diseñadas para mejorar su estilo de vida con una experiencia de vida. Imagine un hogar que se anticipa a sus necesidades, se adapta según sus preferencias y mejora tus rutinas diarias: todo esto es Nice.

**Bienvenido al futuro—  
bienvenido a casa.**



Descubre nuestras soluciones

# UN FUTURO EN MARCHA

Palabra de:

**Mercadona**

Predicar con el ejemplo

**Redeia**

Enchufados al mañana

**Tesla**

Conducir hacia un mundo mejor

**Tetra Pak  
Iberia**

Pensar fuera de la caja

Mercadona

# Predicar con el ejemplo

El grupo valenciano realiza importantes esfuerzos e inversiones para garantizar la **sostenibilidad ambiental** de toda la cadena de suministro y **aportar valor a la sociedad** en su conjunto

Texto de Ernesto Páez



125 GWh

La energía anual producida por la mayor planta fotovoltaica del grupo



Mercadona, reconocida como la tercera marca líder en percepción de sostenibilidad según el informe España 100 de Brand Finance, ha transformado la sostenibilidad en un pilar fundamental de su modelo empresarial. Un ejemplo reciente de este compromiso es la inauguración de la mayor planta fotovoltaica de su red, ubicada en Abrera (Barcelona). Este proyecto, que se suma a la instalación de placas solares en múltiples ubicaciones, refuerza su apuesta por las energías renovables. Con una capacidad para generar 125 GWh al año -equivalente al consumo energético anual de 40.000 hogares-, la planta evitará la emisión de 16.000 toneladas de CO<sub>2</sub> al año. Para contextualizar, esto equivale a la cantidad de carbono neutralizado por 350.000 árboles, casi el 90% del arbolado existente en Valencia.

Mercadona no se detiene ahí: ha invertido más de 75 millones de euros en la instalación de cerca de 200.000

módulos solares. Gracias a estas iniciativas, la compañía ya produce el 6% de la energía que consume, consolidándose como un actor clave en la transición energética de España.

La fórmula del éxito: hechos y no palabras

El modelo de sostenibilidad de Mercadona no se basa en campañas publicitarias grandilocuentes, sino en acciones concretas. Este enfoque se resume en una frase común dentro de la empresa: "Hechos y no palabras". Según explican desde la compañía, su éxito radica en integrar la sostenibilidad como parte esencial de su modelo de negocio.

Esta filosofía no solo se refleja en la gestión energética, sino también en la colaboración con sus proveedores. Muchos de ellos son líderes en sus sectores y comparten los valores de Mercadona, priorizando prácticas sostenibles tanto a nivel social como ambiental. Esta sinergia permite que la compañía ofrezca productos que cumplen con los más altos estándares de calidad, mientras contribuyen a un modelo de negocio más ético y responsable.

#### **Digitalización para un futuro sostenible**

Aunque Mercadona no utiliza actualmente la inteligencia artificial de manera específica para la sostenibilidad →

nibilidad, está inmersa en un proceso de digitalización que promete revolucionar la forma en que gestiona su operación. Este esfuerzo es fundamental para abordar la creciente complejidad de las cadenas de suministro y las regulaciones ambientales. La capacidad de analizar y actuar sobre grandes volúmenes de datos será esencial para gestionar riesgos y oportunidades en el futuro.

### **Retos y oportunidades en un sector desafiante**

El sector de la distribución alimentaria enfrenta retos sin precedentes. El cambio climático ya está afectando la disponibilidad de recursos como el agua, mientras que las normativas ambientales son cada vez más exigentes. En este contexto, Mercadona está trabajando en planes de adaptación al cambio climático que permitan no solo mitigar estos efectos, sino también aprovechar oportunidades para innovar y liderar el cambio.

El modelo empresarial de Mercadona, que pone al

**75 millones**  
invertidos en 200.000 módulos  
solares que producirán el 6% de la  
energía consumida en la cadena



De los más de 1.660 supermercados, 23 bloques logísticos y "colmenas" (almacenes exclusivos para la venta online) que Mercadona tiene en España y Portugal, más de 400 tiendas, 8 bloques logísticos y "colmenas", así como sus oficinas centrales en Albalat dels Sorells (Valencia), cuentan con placas solares en sus cubiertas





cliente como su prioridad absoluta, también abarca a otros grupos clave: trabajadores, proveedores, la sociedad y el capital. Este enfoque equilibrado asegura que todas las decisiones empresariales tengan en cuenta tanto el impacto social como el ambiental, garantizando un beneficio mutuo.

### **Mirando hacia adelante**

Mercadona no se conforma con sus logros actuales. La compañía tiene claro que, para mantenerse a la vanguardia, debe seguir invirtiendo en sostenibilidad y adaptándose a las demandas de un mundo en constante cambio. Entre sus objetivos está la gestión eficiente de los riesgos ambientales a lo largo de toda su cadena de suministro y la colaboración con otros actores del sector agroalimentario para enfrentar desafíos comunes.

Cuando se le pregunta a Mercadona cómo imagina el éxito en sostenibilidad dentro de una década, la respuesta es clara: seguir siendo una empresa que la sociedad valore, que inspire orgullo y que continúe priorizando al cliente como su faro. Este ideal no solo refleja su visión, sino también su compromiso de aportar valor real a la sociedad y al planeta.

Con proyectos innovadores, inversiones significativas y un enfoque claro en la sostenibilidad, Mercadona demuestra que las grandes empresas tienen la capacidad -y la responsabilidad- de liderar el camino hacia un futuro más verde. Y lo hace, como siempre, con hechos, no palabras. ▲

**E** EVA PAGÁN

Ingeniera industrial por la Universidad Politécnica de Madrid y economista por la UNED, cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector eléctrico. Además, es mentora en el programa Mujer e Ingeniería de la Real Academia de Ingeniería



30 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas por la implementación de las energías renovables

Redeia

# Enchufados al mañana

Redeia impulsa, a través de su filial Red Eléctrica, la transformación del sistema eléctrico español mediante la digitalización y tecnologías emergentes. Su directora corporativa de Sostenibilidad, **Eva Pagán**, destaca la integración de energías renovables y la flexibilidad para lograr un futuro energético sostenible.

Texto de Cristina Mendoza

# e

España cierra 2024 con récord de generación eléctrica procedente de energías renovables: un 56%. Esto supone un paso gigante para la consecución del 81% que el país se ha fijado para 2030. Para alcanzarlo es clave la labor de Red Eléctrica, empresa encargada del transporte de energía y de la operación del sistema eléctrico. Eva Pagán, directora corporativa de Sostenibilidad y Estudios de Redeia, explica aquí la apuesta de la compañía por una mayor interconexión, flexibilidad y un almacenamiento adecuado para elevar el porcentaje al 100% en el futuro.

**La integración de energías renovables evitó la emisión de 39 millones de toneladas de CO2 en 2023. ¿Qué acciones específicas tomó Red Eléctrica para contribuir a que España alcance su meta climática para 2030: reducir sus emisiones un 23% respecto a 1990?**

Red Eléctrica evitó estas emisiones gracias a la integración de energías renovables, principalmente eólica y solar. Esta integración es posible por el desarrollo de infraestructuras para conectar la nueva potencia renovable y un modelo

de gestión que permite la incorporación segura de mayor cantidad de energía renovable. Además, trabajamos para reducir las emisiones asociadas a las pérdidas de energía en la red y del gas del SF6. Y por supuesto, tomamos medidas para rebajar nuestro consumo energético y las emisiones asociadas.

**En cuanto al 77,4% de líneas señalizadas con salvapájaros en zonas de prioridad crítica, ¿cómo ha influido esta iniciativa en la protección de especies y qué otros proyectos similares están en marcha?**

A través del proyecto *Aves y líneas eléctricas: cartografía de corredores de vuelo*, actualizado en 2021, identificamos especies sensibles a la colisión. Esto permitió la creación de mapas de sensibilidad y riesgo, que guían el *Plan de Señalización plurianual 2016-2025*. Gracias a esta información, priorizamos las actuaciones en los tramos de mayor riesgo. Además, la colaboración con administraciones y ONG nos ha permitido actualizar el plan y añadir nuevas zonas de riesgo. El objetivo es tener señalizado el 100% de los tramos con nivel de riesgo 5.

**¿Cómo se distribuye su inversión para preservar el medio ambiente y reducir la desigualdad, y qué resultados concretos se han alcanzado hasta la fecha?**

Las empresas no podemos limitarnos a reducir nuestro impacto negativo en nuestro entorno, debemos contribuir positivamente. En ese sentido, en 2023 dedicamos 24,9 millones de euros a la protección de la biodiversidad, la →

prevención de incendios forestales, la integración paisajística, la lucha contra el cambio climático, la prevención de la contaminación, la economía circular, la gestión de residuos y la optimización del consumo de recursos. A esto se suman los más de 10,6 millones que destinamos a reducir la desigualdad territorial, digital, de género e intergeneracional.

A través de nuestra Estrategia de Impacto Integral, estamos creando valor en los territorios. Por ejemplo, con *Holapueblo* hemos logrado que 45 municipios ya hayan ganado 167 nuevos habitantes; con *Eje Digital* hemos mejorado las habilidades digitales de más de 2.000 personas de municipios rurales de Galicia, Cantabria, Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León y Canarias. Con el *Bosque Marino* estamos restaurando ecosistemas marinos en el Mediterráneo, y con *Kusi Warma* estamos combatiendo la pobreza y la desnutrición infantil en Perú, con cerca de 100 menores y 70 familias atendidas al año.

**¿Qué innovaciones tecnológicas está implementando Redeia en sus infraestructuras para hacer que la red eléctrica sea más sostenible y eficiente, especialmente en términos de integración de energías renovables?**

Redeia está trabajando en iniciativas digitales y tecnologías emergentes para dotar de mayor inteligencia al sistema eléctrico. Entre ellas, destacan la instalación de dispositivos DLR (Dynamic Line Rating), que maximizan el uso de la red según las condiciones meteorológicas, y los pilotos de almacenamiento híbrido (baterías y ultracondensadores) conectados a la red. Estos proyectos contribuyen a dar mayor flexibilidad al sistema y facilitar la integración de renovables.

**¿Cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta Redeia en cuanto a sostenibilidad y cómo planea superarlos?**

Los retos incluyen un marco de reporte en Europa más

**24,9 millones**  
invertidos en la protección de la biodiversidad, la prevención de incendios forestales y la lucha contra el cambio climático



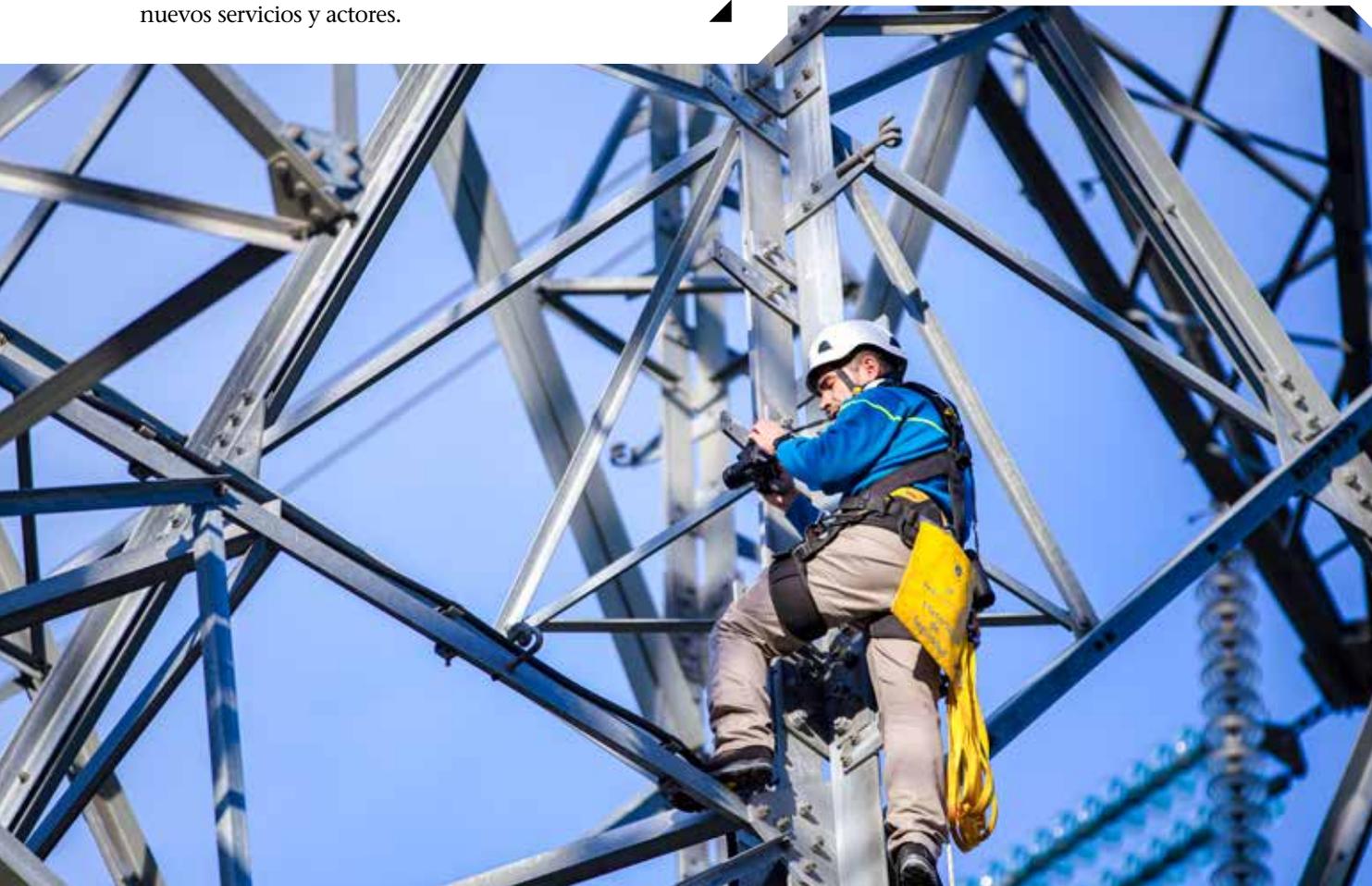
exigente y la necesidad de extender la sostenibilidad a la cadena de valor. También se enfrenta al desafío de aplicar la directiva de diligencia debida en derechos humanos y medio ambiente, que requiere colaboración estrecha con todos los actores de la cadena de suministro. Para abordar estos retos, estamos definiendo y ejecutando planes de acción y utilizando tecnologías como *blockchain* para asegurar la trazabilidad de los proveedores.

**¿Cómo visualizan la evolución del sistema eléctrico español en los próximos 10-15 años, especialmente con la transición a un modelo energético más sostenible?**

Se espera un aumento de la electrificación y una mayor relevancia del sistema eléctrico, con un incremento del autoconsumo y la generación distribuida. Para lograr un sistema 100% renovable, será necesaria una mayor interconexión y flexibilidad, con almacenamiento adecuado para gestionar la generación intermitente. Además, se avanzará en la digitalización y en sistemas de predicción y automatización, y se implementarán nuevas herramientas de mercado y gestión de la demanda para facilitar la integración de nuevos servicios y actores.



La instalación de dispositivos Dynamic Line Rating (DLR) maximizan el uso de la red según las condiciones meteorológicas y los pilotos de almacenamiento híbrido conectados a la red



Tesla

# Conducir hacia un mundo mejor

La empresa de **Elon Musk** recicló, en un año, suficientes materiales de batería para producir **43.000 vehículos Model Y**, lo que demuestra su compromiso para avanzar hacia un **futuro más sostenible** con cada paso

Texto de **Ernesto Páez**



La multinacional apoyó la recuperación de suficientes materiales para fabricar 43.000 vehículos Model Y Tracción Trasera, lo que subraya el impacto positivo del reciclaje de baterías en la cadena de suministro



En un mundo donde el reloj del cambio climático avanza implacable, Tesla ha emergido como un pionero decidido a reescribir las reglas de la energía y la movilidad. Con una visión que trasciende la industria automotriz, la empresa ha creado un ecosistema que, más allá de vehículos eléctricos, abarca la generación, el almacenamiento y el transporte de energía, tejiendo la trama de un futuro sustentable. Los resultados de esta transición ya son visibles, con un impacto positivo en el medioambiente, la economía y las comunidades de todo el mundo.

El enfoque de Tesla es integral. La empresa ha diseñado y manufacturado un ecosistema completo que abarca productos de energía solar, almacenamiento de energía, vehículos eléctricos y soluciones de carga. Estos productos trabajan en conjunto para maximizar su impacto ambiental positivo. Cada parte de este sistema está diseñada no solo para reemplazar las fuentes de energía tradicionales, sino también para optimizar su uso y funcionamiento, creando una sinergia que amplifica los beneficios de la sostenibilidad.

Tesla ha creado una flota de vehículos eléctricos que ha redefinido lo que significa la movilidad del futuro. Pero

la visión de Tesla va más allá de solo coches. La compañía también produce productos solares y de almacenamiento de energía que permiten a los usuarios generar y almacenar su propia energía limpia, creando un ecosistema autónomo de energía y transporte. A través de su sistema de Autobidder y la tecnología de batería, Tesla maximiza la utilización de la energía y proporciona una experiencia completamente integrada, eliminando la dependencia de los combustibles fósiles.

### Resultados concretos

En 2023, los clientes de Tesla evitaron la emisión de más de 20 millones de toneladas métricas de CO<sub>2</sub> gracias al uso de sus productos, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático. Este ahorro de emisiones es equivalente a evitar que 82.000 millones de kilómetros fueran recorridos por vehículos tradicionales con motores de combustión interna (ICE).

Pero Tesla no se detiene en los vehículos. La compañía ha invertido considerablemente en mejorar la eficiencia de sus fábricas y en reducir su huella de carbono. En sus instalaciones de producción, como la Gigafactory de Berlín y la de Texas, se están implementando soluciones innovadoras para minimizar las emisiones, desde el uso de fuentes de energía renovables hasta la implementación de tecnologías de eficiencia energética en los procesos de fabricación. Tesla no solo busca reducir las emisiones durante la vida útil de sus productos, sino que también trabaja activamente para hacer más sostenibles los procesos de producción, la →





Megapack almacena energía para la red de forma fiable y segura, lo que elimina la dependencia de centrales peaker de gas y ayuda a evitar cortes de suministro. Cada unidad puede almacenar más de 3,9 MWh de energía, suficiente para abastecer una media de 3600 hogares durante una hora

cadena de suministro y la extracción de materiales.

Tesla también está comprometida con el uso de energía 100% renovable en todas sus operaciones. A finales de 2023, la compañía había instalado 46.500 kW de energía solar en sus fábricas, lo que representa un avance significativo en su camino hacia la autosuficiencia energética. Además, todas las operaciones de la empresa, incluidos los Supercargadores, ahora funcionan con energía 100% renovable, subrayando el compromiso inquebrantable de la empresa con la energía limpia.

Además, ha implementado prácticas innovadoras en la gestión del agua. En su Gigafactory de Berlín, por ejemplo, la planta de reciclaje de agua recupera hasta el 100% del agua utilizada en el proceso de producción, mientras que en otras instalaciones, la compañía ha implementado tecnologías para recolectar agua de lluvia y reducir el consumo de agua en sus operaciones.

**Después de 17 años de uso,  
cada uno de sus vehículos evita  
la emisión de aproximadamente  
51 toneladas de CO2**



Como cofundador y director general de Tesla, Elon Musk supervisa el diseño, la ingeniería y la fabricación a nivel mundial de todos los vehículos eléctricos, productos de batería y productos de energía solar de la empresa

### Minería responsable

Tesla también ha logrado avances significativos en su objetivo de descarbonizar no solo el uso, sino también la producción de sus productos. Los vehículos eléctricos y los productos de energía sostenible tienen un impacto ambiental mucho menor que los combustibles fósiles durante todo su ciclo de vida, desde la minería de materias primas hasta la fabricación, el uso y la disposición final.

Una de las mayores contribuciones a la sostenibilidad es su enfoque en reducir la minería y la extracción de materiales. En 2023, Tesla apoyó la recuperación de suficientes materiales para fabricar 43.000 vehículos Model Y Trac-



La última generación de Supercargadores V4 Cabinet alcanza potencias de hasta 500 kW para coches eléctricos y hasta 1,2 MW en el caso de su camión eléctrico, el Semi. Una tecnología que buscará expandirse a lo largo de 2025

ción Trasera, lo que subraya el impacto positivo del reciclaje de baterías en la cadena de suministro. Además, la empresa trabaja estrechamente con sus proveedores para reducir las emisiones en la cadena de suministro y mejorar la eficiencia en las etapas de fabricación y distribución.

Uno de los compromisos más ambiciosos de Tesla es lograr emisiones netas cero en el ciclo de vida completo de sus productos. Esto implica una evaluación exhaustiva del impacto ambiental de cada etapa de la producción, desde la extracción de materias primas hasta el reciclaje de los productos al final de su vida útil. En su camino hacia este objetivo, la firma está implementando planes para reducir las emisiones en todas sus operaciones, desde las fábricas hasta los centros de distribución y las estaciones de carga.

Sin olvidar que la compañía se ha comprometido a asegurar que toda su carga eléctrica provenga de fuentes renovables mucho antes de alcanzar su meta de emisiones netas cero. De hecho, la compañía está alineando anualmente la carga eléctrica de sus Supercargadores con electricidad reno-

vable, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la reducción de su huella de carbono.

### **Transformación**

Tesla no solo está cambiando la forma en que producimos y consumimos energía, sino también la manera en que pensamos sobre la sostenibilidad y el futuro. En 2023, la venta de créditos regulatorios de emisiones generó casi 1.800 millones de dólares, una cifra que ayuda a financiar la expansión de la producción de vehículos eléctricos. Sin embargo, la empresa de Elon Musk sigue convencida de que la verdadera solución no radica solo en la venta de créditos, sino en crear vehículos eléctricos que sean verdaderamente competitivos y capaces de igualar en términos de costo y rendimiento a los vehículos de combustión interna.

Cada Tesla en la carretera está evitando emisiones de CO2. Después de 17 años de uso, cada uno de sus vehículos evita la emisión de aproximadamente 51 toneladas de CO2, lo que equivale a un ahorro significativo en comparación con los vehículos ICE, cuyos impactos de carbono no cambian a lo largo de su vida útil.

En resumen, Tesla está demostrando que la transición hacia una economía de cero emisiones no sólo es posible, sino que es esencial para la supervivencia del planeta. Con una combinación de innovación, sostenibilidad y visión a largo plazo, la empresa está 'conduciendo' hacia un futuro más limpio y verde para todos. ▲

**V** VIRGINIA  
RODRÍGUEZ

Licenciada en Ciencias Económicas en la Universidad Complutense de Madrid, la Head of Sustainability cuenta con más de 20 años de trayectoria en Tetra Pak Iberia, habiéndose desempeñado como marketing manager y key account manager



64

millones de niños beneficiados  
con los Programas de  
Alimentación Escolar

# Pensar fuera de la caja

La Head of Sustainability, **Virginia Rodríguez**, destaca cómo la innovación y la creatividad en el ámbito de la sostenibilidad les permite contar con el primer envase del mercado con polímeros reciclados certificados por ISCC® Plus

Texto de M<sup>a</sup> Gabriela Sivira

# e

En un contexto en el que España se ha comprometido a lograr una economía neta cero para 2050, Tetra Pak se posiciona como un actor clave en la transición hacia sistemas más sostenibles. Virginia Rodríguez, responsable de sostenibilidad de Tetra Pak Iberia, explica cómo la compañía está transformando sus operaciones para reducir emisiones, fomentar la economía circular y apoyar a productores locales en un mundo marcado por el cambio climático.

**España se ha comprometido a alcanzar una economía neta cero para 2050. ¿Qué papel desempeña Tetra Pak España en contribuir a estos objetivos a través de la reducción de emisiones y la eficiencia energética en sus operaciones locales?**

Desde Tetra Pak estamos acometiendo cambios importantes en nuestro modelo de producción y, para ello, estamos descarbonizando nuestras operaciones, con un objetivo de emisión cero de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor para 2050 y el empleo de energías renovables. Concretamente, nuestras plantas en España, en Arganda del Rey y Sevilla, se abastecen con electricidad 100%

de origen renovable.

Además, ayudamos a los productores de alimentos y bebidas a cumplir con sus objetivos de sostenibilidad y reducir los costes operativos mediante nuestras tecnologías integrales para plantas de producción. Nuestro enfoque combina tecnologías propias como la nanofiltración, que permite la recuperación de hasta el 90% de líquido cáustico de limpieza, y la ósmosis inversa, que optimiza el empleo de líquidos de producción. También se integran tecnologías basadas en calor de socios estratégicos para la mejora de la eficiencia energética de las operaciones y la reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub>, optimizando el empleo de la energía, el agua y el sistema de limpieza in situ (CIP).

**Tetra Pak respaldó recientemente la Declaración de París sobre la Sostenibilidad en el Sector Lácteo. ¿Cómo está integrando la empresa los compromisos tangibles de este acuerdo en sus operaciones y en el desarrollo de soluciones innovadoras?**

Evaluamos constantemente nuestros impactos y dependencias relacionados con la naturaleza y nos hemos marcado una serie de objetivos para gestionar y reducir estos impactos en toda nuestra cadena de valor y apoyar la restauración de los ecosistemas. Entre nuestros objetivos destacan: para 2025, que el 100% de las materias primas con una huella ambiental significativa provengan de fuentes certificadas o controladas; que el 100% de los proveedores con alto impacto sobre el agua informen sobre su uso y calidad; y verificar la ausencia de deforestación del 100% →

del papel-cartón y polímero vegetal de nuestros productos. Además, para 2030, planeamos erradicar el vertido de residuos en nuestros centros de producción y reducir un 50% el uso de agua en las líneas de proceso.

**¿Qué innovaciones ha introducido Tetra Pak en España para reducir el impacto ambiental de sus productos y procesos, como el uso de materiales reciclables o renovables?**

En 2023, hemos invertido cien millones de euros en investigación y desarrollo de envases. Recientemente, hemos lanzado en España el primer envase del mercado con polímeros reciclados certificados por ISCC® Plus vinculados al reciclaje de envases de cartón para bebidas. Este proyecto piloto forma parte de nuestra estrategia internacional para fomentar una economía circular real. La certificación ISCC® garantiza la trazabilidad del residuo plástico a lo largo de la cadena de suministro, transformándolo en una materia prima con especificaciones idénticas a las del plástico virgen.

Además, estamos impulsando el reciclaje de nuestros envases y el desarrollo de un mercado sólido para los materiales reciclados. Hemos invertido más de dos millones de euros para ampliar la capacidad de reciclaje mecánico y transformación del polyAl de nuestros envases, incrementando la capacidad instalada de 3.000 a 10.000 toneladas anuales en 2024. El objetivo para 2025 es alcanzar una capacidad instalada de 30.000 toneladas anuales, contribuyendo a reducir la dependencia de recursos finitos y los impactos ambientales asociados, lo que promueve la eco-



nomía circular.

**La agenda de sostenibilidad de Tetra Pak se centra en cinco áreas: sistemas alimentarios, circularidad, clima, naturaleza y sostenibilidad social. ¿Qué avances significativos han logrado?**

En 2023, logramos una reducción del 20% en las emisiones de GEI de la cadena de valor y un 47% en las emisiones de GEI en nuestras propias operaciones desde 2019. Además, lanzamos un envase de cartón aséptico para bebidas con barrera de papel que reduce su huella de carbono en un 33%, acercándonos al objetivo de desarrollar el envase ali-





La empresa, que invierte 100 millones de euros en investigación y desarrollo de envases, lanzó en España el primer envase del mercado con polímeros reciclados certificados por ISCC® Plus vinculados al reciclaje de envases de cartón para bebidas

mentario más sostenible del mundo.

Otros logros incluyen la ampliación de los Programas de Alimentación Escolar, que han ayudado a 64 millones de niños en 49 países a acceder a leche y bebidas nutritivas. A nivel global, hemos impulsado el reciclaje, aumentando un 7% la recolección de envases de cartón para reciclaje y un 14% en el volumen de polietileno y aluminio reciclados. Además, hemos sido incluidos por octavo año consecutivo en la calificación "A" de CDP Forests.

### ¿Qué visión tiene Tetra Pak para el futuro de la sostenibilidad en España?

En Tetra Pak, aspiramos a liderar la transformación sostenible de los sistemas alimentarios para alimentar de forma responsable a una población mundial en crecimiento. Para ello, nos enfocamos en varias líneas de acción diferenciadas:

Evitar y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras actividades, con el objetivo de ser neutros en emisiones de carbono en 2030 en nuestras operaciones y en 2050 en toda la cadena de valor.

Apostar por materiales de origen responsable para soluciones de envasado, con un mínimo impacto ambiental y sin comprometer la seguridad alimentaria.

Innovar en soluciones de envasado y procesos de alimentos que garanticen la seguridad alimentaria, la conservación de nutrientes y reduzcan el desperdicio.

Impulsar el reciclaje mediante un enfoque estratégico con la colaboración de todos los actores involucrados: municipios, clientes, empresas de gestión de residuos, recicladores, políticos y asociaciones industriales.

Fomentar la educación y la concienciación ciudadana sobre el consumo responsable y la adecuada separación de residuos desde el momento de consumo. ▲



# SAVE THE DATE!



**LA IA  
EN EL TRABAJO**

Mayo 2025

Junio 2025

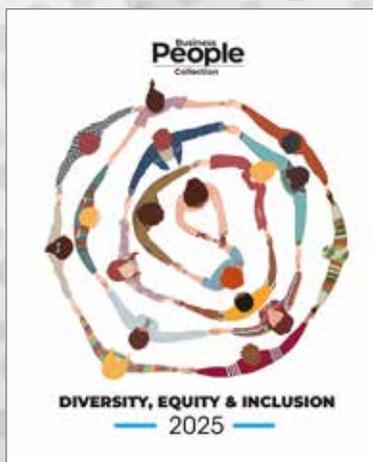
Julio - Agosto 2025

Septiembre 2025



**LIDERAZGO  
AL FEMENINO**

**DIVERSITY, EQUITY  
& INCLUSION**



**COMUNICAR  
ES UNA EMPRESA**



# Si cada número de **Business People** es especial, algunos son aún más especiales

**T**ras iniciar el 2025 con los lanzamientos de **Los Campeones de la Sostenibilidad y 100% Business People**, el resto del año traerá importantes suplementos sobre temas como:  
**La IA en el trabajo**  
**Diversity, Equity & Inclusion**  
**Liderazgo al femenino.**  
Esto es solo la punta del iceberg de los especiales que nos acompañarán a lo largo de este año.  
**¡Apunta estas fechas clave en tu calendario!**



LA FORMA DE LA BELLEZA

Octubre 2025

Noviembre 2025

Diciembre 2025

OBJETIVO FORMACIÓN



TOP 10 MARKETERS EN ESPAÑA



# ¡CAUTION!

## EMPLEOS VERDES EN OBRAS





# La sostenibilidad está transformando el mercado laboral en España. Ya son más de medio millón de personas las que, desde sus puestos de trabajo, tienen una única misión: **avanzar en el desarrollo económico, pero preservando el patrimonio natural del país**

Texto de M<sup>a</sup> Gabriela Sivira



¡Cuidado! El mercado laboral está en obras para construir los cimientos de una sociedad más cuidadosa con el medioambiente. Los empleos verdes vienen ganando un importante protagonismo ante los esfuerzos de las compañías en impulsar no solo la economía sostenible, sino también adaptarse a los avances que surgen en el ámbito de la economía circular y, evidentemente, de las energías renovables.

Se proyecta que, para 2030, los empleos verdes podrían superar el millón de puestos, convirtiéndose en una de las principales fuentes de empleo neto en España. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el sector de los empleos verdes generó más de 500.000 puestos de trabajo directos e indirectos hasta 2023, representando cerca del 2,5% del empleo total del país. Este crecimiento se ha visto impulsado por la implementación de políticas europeas de descarbonización y la transición energética, en línea con los objetivos del Pacto Verde Europeo.

Según el informe *El Perfil Ambiental* →

de España (PAE) 2022, elaborado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, el número total de empleos verdes registrados en 2022 alcanzó la cifra de 1.606.704 contrataciones, de los cuales 1.351.678 corresponden a hombres y 255.026, a mujeres, lo que evidencia un posible problema de paridad en este sector laboral. Sin embargo, aún existe un gran potencial en la creación de los empleos verdes, que será impulsada por algunos sectores específicos de la economía.

### ¿Crecimiento garantizado?

La consejera de la Oficina de la Organización Internacional del Trabajo en España, Sara López González, señala a *Business People* que “varios sectores experimentarán un impacto debido a la transición hacia una economía más verde. De acuerdo con el *Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC 2023-2030)*, se espera que los beneficios en términos de empleo se extiendan a todos los sectores, con la excepción de la minería”.

La consejera de la OIT matiza que “el sector energético será de los más afectados dado que, a medio plazo, se plantea una reducción del 32% de las emisiones del sector para

2030 en relación con las emisiones de 1990 y para 2050 se plantea la plena descarbonización”.

Y añade: “Tres de cada cuatro toneladas de gases de efecto invernadero se originan en este sector por lo que su descarbonización a través de la inversión en energías renovables, en eficiencia energética y en redes y electrificación será clave para alcanzar dichos compromisos. Las inversiones se traducirían según las estimaciones establecidas en el incremento de 1,7% del empleo en 2030”.

Sin embargo, no todos comparten ese optimismo. El director del Observatorio de Sostenibilidad, Fernando Prieto, hace hincapié en que “las tendencias observadas durante los últimos decenios han sido menores de las esperadas como se observa en las propias estimaciones del Ministerio de Transición ecológica”.

Prieto considera que “las proyecciones del PNIEC para el año 2030 presentan estimaciones desmesuradas y alejadas de la realidad, estimando que sólo el PNIEC va a crear”. A lo que sentencia: “El recientemente aprobado PNIEC establece que el ‘el empleo aumentará entre 363.000 y 560.000 empleos en 2025 y 2030, respectivamente, respecto al escenario tendencial’; objetivos que





## Para 2030, los empleos verdes podrían superar **EL MILLÓN DE PUESTOS DE TRABAJO**, convirtiéndose en una de las principales fuentes de empleo neto en España



**Sara López González**  
Consejera de la Oficina de la OIT en España



**Fernando Prieto**  
Director del Observatorio de Sostenibilidad



**Graciela de la Morena Carra**  
Directora de la Fundación Konecta

sin duda no se van a conseguir”.

Si nos centramos, por ejemplo, en los empleos verdes de la energía solar, el informe *Green Economy Global* de Randsstad prevé que España será el segundo mayor mercado de trabajo en el sector solar europeo para 2027. Algo que no convence al director del Observatorio de Sostenibilidad, ya que cree que “para que se cumplan las previsiones debería cambiar la política de renovables del gobierno centrándose en la instalación de placas en zonas industriales, parking, carreteras, vías de tren y otras zonas antropizadas y sobre todo en tejados solares respecto a la actual política de macro instalaciones de grandes magnitudes en zonas agrarias y forestales”.

Para justificar su posicionamiento, destaca que “el Banco de España estima en su informe *Do renewables create local jobs?* que, por cada megavatio solar, se originan 2,5 empleos en el municipio durante la construcción y 1,5 en el mantenimiento. Las fotovoltaicas, estima el Banco de España, apenas crean 3.657 empleos de media al año en el conjunto de los municipios españoles donde operan, incluida la fase de instalación. Por ejemplo, se observa que el problema es que, ni la solar, ni la eólica rebajan más allá del 1% la tasa de paro del municipio”.

### **Asignaturas pendientes**

El director del Observatorio de Sostenibilidad considera que las principales barreras para generar más empleos verdes en España “son la falta de respuesta a corto y medio plazo para ver cuáles son las principales necesidades de la sociedad, por ejemplo, en adaptación al cambio climático, calor extremo o temas como inundaciones. Un marco predecible de actuaciones de la administración ayudaría mucho a las empresas.” →

**TRES DE CADA CUATRO TONELADAS DE GASES de efecto invernadero se originan en el sector energético**

# MISIÓN: SALVAR EL PLANETA

NICOLÁS OJEDA, COORDINADOR DEL ÁREA ECONOMÍA Y EMPLEO VERDE DE LA FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD DEL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO, OFRECE UNA RADIOGRAFÍA DE LOS EMPLEOS VERDES.

## ¿Cómo influye la transición hacia una economía sostenible en los mercados laborales regionales de España?

El informe de *Forética Jobs 2030: Futuro del trabajo. Empleo verde y transición justa en el futuro del trabajo*, publicado en 2022, estima que en Europa existen unos 4,5 millones de puestos de trabajo vinculados a la economía ambiental. De ese total, España representa un 9,6% aproximadamente, situándose como la tercera economía de la zona euro en contribuir a los empleos verdes (tras Alemania -14,5% y Francia -13,5%). En 2019, este número equivalía a

una contribución del 2,5% a nuestro PIB. En España, esta transición podría generar de 253.000 a 348.000 empleos al año hasta 2030, teniendo en cuenta los datos del *Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030*.

### ¿Qué sectores lideran la creación de empleo verde en España y cuáles tienen más potencial de crecimiento?

En colaboración con la Oficina Española de Cambio Climático, hemos impulsado un estudio denominado Empleo y transición ecológica. Yacimientos de empleo, transformación laboral y retos formativos en los sectores relacionados con el cambio climático y

la biodiversidad en España, donde se identifican 14 sectores prioritarios. Los sectores identificados son: renaturalización urbana, gestión del patrimonio natural y las áreas protegidas, restauración ecológica, turismo de naturaleza sostenible, explotaciones agropecuarias sostenibles (agricultura, ganadería, apicultura), pesca y acuicultura sostenibles, gestión forestal sostenible, rehabilitación energética de edificios y eficiencia energética, construcción de viviendas de bajo consumo, medio urbano: urbanismo y movilidad sostenible, producción de energía renovable, emergencias climáticas: protección y respuesta frente a eventos extremos, medios de transporte electrificados (vehículo eléctrico) y economía circular / prevención, gestión y transformación de residuos.

### ¿Cómo están contribuyendo las políticas nacionales e internacionales a fomentar el empleo verde en España?

El Pacto Verde Europeo, los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos y la Estrategia de la Unión Europea sobre Biodiversidad 2030, entre otros, marcan los objetivos y las directrices para avanzar en este

camino. En este sentido, el Gobierno de España ha puesto en marcha un ambicioso paquete de instrumentos normativos y estratégicos que conforman el marco de nuestro país en materia de energía y clima y de conservación de la biodiversidad con un objetivo común el de contribuir a que la transición ecológica sea el marco en el que se desarrolle una economía verde, sostenible, descarbonizada y resiliente en todo el territorio.

### ¿Qué retos enfrenta España para maximizar el potencial del empleo verde durante los próximos años?

El principal reto es que, aunque las oportunidades que ofrece la transición ecológica para el mercado laboral son numerosas, las pérdidas no se materializan en los mismos sitios. Además, existen otros grandes desafíos como son la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, el envejecimiento poblacional, la empleabilidad de la población joven, la temporalidad de los puestos y la igualdad entre territorios. La transición justa en el empleo pasa por asegurar soluciones adecuadas para todas las personas y colectivos, para que nadie se quede atrás en esta transición.



También agregó que se ven barreras por “la burocracia en las diferentes administraciones por ejemplo en la colocación de placas y fotovoltaicas en tejados y fachadas para instalar casas solares, también la lentitud de las ayudas, ejemplo para la rehabilitación energética, la falta de seguimiento para la aplicación de las medidas y finalmente la falta de evaluación de políticas públicas en temas de sostenibilidad”.

A pesar de las asignaturas pendientes en la Administración Pública, existen iniciativas que están ayudando a acelerar el proceso de transición en el mercado laboral. Una de ellas es la Fundación Konecta que, con el apoyo de JPMorganChase, cuentan con el Hub Empleo Verde. Se trata de una iniciativa para insertar social y laboralmente a jóvenes vulnerables y otros colectivos en riesgo de exclusión social, en empleos comprometidos con el medio ambiente, la sostenibilidad y la economía circular.

Su directora, Graciela de la Morena Carra, explica a *Business People* que este proyecto mezcla la innovación y la sostenibilidad para llegar a unos 3.000 beneficiarios directos y a más de 5.000 beneficiarios indirectos. “Como factor clave del programa, generamos alianzas con entidades sociales, administraciones públicas, empresas y centros de formación para que juntos logremos este objetivo” precisa.

De la Morena añade que “en cuanto a los perfiles profesionales más demandados en la Comunidad de Madrid

**Por cada megavatio solar, se originan**  
**2,5 EMPLEOS** en la REGIÓN  
durante la construcción  
y **1,5** en el MANTENIMIENTO

## El HUB EMPLEO VERDE prevé expandirse por Andalucía en 2025 en colaboración con FUNDACIÓN ENDESA

en el ámbito de empleos verdes, se concentran en sectores clave como las energías renovables, la gestión de residuos o la eficiencia energética, aunque cada vez más está creciendo la demanda de profesionales en el sector de la consultoría medioambiental. Estos sectores incluyen desde ocupaciones que precisan de menos cualificación o formaciones cortas como operarios, conductores de vehículos, mozos de almacén, etc. hasta perfiles más técnicos con formación de Grado Superior o Universitaria”.

El Hub Empleo Verde tiene previsiones de expandirse a otras regiones y, en colaboración con Fundación Endesa, llegará hasta Andalucía en 2025, estableciendo inicialmente el programa en provincias como Sevilla, Cádiz, Málaga y Granada. Además, se espera la expansión hacia Huelva, Córdoba, Jaén y Almería en 2026, completando la cobertura en toda la comunidad andaluza.

A medida que avanzamos hacia 2030, la expectativa está en que los empleos verdes superen el millón, al mismo tiempo que se afronta el desafío de garantizar un crecimiento inclusivo, eliminar barreras como la burocracia y asegurar que el impacto positivo de esta transformación llegue a todos los rincones del país. Estos ‘superhéroes’ verdes no llevan capas, pero su misión es clara: demostrar que es posible un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación ambiental. Ellos son los protagonistas de un futuro sostenible, y su trabajo es la fuerza que impulsa el cambio. ▲



© Gettyimages (2); Shutterstock (1)

# Free Time

Conexión animal



**E**l Museo Nacional de Ciencias Naturales saca su lado 'más salvaje' con la exposición del reconocido fotógrafo Tim Flach, cuyas impactantes imágenes de especies amenazadas buscan concienciar y emocionar al público sobre la importancia de la sostenibilidad. El artista británico utiliza su arte para sensibilizar sobre la necesidad de preservar los hábitats naturales. Un mensaje que ahora llega a través de la muestra realizada en colaboración con Afundación, donde las imágenes 'dialogan' con ejemplares naturalizados de especies en peligro, algunos expuestos por primera vez en el Museo. Este proyecto cultural combina belleza y emoción para subrayar que conectar a las personas con la naturaleza es esencial para el futuro del planeta. **Mncn.csic.es**



© Museo Nacional de Ciencias Naturales

# (Re)conectar con la naturaleza

Existe una forma diferente de **viajar** que busca encontrar el equilibrio perfecto entre **exclusividad** y **respeto medioambiental**. Innumerables destinos a lo largo y ancho del planeta lo consiguen

Texto de **Eva del Amo**

**A**lejándose de los programas habituales de turismo en masa, aún se pueden encontrar lugares donde crear una auténtica conexión con la naturaleza. Rincones en los que la mano del hombre todavía respeta el medio ambiente. Destinos que no juegan en contra de la exclusividad, pero donde la sostenibilidad y las experiencias conscientes son el auténtico lujo.

Viajar de manera sostenible no es solo una tendencia, sino una necesidad para el planeta. Frente al turismo masivo y sus efectos más devastadores, surgen alternativas don-

de el respeto por la naturaleza se escribe en mayúsculas. Porque reducir la huella ecológica no siempre está reñido con un lujo que desdibuja su concepto tradicional y se adentra en la posibilidad única de apreciar el mundo desde el prisma de la sostenibilidad.

Todos estos destinos demuestran que es posible disfrutar de la comodidad sin comprometer el entorno natural. Se genera así una experiencia más íntima y personal, en la que el viajero deja de ser un simple espectador y se convierte en protagonista activo a la hora de preservar unos espacios únicos. Las próximas generaciones seguro que lo agradecerán.

## Parque Nacional Fiordland, en Nueva Zelanda

**M**ajestuosos fiordos, montañas imponentes y una enorme biodiversidad convierten a Fiordland en un destino de gran valor ecológico. Este parque

nacional es un ejemplo de conservación activa, donde el número de visitantes es limitado para proteger el entorno. Los viajeros tienen el privilegio

de perderse en el silencio de sus aguas y recorrer los senderos que llevan a ver leones marinos y, con suerte, el kea, un ave autóctona de Nueva Zelanda que solo se

encuentra en esta zona del país. Se trata de un pájaro curioso que no rehúye el contacto humano y es, en sí mismo, lo más cercano a encontrarse en el paraíso.



## Ryokans de Hakone, en Japón

**H**akone es uno de los destinos ideales para alojarse en un ryokan y disfrutar del omotenashi, la hospitalidad tradicional japonesa, y del

respeto medioambiental que engullece a esta zona del país. Estos alojamientos están contruidos con materiales locales y se mimetizan con el

entorno, rodeados de paisajes que inspiran calma. Los visitantes pueden disfrutar de aguas termales y ceremonias de té, y el resultado es una

experiencia que se mueve entre el Japón más ancestral y el futuro más sostenible, con el respeto medioambiental como denominador común.



## Paisajes milenarios de Bután

**B**után es un pequeño país situado en el Himalaya que ha conseguido elevar la sostenibilidad a derecho universal a través de la firme protección de

sus recursos naturales. Los visitantes encuentran aquí la serenidad de monasterios centenarios, imponentes paisajes y un aire limpio, mientras se sumergen en

una cultura que ha decidido mantener sus raíces y su ecosistema a salvo de la modernidad, en la peor concepción de la palabra. Este país, vacunado frente

al turismo masivo, permite solo un número reducido de turistas al año, garantizando siempre una experiencia íntima y respetuosa con la madre naturaleza.



## Gili Lankanfushi, en Maldivas

**E**ste eco-resort de lujo ha cimentado su filosofía en la sostenibilidad. El complejo está firmemente comprometido

a la hora de minimizar su huella medioambiental a través de planes de acción orientados a una gestión eficaz de los recursos. Así,

los viajeros pueden disfrutar de un ambiente exclusivo en medio del paraíso, pero sin dejar de lado el interés por la preservación

del entorno y con la posibilidad de participar en actividades de conservación marina como la protección de los corales.



## Península de Osa, en Costa Rica

**R**ica en biodiversidad y comprometida con la sostenibilidad, la Península de Osa ofrece a los viajeros la oportunidad de vivir la

biodiversidad costarricense en su forma más pura. Dentro de este paraíso natural, la Bahía Drake se ha convertido en un punto crucial para el

ecoturismo, con actividades que van desde la observación de aves y la conservación de tortugas hasta excursiones de buceo respetuosas con el

ecosistema marino. Este es el destino perfecto para quienes buscan una inmersión total en la naturaleza tropical, siempre sorprendente.



## La Patagonia, entre Argentina y Chile

**¿U**na experiencia de lujo integrada en un paisaje donde la naturaleza se muestra en su forma más salvaje? En La

Patagonia es posible. Con sus imponentes montañas, sus eternos glaciares, sus estepas infinitas y sus lagos de aguas cristalinas, este destino atrae

como un imán a los amantes de los viajes más auténticos. Para mimetizarse con el paisaje, muchos de ellos se alojan en eco-lodges con

ventanas que enmarcan las más bellas obras de arte natural, en un entorno prácticamente inalterado por el paso de los siglos.



## Cruceros sostenibles en el Amazonas

**A** bordo de barcos eco-responsables, los viajeros pueden recorrer el Amazonas de una manera respetuosa. Estos cruceros limitan su capacidad y

adoptan prácticas sostenibles, desde la eliminación de plásticos hasta programas de conservación de la fauna local. La aventura se transforma así en una experiencia tan

educativa como colaborativa y entusiasta, donde el visitante se convierte en parte activa de la preservación de uno de los pulmones verdes del planeta.

## Reservas de Sabi Sands y Phinda, en Sudáfrica

**L**as reservas privadas de Sabi Sands y Phinda en Sudáfrica ofrecen lodges exclusivos donde se prioriza el respeto por la flora y

la fauna autóctona. En permanente contacto con las comunidades locales, estas reservas protegen la biodiversidad africana,

promoviendo prácticas sostenibles y un turismo responsable. Tendrás la oportunidad de participar en proyectos de

conservación, disfrutar de la majestuosidad de la fauna salvaje y, al mismo tiempo, contribuir de manera sensible a la economía local.

## Pueblo de Røros, en Noruega

**E**ste pintoresco pueblo noruego, Patrimonio de la Humanidad, es un modelo de sostenibilidad en la región. Con sus tradicionales construcciones de madera y un firme compromiso por mantener su identidad

cultural y natural, Røros permite a los visitantes experimentar la vida rural de manera sostenible. Rodeado de montañas, el verdadero lujo aquí es la paz y la autenticidad de un entorno que se mantiene fiel a sus raíces.

## Ecoturismo en Botsuana

**B**otsuana es uno de los países africanos pioneros en turismo sostenible. Sus parques y reservas son un auténtico refugio para la fauna y flora africana, ofreciendo una experiencia que incide en la preservación de los hábitats

naturales, ya que siguen regulaciones estrictas que limitan la cantidad de turistas y los tipos de actividades permitidos. Quienes visiten Botsuana pueden disfrutar de alojamientos de lujo en

medio de la naturaleza, en un contexto que fomenta el respeto y el equilibrio entre el hombre y la vida salvaje, con programas orientados a la conservación de la vida silvestre y la biodiversidad del país.



## Islas Feroe, en Dinamarca

**L**as Islas Feroe, con sus paisajes salvajes y las comunidades locales comprometidas con la conservación de sus espacios naturales, es

un destino volcado en el respeto por el entorno. El número de visitantes está regulado y a los turistas se les propone no solo disfrutar de actividades

como la observación de aves o la pesca sostenible, sino también participar directamente en proyectos que incluyen las labores de mantenimiento de las islas.



## Formentera, en Baleares

**F**ormentera, la joya de la tranquilidad de las Islas Baleares, es conocida por sus playas de aguas cristalinas y arenas blancas, y el firme compromiso con la sostenibilidad y el

turismo verde que le permite salvaguardar su patrimonio ecológico. En este contexto, ofrece rutas en bicicleta, senderos naturales y mercados locales que invitan a conocer la cultura y gastronomía de la

isla de una manera auténtica y respetuosa con el entorno. ¿Quieres saber el secreto de sus aguas de tonos azules y verde esmeralda? La isla está comprometida con la preservación de su

pradera de posidonia, una planta submarina declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999. Si buscas las playas más puras y cristalinas cerca de casa, estás a un paso.

# DE LA SARTÉN AL DEPÓSITO

Los **biocombustibles** ganan terreno ante el retraso de una electrificación con muchas incógnitas y unos precios demasiado altos. La economía circular se erige como una solución viable para el **transporte del futuro** Texto de Ana Montenegro





Desde hace más de 30 años, Brasil ha impulsado la producción de etanol (alcohol), tomando como base la caña de azúcar

# M

Muchos conductores no lo saben, pero en su depósito de combustible ya hay más de un 10% de combustible que no sale del petróleo, sino de su sartén. Los *biofuels* ganan fuerza en las estaciones de servicio españolas y pueden ser una alternativa viable y barata para reducir las emisiones de CO2.

Brasil ha sido hasta ahora el país pionero en el uso de biocombustibles. Desde hace más de 30 años ha impulsado la producción de etanol (alcohol), tomando como base la caña de azúcar, y desde 2003 se han generalizado los vehículos que circulan con este combustible en mayor o menor porcentaje (E100, E20 o E25). Las calles de las ciudades brasileñas no huelen a humo, sino a alcohol. En 2003 se vendieron en Brasil unos 40.000 automóviles con tecnología *flex* (otros combustibles y etanol); en 2023 fueron más de 1,5 millones de turismos y casi 265.000 comerciales ligeros, más del 65% de todas las ventas de vehículos en el país el pasado año. →

© Imagen generada con DALL-E por OpenAI



# 35.400

**MILLONES DE LITROS**  
**Producción de etanol**  
**en Brasil en 2023**

**(+15,5%)**

Fiat fue la marca pionera en lanzar un modelo movido por etanol, el Fiat 147 de 1978. Ahora acaba de presentar la versión híbrida de sus actuales modelos de más éxito en el país, el *Fiat Pulse* y el *Fastback*, una tecnología que combina la propulsión eléctrica e híbrida con biocarburos, en Brasil, obviamente, el etanol. En breve, Toyota prevé lanzar también en el país versiones biohíbridas.

Brasil se reparte con Estados Unidos el primer puesto del podio como fabricante mundial de etanol para combustible, pero el brasileño es más eficiente porque procede de la caña de azúcar, mientras que en Estados Unidos lo hacen con maíz. Brasil es, además de pionero, un gigante en la producción de biocombustibles con una política clara de sostenibilidad desde hace décadas. En 2023 produjo 35.400 millones de litros de etanol, un 15,5% más que el año anterior, 7.500 millones de biodiésel y 74,9 millones de m<sup>3</sup> de bioetanol, un 12,3% más que el año anterior. Unas cifras históricas en el país.

En Europa el proceso está siendo lento. A raíz de la guerra de Ucrania, la Unión Europea ha empezado a considerar estratégico el biometano y se ha fijado como ambicioso objetivo multiplicar por ocho su producción entre 2022 y 2030, lo que implicaría llegar a los 35 millones de m<sup>3</sup> en seis

años. La Asociación Española del Gas (Sedigas) estima que el biometano puede llegar a representar casi la mitad del consumo de gas natural de España en unos años.

## BIOCARBURANTES

En cuanto a la movilidad, en España actualmente todos los carburantes que repostamos en las estaciones de servicio llevan añadido más de un 10% de combustible renovable, como exige el Real Decreto 1085/2015 de Fomento de Biocarburos, pero el objetivo es llegar mucho más lejos. En Europa, la producción de estos combustibles ecológicos se basa en la economía circular y el aprovechamiento de residuos. Actualmente, se producen a partir de residuos orgánicos, como aceites de cocina usados, cáscaras de frutos secos, residuos de la industria agroalimentaria o residuos forestales. Con un litro de aceite de cocina usado se hacen 0,9 litros de biocombustible.

Los biocombustibles tienen muchas ventajas inmediatas. No hay que cambiar de coche, se pueden utilizar en los actuales motores de combustión. Tampoco hay que hacer una nueva red de suministro y distribución, porque la de las gasolineras actuales es compatible, y reducen las emisiones de CO<sub>2</sub> porque el que emiten en su uso es igual al que se eli-

**65%** Proporción de VEHÍCULOS 'FLEX' vendidos en Brasil en 2023

Hay en marcha más de 40 proyectos de producción de biocombustibles desarrollados por grandes petroleras



# TIPOS DE BIOCOMBUSTIBLES



## BIODIÉSEL

Combustible renovable y sostenible. Se produce a partir de aceites vegetales y grasas animales.

## BIOETANOL

Se obtiene por la fermentación de materiales ricos en azúcares o almidones, como maíz, caña de azúcar o remolacha. El proceso convierte los azúcares presentes en estos materiales en etanol, componente principal del bioetanol, muy utilizado como aditivo en la gasolina.

## HIDROBIODIÉSEL (HVO)

Su origen es el aceite de cocina usado y se puede utilizar como complemento al combustible tradicional. Actualmente ya se usa en automóviles y camiones. Es más eficiente y sostenible porque transforma un residuo orgánico en carburante y es menor la emisión de gases de efecto invernadero.

## BIOBUTANOL

Se obtiene de la fermentación de materiales orgánicos, como cultivos energéticos, residuos agrícolas o incluso desechos forestales. A diferencia del bioetanol, el biobutanol es un alcohol de cadena más larga, lo que le confiere otras propiedades, puede almacenarse y transportarse más fácilmente.

## BIOGÁS

Es un gas renovable que se genera por la descomposición anaeróbica de materia orgánica, como residuos agrícolas, estiércol, desechos alimentarios y aguas residuales. Es un proceso natural que libera metano, principal componente del biogás.

## BIOMETANO

Alternativa sostenible al gas natural, procede del biogás, pero es más puro y puede mezclarse con gas convencional para usarlo en la producción de electricidad y calor, además de propulsar vehículos.

Repsol, pionera en la producción de combustibles renovables, prevé fabricar dos millones de toneladas en 2030

mina durante la vida útil de esas materias orgánicas.

En España, Repsol está siendo pionera en la producción de combustibles renovables de los que prevé fabricar dos millones de toneladas en 2030. Su primer proyecto arrancó en 2023 y es la primera planta de la Península que va a producir biocombustibles avanzados a partir de residuos que utilizarán coches, camiones, aviones o barcos. Con una inversión de 188 millones de euros, tiene una capacidad de producción anual de 250.000 toneladas, que evitan la emisión de 900.000 toneladas de CO<sub>2</sub> al año. En 2025 entrará en funcionamiento la segunda planta de este tipo en Puertollano con una capacidad anual de 200.000 toneladas.

La petrolera española no es la única que se ha lanzado a estos proyectos innovadores. Según el analista Rystad Ener-

gy, ya hay en marcha más de 40 proyectos de producción de biocombustibles desarrollados por las grandes petroleras, las británicas BP y Shell, la francesa TotalEnergies, la italiana Eni o las estadounidenses Chevron y ExxonMobil. Estos proyectos incluyen diferentes biocombustibles, como el biodiésel y el etanol, pero sobre todo el aceite vegetal tratado con hidrógeno (HVO) y el combustible de aviación sostenible (SAF), que previsiblemente representará casi el 90% de la producción.

Mientras esperamos a volar con aceite reciclado, Repsol cerró 2024 con unas 600 estaciones de servicio que dispensan combustibles 100% renovables, un proyecto que arrancó con 60 puntos de venta, 46 en España y 15 en Portugal, pero que apunta a un crecimiento imparable. ▲

**HUBLOT BIG BANG UNICO SAILING TEAM**

Caja de fibra de carbono negro brillante de 42 mm. Cronógrafo de cuerda automática con una reserva de marcha de 72 horas. Hermético hasta los 100 metros de profundidad. Edición limitada a 100 ejemplares.  
**Precio:** 26,200 euros



# BENDITAS complicaciones

**Proteger océanos, mares y los seres que en ellos habitan** se ha convertido en una obsesión para algunas firmas de relojería. Reciclan plásticos, limpian fondos marinos y se embarcan en **misiones polares**

Texto de **Kino Verdú**

“**S**e nos rompió el amor de tanto usarlo” cantaba Rocío Jurado. Se va a romper lo sostenible de tanto usarlo, podríamos tararear. Ahora se aplica ese término a todo y, en muchas ocasiones, pierde su verdadera y circular esencia. Proliferan pequeños gestos que se pierden en la inmensidad del océano, inútiles estrategias del *Green marketing*. Precisamente en cuestiones de océanos y otras vastas extensiones de agua, hay que reconocer que algunas firmas de relojería llevan a cabo campañas de profundo calado. Una de ellas, quizás de las primeras, es Blancpain, pionero en la relojería moderna de buceo con su modelo *Fifty Fathoms*: su presidente y consejero delegado, Marc A. Hayek, es un apasionado del submarinismo, y se nota. La dedicación de la marca a apoyar la exploración y preservación de los océanos se denomina *Blancpain Ocean Commitment (BOC)* y desde hace años (prin-

cipios de los 2000) colabora con instituciones de renombre e interviene en proyectos varios. ¿Ejemplos? La expedición *Pristine Seas* de National Geographic, comandada por el oceanógrafo Enric Sala con el objetivo de estudiar y fotografiar áreas vírgenes y luego acudir con esas imágenes a altas instancias gubernamentales para convencerlos de que hay que proteger los océanos (han conseguido que 4,7 millones de kilómetros cuadrados estén protegidos ambientalmente). El proyecto *Gombessa* de Laurent Ballesta nació en 2012 y sigue activo. Surgió cuando el gran fotógrafo y cineasta marino (Ballesta) convenció a Hayek para registrar y estudiar el hábitat del celecanto, un pez que se creía extinguido hace siglos, en las profundas aguas de África. Desde entonces, Gombessa se ha extendido en diversos frentes artísticos (documentales) y científicos en aras de proteger especies marinas como ballenas, rayas, etcétera. Blancpain



**CERTINA DS SUPER PH1000M STC**

Movimiento automático que indica horas, minutos, segundos y ventanilla de fecha. Caja de 43,5 mm, reserva de marcha de 80 h, válvula de escape de helio, bisel giratorio unidireccional y soporta una presión de 100 bares (1.000 metros). **Precio:** 1.040 euros

es patrocinador y fundador del World Ocean Summit, se ha unido al Professional Association of Diving Instructors para aumentar el número de áreas marinas protegidas cara a 2030 y, por eso de la cercanía, acaba de rubricar su colaboración con Vellmarí, iniciativa creada por el biólogo marino y explorador Manu San Félix con el fin de generar un cambio de mentalidad en la forma de gestionar los océanos: impulsar y cuidar las praderas de Posidonia del Parc Natural de Ses Salines (Formentera e Ibiza). Este año se han plantado ya 10.000 ejemplares de Posidonia oceánica. Otra lucha de Vellmarí se materializa en la recentísima campaña *Reserva30*, cuyo objetivo es recoger el mayor número de firmas de españoles a la Declaración por el Mediterráneo, para recuperarlo a través de la pesca sostenible, la depuración de las aguas y la creación de zonas marinas protegidas. Y en eso andan. Hublot colabora con la expedición Polar Pod,

un buque ecológico con cero emisiones creado por el explorador Jean-Louis Etienne para auscultar el océano Austral que rodea la Antártida, principal sumidero de carbono del planeta y que alberga una gigantesca reserva de biodiversidad aún poco conocida. La misión dura hasta 2026 y los datos que recojan estarán disponibles para toda la comunidad científica internacional, coordinados por el Centro Nacional de Investigación Científica. Lo último de Certina es su colaboración con la organización sin ánimo de lucro Sea Turtle Conservancy a través del modelo *DS Super PH1000M STC*. De Oris se conoce su modelo *Aquis Date Upcycle*, con la esfera hecha de plástico PET reciclado que navega por los océanos: National Geographic afirma que hay 5,25 billones de residuos plásticos. La firma organiza jornadas de limpieza y concienciación (ha evitado que 15 millones de botellas de plástico PET ingresen al océano), pero su conciencia medioambiental acuática lleva presente desde hace muchos años. En fin, esperemos que cundan los ejemplos... ▲

**BLANCPAIN BATHYSCAPHE QUANTIÈME COMPLET PHASES DE LUNE**

Automático, deportivo, de buceo, caja de 43 mm, con calendario completo y fases de luna. Esfera con acabado soleado en vibrantes tonalidades de azul y disponible con brazaletes de cerámica y correas NATO o de tela de vela. Bisel unidireccional de cerámica, 72 h de reserva de marcha y resistente al agua 30 bares. **Precio:** 17.350 euros.



# Jóvenes, orgánicos y sostenibles

## Cinco chefs nacionales

que demuestran que **otro mundo y otra forma de cocinar** son más que posibles

Texto de **Alfredo García**

**H**ay en España una hornada de chefs en torno a los 30 años (o menos), concienciados con el futuro del planeta, que están revolucionando el panorama culinario con sus sabrosas propuestas, cargadas de autenticidad y respeto al medio ambiente. En restaurantes tanto urbanos como rurales, esta generación de cocineros aprovecha lo mejor que hay en su entorno para experimentar con ingredientes, algunos realmente sorprendentes e, incluso, desconocidos.





## Juan Sahuquillo y Javier Sanz. Oba – Casas Ibáñez, Albacete

**E**l triunfo de estos dos jóvenes en el certamen Madrid Fusión de 2021 parece casi lejano, sobre todo viendo su meteórica evolución dentro de la alta cocina. Tiene mucho mérito su trabajo, más partiendo desde su pueblo,

en Albacete, y apostando por la experimentación con ingredientes de su entorno cercano. Esto lo han sabido reconocer los más grandes gurús de la gastronomía y todas las publicaciones especializadas.

**obarestaurante.es - Menú Cuaderno 1+maridaje: 260 euros**

## Martina Puigvert. Les Cols – Olot. Girona

**E**sta joven y ya muy reconocida cocinera es el relevo natural, aunque con lenguaje propio, en este restaurante de La Garrotxa, donde su madre Fina Puigdevall ha logrado reivindicarse como uno de los

más grandes referentes de la alta cocina catalana. Aquí lo tienen claro: nada como el producto local, fresco, de temporada y de calidad para seducir a comensales e inspectores de las guías y publicaciones más prestigiosas.

**lescolds.com - Menú degustación: 165 euros. Maridaje: 65 euros. Quesos: 20 euros**





## Lucía Grávalos. Desborre – Madrid

Gracias a este proyecto tan personal, Lucía, cocinera riojana afincada en Madrid desde hace unos años, va un paso más allá de la sostenibilidad, a través de lo que se conoce como agricultura regenerativa. Esa que no solo evita la degradación del medio ambiente, sino que, incluso,

llega a recuperarlo. Sus preparaciones a base de verduras emocionan, desde luego. Pero no desmerece su tratamiento del pescado y las carnes. Lucía también investiga en fermentados, de los que tiene una interesante exposición (consumible) a la entrada del local.

[desborre.es](http://desborre.es) - Menú degustación Desborre: 78 euros



## Vicky Sevilla. Arrels – Sagunto. Valencia

Vicky no solo fue la cocinera más joven del mundo en conseguir una estrella Michelin para su restaurante (en 2021). También es, hoy por hoy, alguien imprescindible en el panorama de la alta cocina mediterránea. Lo ha logrado

gracias a una propuesta de raíces (arrels en valenciano), muy local y respetuosa con el medio ambiente, con grandísimas dosis de creatividad y un sexto sentido que anticipa éxitos aún mayores.

[restaurantarrels.com](http://restaurantarrels.com) - Menú degustación Arrels: 128 euros. Armonía de vinos: 90 euros

## Ricardo Temiño. Restaurante Temiño – Burgos

Desde hace algo más de un año, este exitoso cocinero burgalés (reconocido con una estrella Michelin en la Guía 2025) tiene nuevo local para su restaurante La Fábrica, en un edificio histórico en pleno centro. Y allí ha reservado un espacio para la alta cocina, con un menú

degustación (Camino) que se nutre de los productos y los sabores de su propia tierra, en una suerte de cocina de kilómetro 0, pero sin renunciar al encuentro con otras culturas gastronómicas. Todo interpretado de una forma tan sofisticada como convincente.

[fabricarestaurante.com/Ricardo-temiño](http://fabricarestaurante.com/Ricardo-temiño) - Menú degustación Camino: 90 euros. Armonía de vinos: 45 euros



# EL ARCA DE NOÉ DE VIÑEDOS FUTUROS

Hablar de **sostenibilidad** en el mundo del vino es reflexionar sobre la cantidad de conexiones que existen entre la vitivinicultura y la evolución humana desde diversos puntos de vista, pero el vino sostenible del futuro será aquel que hable de un origen preservado y mantenido durante generaciones y para las **generaciones venideras**

Texto de **Raquel Pardo**

**E**n el documental de Salvador Arellano Torres *Basajaun 2, el regreso al terruño*, la viticultura y enóloga Sara Pérez recuerda una frase de la escritora barcelonesa Marta Marín- Dòmine que dice algo así como que quien erra no posee los territorios, sino que los habita. Estamos de paso y cada vez más, viticultores y productores toman consciencia de la importancia de habitar en lugar de poseer para dejar un legado digno a quienes vengan detrás de nosotros.

La idea que sobrevuela la película es precisamente esa: es vital reflexionar sobre lo que se ha venido haciendo en los últimos años en los viñedos españoles para tomar medidas que permitan dejar un patrimonio vitícola de valor a los viticultores del futuro. El cambio climático ha puesto de manifiesto muchas de las faltas y errores que se han estado

cometiendo y que han agravado la situación: “Si no cambiamos nada en nuestra viticultura, en 2100 no habrá viñedos de 80 años; igual los hay de 180, pero no de 80”, afirma el experto Julián Palacios en el documental.

Su director, Rafa García, y su equipo pusieron en marcha un enorme viñedo de 130 has en la localidad soriana de Zayas de Báscones que, como si un arca de Noé se tratara, agrupa variedades recuperadas y casi extintas, además de contener una colección de diversos biotipos de una misma variedad cuyo objetivo es servir de guardián para recuperar viñedos viejos y reconstruir paisajes que la industrialización del vino se ha llevado por delante. Cada año, desde 2020, recorren zonas vitícolas y recopilan varios miles de plantas antiguas y colecciones varietales de distintas regiones, de Gredos a Jerez, pasando por Penedès, Galicia o Priorat. En la finca se hace I+D y se estudian los biotipos más aptos para utilizarse en viñedos del futuro, además de realizar análisis y eliminar posibles problemas de virosis, creando plantas sanas capaces de perdurar en el tiempo dando frutos de calidad. Entre las variedades que estudian, la reina de las tintas españolas (con permiso de la garnacha): la tempranillo, una de las más afectadas por la subida de las temperaturas, ya que pierde acidez y su pH sube, complicando la elaboración de vinos de guarda. Sin embargo, el equipo de García está encontrando y catalogando variedades históricas que acumulan naturalmente menos azúcar y más acidez y producen menos alcohol durante la fermentación, paliando otro de los problemas que genera el calor en estas latitudes, el de los altos niveles alcohólicos de los tintos. En su lugar, bobal o garnacha de viñas viejas reaccionan mucho mejor a las altas temperaturas, conservando parámetros necesarios para



# Ecología en copa: cuestión de actitud



## Sasikume

Bodega: Etere Kripan, Rioja Alavesa

Este tinto de la variedad trousseau procede de un viñedo en altitud en el pueblo de Kripan, donde la productora Melanie Hickman ha llevado a cabo un proceso de adaptación y viticultura regenerativa, que respeta el ecosistema, contribuye a regenerar la tierra y fomenta la biodiversidad del entorno.

**PVP:** 16 euros



## Sílice Blanco

Bodega: Sílice Viticultores, Ribeira Sacra

La bodega se ha involucrado en dar visibilidad a personas con autismo y contribuir a su inserción laboral, colaborando con la asociación Asteavi de Vigo y, además de este blanco y sus exclusivos vinos de finca, elaboran una edición "Autismo" que pone de relieve su entrega a la causa y destina beneficios a la asociación por la compra de cada botella.

**PVP:** 25 euros



## Pago de Carraovejas

Bodega: Pago de Carraovejas, Ribera del Duero

El grupo bodeguero lleva décadas implantando medidas para conservar la diversidad varietal en sus viñedos y la integridad de los ecosistemas, practicando poda de respeto y formando al respecto. Este tinto aglutina ese trabajo en forma de finura, energía y tensión.

**PVP:** 40 euros



## Ratpenat

Bodega: Celler Credo, Penedès

Este vino, elaborado por la primera bodega biodinámica del Penedès, destina parte de sus beneficios a proyectos que divulgan la importancia de los murciélagos (Ratpenat en catalán) en los ecosistemas y su conservación como insectívoro natural del viñedo. Es un blanco de macabeo, sedoso y ágil, con una atractiva frescura, que viene en botella más ligera y eco-friendly.

**PVP:** 24 euros.



## Otra Aventura Alapar

Bodega: Torremilanos

Fruto de la colaboración entre Lavinia, la bodega Torremilanos de Ribera del Duero y la Fundación A La Par, centrada en ayudar e integrar a personas con discapacidad intelectual. En su interior, un tinto 100% tempranillo procedente de un viñedo ecológico, con 24 meses de barrica.

**PVP:** 23,90 euros.

que el vino pueda evolucionar en la botella.

En Basajaun se conserva la diversidad intravarietal y se han llegado a localizar hasta 1.600 biotipos de tempranillo, de los que se han seleccionado un centenar por esa capacidad de preservar la acidez pese al calor: "En torno al 20%

se utiliza para hacer un vino que materializa esa diversidad y cuya primera añada saldrá al mercado en 2025, que Rafa García define como la 'consecuencia del proyecto'". Esa humanidad que da la vida al viñedo es en la que yace ahora la capacidad para que el paisaje vitícola del futuro exista. ▽

© shutterstock (2)

FREE TIME

De José Suay

CINE  
EN SALA

ENE

3

## Heretic (Hereje)

**Director** Scott Beck y Bryan Woods | **Distribución** DeAPlaneta | **Reparto** Hugh Grant, Sophie Thatcher, Chloe East, Elle McKinnon, Carolyn Adair, River Codack

**E**l nuevo año cinéfilo arranca con el estreno de una de las propuestas de terror que más conversaciones está generando últimamente.

Y es que Hugh Grant, quien nos tiene acostumbrados a sus dotes de encantador caballero británico, arquetipo que ha encarnado en varias de las comedias románticas más emblemáticas de las últimas décadas,

tales como *Cuatro bodas y un funeral* (1994), *Notting Hill* (1999) o *Love Actually* (2003), se pone, a sus 64 años de edad, en la piel de un psicópata. Se trata de una película de escenario único en la que Grant interpreta al propietario de la casa donde tiene lugar toda la acción y de la que las protagonistas de la historia tratarán de escapar. Veremos si el rol de asustar se le da tan bien como el de enamorar,

pero, por el momento, parece que los críticos que ya han visto la cinta se han rendido ante su actuación. Dos jóvenes misioneras que se ven obligadas a demostrar su fe cuando llaman a la puerta equivocada y son recibidas por el diabólico Sr. Reed (Hugh Grant). Los tres se verán envueltos en un brutal juego del gato y el ratón durante una larga noche de tormenta.

ENE

## La acompañante (Companion)

31

**Director** Drew Hancock | **Distribución** Warner Bros. Pictures España | **Reparto** Sophie Thatcher, Jack Quaid, Lukas Gage, Megan Suri, Harvey Guillén, Rupert Friend, Marc Menchaca

CINE  
EN SALA

© IMDb

El primer mes de este 2025 cierra con el estreno de una película atrevida por su mezcla de géneros, pues aborda desde el romance hasta el terror, pasando por el thriller y la ciencia ficción, con el uso de la Inteligencia Artificial, uno de los temas más vigentes de la actualidad, como telón de fondo.

La película cuenta, además, con dos estrellas emergentes como protagonistas: Sophie Thatcher (*Heretic*, *Yellowjackets*) y Jack Quaid (*Los juegos del hambre*, *The Boys*). Por lo tanto, aspira a conquistar la taquilla en este inicio de año. A su vez, significa también el debut en la dirección de Drew Hancock.

“Hola. ¿Cansado de pasar? ¿Cansado de que te ignoren? ¿Sientes que te falta una parte de ti? FindYourCompanion.com te garantiza encontrar un compañero hecho para ti”, así reza la enigmática sinopsis oficial que, por el momento, se ha difundido.

FEB

## Limonov

21

**Director** Kirill Serebrennikov | **Distribución** Filmin | **Reparto** Ben Whishaw, Sandrine Bonnaire, Viktoria Miroshnichenko, Louis-Do de Lencquesaing, Ivan Ivashkin, Tomas Arana

Se trata de una adaptación de la novela del archiconocido escritor francés Emmanuel Carrère, y en cuya adaptación del guion interviene, entre otros, Pawel Pawlikowski, el director polaco responsable de éxitos del cine europeo de autor como *Cold War* (2018) e *Ida* (2013), ganador del Oscar a la Mejor Película de habla no inglesa por esta última y nominado en la misma categoría por la primera.

Es una producción en la que colaboran conjuntamente Italia, Francia y España, con el apoyo del programa europeo Creative Europe Media. Esta colaboración entre países también se ve reflejada en su director, pues al frente de la cinta está el ruso Kirill Serebrennikov. La película cuenta la escandalosa historia de Eduard Limonov, el poeta radical soviético que se convirtió en un vagabundo en Nueva York, una sensación en Francia y un antihéroe político en Rusia.

CINE  
EN SALA

© MUBI

De José Suay

ENE

17

## Separación (Severance)

Plataforma Apple TV+

SERIE TV



© Apple

Apple prepara para este comienzo de año el regreso de *Severance* con el estreno de su segunda temporada. Esta serie surrealista, que mezcla thriller y ciencia ficción, es, probablemente, la serie mejor valorada del servicio de *streaming* del gigante tecnológico. En total, *Severance* volverá con 10 nuevos capítulos -uno más que la anterior temporada- de los que se irán emitiendo uno a la semana, como suele ocurrir con las series de Apple TV+. Además, se mantendrá el elenco protagonista de la primera temporada.

De esta forma, la serie seguirá, de nuevo, a Mark Scout (Adam Scott), director de un equipo en Lumon Industries, cuyos empleados se han sometido a un procedimiento quirúrgico que separa sus recuerdos entre su ámbito laboral y su vida personal. Este atrevido experimento de "equilibrio entre el trabajo y la vida personal" se ponía en tela de juicio cuando Mark se encuentra en el centro de un misterio que lo obligaba a confrontar la verdadera naturaleza de su trabajo y de sí mismo.

ENE

31

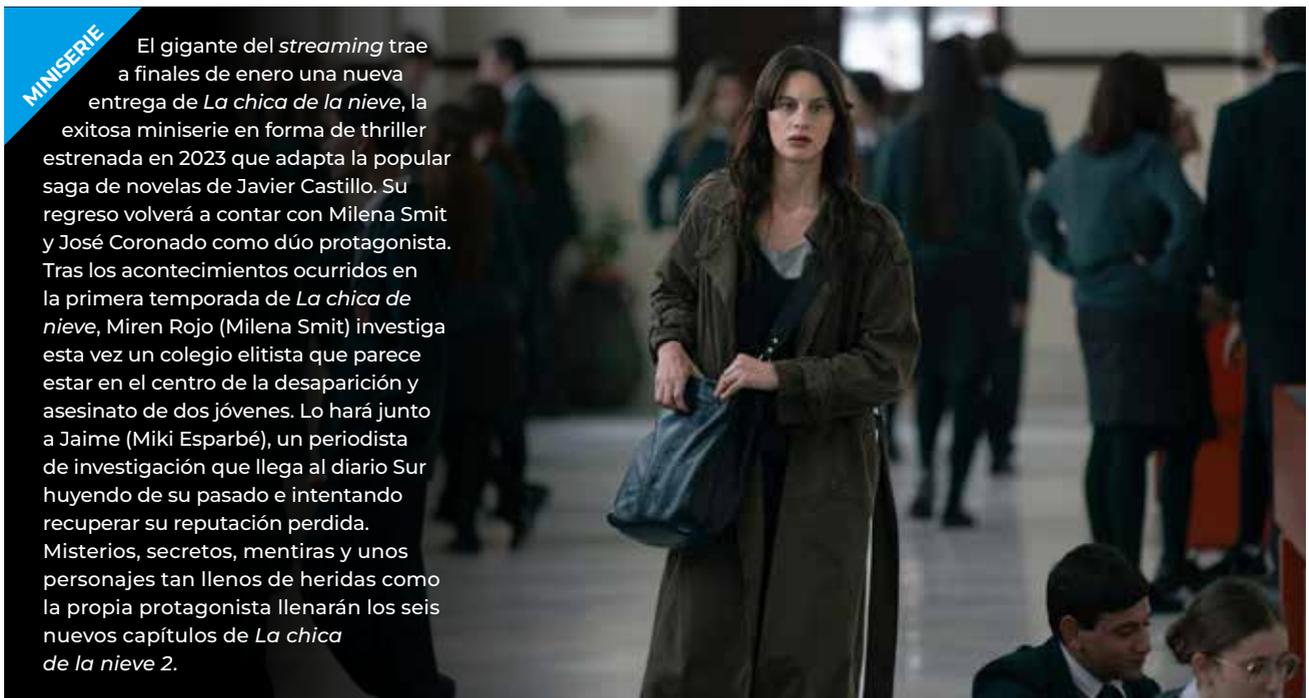
## La chica de nieve 2: El juego del alma

Creador Jesús Mesas Silva, Javier Andrés Roig | Plataforma Netflix

MINISERIE

El gigante del *streaming* trae a finales de enero una nueva entrega de *La chica de la nieve*, la exitosa miniserie en forma de thriller estrenada en 2023 que adapta la popular saga de novelas de Javier Castillo. Su regreso volverá a contar con Milena Smit y José Coronado como dúo protagonista. Tras los acontecimientos ocurridos en la primera temporada de *La chica de nieve*, Miren Rojo (Milena Smit) investiga esta vez un colegio elitista que parece estar en el centro de la desaparición y asesinato de dos jóvenes. Lo hará junto a Jaime (Miki Esparbé), un periodista de investigación que llega al diario Sur huyendo de su pasado e intentando recuperar su reputación perdida. Misterios, secretos, mentiras y unos personajes tan llenos de heridas como la propia protagonista llenarán los seis nuevos capítulos de *La chica de la nieve 2*.

© Netflix



© Konami



**VIDEOJUEGO**

### Silent Hill: The short message

**1 de febrero** | Desarrolladora: Konami y HexaDrive para PlayStation 5

Tras mucho tiempo en dique seco, Silent Hill, la saga de terror más emblemática de la historia de los videojuegos, vuelve con una entrega muy esperada. La nueva versión se juega en primera persona, y nos mete de nuevo el miedo en el cuerpo, pues cuenta con el trabajo de Masahiro Ito diseñando a una terrorífica criatura y Akira Yamaoka a cargo de la música.

© LiveNation



**CONCIERTO**

### Bryan Adams

**19 de enero** | Lugar: Pabellón Fuente de San Luis (Valencia)

El legendario cantante, guitarrista y compositor canadiense tiene en Valencia una parada más dentro de su esperada gira de este 2025. Así, los fans del rock tendrán la oportunidad de ver y escuchar a Bryan Adams, quien tiene previsto tocar en directo algunas de sus canciones más míticas, como *Heaven*, *Please Forgive Me*, *Here I Am*, *(Everything I Do) I Do It for You* o *There Will Never Be Another Tonight*, entre otras muchas.

© YouTube



**DISCO**

### Green Day: Saviors

**24 de enero** | Discográfica: Reprise Records

La popular banda de punk Green Day lanza su decimocuarto álbum de estudio, que servirá, además, de antesala para la ansiada gira que pronto pondrán en marcha para promocionarlo. Y para celebrarlo, el trío formado por Billie Joe Armstrong (voz y guitarra), Mike Dirnt (bajo) y Tré Cool (batería) ya ha compartido los sencillos *The American Dream Is Killing Me* y *One Eyed Bastard*, ofreciendo así un avance de lo que nos espera.

TEATRO

Desde

ENE

24

Hasta

MAR

30

## Historia de una escalera

Lugar Teatro Español. Sala Principal (Madrid)

La escena teatral madrileña se viste de gala, ya que regresa el clásico de Antonio Buero Vallejo, quien, con el estreno de *Historia de una escalera*, ganó el premio Lope de Vega del Ayuntamiento de Madrid en 1949, convirtiéndose en una de las obras esenciales para entender la literatura dramática de nuestro país. Ahora, 75 años después de su

estreno en el mismo Teatro Español, la obra volverá a tener vida gracias a la dirección de Helena Pimenta. El tiempo de la historia transcurre en una escalera, la verdadera protagonista del drama, mientras confluyen las vidas de sus vecinos; gentes sencillas que, con sus anhelos y frustraciones, tratan de sobrevivir en una sociedad

imposible. Un argumento compuesto de pequeñas historias que transcurren durante tres momentos de nuestra historia (primavera de 1919, otoño de 1929 e invierno de 1949) y nos permiten, sin duda, encontrar importantes coincidencias con la sociedad actual, a pesar de haber transcurrido tres cuartos de siglos.

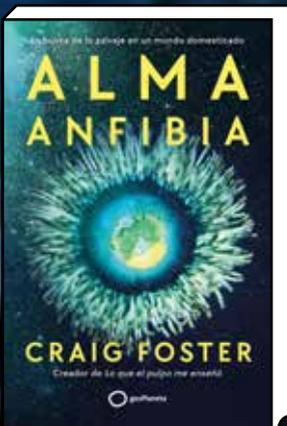
© Teatro Español

FREE TIME

De Cristina Alonso

# Reencuentra tu lado salvaje

El cineasta y documentalista sudafricano, cofundador del **Sea Change Project**, permite salir de la 'selva de concreto' para viajar hasta el lado más feroz del planeta y descubrir no solo sus secretos más deslumbrantes, sino también la infinidad de motivos **para salvar al planeta**



Craig Foster

**ALMA ANFIBIA**

**NATURALEZA** GeoPlaneta

**E**n su más reciente obra, Craig Foster, el creador del conmovedor documental *Lo que el pulpo me enseñó*, nos guía a través de una narrativa profundamente inspiradora sobre cómo reencontrarnos con el mundo natural. Este libro no es solo un homenaje a la naturaleza, sino también una invitación a observar con atención y amor el vasto y complejo entramado de vida que nos rodea.

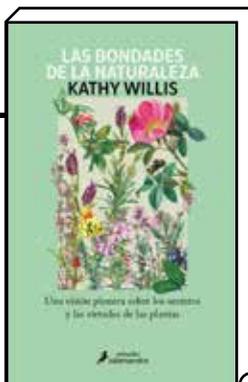
A través de sus memorias, Foster nos transporta a paisajes extraordinarios, desde el Gran Bosque Marino Africano hasta las enigmáticas guaridas de cocodrilos del Delta del Okavango. Cada capítulo es una ventana a su

vida, dedicada incansablemente a explorar los rincones más fascinantes de la Tierra. Con una mezcla de poesía y ciencia, el autor describe cómo estas experiencias han cultivado su profundo respeto y amor por todos los seres vivos.

El libro combina magistralmente su experiencia como documentalista, con lecciones aprendidas tanto de comunidades indígenas como de los últimos avances científicos. Foster desvela no solo la sabiduría que ha adquirido a lo largo de décadas de inmersiones diarias en el océano, sino también cómo esa conexión con el agua y sus criaturas puede transformar nuestra percepción del mundo.

Con un lenguaje que mezcla precisión y lirismo, esta obra es más que una simple exploración de la naturaleza; es una guía espiritual que nos recuerda el poder de la contemplación y la necesidad de cuidar nuestro planeta. Un libro imprescindible para quienes desean entender más profundamente el vínculo entre la humanidad y la naturaleza, y un testimonio de cómo el amor por la Tierra puede inspirar vidas más conscientes y plenas.

Si disfrutaste de la narrativa visual y emotiva de *Lo que el pulpo me enseñó*, este libro promete sumergirte aún más en la mente y el corazón de Craig Foster, dejando una huella indeleble en tu forma de ver el mundo.



Kathy Willis  
**LAS BONDADES DE LA NATURALEZA**  
**CIENCIA** Salamandra

La directora científica del Royal Botanic Gardens de Kew ha dedicado varios años de investigación a demostrar cómo las plantas y los árboles afectan a nuestro bienestar, estado de ánimo y longevidad. En este libro revelador, Kathy Willis reúne estos hallazgos científicos y nos muestra un sinfín de prácticas sorprendentes con las que podemos mejorar nuestra salud.



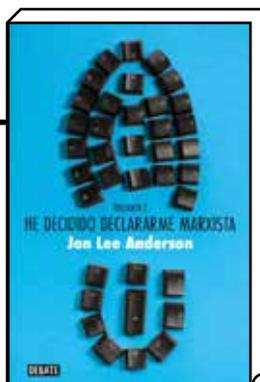
Antonio Turiel  
**EL FUTURO DE EUROPA**  
**CIENCIA** Destino

Europa, vulnerable por su envejecimiento, la escasez de recursos y una industria superada por China y Rusia, enfrenta una rápida desindustrialización. La crisis energética alterna momentos críticos con periodos de calma, y la de materias primas afecta las cadenas de suministro; sumado a la crisis del agua potable. Ante este escenario, la obra plantea cómo decrecer para una reindustrialización urgente en la UE.



Mónica Fernández-Aceytuno  
**MAÑANA ES TARDE**  
**MEDIOAMBIENTE** Espasa

Mónica Fernández-Aceytuno descubre las claves de la Sostenibilidad en un ensayo que arroja luz sobre nuestro presente y abre caminos para un futuro más verde. Una obra inspiradora. Para saber de qué se habla cuando se aborda el asunto de la Sostenibilidad es preciso conocer sus conceptos esenciales y comprender con claridad qué entendemos por tal, algo que no resulta del todo sencillo.



Jon Lee Anderson  
**HE DECIDIDO DECLARARME MARXISTA (VOLUMEN 2)**  
**NO FICCIÓN** Debate

En este segundo tomo aparecen algunas de las figuras más relevantes, y en ocasiones controvertidas del último medio siglo, así como otro tema esencial en la obra de Anderson: el impacto del hombre en la naturaleza. Crónicas en su mayoría inéditas en español y que son pequeñas obras de arte.



Fernanda Trías  
**EL MONTE DE LAS FURIAS**  
**NARRATIVA** Random House

La escritura prodigiosa, característica de Trías, reluce en esta novela inquietante y atmosférica, en la que los tópicos de la madre, la violencia y la relación con la naturaleza reaparecen, y con cuánta fuerza estremecen al lector. Una novela impactante que se suma a la obra de la Premio Sor Juana Inés de la Cruz 2021 y Premio Nacional de Literatura de Uruguay (Narrativa).



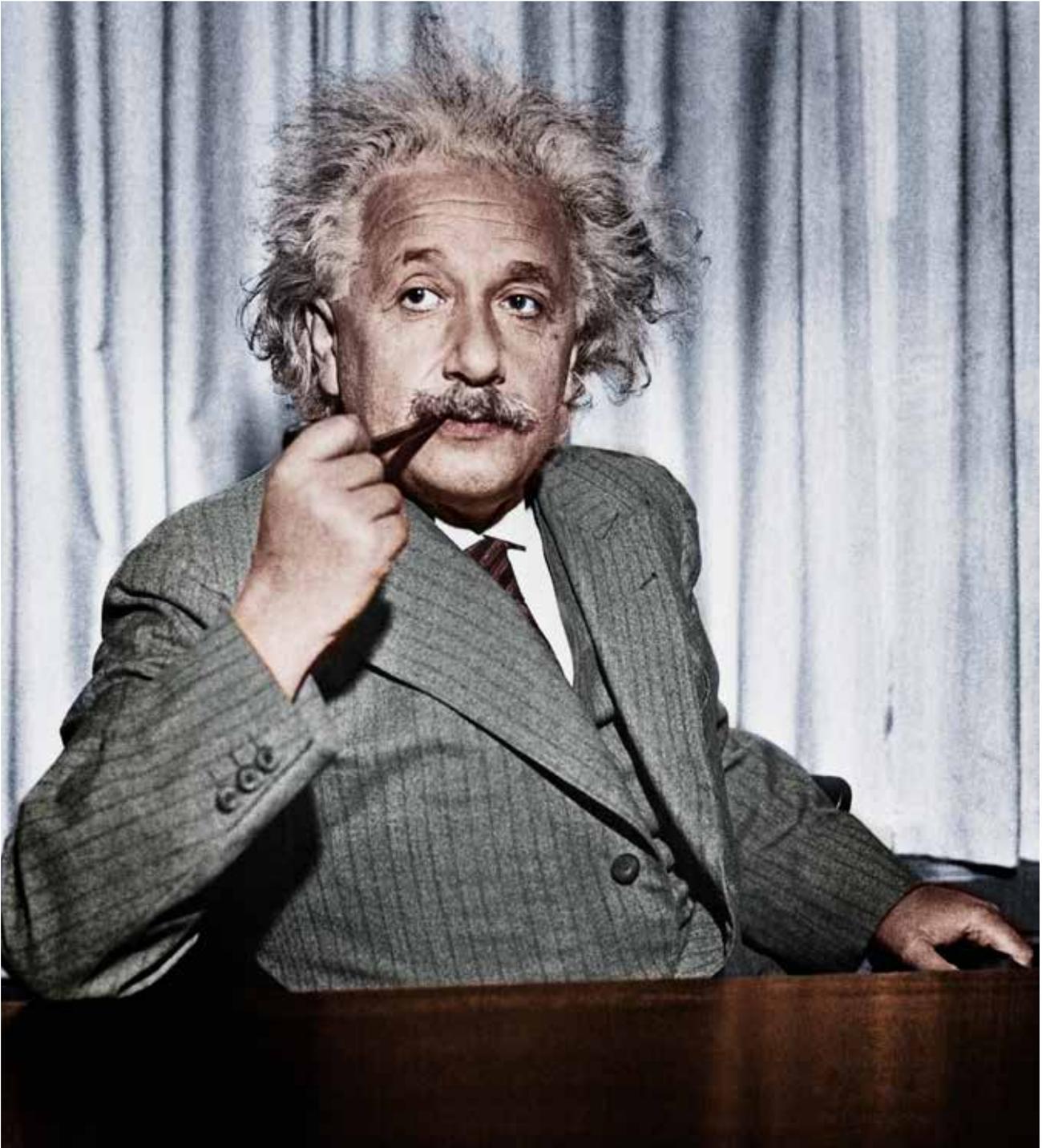
Nemesio Fernández-Cuesta  
**NO SE TRATA DE SI ES VERDE O NO, SINO DE SI ELIMINA O REDUCE LAS EMISIONES**  
**ECONOMÍA** Deusto

Una aproximación práctica y sensata a los retos que plantea el cambio climático. En unos momentos en los que la etiqueta de 'verde' actúa más como corsé que como remedio, resulta clave entender la situación para tomar las medidas más eficaces contra una cuestión seria y urgente.

Sostiene...

# Albert Einstein

“Nuestra tarea debe ser vivir libres, ampliando nuestro círculo de compasión para abarcar a todas las criaturas vivientes y la totalidad de la naturaleza y su belleza”.

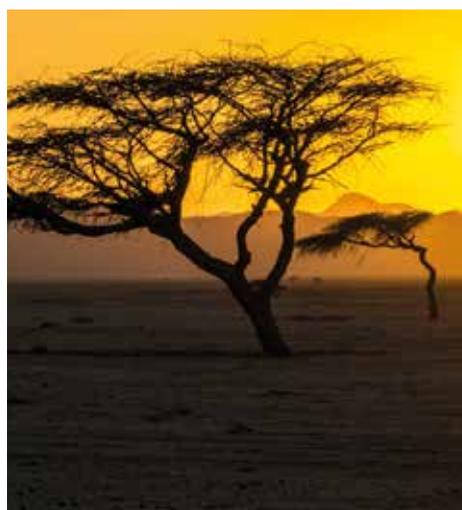


© Getty Images



  
**GORGONIA**<sup>®</sup>  
BEACH RESORT  
★★★★★

[gorgoniabeach.com](http://gorgoniabeach.com)



 *Valsport*



S T A R T

HANDCRAFTED ITALIAN  
SINCE 1920

[valsport.it](http://valsport.it)