

Graban una promoción de León en la Catedral

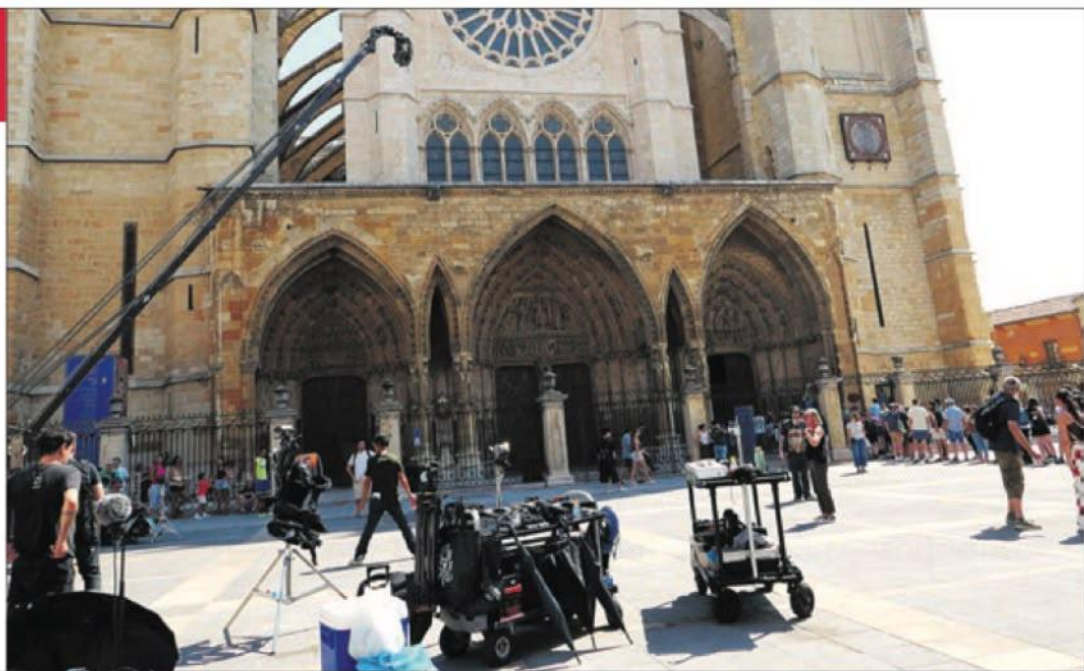
Una productora norteamericana graba estos días en la Catedral de León un producto videográfico para promocionar la zona de León, con fines no conocidos y que ayer se negaron a confirmar fuentes de la propia empresa.

El equipo cuenta con un importante dispositivo que lleva ya 48 horas en la ciudad realizando diferentes tomas con medios realmente espectaculares como se pudo confirmar ayer a pie de trabajo en la plaza de Regla.

Se trata de una firma norteamericana, a la que se le ha encargado el trabajo de forma expresa.

La productora dispone de una steadycam que realiza giros espectaculares y llama la atención de los ciudadanos que se pasan por la zona.

Por el momento no se ha concretado la duración del trabajo en cuestión, pero se supone que ya queda poco para terminar.



JAVIER F. ZARDÓN

Detalles contra el cambio climático

La ULE investiga cómo las olas de calor empujan a la innovación

Industry and Innovation publica la investigación de científicos de la universidad leonesa

DL | LEÓN
Las olas de calor y los periodos de sequía actúan como un estímulo para que las pequeñas empresas desarrollen innovaciones destinadas a reducir su impacto ambiental y adaptarse al cambio climático, según una investigación liderada por expertos de la Universidad de León. Este estudio concluye que estos fenómenos meteorológicos extremos pueden convertirse en un motor de ecoinnovación empresarial. El trabajo consultado por EFE, publicado en la revista científica 'Industry and Innovation', ha sido realizado por los investigadores Enrique Acebo y José Ángel Miguel Dávila, de la Universidad de León (ULE), junto con Lizbeth Gutiérrez-Rodríguez, de la Universidad de Salamanca. La investigación analizó datos de 8.366 empresas españolas entre 2008 y 2016, combinando información empresarial con registros de fenómenos



Una pega se alivia del calor a la sombra de un parque de la ciudad. VIRGINIA MORÁN

climáticos extremos, como olas de calor, sequías, inundaciones e incendios forestales, además de indicadores sobre preocupación ambiental de la ciudadanía. Los resultados muestran que las olas de calor y las sequías están asociadas a una mayor probabilidad de que las empresas intro-

duzcan innovaciones ecológicas, entendidas como nuevos productos, procesos u organizaciones que contribuyen a reducir el impacto ambiental de la actividad económica. Según el estudio, pasar de las regiones con menor exposición a olas de calor a las más afectadas se relaciona con

un incremento cercano a diez puntos porcentuales en la probabilidad de realizar ecoinnovaciones, mientras que los periodos de sequía también presentan una influencia positiva significativa. Los investigadores sostienen que estos fenómenos climáticos reducen la denominada «distan-

cia psicológica» respecto al cambio climático. En otras palabras, cuando los responsables de las empresas viven de forma directa los efectos del calor extremo o la escasez de agua, dejan de percibir el problema como algo lejano y pasan a considerarlo una realidad inmediata que exige soluciones prácticas. La respuesta es especialmente intensa en las pequeñas empresas. El estudio revela que el efecto de las olas de calor sobre la ecoinnovación en este tipo de compañías es casi el doble que el observado para el conjunto de las empresas analizadas. Además, en las pymes también influye

La investigación analizó la reacción de más de 8.300 empresas españolas

la creciente preocupación ambiental de la sociedad, que genera nuevas demandas de productos y servicios más sostenibles. Por el contrario, las empresas medianas y grandes no muestran una reacción significativa ante estos fenómenos climáticos. En el sector servicios, sin embargo, tiene más peso la preocupación ambiental de consumidores y ciudadanos, que aumenta la presión para adoptar soluciones sostenibles. En cambio, las inundaciones y los incendios forestales no presentan una relación significativa con la ecoinnovación en términos generales.