

Hace 50 años el hombre llegó a la Luna. ¿Qué ha pasado en la Tierra?

Sustainable Brands Madrid 2019 identifica cinco desafíos a los que el ser humano se tiene que enfrentar para cumplir con la Agenda 2030 de desarrollo sostenible e impulsar la innovación disruptiva para acelerar los cambios sociales y económicos.

La quinta edición de #SBMadrid19, que se celebrará del 17 al 18 de octubre, contará con la participación de ponentes como Jim Adams, Former Deputy Chief Technologist de la NASA, quien ofrecerá detalles de la misión a la Luna

El 20 de julio se cumple el 50 aniversario de la llegada del hombre a la Luna, un hito para la Humanidad que convirtió en real un desafío que parecía imposible en plena carrera espacial. Cinco décadas después, en plena conmemoración de este día histórico, existen varios desafíos que afrontar. La V edición de Sustainable Brands® Madrid, el encuentro internacional de referencia en Europa en materia de desarrollo sostenible, identifica cinco retos a los que la Humanidad tiene que enfrentarse para construir una sociedad más inclusiva e igualitaria.

Impulsado por Quiero, consultora que trabaja en la ecuación de negocio, sostenibilidad y marca, este encuentro convocará a más de 30 ponentes nacionales e internacionales durante dos días, el 17 y 18 de octubre, para abordar las ideas disruptivas (nuevos Moonshots) necesarias para impulsar los cambios que permitan acelerar la transición hacia una economía centrada en las personas y que contribuya a la consecución de la Agenda 2030 y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La urgencia de la disrupción y el pensamiento (Moonshot Thinking), detrás de ella, serán temáticas clave en estos dos días.

'Moonshots for humankind: Creating mind-sets to rock de change' ('Moonshots para la humanidad: Creando un cambio de mentalidad para afrontar el cambio'), es el lema de esta edición de Sustainable Brands Madrid 2019. "El pensamiento Moonshot trata de dar respuesta a una problemática compleja de solucionar, que necesita una solución radical y una tecnología disruptiva para solventarlo. Desde la llegada del hombre a la Luna y la aparición de Internet en la década de los 90, que ha transformado la manera de comunicarnos y de trabajar, nos enfrentamos a un desafío global como Humanidad: hacer más habitable un planeta con más de 7.600 millones de personas y fomentar sociedades más justas que fomenten el bienestar y el desarrollo coral de cada uno de nosotros en todos los países", asegura Sandra Pina, socia de Quiero y directora de Sustainable Brands® Madrid 2019.

El próximo Moonshot

Los cinco posibles Moonshots identificados por Sustainable Brands Madrid 2019 y que podrían suponer una evolución para la Humanidad, como la llegada del hombre a la Luna, serían:

-Crisis climática: El Acuerdo de París supuso uno de los consensos transnacionales más importantes de la Historia al ponerse de acuerdo 197 países para limitar la temperatura de la Tierra entre 1,5° y 2° antes de 2100, previa al periodo preindustrial. Pero puede que la reacción llegue reaccionando tarde. El Grupo Intergubernamental de Expertos en Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) en su informe de octubre de 2018, pedía limitar cuanto antes el calentamiento global a 1,5 grados, escenario que se podría superar entre 2030 y 2052 si las emisiones de CO2 continúan a este ritmo.

-Desigualdad: El hambre ha vuelto a aumentar en el mundo por tercer año consecutivo, hasta los 821 millones de personas, 10 millones más que en 2017, según la FAO. OXFAM Intermón recuerda que la concentración de capitales se ha agudizado durante la última década, y en 2017 tan sólo un grupo de ocho personas poseían la misma riqueza que 3.600 millones de personas, la mitad más pobre de la Humanidad. No se puede dejar a nadie atrás si se quiere construir un planeta más sostenible.

-Futuro del trabajo: La sociedad está inmersa en la Cuarta Revolución Industrial, donde a la digitalización se le une la Realidad Virtual, la Inteligencia Artificial o el Internet de las cosas. Como avanzó en diciembre de 2018 el World Economic Forum (WEF) en su Informe 'El futuro del trabajo', en 2022 desaparecerán 75 millones de empleos, pero también surgirán otros 133 millones de nuevos roles. En los próximos años la tecnológica tiene que impulsar el desarrollo personal y profesional y ser inclusiva para todos.

-Migraciones: El Mediterráneo, la frontera de México con Estados Unidos, la de Siria con Turquía, Sudán o Venezuela son algunos de los focos que viven crisis migratorias en la actualidad. 70,8 millones de personas en todo el mundo se vieron obligadas a abandonar sus hogares a causa del conflicto y la persecución, según ACNUR, de las que 25,9 millones de personas que son refugiadas, más de la mitad son menores de 18 años. Las guerras, las hambrunas o la búsqueda de un futuro mejor son las causas de estas migraciones que no permiten la creación de sociedades estables.

-Colaboración: El Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 'Alianzas para lograr los ODS', exhorta a fomentar las colaboraciones entre sociedad civil, empresas y estados para contribuir a la consecución de la Agenda 2030. Seguramente, el Moonshots más retador junto a la crisis climática.

Ponentes y colaboradores

En Sustainable Brands Madrid 2019 participarán más de 30 ponentes nacionales e internacionales. Jim Adams, Former Deputy Chief Technologist de la NASA, ofrecerá detalles de la misión a la Luna. También han confirmado su asistencia Seth Goldman, presidente ejecutivo del Board de Beyond Meat; Jonathan Yohannan, vicepresidente senior de Comunicaciones Integradas de KIND Snacks; Niall Dunne, CEO de Polymateria, Irene Milleiro, directora global de Campañas en Change.org, y Bas Van Abel, fundador y miembro no ejecutivo de la Junta Directiva de Fairphone.

Además, participarán Harald Neidhardt, CEO de Futur/io – Instituto Europeo de Tecnologías Exponenciales y Futuros Deseables; Friederike Riemer, co-creadora de Future Scientist de Futur/io; Kate Purmal, autora del “Efecro Moonshot”; Amy Smith, directora de Donaciones de TOMS; Leonard Bukenya, socio de Aim for the Moon; Marck Buckley, defensor de los ODS de la ONU; Jon Khoo, gerente regional de Sostenibilidad (UKIME & Nordics) de Interface y Victor E. Friedberg, co-fundador de S2G Ventures.

Sustainable Brands® Madrid 2019 cuenta con el apoyo institucional del Ayuntamiento de Madrid y con el patrocinio de Grupo Red Eléctrica, L’Oreal España y Brambles-Chep. B Lab Europe y el Centro de Innovación en Tecnología para el Desarrollo Humano de la Universidad Politécnica de Madrid son socios del encuentro, y como colaboradores están la Asociación de Marketing de España, Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership, Forética y Fundación Biodiversidad. Los medios colaboradores de esta edición son Atresmedia, Ciudad Sostenible, Corresponsables, Diario Responsable, Ethic, Soziable y Marketing Directo.

Entradas

Ya están disponibles las entradas para asistir a todas las conferencias de Sustainable Brands® Madrid 2019, que se pueden obtener con descuento, hasta el 31 de julio, por 350 euros. Además, existe una tarifa especial del 40% (250 euros), para colectivos especiales como ONG, estudiantes y desempleados.

Datos de contacto:

QUIERO

678 93 74 46

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Educación](#) [Ecología](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>