**Grupo Planeta y Acciona reafirman su compromiso con la sostenibilidad en el IV Encuentro Planeta Responsable**

**Los presidentes de ambas corporaciones fueron los grandes protagonistas en el arranque del foro de referencia de empresas y expertos comprometidos con la mejora del planeta a través de la innovación y la responsabilidad social corporativa.**

El Aula Magna del Campus Norte de la IESE Business School en Barcelona está acogiendo durante toda la jornada de este lunes la cuarta edición del **Encuentro Planeta Responsable,** una iniciativa de Prisma Publicaciones, editora de revistas de Grupo Planeta, bajo el paraguas de Hazte Eco, uno de los proyectos de responsabilidad social corporativa fruto de la colaboración de Atresmedia y Grupo Planeta.

El presidente de Grupo Planeta **José Creuheras** y el Presidente de Acciona, **José Manuel Entrecanales Domecq**, fueron los encargados de inaugurar una jornada que abordará la sostenibilidad del planeta desde diferentes perspectivas y a través de una veintena de ponencias distribuidas.

En su discurso inaugural, Creuheras hizo un **llamamiento a las empresas** como herramientas de concienciación de la sociedad. “Las compañías tenemos que estar muy atentas, ante la velocidad de los hechos; tenemos que reflexionar y pensar en qué hacer para cambiar las cosas y hacerlas mejores”, declaró el presidente del Grupo Planeta, quien espera que iniciativas como Planeta Responsable “sirvan para concienciarnos un poco y hacer esta sociedad un poco mejor”.

Por su parte, José Manuel Entrecanales Domecq impartió su clase magistral bajo el título de *“El Imperativo de la Sostenibilidad”,* en la cual el presidente de Acciona mostró su pesimismo ante la situación actual del planeta.

“Existe un problema de infraestructuras. Tenemos asignadas 2900 giga toneladas de emisiones como límite y ya llevamos emitidas 1885, solo nos queda un 35% por emitir hasta el año 2100”, explicó antes de sentenciar que “entre el 5% y el 20% del PIB mundial está en juego” debido en parte a que “las políticas de los países pueden ser contradictorias entre sí”.

“La regulación en las infraestructuras es la esencia. **Tenemos que influir, y ser transportadores a nuestras instituciones de que se debe cambiar el modelo**. El Acuerdo de París no es suficiente”, concluyó.

Multinacionales como **Toyota**, **Nestlé, Havas Media** y **Coca-Cola**, consultoras como **KPMG**, medios de comunicación como **Atresmedia** y **Ethic**, empresas comprometidas como **Signus**, **Ecoalf** y **Bodegas Muga** y entidades como la **UNESCO** y la **Fundación Abertis** acompañarán a **Grupo Planeta** y **Acciona** en esta jornada de debate, que contará como invitado de excepción al coordinador del Programa sobre el Hombre y la Biosfera de la **UNESCO** (MaB), **Miguel Clüsener-Godt**, quien será el encargado de clausurar esta cuarta edición de Planeta Responsable.

**La UNESCO destaca en Planeta Responsable la importancia de la cooperación público-privada**

**El coordinador del programa MaB de la UNESCO, Miguel Clüsener-Godt, aseguró en Planeta Responsable que “las Reservas de la Biosfera están por encima de las diferencias políticas”.**

**El presidente de Acciona impartió una clase magistral en la que alentó a las empresas a predicar con el ejemplo puesto que “el acuerdo de París no es suficiente”.**

“Algo por el pueblo y para el pueblo”. De esta forma definió el coordinador del Programa sobre el Hombre y la Biosfera de la UNESCO la importancia de las Reservas de la Biosfera en la clausura del **IV Encuentro Planeta Responsable**.

**Miguel Clüsener-Godt** fue el encargado de echar el cierre a una jornada maratoniana que arrojó como principal conclusión que la sostenibilidad del planeta pasa por la relación y la concienciación de la administración, las empresas y el consumidor. “Proyectos como el Centro UNESCO para las Reservas de la Biosfera Mediterráneas son el mejor ejemplo y solo son posibles gracias a la cooperación entre todos”, reconoció.

Planeta Responsable fue el escaparate de presentación de esta alianza entre la **Fundación Abertis y UNESCO** para la preservación de las Reservas de la Biosfera. “Tenemos que devolver lo que la sociedad nos da, y un punto importantisimo es estar en un proyecto como el Centro UNESCO”, adelantó el director de la Fundación Abertis, **Sergi Loughney.**

**La empresa como ‘influencer’ en pos de un planeta mejor**

Éste fue otro de los llamamientos realizados en Planeta Responsable, donde multinacionales como **Acciona**, **Toyota**, **Nestlé, Havas Media** y **Coca-Cola**, consultoras como **KPMG**, medios de comunicación como **Atresmedia** y **Ethic**, y empresas comprometidas como **Signus**, **Ecoalf** y **Bodegas Muga** se dieron cita este lunes en Barcelona.

El Aula Magna del Campus Norte de la IESE Business School en Barcelona acogió una veintena de clases maestras y ponencias distribuidas en cuatro paneles de temáticas tan diversas como el impacto de la sostenibilidad y los estilos de vida saludables en la estrategia y los modelos de negocio de las empresas.

En su discurso inaugural, **José Creuheras** animóa las empresas a convertirse en herramientas de concienciación social. “Las compañías tenemos que estar muy atentas, ante la velocidad de los hechos; tenemos que reflexionar y pensar en qué hacer para cambiar las cosas y hacerlas mejores”, declaró el presidente de Grupo Planeta.

Su homólogo en Acciona, **José Manuel Entrecanales Domecq** impartió la clase magistral bajo el título de *“El Imperativo de la Sostenibilidad”,* en la cual mostró su pesimismo ante la situación actual del planeta.“Existe un problema de infraestructuras. Tenemos asignadas 2900 gigatoneladas de emisiones como límite y ya llevamos emitidas 1885, solo nos queda un 35% por emitir hasta el año 2100”, explicó antes de sentenciar que “entre el 5% y el 20% del PIB mundial está en juego” debido en parte a que “las políticas de los países pueden ser contradictorias entre sí”.

“La regulación en las infraestructuras es la esencia. **Tenemos que influir, y ser transportadores a nuestras instituciones de que se debe cambiar el modelo**. El Acuerdo de París no es suficiente”, concluyó.

Desde **Acciona**, su director general de Sostenibilidad, Juan Ramón Silva, recogió el testigo de su presidente para destacar que “el impacto de la sostenibilidad debe ser analizado a largo plazo”. En la misma línea se pocionó su compañero de mesa, José Luis Blasco, desde **KPMG**. “A corto plazo lo único que impactará será la minimización de riesgos y esto solo beneficiará a los especuladores. Trabajar en el largo plazo significa trabajar sostenible”, sentenció el responsable de Gobierno, Riesgo y Cumplimiento de la consultora.

Como caso práctico, Enrique Centeno, desgranó la estrategia mediambiental de **Toyota**. “Tenemos un reto medioambiental de aquí a 2050, buscamos reducir el CO2 de los vehículos que fabriquemos en un 90% respecto a los vehículos fabricados en 2010”, desveló el director general de asuntos corporativos de la multinacional japonesa.

Acto seguido, Ana Aragón profundizó en los tres ejes sobre los que gira la estrategia de nutrición y sostenibilidad de **Nestlé** a partir de los datos recopilados en el Observatorio de la multinacional suiza, que le permiten lanzar al mercado nuevos productos y herramientas que nos permiten adquirir hábitos más saludables porque “todo lo que comemos, además de en nuestra salud, también tiene un impacto claro en la salud de nuestro planeta”.