



El Gobierno impulsa una red para unir inversores en el negocio verde

Presentó ayer la primera plataforma especializada en este ámbito

EFE
MADRID

La secretaria de Estado de Cambio Climático, Teresa Ribera, presentó ayer la primera plataforma española especializada en el negocio verde (Red Empreverde), dirigida a emprendedores e inversores que quieran consolidar sus empresas en la protección medioambiental.

Se trata de una Red en la que se pone en contacto a personas con una "buena iniciativa" en el ámbito del negocio medioambiental con sectores "que disponen de recursos y conocen como organizar todo este mundo para alcanzar un resultado y un plan de negocio que perdure en el tiempo", explicó Ribera.

Con esta iniciativa, cofinanciada por el Fondo Social Europeo y

la Fundación Biodiversidad, se quiere fomentar la creación y consolidación de empresas o nuevas líneas de actividad económica vinculadas al medio ambiente, así como canalizar inversiones sostenibles.

España, incidió Ribera, cuenta con muchas oportunidades para obtener resultados en nuevas líneas de actividad económica vinculadas al medio ambiente y se pretende que las personas con buenas ideas "las pongan en marcha cuanto antes, dejando atrás la desconexión que primaba en este campo". El proyecto se lanza con el respaldo de tres socios estratégicos: La Empresa Nacional de Innovación (Enisa), la Asociación Española de Business Angels (Aeban), que representa a más de 400 inversores privados, y el banco Triodos. □



EFE

El tabaco ya lleva imágenes disuasorias

Los estancos y otros establecimientos autorizados han comenzado a vender los paquetes de tabaco con imágenes duras sobre sus consecuencias en la salud, tales como pulmones destrozados, tumores en carne viva o dentaduras podridas. A esta medida tendrán que incorporarse todas las marcas antes del 26 de mayo, fecha en la que el BOE publicó en 2010 la modificación del decreto que regulaba el etiquetado de los productos del tabaco, autorizando la venta de las viejas cajetillas durante un año más. A la iniciativa se han sumado ya firmas como Marlboro, Lucky Strike y Black Devil en algunos de sus formatos, aunque varios propietarios de estancos han coincidido en que los pictogramas disuasorios para dejar de fumar no han influido en las ventas. Nieves, una estancquera madrileña, comentó que decidió comprar fundas para cubrir las cajetillas, por si la gente prefería tapar "esas fotos tan desagradables", pero "a nadie le interesa comprarlas porque les da exactamente igual lo que aparezca en el envase, sólo quieren fumar", apuntó.