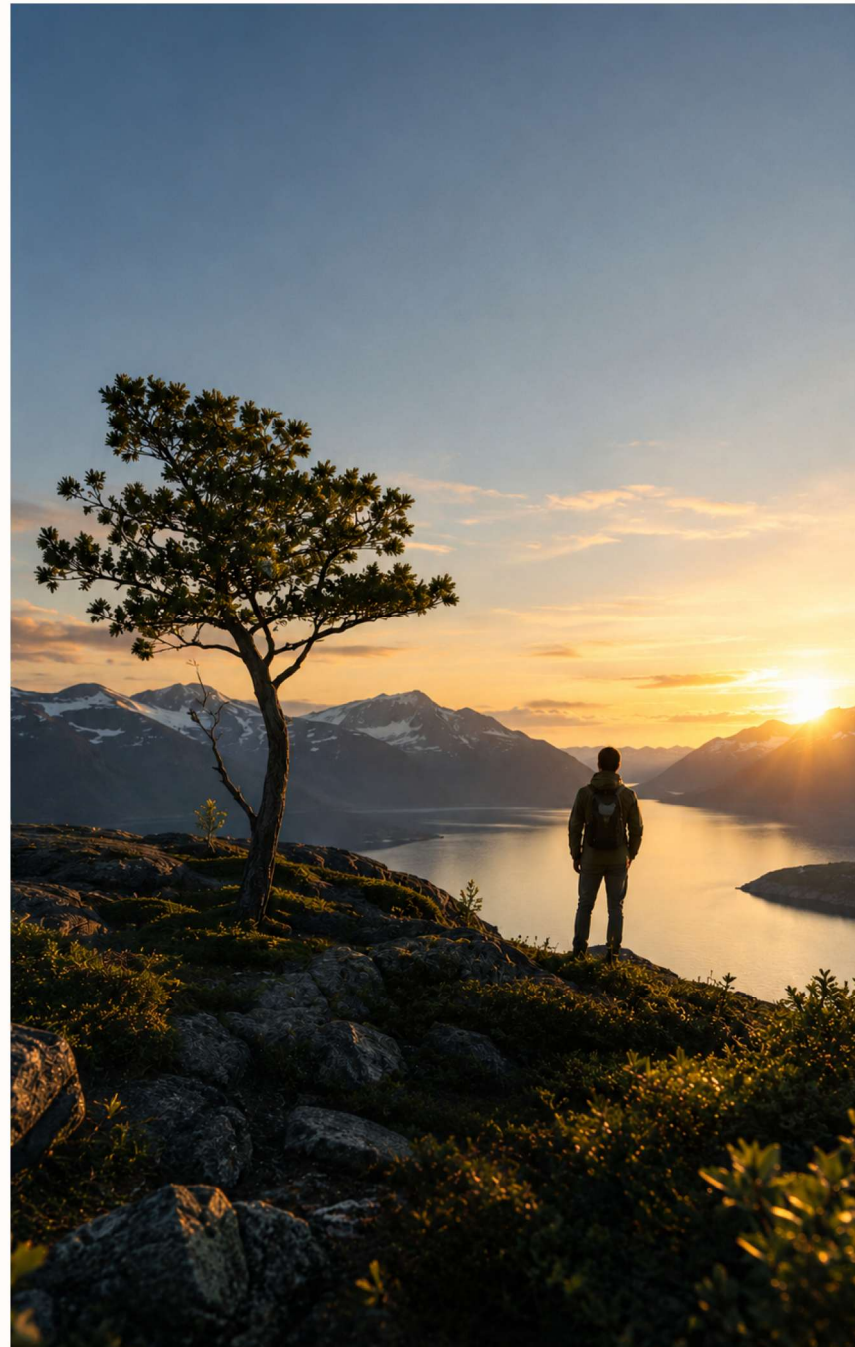


LEGO: CONSTRUIR EL FUTURO PIEZA POR PIEZA



Los pequeños ladrillos de LEGO han sido diseñados para durar, una característica que hoy forma parte esencial de su visión ambiental. Un producto capaz de utilizarse durante años y pasar de una generación a otra representa una alternativa frente a la cultura de lo desechable. Pero LEGO busca ir más lejos: invierte en materiales más sostenibles, transforma sus empaques, aumenta el uso de energía renovable y reduce las emisiones de sus operaciones y proveedores. Su objetivo es disminuir significativamente sus emisiones hacia 2032 y alcanzar el cero neto en 2050. Además, vincula parte de los incentivos de sus empleados al cumplimiento de metas ambientales. LEGO demuestra que construir un futuro sostenible exige rediseñar los materiales, la energía y las decisiones detrás de cada pieza.



ROLEX: EL LUJO QUE PROTEGE EL PLANETA

Durante décadas, Rolex estuvo vinculada a la exploración de los lugares más extremos del mundo. Pero en el siglo XXI esa relación adquirió un propósito diferente: ya no se trata solamente de descubrir territorios desconocidos, sino de ayudar a protegerlos. En 2019 nació Perpetual Planet, una de las iniciativas ambientales más importantes impulsadas por una marca de lujo. A través de alianzas con National Geographic Society y Mission Blue, Rolex respalda investigaciones científicas, la recopilación de datos climáticos y la protección de ecosistemas marinos de extraordinario valor. Su programa también reconoce a innovadores que desarrollan soluciones para proteger el medio ambiente. La fuerza de esta iniciativa está en su visión de largo plazo: utilizar la influencia y los recursos de una de las marcas más prestigiosas del mundo para respaldar a científicos, exploradores y conservacionistas. Rolex demuestra que el verdadero legado no consiste únicamente en fabricar objetos capaces de durar generaciones, sino también en contribuir a que el planeta siga siendo habitable para ellas.

Visita nuestra web www.dominicanaverde.com  YouTube Búscanos en www.youtube.com/@DominicanaVerde

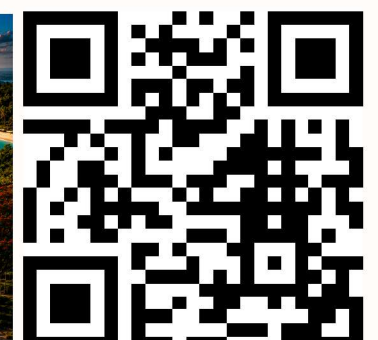


APPLE: LA TECNOLOGÍA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Apple ha convertido la sostenibilidad en uno de los mayores desafíos de su modelo industrial. Su ambicioso programa Apple 2030 busca reducir profundamente las emisiones de toda su cadena de valor antes de compensar las emisiones restantes, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en su huella global. Pero la estrategia va mucho más allá de instalar paneles solares. La compañía está transformando materiales, procesos de fabricación, empaques, transporte y recuperación de dispositivos. Sus productos incorporan cada vez más materiales reciclados, mientras sus sistemas especializados permiten recuperar componentes valiosos de equipos que llegan al final de su vida útil. Apple también trabaja con sus proveedores para reducir el consumo de agua y ampliar el uso de electricidad limpia. La iniciativa plantea una transformación de enorme escala: demostrar que una compañía tecnológica global puede seguir innovando mientras rediseña su relación con los recursos naturales. El desafío es monumental, precisamente porque su impacto alcanza millones de productos y consumidores en todo el mundo.

IKEA: EL FIN DE LA CULTURA DE USAR Y BOTAR

IKEA impulsa una transformación frente a uno de los grandes problemas del consumo moderno: fabricar, comprar, utilizar y desechar. Su estrategia apuesta por la economía circular, reduciendo la dependencia de materiales vírgenes y extendiendo la vida útil de los productos mediante la reparación, reutilización y recuperación de materiales. También busca reducir las emisiones de su cadena de valor y avanzar hacia el cero neto. Su propuesta lleva el debate ambiental directamente al hogar: un mueble sostenible no depende solo de cómo se fabrica, sino de cuánto tiempo puede usarse, repararse o transformarse. El cambio consiste en dejar de pensar que el destino final de un producto es convertirse en basura.





MERCEDES-BENZ: EL AUTOMÓVIL CAMBIA DE ERA

La gran transformación ambiental de la industria automotriz no consiste simplemente en sustituir un motor de gasolina por una batería. Mercedes-Benz ha planteado una visión mucho más amplia con Ambition 2039, una estrategia que analiza el impacto del automóvil durante prácticamente toda su existencia. Desde la extracción de materias primas hasta la fabricación, los proveedores, la producción, la electrificación, la energía utilizada durante su funcionamiento y el reciclaje final, la compañía busca reducir la huella climática de toda la cadena. Su ambición es avanzar hacia una flota de vehículos nuevos con balance neto de carbono neutral a lo largo de su ciclo de vida para 2039. El gran cambio está en reconocer que el impacto ambiental de un vehículo comienza mucho antes de encender el motor. También está en los materiales, la energía y los procesos industriales necesarios para construirlo. Mercedes-Benz apuesta así por una nueva definición de movilidad: un automóvil del futuro deberá ser más limpio no solamente cuando circula, sino desde el momento mismo en que comienza a fabricarse.



L'ORÉAL: LA BELLEZA TAMBIÉN DEBE CAMBIAR

La industria de la belleza produce millones de productos y envases cada año. Detrás de cada crema, perfume o cosmético existe una compleja cadena de materias primas, agua, energía, transporte y empaques. L'Oréal decidió enfrentar ese desafío con L'Oréal for the Future, una estrategia que busca transformar profundamente la relación de la compañía con el clima, la naturaleza y los residuos. Entre sus objetivos está ampliar el uso de energía renovable, reducir emisiones, proteger los ecosistemas y disminuir de forma considerable la utilización de plástico virgen. La empresa también impulsa productos recargables, materiales reciclados y soluciones basadas en la economía circular. Su enfoque parte de una idea fundamental: la sostenibilidad debe comenzar desde el diseño del producto y continuar hasta el momento en que el consumidor termina de utilizarlo. La belleza del futuro no podrá depender indefinidamente de extraer más recursos y generar más residuos. L'Oréal intenta demostrar que la innovación estética también puede convertirse en innovación ambiental.



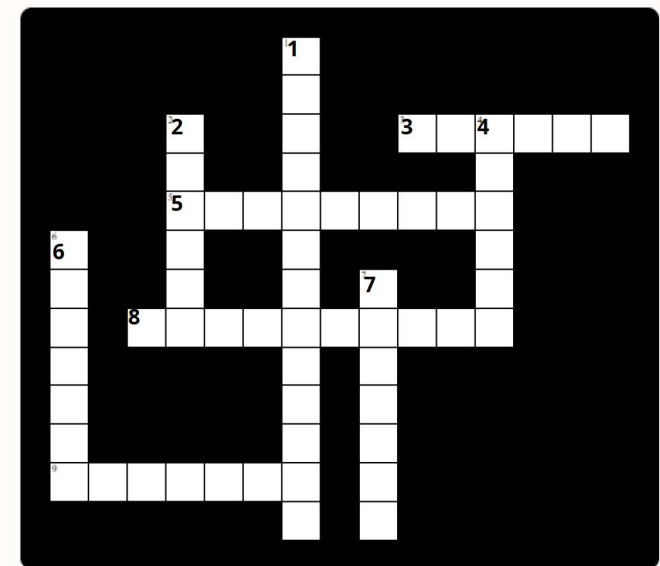
COCA-COLA: LA BATALLA POR EL DESTINO DE UNA BOTELLA

Pocas imágenes representan mejor el desafío mundial de los residuos que una botella abandonada en una playa, una calle o un río. Para una empresa cuya actividad depende de millones de envases, el reto ambiental es enorme. Coca-Cola ha desarrollado iniciativas orientadas a mejorar la recuperación, reutilización y reciclaje de sus empaques, entendiendo que fabricar un envase reciclable no garantiza su recuperación. El verdadero desafío comienza después del consumo: ¿quién recoge la botella?, ¿cómo se clasifica?, ¿dónde se procesa? La economía circular exige infraestructura, innovación y participación ciudadana. El gran cambio ocurre cuando un envase deja de ser basura y vuelve al ciclo productivo. La sostenibilidad no termina al abrir una botella: comienza cuando decidimos qué hacer con ella después.



Dominicana Verde®
Una Organización de
Roddy Pérez Group®
Todos los derechos reservados©
@periodicodominicanaverde
www.dominicanaverde.com
849-577-2000
periodicodominicanaverde@gmail.com

CRUCIGRAMA VERDE



RESPUESTAS

VERTICAL

- 1 VARIEDAD DE ESPECIES
- 2 AUSENCIA DE CONTAMINACIÓN
- 4 PLANETA QUE HABITAMOS
- 6 FUENTE PARA PRODUCIR FUERZA
- 7 HOGAR DE LA HUMANIDAD

HORIZONTAL

- 3 LO QUE ESTÁ POR VENIR
- 5 TRANSFORMACIÓN DE RESIDUOS
- 8 ENTORNO DE SERES VIVOS
- 9 EQUILIBRIO CON EL ENTORNO

SOPA DE LETRAS VERDE

O V I T A R E N E G E R B
J K C E Q J H E M T C N I
L S O R B S M C U B E J O
H D O Q E U E O O U N U D
Y S O S R N E D O N T M E
G G Q N T P O Y R P Z C G
H X X N B E N V X E O P R
I R V A V R N C A L V R A
W Y W T X N N I Ó B Z P D
J K D U J L S G B D L P A
D R W R W C I Y J L U E B
Q R E A C C Z U R D E J L
A Y N L O S J J X G K K E

NATURAL
ECOLÓGICO
SOSTENIBLE ECO
BIODEGRADABLE
RENOVABLE

VERDE
REGENERATIVO



 **YouTube** Búscanos en Youtube: www.youtube.com/@DominicanaVerde

**ANÚNCIATE
ASÍ APOYAS NUESTRAS
CAMPAÑAS VERDES**
849-577-2000
dominicanaverdemedios@gmail.com

**ARQUITECTURA
SAGRADA
DOMINICANA**
UN DOCUMENTAL DE RODDY PÉREZ
MUY PRONTO EN
STREAMING GLOBAL
Y EN CINES

**TOP
GREEN**
BRANDS 2026
REPÚBLICA DOMINICANA

**COSTAS
DOMINICANAS**
Un documental de Roddy Pérez
MUY PRONTO EN
STREAMING GLOBAL Y EN CINE