

Sustainable Brands Madrid urge a Gobiernos, Empresas y Ciudadanía mayor implicación y compromiso ante la crisis climática

La V edición del evento en España, organizada por la consultora Quiero, reúne en Madrid, durante dos días, a más de 30 expertos que utilizarán el pensamiento 'Moonshot' y la innovación disruptiva para abordar los retos globales de la humanidad. El calentamiento global, la reducción de la huella de carbono, la protección de los océanos o los efectos de la tecnología en el cumplimiento de los ODS son algunos de los aspectos tratados en esta primera jornada

El cambio climático ya es una realidad, el mundo ya está padeciendo los efectos del calentamiento global y su impacto medioambiental. El tiempo se acaba, y urge tomar medidas drásticas para evitar que la temperatura media no suba por encima de los 1,5 grados respecto a la época preindustrial. Los gobiernos tienen el futuro en sus manos, pero también las empresas, a través de negocios sostenibles, y la ciudadanía, mediante el activismo y la concienciación, deben tomar parte de este reto global. Así se ha puesto de manifiesto en Sustainable Brands® Madrid 2019, encuentro internacional de referencia en materia de desarrollo sostenible, que se celebra desde hoy en la capital.

Organizado por la consultora Quiero, que trabaja en la ecuación de negocio, sostenibilidad y marca, el evento reúne durante dos días a más de 30 expertos nacionales e internacionales de primer nivel que compartirán experiencias de éxito, reflexiones inspiradoras e ideas transformadoras para acometer los grandes desafíos económicos, sociales y medioambientales a los que se enfrenta la humanidad.

Bajo el lema 'Moonshots for humankind: Creating mind-sets to rock de change' ('Moonshots para la humanidad: Creando un cambio de mentalidad para afrontar el cambio'), la V edición de Sustainable Brands® en España ha apostado por el Moonshot Thinking, pensamiento basado en la innovación disruptiva, en ideas radicales capaces de revolucionar la manera de abordar los retos para alcanzar lo que parecía impensable, como la llegada del hombre a la Luna.

"El ser humano es capaz de lograr grandes cosas cuando de verdad se lo propone. Mejorar no es suficiente en la actual situación de crisis, necesitamos un planteamiento radical, innovador, e invitamos a cada persona a iniciar una revolución interior en busca de esas soluciones que el Planeta necesita para ofrecer un futuro esperanzador a las nuevas generaciones", ha asegurado durante la inauguración Sandra Pina, socia de Quiero y directora de Sustainable Brands® Madrid 2019. En este marco se ha presentado el mural creado por la artista María Luisa Pérez Pereda, una representación artística de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, destacando la importancia del arte para activar las emociones y la importancia de éstas para activar la conciencia social.

Por su parte, Almudena del Rosal, subdirectora general de Promoción Internacional y Participación Empresarial del Ayuntamiento de Madrid, entidad que presta apoyo institucional al evento, ha

destacado la necesaria participación de todos para construir ciudades más habitables y sostenibles: "Encuentros como Sustainable Brands Madrid nos ayudan a llevar adelante esa innovación disruptiva que necesitamos para cambiar el mundo desde nuestras ciudades, para que sean mejores para todos los ciudadanos. Debemos convencernos de que todos podemos liderar el cambio sin que sea demasiado tarde".

Llamamientos a la rebelión y al compromiso de la sociedad civil

El evento se ha abierto con la conferencia magistral de Andrew Medhurst, voluntario en Extinction Rebellion UK, movimiento social mundial cuyo objetivo es influir sobre las políticas medioambientales para reducir el calentamiento global. Medhurst ha subrayado la urgencia de la descarbonización de la economía, ha defendido el deber de los ciudadanos de rebelarse pacíficamente frente a la inactividad de los gobiernos y ha reclamado un sistema económico que valore a las personas y al planeta por encima de los beneficios empresariales. "No nos queda tiempo, y nada de lo que se ha hecho hasta ahora ha funcionado. Tenemos que actuar ya para que las 415 partes por millón (PPM) de CO2 que hay hoy día en la atmósfera se reduzcan a 350 PPM", ha sostenido.

Una de las ponencias más esperadas ha sido la de Jim Adams, empleado de la NASA durante 35 años, actualmente retirado, cuyo último cargo fue el de jefe adjunto de Tecnología. Adams ha afirmado que la hazaña de pisar la Luna demostró que la humanidad es capaz de lograr mucho más de lo que puede imaginar cuando existe "una sólida motivación, un objetivo y una visión clara, perseverancia, tesón, esfuerzo constante y trabajo sistemático, frente a quienes vayan a cuestionar nuestras posibilidades de éxito". Asimismo, ha considerado que "el desafío de resolver el problema del calentamiento global exige una audacia mucho mayor que la del Apollo 11, pero el ser humano está capacitado para buscar soluciones. Son las personas las que encuentran las respuestas a los retos difíciles, no la tecnología, y todo empieza con una idea, con un primer paso".

Marc Buckley, defensor de los ODS de Naciones Unidas y miembro de la Red de Expertos del Foro Económico Mundial, ha recordado la imperiosa necesidad de que cada gobierno, cada empresa, cada ciudadano, asuma como propios los retos que recoge la Agenda 2030: "Que 175 países fueran capaces de firmar de forma unilateral el Acuerdo de París representa el primer moonshot global de la historia, con el objetivo principal de mantenernos por debajo del incremento de 1,5 grados de temperatura media. Los ODS son la póliza de seguro para nuestro futuro, pero si no trabajamos como si no existieran fronteras estamos condenados, porque no hay ningún lugar en el mundo para esconderse. Podemos cumplir estos objetivos desde la filosofía Moonshot".

Por su parte, Julio Lumbreras, director de la UPM para América del Norte, ha asegurado que "la situación actual en que se encuentra el planeta no es viable para las generaciones futuras, la especie humana no podrá sobrevivir si no hay un cambio radical, pero no estamos haciendo lo necesario. No podemos seguir con el pensamiento incremental, necesitamos ir más allá". Además, ha destacado que para conseguir el reto de crear ciudades de huella de carbono neutra hace falta la "colaboración radical de todos los agentes, alinear los instrumentos existentes y buscar el compromiso de cada ciudadano, pues no podemos transformar las ciudades sin contar con las personas".

Esta primera jornada, a la que han asistido más de 400 personas, ha contado también con la participación de reconocidos expertos que, a través de ponencias, workshops y mesas redondas, han

puesto en práctica el pensamiento 'Moonshot' para acometer diferentes retos. La creación de una cadena de suministro regenerativa, la protección de los océanos, la reducción de la huella de carbono, el avance de la ciencia y la tecnología al servicio de los ODS o la apuesta permanente por una mentalidad emprendedora y de crecimiento empresarial han sido algunos de los temas tratados.

Un evento sostenible con cero emisiones

Quiero se ha propuesto que Sustainable Brand Madrid sea un ejemplo de buenas prácticas medioambientales, por eso ha organizado un evento con cero emisiones de carbono, según lo ha certificado la entidad CIRCA. Aquellas actividades que han supuesto emisiones, como los viajes y pernoctaciones de los ponentes, el consumo de energía durante el encuentro, el servicio de catering, la generación de residuos o la producción y transporte de material promocional serán compensadas con la compra de créditos de carbono a la organización Plant for the Planet. El sello de oro de estos proyectos certifica que la compensación es sostenible, socialmente responsable e innovadora.

Sustainable Brands® Madrid 2019 cuenta con el patrocinio de Brambles-Chep, Coca-Cola España, Grupo Calvo, Grupo Red Eléctrica, Heineken y L'Oreal España. B Lab Europe, Carbon Trust, el Centro de Innovación en Tecnología para el Desarrollo Humano de la Universidad Politécnica de Madrid y Marine Stewardship Council son socios del encuentro, y cuenta como colaboradores con la Asociación de Marketing de España, Ashoka, Circa, Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership, DIRSE, Forética, Fundación Biodiversidad, Impact Hub Madrid y Plant for The Planet. Asimismo, Atresmedia, Ciudad Sostenible, Corresponsables, Diario Responsable, Ethic, Soziable, Marketing Directo y Real Leaders son medios colaboradores.

Datos de contacto:

Sustainable Brands y Quiero
678 93 74 46

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

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [Ecología](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Recursos humanos](#) [Otras Industrias](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>