



Comunicado de prensa
17 de octubre de 2024

BMW España y el Real Madrid transforman el Bernabéu en un centro de pensamiento colectivo para impulsar el diálogo en aspectos sociales y medioambientales

Más de 350 invitados, entre los que se encontraban algunas de las voces más inspiradoras de diferentes disciplinas, se han dado cita sobre el terreno de juego del estadio con el objetivo de repensar el mundo en que vivimos.

BMW España y el Real Madrid han afianzado hoy su alianza, bajo el lema Rethink The Game, con la celebración de la primera edición de un evento colectivo y participativo en el que recreando una dinámica de Design Thinking, las voces más inspiradoras de diferentes disciplinas han hecho un llamamiento a reflexionar, pensar e innovar en el presente para ganar en el futuro. Con la intención de impulsar cambios significativos, cada uno de los participantes ha puesto su granito de arena para contribuir a repensar cómo hacemos las cosas y cómo podemos mejorárlas entre todos.

Bajo la premisa de que todos somos parte del cambio y de que juntos sumamos más, este evento, diseñado desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 3 (Salud y bienestar) y 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) ha servido de espacio para la reflexión colectiva. Fruto de esta dinámica, el objetivo es identificar en cada edición anual del evento ReThinkTheGame los retos a tener en cuenta, así como aquellas iniciativas capaces de darles solución.

Repensar el juego para repensar el mundo

En su intervención Manuel Terroba, presidente ejecutivo de BMW Group en España y Portugal ha destacado que “esta alianza estratégica entre el Real Madrid y BMW España se construye en base a una visión de conjunto compartida y se inspira, como no podía ser de otra manera, en la determinación de avanzar trabajando en equipo. Porque no olvidemos que no solo trabajamos por el presente, sino que tenemos la responsabilidad de servir como catalizadores de las acciones del mañana”.



Emilio Butragueño, director de Relaciones Institucionales del Real Madrid ha afirmado que “hoy tenemos el honor de compartir esos valores que tienen que ver con la excelencia, el trabajo, el esfuerzo, el liderazgo, la responsabilidad y el respeto con una marca del prestigio mundial de BMW. Hemos iniciado una aventura a través de nuestra alianza estratégica que nos permite potenciar nuestras marcas y compartir objetivos y metas desde la cultura del afán de superación, el espíritu de equipo y la humildad”.

Tras las intervenciones de ambas instituciones ha sido el turno de los ponentes:

Manuel Maqueda, profesor de Harvard en Economía circular aplicada y economía regenerativa, miembro del Consejo de Previsión Estratégica de la Circular Economy Alliance y director general de SUPER, una ONG enfocada en la reducción de plásticos ha sido el primer experto en dirigirse a la audiencia: “Estamos haciendo las preguntas equivocadas en sostenibilidad, porque no se trata de lo que hacemos sino de cómo lo hacemos. Hay que hacer las cosas de forma distinta, porque la economía circular consiste en aplicar los principios de la naturaleza, como hace un bosque o un arrecife de coral”.

Uno de los impulsores del concepto la “Ciudad de los 15 minutos”, Carlos Moreno, experto internacional en ciudades inteligentes y director científico de la cátedra “Emprendimiento – Territorio – Innovación” en la Universidad Sorbona ha mantenido a continuación un interesante debate con la destacada arquitecta Izaskun Chinchilla, que desde su compromiso con el desarrollo sostenible, juega con la creatividad y la innovación para crear infraestructuras que se integran con su contexto, incorporando materiales reciclados, tecnologías eficientes y diseños que fomentan la cohesión social.

Moreno ha declarado “Vivimos en ciudades de grandes distancias, que nos llevan a grandes pérdidas de tiempo y, a estar siempre muy acelerados. Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos hoy en día es a la rehumanización de nuestras ciudades. Tenemos que desarrollar nuestra capacidad para relacionarnos de una forma diferente porque lo que importa es reencontrarse en la proximidad con vecinos y afectos. Debemos crear ciudades por la gente y para la gente”.

Mientras que, para Chinchilla, “si tenemos mejores estrategias organizativas y somos capaces de redistribuir el mobiliario urbano y los usos de edificios públicos, conseguiremos grandes mejoras en la calidad de vida, que es una inversión a largo



plazo. Si nos organizamos mejor somos capaces de hacer grandes transformaciones, sin necesidad de tirar edificios o de construir más y más”.

El siguiente experto en intervenir ha sido Ousman Umar, el reciente ganador del Premio Princesa de Girona Social por sus soluciones innovadoras y transformadoras al fenómeno migratorio y fundador de la ONG NASCO Feeding Minds. Umar ha explicado que “El talento no tiene color, es solo cuestión de oportunidades y el éxito no es nada más que una acumulación de fracasos sin perder la ilusión, por eso si queremos echar una mano a África lo que hay que hacer es alimentar mentes: si alimentamos el estómago de una persona le nutrimos un día, si alimentamos su mente saciamos su hambre durante cien años. Alimentar la mente permite liderar el cambio en los países de los jóvenes africanos, que es de quien depende la solución. Hagamos un esfuerzo para cambiar la estrategia, dejemos de hacer caridad para crear prosperidad”.

La ronda de ponentes ha finalizado con la intervención de Nazareth Castellanos, física teórica y doctorada en neurociencia, que centra su investigación en cómo la meditación y otras prácticas contemplativas afectan a la neuroplasticidad, la interconexión cerebro-cuerpo y su impacto directo en la salud. Castellanos ha referido que “Para ser capaces de propiciar el cambio, un paso fundamental es conocer cómo hemos llegado aquí, cómo pensamos. Para diseñar un futuro, antes que pensar en diseñar una nueva estrategia es saber cuáles son nuestras formas de pensamiento. Debemos cuidar los entornos donde hay una gran interacción social, que no son la suma de uno más uno, sino que es donde hay una interacción casi en cadena”.

Dinámica colectiva y menciones especiales

A través de una dinámica colectiva con la participación de toda la audiencia, y bajo la técnica de ‘Design Thinking’, se han establecido las líneas de pensamiento y trabajo para el concurso de proyectos que contendrá la edición del año que viene. En cada uno de estos ODS se buscarán soluciones innovadoras e inspiradoras que trabajen entorno a:

- ODS 3 (Salud y Bienestar): Integrar el deporte y la actividad física para aumentar el bienestar de las personas y el entorno.
- ODS 11 (Ciudades y Comunidades sostenibles): Promover iniciativas de economía circular en el entorno urbano y rural.



Esta primera edición del evento RethinkTheGame, aparte de girar en torno al pensamiento colectivo, ha tenido un importante componente práctico con un especial reconocimiento a las actividades de dos iniciativas que han sido objeto de menciones especiales:

- En el ámbito del ODS 3, Salud y Bienestar, la Fundación Segunda Parte que ha creado una metodología diseñada para personas que han sufrido daño cerebral, ayudándolas a mejorar su calidad de vida a través de la actividad física adaptada.
- En el ámbito del ODS 11, Ciudades y Comunidades sostenibles, la mención especial ha sido para RheoNet, proyecto desarrollado por la Escuela Politécnica Superior de Zamora que tiene como objetivo reciclar redes de pesca inutilizadas para mejorar el asfaltado de carreteras, reduciendo el uso de materiales fósiles y mitigando la contaminación marina.

El evento, además de un espacio para la generación de comunidad, ha sido una llamada a la acción tras identificar conjuntamente los retos a resolver en 2025.

El Grupo BMW

Con sus marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el primer fabricante mundial de automóviles y motocicletas de gama alta y un proveedor de servicios financieros y de movilidad de gama alta. La red de producción del grupo BMW comprende más de 30 centros de producción en todo el mundo; la empresa cuenta con una red mundial de ventas con representantes en más de 140 países.

En 2023, el Grupo BMW alcanzó unas ventas mundiales de más de 2,55 millones de automóviles y más de 209.000 motocicletas. Los beneficios antes de impuestos en el ejercicio 2023 ascendieron a 17.100 millones de euros y los ingresos a 155.500 millones de euros. A 31 de diciembre de 2023, la empresa empleaba a 154.950 personas en todo el mundo.

El pensamiento a largo plazo y la acción responsable han sido siempre la base del éxito del Grupo BMW. Desde la cadena de suministro, pasando por la producción, hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.España>

Twitter: <http://twitter.com/BMWESpana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWESpana>