## LISTE DE TEXTES

- 1- Maria Malo, la diseñadora "eco"
- 2- España logró otro récord turístico
- 3- Las empresas podrían ahorrar gracias al teletrabajo
- 4- Las claves del éxito del globo(startup española)
- 5- Las "zapas" veganas
- 6- El teletrabajo avanza en España
- 7- Mercadona pacta con su plantilla
- 8- ¿Por qué las empresas deberían bonificar el gimnasio de sus empleados?
- 9- Ibiza pone en marcha una estrategia para atraer al turista responsable
- 10-La tendencia "slow fashion"
- 11-Emprendedores que venden relojes que plantan árboles
- 12-Alicante lanza su "soléate"
- 13-Mercadona solo ofrecerá bolsas de plástico reciclado y de papel
- 14-La chaqueta del príncipe que lanzó a la fama a un pequeño taller español
- 15-Pinamar: el turismo eco-friendly

## María Malo, la diseñadora "eco"

Texto n°1

Diariodesevilla.es, 6/01/2019

10

15

20

25

María Malo, directora creativa de la firma que lleva su nombre, es una diseñadora que apuesta por la elección sostenible y apoya el valor ecológico de las prendas a través del respeto por el medio ambiente. A través de su marca de ropa lucha con sus trabajos por la producción sostenible y los diseños de alta calidad. Para Malo, la suya es una misión comprometida. "Tengo que cambiar el modelo de consumo y defender el respeto medioambiental", asegura.

Estudió Ciencias Medioambientales y con su firma de ropa intenta seguir una filosofía de comercio justo, trabajando con tejido local y natural y apoyando a pequeñas comunidades de costureras<sup>1</sup> y a sus familias. Sus colecciones están hechas con tintes<sup>2</sup> naturales y serigrafía a mano, utilizando tintas a base de agua sin productos químicos.

La diseñadora, además, ha llevado a cabo varias campañas de sensibilización, como *Turning waste into Swimwear*, con el objetivo de concienciar sobre las consecuencias de los residuos plásticos en el mar. De ahí que sus diseños sean a partir de la regeneración de plásticos, redes de pesca<sup>3</sup> y botellas recolectadas en playas y bosques.

"Al mismo tiempo que tomamos de la naturaleza aquello que necesitamos es importante devolverle algo a cambio", comenta la diseñadora acerca de su trabajo.

María Malo ofrece diseños con estilo, sencillos y de alta calidad, producidos con mucha pasión y preocupación por la tierra y el mar. Su nueva colección *Fall in the warm weather*, en la que juega con diseños *vintage*, los tonos negros y los estilos florales, muestra el cariño que siente hacia su trabajo, al medioambiente y por supuesto, siempre con el aire único que caracteriza a esta diseñadora: la calidad sostenible de sus prendas. Sus trabajos están realizados a partir de materiales naturales y reciclables como bambú orgánico, tencel o ecnyl, que ayudan al ecosistema a seguir luchando.

Está claro que María Malo convierte sus ideas sobre alternativas sostenibles en diseños increíblemente trabajados y con materiales naturales.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Costureras : *couturières* <sup>2</sup> Tintes : *colorations* 

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Redes de pesca : filets de pêche

# España logró otro récord turístico pese a la fuga masiva de británicos y alemanes

Texto n°2

Cincodias.com, 04/02/2019

10

15

20

El INE¹ ha corroborado el nuevo récord de llegadas de turistas a España. En 2018 llegaron a los principales destinos 82.77 millones de viajeros, lo que supone un 1.1% más que en el ejercicio anterior (...). Se trata del noveno año consecutivo de subida y es un reflejo del crecimiento imparable de la llegada de turistas en ese período, que ha pasado de 52.1 a 82.7 millones lo que supone un aumento anual de viajeros de 3.4 millones, que consolida España como segundo destino en el mundo por llegadas, solo por detrás de Francia, y en ingresos, por detrás de Estados Unidos.

La estadística muestra cómo el mercado turístico en España se fragmentó. Las llegadas de los dos principales emisores (Reino Unido y Alemania suman el 36% de los viajeros) cayeron con fuerza. Las entradas de alemanes bajaron un 4.1% y las de británicos descendieron un 1.7%. Solo entre esos dos mercados se perdieron alrededor de 800.000 viajeros en un año. La principal razón se encuentra en la recuperación de los mercados competidores de turistas de sol y playa, como Turquía, Egipto o Túnez, que ganaron cuota de mercado de forma acelerada con una brusca rebaja de precios. El lobby Exceltur calculaba en la presentación de su último informe que solo en 2018 esos destinos habían recuperado 12.5 millones, de los que 8 millones correspondieron a Turquía.

Pese a la fuerte contracción de los grandes mercados emisores, el pasado ejercicio se cerró con casi un millón de turistas más, gracias al tirón<sup>2</sup> experimentado por siete países, la gran mayoría con un gasto medio muy superior en sus estancias<sup>3</sup> al de británicos y alemanes. Esa es una de las prioridades expresadas por la ministra de Industria y Comercio, Reyes Maroto, de tal manera que en los próximos años el gasto crezca más que las llegadas.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> INE : Instituto Nacional de Estadística <sup>2</sup> Al tirón : (ici) croissance économique

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Estancias : séjours

# Las empresas podrían ahorrar hasta un 30% en costes de infraestructura gracias al teletrabajo

Texto n°3

rrhhpress.com, 29/01/2019

Las empresas podrían reducir un 30 % sus costes de infraestructura si implantaran el teletrabajo. Así lo aseguran desde Kaizen Institute, consultora especializada en mejora continua para el crecimiento sostenible de las empresas, que ha realizado un estudio de las ventajas que puede ofrecer el teletrabajo para las empresas.

- Si bien se recuerda desde Kaizen Institute la importancia de mantener el contacto frecuente y presencial entre los miembros del equipo, la consultora destaca que en muchos de los puestos de trabajo en oficinas es factible¹ dedicar un cierto número de días por semana al teletrabajo.
- El estudio destaca que, de media, los trabajadores podrían dedicar entre un 20 % y un 30 % de su tiempo en formato de teletrabajo, suponiendo una reducción equivalente en el número de metros cuadrados de oficina necesarios para realizar su actividad, reducción de los desplazamientos en horas punta en las ciudades y costes energéticos y emisiones asociadas tanto a las oficinas como a los transportes.
- Por otra parte, Kaizen Institute destaca también el aumento de horas disponibles de los trabajadores para mejorar la conciliación familiar al eliminar parte de sus desplazamientos diarios. Este aumento de horas para conciliar podría superar las dos al día en las grandes ciudades.
  - Por el contrario, la consultora pone de relieve que pocas empresas en la actualidad estarían preparadas para implantar el teletrabajo. Para que esta fórmula laboral tenga sentido sin perder eficiencia y productividad, es fundamental estandarizar los procesos y mejorar el conocimiento de los tiempos de realización de las tareas, aumentar la visibilidad de la carga de trabajo de cada uno y establecer dinámicas diarias de planificación, reparto de tareas y gestión de la capacidad.
- Además, se debe orientar a los equipos hacia una cultura de trabajo por entregables<sup>2</sup> y por procesos, y no por horas de presencia en la oficina.

20

2 - 1 .

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Factible : faisable

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Trabajo por entregables : travaux à rendre à une date butoir

# Las claves del éxito de Glovo, una startup española basada en una app

Texto n°4

### Eaprogramas, es

Glovo es una startup española basada en una aplicación móvil, disponible para dispositivos iOS y Android, a través de la cual se puede pedir casi cualquier cosa y recibirla en cuestión de minutos. Su valor diferencial es que ofrece un servicio rápido, económico, fácil y personalizado.

- El ecosistema emprendedor español crece muy rápido y el impacto de las startups en el mercado es cada vez mayor. Un buen ejemplo lo encontramos en Glovo, que aunque nació en Barcelona hace tan solo dos años, ya está disponible en Madrid, Valencia, Zaragoza, Sevilla, Málaga, París y Milán.
- Sin duda, una de las principales claves del éxito de su negocio es la velocidad. Y es que la gente ya no está dispuesta a esperar uno o dos días para recibir un envío. De hecho, lo quieren lo más rápido posible. A diferencia de otras startups similares, el tiempo de entrega de Glovo es de una media de 25 minutos, un tipo de envío que no pueden ofrecer los servicios de mensajería.
- Otra clave de su éxito es que ha reinventado la forma de pedir los recados<sup>1</sup>, permitiendo pedir cualquier cosa. Y es que, aunque en su app tienen algunas categorías (comida, fast-food, snacks & bebidas, hacer la compra en el supermercado...) también ofrecen la opción "lo que sea". Eso sí, como solo operan con motos y bicis, el límite está en 9kg de peso.
- Por el momento solo se están centrando en ciudades con más de 500.000 habitantes. Se trata de ciudades con una gran cantidad de millennials, un target<sup>2</sup> de usuario muy afín a este tipo de servicio. Lo bueno para Glovo es que aún quedan muchas ciudades en Europa con este perfil, así que pueden seguir creciendo.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Los recados : Les commandes

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Un target: un perfil

## Las "zapas" veganas

Texto n°5

## Lavanguardia.com, 19/12/18

La joven firma madrileña, que echó a andar en 2013, cuenta con un amplio escaparate¹ online, además de tiendas físicas en Madrid, Bilbao, Pamplona y Logroño, que ha permitido que las zapatillas² estén disponibles en más de cincuenta países.

- La originalidad y la innovación van de la mano en un calzado pensado para un público urbanita<sup>3</sup> treintañero que suspira por disponer de unas zapatillas que reúnan la comodidad de unas deportivas y la elegancia propia de los zapatos. Una fórmula que la empresa Muroexe ha sabido encontrar y que causa furor lejos de nuestras fronteras, especialmente en países como Alemania o Estados Unidos.
- Su firme apuesta por un cuidado y novedoso diseño, a la vanguardia de las últimas tendencias, se complementa con un riguroso respeto por el medio ambiente. La firma madrileña es completamente vegana y ecológica y cuenta con el certificado PETA, un documento que acredita que no se trabaja con ningún producto de origen animal durante el proceso de producción de sus zapatillas.
- Dirigidas a un perfil profesional y urbanita, desde sus inicios han conseguido transmitir la idea de elegancia y comodidad a través de los materiales y la tecnología deportiva. Así, en unos fugaces 5 años, la marca ya ha vendido más de 200.000 pares de sus diferentes modelos en más de 50 países. La mayoría en Europa y con especial énfasis en España -su lugar natal- pero también en Alemania, donde sus diseños técnicos e industriales han calado<sup>4</sup> hasta convertirlo en el segundo mercado por facturación. Razón por la cual la marca ya cuenta con equipo local y almacén<sup>5</sup> en el país
  - ¿Los próximos pasos? Según cuentan desde la marca a lavanguardia.com, EE.UU es el siguiente paso, donde también prevén abrir almacén e inaugurar estrategia de ventas para 2019. Además, aseguran haber fijado el próximo foco en el continente asiático, donde vislumbran futuros planes de expansión.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Un escaparate : une vitrine

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Las zapatillas : chaussures de sport

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Urbanita = de la ciudad

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Han calado : ont plu

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Almacén = tienda

## El teletrabajo avanza en España

Texto n°6

20minutos, 28/02/19

5

10

15

20

25

1,4 millones de personas ya trabaja a distancia en España, según Adecco. El 69% de los empleados españoles preferiría teletrabajar desde su hogar¹, pero "no puede porque su empresa no se lo permite", según un estudio de Randstad. En España el teletrabajo alcanzó en el segundo trimestre de 2018 su nivel más elevado, con 1,43 millones de personas utilizando esta modalidad laboral.

Probablemente el trabajo desde el hogar creció durante la crisis gracias más a que se convirtió en una medida de reducción de costes (si alguien trabaja desde su hogar, por ejemplo, no gasta electricidad ni teléfono en su oficina, al tiempo que se ahorra<sup>2</sup> los gastos de transporte) que a un síntoma de un cambio organizativo en las empresas. Es decir, que muchas compañías vieron la opción del teletrabajo más como una manera de mantener al trabajador ahorrando costes que realmente por una apuesta<sup>3</sup> de cambio de filosofía empresarial.

David Blay [autor del libro ¿Por qué no nos dejan trabajar desde casa?] pronostica que vamos "hacia una sociedad freelance, donde muchas personas de mediana edad están teniendo que reinventarse y los jóvenes no quieren estar 20 años en la misma empresa". No obstante, la dirigente de Page Personnel España explica que no todo son ventajas. "Hay empleados que no logran concentrarse en casa, o no les gusta. Otros lo ven como un hándicap por no socializar. También puede ser necesario hacer gastos de acondicionamiento tecnológico", explica. Respecto a las motivaciones principales de los empleados para teletrabajar, señala el ahorro de tiempo y dinero, así como la conciliación familiar y personal.

Respecto a las ventajas e inconvenientes, Alberto Gavilán (director de Recursos Humanos de Adecco) asegura: "Sin duda es positivo, mejora la conciliación de la vida personal y profesional al evitar desplazamientos y ahorrar tiempo, mejora la flexibilidad y la organización y puede incrementar la productividad al evitar las interrupciones propias de los centros de trabajo.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Un hogar= una casa

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Ahorrar : économiser

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Una apuesta: un pari

# Mercadona pacta con su plantilla elevar el permiso de paternidad a siete semanas

Texto n°7

Cincodias.com, 27/12/2018

La cadena de supermercados Mercadona ha firmado hoy con los representantes de los sindicatos de UGT y Comisiones Obreras el nuevo convenio colectivo de Empresa y el plan de igualdad. Ambos entrarán en vigor el 1 de enero de 2019 y tendrán una duración de 5 años.

Según fuentes de la empresa, el nuevo marco laboral, más igualitario y social, «refuerza el compromiso¹ de Mercadona con el empleo estable y de calidad, avanza en sus condiciones laborales, al tiempo que consolida su apuesta por mejorar el poder adquisitivo de la plantilla con un sueldo base mínimo de 1300 euros brutos al mes, a los que se suman los complementos propios de la política retributiva de la compañía que suponen incrementos de un 11% anual».

Según asegura la empresa, el convenio recoge «importantes medidas de carácter social y refuerza los compromisos de la empresa en materia de conciliación de la vida familiar y laboral». Entre las nuevas medidas, incluye la ampliación del permiso de paternidad hasta las 7 semanas, frente a las 5 semanas que recoge la ley; y el cobro del 100% del salario estando de baja por incapacidad temporal hasta los 18 meses.

Igualmente, introduce la ampliación de la excedencia<sup>2</sup> por cuidado de hijos hasta que el menor cumpla los 12 años. También, el convenio contempla la posibilidad de solicitar excedencia con reserva<sup>3</sup> del puesto de trabajo hasta 3 años en caso de violencia de género.

Por fin, la compañía dirigida por Juan Roig ha firmado con los representantes sindicales el Plan de Igualdad con el que consolida su línea de actuación a favor de la igualdad de oportunidades, como que en 2017 el 47% de los puestos directivos promocionados fueran mujeres; o el hecho de que la equidad sea un valor irrenunciable con el principio de «a igual responsabilidad, mismo sueldo».

15

20

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> el compromiso: *l'engagement* 

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> la excedencia: le congé sans solde

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Con reserva: en conservant

# ¿Por qué las empresas deberían bonificar el gimnasio de sus empleados?

Texto n°8

## Pymesyautonomos.com, 12/02/2019

Una de las cuestiones que más ayuda a despejar la mente¹ después de un día de trabajo es el ejercicio físico. Esto ayuda a los trabajadores a llegar más relajados a casa, más descansados. Para las empresas, bonificar el gimnasio de los empleados significa mejorar su productividad.

Hablamos de gimnasio, pero podría ser cualquier otra actividad física. Si además lo hacemos como una rutina ayudará no solo a nivel mental, sino que físicamente nos encontraremos mejor, lo que supone menos posibilidades de ponernos enfermos y tomarnos días de baja.<sup>2</sup>

Por este mismo motivo, desplazarse en bicicleta al trabajo también tendría que estar bonificado. Esto es algo que ya se está experimentando en algunos países como Francia, donde a los empleados que van al trabajo en bici se paga 0,25 euros cada kilómetro recorrido, lo que para un recorrido de 5 kilómetros de media supone unos 40 euros más al mes.

Pero también se debería incentivar<sup>3</sup> la construcción o remodelación de las instalaciones de las empresas para tener vestuarios o unas duchas, algo que favorecería por ejemplo que los que viven más lejos se animaran a ir en bici o que al salir del trabajo nos cambiemos y calcemos las zapatillas para salir a correr con los compañeros.

Lo cierto es que esta cultura de cuidar al empleado, con una tasa de contratos temporales tan elevada en España, tiene pocas posibilidades para crecer. Ni siquiera es una demanda que los sindicatos pongan encima de la mesa a la hora de realizar una negociación de mejoras.

Por último, la práctica deportiva supone una forma de eliminar el estrés que hemos podido acumular a lo largo del día. En ocasiones volcamos nuestro mal humor<sup>4</sup> con la familia, que son los que menos culpa tienen de todo lo sucedido porque no hemos sabido descomprimir después de salir del trabajo, volver en un atasco de tráfico<sup>5</sup> o dar mil vueltas para aparcar al llegar a casa.

15

20

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Despejar la mente : s'éclaircir les idées

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Días de baja : jours d'arrêt maladie

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Incentivar: inciter

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Volcamos nuestro mal humor : nous rejetons notre mauvaise humeur

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Un atasco de tráfico : un embouteillage

## Ibiza pone en marcha una estrategia para atraer al turista responsable

Texto n°9

Hosteltur.com, 15/02/2019

5

El Consejo de Ibiza presentó ayer la campaña «Ibiza sostenible» destinada a atraer turismo responsable. El proyecto contará con diferentes propuestas encaminadas a que «el visitante, con sus acciones, contribuya a preservar» el entorno, según explicaron el director insular de Turismo, Vicent Torres Ferrer, y el coordinador de las actividades de la campaña, Óscar Caro.

«Ibiza sostenible» es una plataforma que buscará implicar a instituciones, empresas y a la ciudadanía con valores de «naturaleza y proximidad», basados en los objetivos de desarrollo que promueve la Organización de Naciones Unidas (ONU), según detalló Caro.

- Una de las medidas del proyecto tendrá que ver con la accesibilidad para los turistas con necesidades especiales, mediante la realización de un primer mapa de Ibiza en braille¹ y dando a conocer las opciones adaptadas que ya pueden encontrar en la isla. «El turismo responsable y sostenible no es una opción, sino una necesidad en una isla como Ibiza», afirmó el director insular de Turismo.
- La plataforma también prestará apoyo a las pequeñas iniciativas impulsadas por asociaciones locales o por ciudadanos que ya fomentan² la ecología y la sostenibilidad de la isla. «Queremos que sea un movimiento en el que todo el mundo tenga cabida³», añadió el coordinador de las actividades de la campaña
- Entre las acciones programadas para este 2019, y que se irán conociendo en las próximas semanas, se encuentran acontecimientos locales y campañas de promoción turística internacional que incluyen el deporte, la ecología, el arte y el reciclaje. El programa comenzará los días 23 y 24 de febrero, con la propuesta «Ibiza Plogging». Esta actividad consiste en recoger residuos mientras se practica deporte o se hace ejercicio a diario.
- Aunque «es muy difícil», con la actual masificación turística, «llegar a todos los visitantes y a todo lo que generan», el objetivo es que este movimiento involucre<sup>4</sup> no sólo las instituciones sino también «empresas con esta misma filosofía», señaló Óscar Caro.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Braille : système d'écriture pour les malvoyants

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Fomentar : *encourager* 

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Tenga cabida: ait une place

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Involucre= implique

## La tendencia 'slow fashion', la reivindicación de la moda sostenible

Texto n°10

### Lavanguardia.es, 11/01/2019

5

10

15

20

25

La conciencia medioambiental es una tendencia en auge¹ de un tiempo a esta parte. En el terreno de la moda, cada vez nacen más marcas que siguen una forma de producción responsable con el medio ambiente y con los trabajadores, una filosofía que se ha bautizado como *slow fashion*, la antítesis de lo conocido como *fast fashion*, o moda industrializada.

La última edición de los Premios Creatic quiso dar a conocer esta nueva corriente de ropa sostenible y otorgó su segundo premio a la firma Zer Collection, de las jóvenes diseñadoras Ane Castro y Núria Costa, que recientemente han creado su primera colección siguiendo la filosofía de comercio justo, basada en la sostenibilidad, el kilómetro cero y la innovación. Estos tres ingredientes la identifican como una marca slow fashion.

Desde un principio, las diseñadoras querían que sus futuros compradores distinguieran a Zer Collection del resto de marcas del mercado por su modelo de fabricación digital responsable basado en la impresión 3D y en la bordadora industrial y lo eligieran por sus valores y estética. «No es importante para nosotras la cantidad sino la calidad. No queremos hacer grandes producciones sino lanzar pequeñas cápsulas² con prendas únicas que te acompañen mucho tiempo», apuntan sus impulsoras.

«Nuestra prioridad ha sido pensar en cómo hacerla posible y accesible a todos realizando los procesos de producción en Barcelona y municipios de alrededor como Mataró o Sabadell. Pensamos que era muy importante ver las condiciones de la fábrica y poder tener un contacto directo con ellos para asegurarnos que todas las prendas se realizaban con unas condiciones laborales óptimas. Por otro lado, parte de los tejidos de nuestras prendas son creados con plásticos reciclados (...)», explican las diseñadoras.

Las informaciones sobre las consecuencias negativas de la producción masiva de prendas que han salido a la luz estas últimas décadas están despertando la conciencia de algunos consumidores, que empiezan a tener en cuenta la calidad y la historia de las prendas que guardan en su armario.

<sup>2</sup> cápsulas : colección fabricada en pequeña cantidad

<sup>1</sup> en auge: à la hausse

## Emprendedores que venden relojes1 que plantan árboles

Texto n°11

El País, 29/11/2018

5

10

15

20

25

Por cada producto vendido, Guillermo y Carlos Íñiguez plantan un árbol. Con esa intención de devolver lo prestado nació su empresa de moda sostenible, One Oak, que vende relojes de madera<sup>2</sup> certificada, gorras y mochilas hechas con botellas de plástico recicladas. La compañía, nacida en el madrileño barrio del Carmen en Madrid y que vende por Internet, facturó 150.000 euros en 2017. El 95% de sus ventas se dan en España. «Queremos hacer marca aquí, concentrarnos en proyectos de reforestación que la gente pueda sentir suyos<sup>3</sup>», cuenta Guillermo.

«El medio ambiente preocupa a nuestra generación [tienen 28 y 31 años]. Queríamos emprender en algo que tuviera que ver con la sostenibilidad ambiental», dice Carlos. «Pensamos en una marca de complementos<sup>4</sup> sostenibles donde el diseño juegue un papel importante, que sean de madera certificada y que a través de reforestaciones devolvamos mucha más madera de la que se utiliza», completa Guillermo.

En 2018, creen que harán 600.000 euros en ventas. Dejaron sus trabajos de ingeniero y consultor para centrarse en la empresa. Emplean a tres personas que hacen marketing, comunicación y diseño gráfico y tienen una red de diez trabajadores autónomos para las áreas de web, audiovisual y logística. Carlos se dedica a operaciones y producto, y Guillermo a ventas, marketing digital y sostenibilidad.

Su primera inyección de dinero fueron los ahorros logrados durante los primeros años de trabajo de Carlos y Guillermo: 35.000 euros. Su objetivo es reducir hasta en un 50% su impacto ambiental como empresa.

Les gusta supervisar cada proceso en persona, incluida la reforestación. Hace dos semanas estuvieron en As Neves (Pontevedra), una de las zonas más castigadas por los incendios en octubre de 2017. Replantaron 1.500 árboles. «Buscamos que gracias a tu compra se devuelva al planeta muchísima más madera de la que utilizamos y por supuesto esto sirve para luchar contra el cambio climático», explica Carlos. En su web publican junto a cada producto la huella de carbono<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> el reloj: la montre

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> de madera: en bois

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Sentir suyos : s'approprier

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Complementos= accesorios

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> la huella de carbono: l'empreinte carbone

## Alicante lanza su «soléate»1

Texto n°12

ElMundo.es, 19/01/2019

El Ayuntamiento de Alicante acudirá a la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) con una oferta basada en su clima soleado para tratar de fidelizar la llegada de visitantes nacionales durante todo el año por motivos de negocios, compras o para celebrar congresos o reuniones profesionales.

- Todo, además, sin olvidar la necesidad de captar nuevas llegadas internacionales en otros mercados foráneos² ante la incertidumbre que pueda generar el Brexit, pero sin temer por su impacto, ya que el principal cliente de Alicante sigue siendo el visitante nacional, según explicó la concejal de Turismo, Mari Carmen de España, al presentar la propuesta.
- La concejal señaló que el eslogan promocional sobre el que girará la propuesta será Soléate, en relación a esa ventaja climatológica que ofrece la ciudad durante la mayor parte del año, no sólo como destino de sol y playa sino también abierto a los congresos, a los negocios o a las escapadas culturales o gastronómicas.
- Así, se incluyen imágenes promocionales captadas desde el mar de los principales hitos³ patrimoniales y culturales para ofrecer esa otra perspectiva urbana y evidenciar que en Alicante no solo se dispone de playas.

Además, concretó que cada día del evento estará centrado en un pilar de la oferta turística: el 23 se dedicará a la cultura y el comercio, el 24 al deporte y los cruceros y el 25 al cine y las fiestas. Durante toda la feria se desarrollarán presentaciones con el apoyo de entidades sociales y sectoriales de Alicante, y se firmarán diversos acuerdos para favorecer la llegada de visitantes con Renfe<sup>4</sup>.

Asimismo, se utilizará la gastronomía como elemento de unión porque «define» a la ciudad y para dar «un gran impulso a Alicante, Ciudad del Arroz<sup>5</sup>», otro de los lemas del destino.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> soléate: jeu de mots avec soleado [ensoleillé : ensoleille-toi]

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> foráneos: étrangers

<sup>3</sup> hitos: atouts

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Renfe: équivalent de la SNCF

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> el arroz: *le riz* 

## Mercadona sólo ofrecerá bolsas de plástico reciclado y de papel

Texto n°13

Elpais.com, 5/02/2019

La cadena de supermercados Mercadona sustituirá entre febrero y abril las bolsas de plástico actuales por otras reciclables en todos sus establecimientos en España. Los clientes podrán elegir para el transporte de sus compras por pagar las bolsas de papel o las fabricadas con al menos la mitad de plástico reciclado (por 10 céntimos) o sus conocidas cestas de rafia reutilizables (50 céntimos).

La empresa se adelanta<sup>1</sup> a los límites impuestos por la Unión Europea y España para acabar con los plásticos desechables<sup>2</sup> y sigue la estela<sup>3</sup> de otras cadenas como Lidl, que fue la primera cadena que eliminó totalmente las bolsas de plástico en 2018 de su red de establecimientos.

Las bolsas que la cadena seguirá distribuyendo están fabricadas con un 50%-70% de plástico reciclado procedente de las 3.000 toneladas de embalajes recuperados en las tiendas de Mercadona. El objetivo, explica la compañía, es implantar esta medida, que se inició en 2018 en 66 tiendas ubicadas en Valencia, Bizkaia, Barcelona, Cantabria, Baleares, Ceuta y Melilla, en el resto de la cadena. La ampliación comenzará este mes de febrero en Cataluña, Madrid y Navarra, y se irá completando progresivamente hasta llegar a las más de 1.600 tiendas a mediados del próximo mes de abril.

Mercadona es desde 2009 miembro del Foro Europeo de la Distribución para la Sostenibilidad (REAP). El Consejo de Ministros español aprobó en mayo del año pasado un real decreto por el que se prohibía a los comercios que regalen las bolsas de la compra.

Y, a partir del año 2021, se vetarán<sup>4</sup> todas las bolsas ligeras y muy ligeras que no sean compostables. España se adapta de esta forma a la normativa comunitaria. La Comisión Europea lanzó también el año pasado una nueva estrategia de lucha contra los plásticos de un solo uso y que incluye la futura prohibición de pajitas<sup>5</sup> o cubiertos de plástico y obligaciones más estrictas para los productores.

20

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Se adelanta: prend de l'avance

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Desechables : biodégradables

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Sigue la estela de : suit l'exemple de

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Se vetarán: seront interdits

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Pajitas o cubiertos de plástico : des pailles et couverts en plastique.

## La chaqueta del príncipe que lanzó a la fama a un pequeño taller español

Texto n°14

El País, 30/12/2018

Unas manos de mujer doblaron cuidadosamente la chaqueta azul que viajó 2.000 kilómetros desde Canillas de Aceituno hasta el londinense Palacio de Kensington. Esta prenda de punto ha dado a conocer a una pequeña empresa textil fundada hace casi medio siglo que elabora sus productos desde un pueblecito a 53 kilómetros de Málaga. Jorge de Cambridge, hijo de Guillermo de Inglaterra y Kate Middleton, usó la rebeca¹ cuando todavía no había cumplido dos años, el día que fue a conocer a su hermana recién nacida al hospital. Año y medio después, la llevó su hermana. Los fotógrafos captaron la etiqueta con la marca: Mi Lucero.

- 10 La sede de esta empresa familiar dirigida desde 2003 por dos hermanos José y Daniel no tiene carteles de ningún tipo, su presencia solo la delata el ruido de las tricotosas<sup>2</sup>. "Hemos hecho un esfuerzo para incorporar última tecnología", explica José. "En los últimos dos o tres años hemos comprado por los menos cuatro máquinas", añade Daniel. "Y además ha habido que 15 invertir en informática, ya que la programación se tiene que ir actualizando". Las inversiones en maquinaria han hecho que algunos años no hayan dado ganancias, aunque actualmente tienen beneficios. Los hermanos estudiaron ingeniería técnica especializada en tejidos de punto y trabajaron después en una fábrica en Toledo. Sin embargo, cuando se acercaba la hora de 20 jubilación de su padre, retornaron al pueblo. "Al hacernos cargo del negocio contratábamos mano de obra puntual o por campañas", rememoran. Hoy tienen 18 empleados, la mayoría mujeres, y fabrican 120.000 prendas anuales, de las que un 90% se vende en España. En 2017 facturaron 847.000 euros.
- Anexa al taller, tienen una tienda que se ha convertido en todo un reclamo turístico. La estrella, es la chaqueta azul de Jorge y Carlota que cuesta unos 25 euros en tiendas. Aquella prenda se vendió en una tienda del barrio londinense de Chelsea. La compró una de las cuidadoras de los hijos de los duques de Cambridge, la palentina<sup>3</sup> María Teresa Turrión.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Una rebeca : una chaqueta <sup>2</sup> Tricotosas : *machines à tricoter* 

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Palentina : de la ciudad de Palencia en España

Pinamar: el turismo eco-friendly marca tendencia en las playas del norte

Texto n°15

Clarín, 8/02/2019

Para aquellos que buscan divertirse este verano y al mismo tiempo tomarse un merecido descanso, Pinamar es una de las mejores opciones para vacacionar. Ideal para todas las edades, es posible conectarse con la naturaleza y experimentar todo tipo de deportes.

Pinamar es un destino súper familiar y las actividades son muy variadas: desde un paseo en bicicleta por el bosque hasta deportes llenos de adrenalina como el surf. Y para los jóvenes, que llegan a la ciudad en grupos, hay after beach, festivales, grandes recitales y torneos de fútbol, rugby, tenis y voley. Por otra parte, la aparición de los nuevos paradores¹ eco están marcando tendencia, a lo que se le suma la renovación del frente marítimo. [...]

Con respecto a una nueva e innovadora opción está Kota Beach, un parador inaugurado hace poco más de un mes que busca conquistar a los visitantes en un lugar privilegiado que combina playa, moda, arte, eventos y mucho más. [...]

Levantada sobre pilotes de pino y eucalipto es 100% sustentable y no intercede en el medio ambiente. "Este tipo de estructura permite que el mar ingrese, la arena se mueva y el agua corra por debajo sin interferir en la corriente marítima; sin ser una molestia² para el ecosistema", explica Carlos Diedrichs, Gerente Comercial del parador.

De esta manera, el bosque, los médanos³ y el mar logran convivir en armonía perfecta con un espacio que prioriza la conservación y el cuidado de los espacios naturales. Con ese fin se reunirán, durante los próximos días, pinamarenses, artistas, y visitantes a limpiar la playa y concientizar sobre la contaminación de los mares. De esta manera, buscan transmitir que el problema de la basura se puede revertir y que el compromiso de proteger estos oasis naturales es de todos. Así lo entienden desde la fundación R21 del músico Charly Alberti, quien liderará el "Beach Cleaning" en las playas de Pinamar Norte.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Un parador: un hotel de lujo

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Una molestia : une gêne

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Un médano : une dune de sable