

Víctor Viñuales Edo\*  
Cristian Quílez Saleté\*\*

## LA CONTRIBUCIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL A UNA ECONOMÍA SOSTENIBLE

*La construcción de una economía sostenible exige nuevas leyes, nuevas tecnologías y nuevos valores. Para lograr esa triada de cambios, las organizaciones de la sociedad civil (OSC) son imprescindibles. De hecho, gran parte de los últimos cambios que se han producido en las políticas económicas públicas y en grandes sectores económicos están inducidos por la sociedad civil y sus organizaciones. En virtud de ellos, en este artículo se repasan la multiplicidad de formas desde las que la sociedad civil «construye» una nueva realidad económica y, para ilustrarlo, se reseñan de forma sucinta ocho casos que ejemplifican el poder que tienen las OSC para promover una economía sostenible.*

### The civil society contribution to a sustainable economy

*The construction of a sustainable economy requires new laws, new technologies and new values. To achieve this trio of changes, civil society organizations (CSOs) are essential. In fact, many of the latest changes that have occurred in public economic policies and in large economic sectors have been brought about by civil society and its organizations. The article reviews the multiplicity of ways in which civil society “builds” new economic reality and succinctly describes eight cases that illustrate the power of CSOs to promote a sustainable economy.*

**Palabras clave:** transición, sostenibilidad, objetivos de desarrollo sostenible (ODS), organizaciones de la sociedad civil (OSC), movilización social.

**Keywords:** transition, sustainability, sustainable development goals (SDG), civil society organizations (CSO), advocacy.

**JEL:** A13, A14, D21, M14, Q01.

#### 1. El desafío del siglo XXI: construir una economía sostenible que haga las paces con la naturaleza

La firma de moda H&M puso en marcha en 2019 una prueba piloto para la venta de ropa de segunda mano (H&M Group, 2019). En el mismo año Inditex anunció

que en el año 2025 todos los productos de su marca Zara serán sostenibles (Inditex, 2019).

Con la sostenibilidad como objetivo, Ferrovial Servicios y Renault España crearon en diciembre de 2017 la empresa Zity, lanzándose al mercado del *carsharing* en Madrid para ofrecer un servicio de alquiler de vehículos eléctricos por minutos, contribuyendo así a la reducción de emisiones y la búsqueda de soluciones respetuosas con el entorno urbano (Ferrovia, 2019). Otras compañías ya se han sumado (o lo hicieron anteriormente) al negocio, por ejemplo, Kia y Repsol a través de Wible o Daimler y Europcar con Car2Go (Lafraya, 2018).

---

\* Director de la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES).

\*\* Politólogo y Técnico de Energía y Personas, en la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES).

Versión de enero 2020.

DOI: <https://doi.org/10.32796/ice.2020.912.6970>

Desde otros sectores económicos se apuesta también por el cambio de modelo económico y el compromiso con la Agenda 2030. BBVA, a partir de su estrategia de cambio climático y desarrollo sostenible, se comprometió en 2018 a movilizar 100.000 millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles, emprendimiento social e inclusión financiera (BBVA, 2018). De igual forma, entre los diez compromisos de la Banca Responsable del Grupo Santander figura su apuesta por movilizar 120.000 millones de euros en «financiación verde» para 2025 (Grupo Santander, 2019). Por su parte, Coca-Cola presentaba en 2019 su *2018: Business and Sustainability Report* y, junto a él, manifestaba su intención de aumentar su compromiso por la sostenibilidad marcándose para 2030 el objetivo de recoger y reciclar todas las botellas de plástico que venda la compañía a nivel mundial (The Coca-Cola Company, 2019).

Estos son solo algunos ejemplos de empresas que se comprometen, más allá de lo que marcan las legislaciones y normativas nacionales y locales de sus países de origen, con acciones que ayudan a la implementación de la Agenda 2030. Sea por evitación de riesgos, por detección de nuevas oportunidades económicas o por propia convicción empresarial las empresas más relevantes del mundo están caminando rápidamente hacia una economía sostenible. Y las decisiones de estas empresas líderes están lanzando al conjunto del mundo empresarial un mensaje muy claro: la empresa con futuro, la empresa competitiva, tendrá que ser sostenible. La sostenibilidad es ya el campo de batalla de la competitividad empresarial.

En este sentido, según el último estudio anual realizado por la consultora Edelman, el *2019 Edelman Trust Barometer*, el 67 % de la población mundial cree que las empresas son un actor esencial a la hora de solucionar problemas económicos y sociales, porcentaje que aumenta al 77 % en España (Edelman, 2019). Esas expectativas de la sociedad sobre las empresas han crecido conforme han aumentado los síntomas de la crisis climática y ambiental que vivimos y conforme ha aumentado el poder económico de las grandes

corporaciones. Más responsabilidad en la generación de los problemas, más responsabilidad en la construcción de las soluciones. Esta parece ser la manera de pensar que «se ha instalado en la sociedad».

Esa presión explícita u oblicua de la sociedad civil también está detrás de decisiones gubernamentales muy condicionadoras de la economía global como el Acuerdo Climático de París o la prohibición por la Unión Europea del uso de plásticos de un solo uso a partir de 2021 (Parlamento Europeo, 2019). En el propio discurso de la nueva presidenta de la Comisión Europea, en el que lanzó su gran objetivo de un Pacto Verde, que implica inversiones anuales de más de 260.000 millones de euros (Comisión Europea, 2019), confesaba que había oído las movilizaciones de los jóvenes. Por tanto, sí, la fuerza trectora de la sociedad civil para impulsar la economía sostenible es muy importante.

Los científicos del clima nos han advertido reiteradamente en los últimos años que para afrontar la crisis climática que estamos viviendo tenemos que virar muy profundamente las bases de la economía que hemos construido desde la Revolución Industrial hasta ahora. En muy poco tiempo debemos cambiar legislaciones, tecnologías y hábitos. Nos enfrentamos al mayor desafío al que nunca se ha enfrentado la humanidad y lo tenemos que hacer en un contexto en el que el consenso alcanzado en Naciones Unidas con la aprobación de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París está constantemente amenazado por crecientes tendencias nacionalistas que cuestionan los acuerdos multilaterales, (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Realizar la transición hacia una economía realmente sostenible implica resolver varias transiciones a un tiempo que, en sí mismas, están interrelacionadas: la transición a una economía de carbono neto cero, la transición a una economía circular y la transición de la cultura del consumo masivo y a una cultura de la autocontención.

Realizar esas tres transiciones a la vez no es nada fácil. Y un «motor» fundamental para promover esas transiciones es la sociedad civil.

## 2. La sociedad civil y sus organizaciones

Un actor imprescindible en ese cambio hacia una economía sostenible es la sociedad civil: las entidades sociales no lucrativas y los movimientos sociales. La sociedad civil, con frecuencia, formula los sueños de mejora del porvenir y trabaja para realizarlos. No está tan atada a la gestión del presente como las Administraciones públicas, muy instaladas en el cortoplacismo electoral, ni está tan condicionada por los intereses económicos particulares como el sector empresarial. Además, su capacidad de influir en la acción de los Gobiernos y de las empresas es enorme. Muchas de las acciones de los Gobiernos se explican por la presión de la sociedad civil y muchas de las decisiones de las empresas se entienden por las decisiones de los consumidores e inversores.

En este artículo queremos exponer cómo la sociedad civil, y muy especialmente las organizaciones de la sociedad civil (OSC), contribuyen y pueden contribuir a la creación de la economía sostenible, que es un requisito necesario para el logro de la Agenda 2030 aprobada por Naciones Unidas en el año 2015 y el Acuerdo de París, aprobado en el mismo año. Resaltaremos también casos que ilustran las distintas maneras en que la sociedad civil está transformando la economía mundial.

Hablar de sociedad civil es hablar de ciudadanos y ciudadanas que se agrupan para promover ante el resto de la sociedad, ante las Administraciones públicas y ante las empresas sus ideas y sus convicciones. Esas agrupaciones, con una u otra forma jurídica, o sin forma jurídica alguna, son las OSC<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Adoptamos en este artículo la acepción de OSC del informe SMARTCSOs (Narberhaus *et al.*, 2011), que a su vez recogía la definición del Centro para la Sociedad Civil de la London School of Economics and Political Science (LSE): la sociedad civil hace referencia al foro donde se manifiesta, exenta de coacciones, la acción colectiva en torno a causas, objetivos y valores sociales y medioambientales. Las OSC están formadas normalmente por organizaciones benéficas, ONG para el desarrollo o el medioambiente, agrupaciones comunitarias, organizaciones de mujeres, organizaciones religiosas, movimientos sociales y grupos y coaliciones de defensa de la sociedad civil.

Las OSC no tienen, en general, poder político o poder económico, pero tienen otro tipo de poder: el poder de influir y condicionar la acción de los poderes públicos o los poderes económicos. Muchas de las acciones que toman los líderes políticos o económicos se explican como una reacción casi obligada a la creación, por estas OSC, de un clima de opinión en la sociedad y en los medios de comunicación que «empuja» en esta dirección.

De acuerdo con esto, sería lógico preguntarnos ¿cómo pueden promover las OSC una economía sostenible, compatible con la Agenda 2030? La respuesta más corta y cierta es: de muchas maneras. La diversidad sustantiva de las OSC posibilita la amplitud y diversidad de formas de intervención en la agenda pública, en la actividad de las empresas y corporaciones privadas, y en el propio saber y deber hacer de la sociedad. En este sentido, su palanca de intervención más específica es, desde nuestro punto de vista, su rol como fermento de los cambios culturales de la sociedad, de sus hábitos, de sus costumbres, etc. En suma, de su estilo de vida.

La economía del propietario es en muchos países el «patrón cultural» que está arraigado en el conjunto de la sociedad. En ese contexto cultural determinadas propuestas de la nueva economía compartida tienen dificultades para florecer. La labor de las OSC para cambiar estos patrones culturales es fundamental para que la mayoría de una sociedad adopte estas nuevas propuestas económicas.

Podríamos emplear una metáfora agrícola: si no hay un «humus cultural» propicio, determinados cambios tecnológicos y legales esenciales para construir una economía sostenible no florecerán. Ese «humus cultural» lo crean fundamentalmente las OSC.

## 3. Tipologías de intervención de la sociedad civil para influir en la economía sostenible

Las OSC son muy diversas, responden a culturas plurales y, por tanto, es normal que su manera de

## RECUADRO 1 CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP)

CDP es una organización independiente sin ánimo de lucro, con oficinas y socios en más de 90 países, que ha generado en los últimos 15 años la mayor base de datos mundial de información corporativa sobre cambio climático, creando un compromiso incomparable multinivel, transversal y cooperativo. Sus áreas de actuación prioritarias son el cambio climático, la gestión del agua y la deforestación.

Para promover estas iniciativas la organización colabora y se relaciona con empresas y asociaciones empresariales, Administraciones públicas nacionales, regionales y locales, agencias gubernamentales e intergubernamentales, inversores, organizaciones no gubernamentales y entidades del tercer sector.

Anualmente, CDP recopila información sobre los riesgos y oportunidades identificadas relativas al cambio climático, los planes de reducción de emisiones y la transparencia de las actuaciones corporativas para mitigar el cambio climático. Estos datos permiten establecer una vinculación entre la integridad ambiental, el deber fiduciario y el interés público para poder tomar decisiones mejor informadas sobre la acción climática.

### Principales impactos:

- CDP aglutina a más de 650 inversores que conjuntamente gestionan activos por valor de 96 billones de dólares. Entre ellos, más de 525 solicitan información sobre cambio climático, agua o deforestación. Asimismo, los 125 miembros de la iniciativa de cadena de suministro representan un poder adquisitivo combinado de 3.6 billones de dólares.
- Más de 7.000 empresas a nivel mundial, entre ellas 1.800 en Europa, respondieron el cuestionario sobre cambio climático, agua, bosques y cadena de suministro en 2018. Son conocedores de que los datos empresariales sobre medioambiente que recopila CDP forman la espina dorsal del mercado de la inversión responsable.
- Más de 120 Estados y regiones del mundo, entre ellas alrededor de 50 Estados y regiones de Europa, miden su impacto ambiental a través del CDP.
- Su sistema de evaluación Climetrics permite a cualquier inversor encontrar fondos de inversión bien posicionados para la transición hacia una economía baja en carbono. Se evalúan más de 4.000 fondos europeos.
- Su iniciativa *Science Based Targets* (2019), creada junto con otras organizaciones e instituciones internacionales, define el camino hacia liderazgo climático de las compañías.

**FUENTE:** Carbon Disclosure Project (2019); Ecodes (2019); Science based targets (2019).

promover la economía sostenible sea también muy variada. No vamos a realizar una enumeración exhaustiva, sino a referenciar aquellos tipos de intervención que tienen más impacto en el devenir de la economía sostenible. Dentro de esas tipologías tienen un mayor peso aquellas en que las OSC adoptan una posición de presión sobre las empresas frente a las que incentivan de forma positiva sus cambios.

Desde nuestro punto de vista eso se debe a dos factores:

— la relación tradicional de muchas OSC con las empresas ha sido de desconfianza, ven que forman parte del problema y no acaban de ver que también forman parte de la solución.

— los medios de comunicación, que conforman de forma muy notable la agenda pública y política,

prestan más atención a las noticias negativas que a las positivas.

### **Creación de incentivos para los actores económicos que caminan hacia el consumo, la inversión y la producción responsables**

Hay OSC que eligen como foco de su acción crear iniciativas para ayudar a aquellos actores económicos que están caminando hacia una economía más verde poniendo en el mercado bienes o servicios más sostenibles. Un caso paradigmático es el de la iniciativa creada por una fundación Carbon Disclosure Project en el Reino Unido, que se refleja en el Recuadro 1. Su foco es promover la acción climática en las grandes empresas que cotizan en bolsa y en las entidades

financieras. La recompensa para que las empresas informaran de las acciones que estaban realizando, dirigidas a combatir el cambio climático, era que podrían ser mejor tratadas por las entidades financieras cuando necesitaran préstamos o cuando precisaran de inversión.

En otros casos las iniciativas van dirigidas a destacar los bienes o servicios más sostenibles que ponen en el mercado algunas empresas. Es el caso de la *Comunidad por el Clima* (2019), de la iniciativa *GoodGuide*<sup>á</sup> (GoodGuide, Inc., 2019), del sello de certificación de la Gestión Forestal Sostenible (FSC, por sus siglas en inglés) dirigida a señalar los productos que no dañan los bosques o del sello de comercio justo *fairtrade* para señalar a aquellos productos que recompensan con un precio justo al productor. La inmensa mayoría de esas iniciativas han sido promovidas por OSC y van dirigidas a visibilizar ante los consumidores las iniciativas empresariales que crean valor para el interés general.

Estas iniciativas afectan a la demanda de una economía sostenible e inciden directamente en el ODS 12, dedicado a la producción y el consumo responsable. Sin embargo, dado el papel central de las empresas en el devenir de las sociedades, la transversalidad de la producción y el consumo responsables influyen en otros ODS. Entre ellos, el número 13, relativo a la acción por el clima; el 14, dedicado a los océanos; el 6, agua limpia y saneamiento; el 7, energía asequible y no contaminante; y el 15, vida de ecosistemas terrestres.

### **Movilizaciones sociales dirigidas a influir en la agenda pública**

En otras ocasiones la influencia de las OSC en la economía sostenible se produce a través de cambio regulatorios «empujados» por movilizaciones de la sociedad civil. Esos cambios regulatorios cambian las reglas de juego de los actores económicos en un sector o en el conjunto de la economía de un país por lo

que se encuentran intrínsecamente relacionadas con los 17 ODS.

Sin embargo, esta influencia no necesariamente es siempre positiva para el avance hacia una economía sostenible, pueden influir positiva o negativamente. Por ejemplo, las movilizaciones de los chalecos amarillos en Francia durante el pasado año se producían inicialmente como respuesta a una subida de los combustibles fósiles. Sus actuaciones terminaron provocando cambios normativos en el país, pero también influyeron en algunas medidas del Plan de Transición Energética del Gobierno alemán (Carbajosa, 2019) y, por supuesto, en el Fondo de Transición Justa anunciado por la Comisión Europea (Comisión Europea, 2019).

Con otros fines, el movimiento antidesahucios, nacido en España durante la crisis económica, obligó a la sociedad española a volver la mirada sobre las prácticas del sector financiero y también sobre la normativa pública existente en nuestro país. En el Recuadro 2 se puede ver la tipología de la organización y sus principales impactos.

Estas movilizaciones, si tienen éxito social y mediático, obligan a todos los partidos políticos a posicionarse y, con frecuencia, acaban modificando el mapa regulatorio y las prácticas empresariales de los sectores económicos afectados. Además, es necesario señalar que el carácter espasmódico con el que muchas veces actúan, así como su mediatización, vienen precedidos del trabajo, muchas veces poco visible, de entidades y organizaciones minoritarias.

Por tanto, las empresas que quieran avizorar cuáles son las regulaciones que vienen, en cuyo marco van a tener que desarrollar su negocio, harían bien en escuchar cuales son las reivindicaciones de estas OSC. En ellas se pueden «leer» las regulaciones de mañana. Hoy, por ejemplo, se están creando planes de energías renovables o de fomento de la economía circular a lo largo de los cinco continentes. Esas regulaciones formaban parte de las peticiones expresas de bastantes OSC. Ayer fueron reclamadas por estas y hoy forman, de una u otra forma, parte de muchas legislaciones.

## RECUADRO 2

### PLATAFORMA DE AFECTADOS POR LA HIPOTECA (PAH)

La Plataforma de Afectados por la Hipoteca o PAH es una asociación y movimiento social por el derecho a la vivienda digna que nace en febrero de 2009 en Barcelona en el marco de las catastróficas consecuencias sociales de la crisis económica mundial. Pronto su actividad se extendería a toda la geografía española, donde continúa actualmente, gracias a su papel en la lucha contra los desahucios, situándolos en la agenda pública y política.

Con un funcionamiento asambleario, en el que se exponen los distintos casos y se ofrece asesoramiento, apoyo y ayuda para encontrar soluciones, la plataforma agrupa a personas con dificultades para pagar la hipoteca o que se encuentran en proceso de ejecución hipotecaria y personas solidarias con esta problemática. En virtud de ello, se autodefinen como un movimiento horizontal, no violento y apartidista.

En el año 2019 la PAH ha cumplido diez años y ha logrado un gran impacto e incidencia, en la sociedad española. Ha conseguido acompañar y transformar a las personas que se le acercaban, negociar salidas a situaciones desesperadas, despertar el apoyo generalizado de la sociedad, aprobar mociones en Ayuntamientos, impulsar leyes autonómicas y marcar la agenda pública.

#### Principales impactos:

- Su campaña Stop Desahucios y su acción contra los desalojos la han situado como un actor principal en la lucha contra este problema desde la crisis económica. Según datos de la organización, del Banco de España y de Amnistía Internacional, entre 2008 y 2015 fueron ejecutados en España entre 421.900 y 578.000 desahucios.
- El movimiento ha conseguido el realojamiento de muchas familias desahuciadas, darles voz, apoyo y una salida práctica a su situación.
- Generación de conocimiento y sensibilización a una sociedad desinformada, empoderando a las personas ante situaciones difíciles y creando una movilización colectiva contra la fragmentación individualista.
- Capacidad de influencia política con el ascenso de reconocidos miembros a puestos de poder; impulsor de los códigos éticos, de conducta y de responsabilidad social en el sector bancario; y precursor de Iniciativas Legislativas Populares (ILP) y modificaciones legislativas como, por ejemplo, de la Ley Hipotecaria.
- Apoyo de instituciones europeas, —el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, y de Naciones Unidas— a sus denuncias y determinadas reivindicaciones, con importantes consecuencias a nivel nacional.

FUENTE: PAH (2019); Pellicer (2019); Sarries (2017).

### Promoción de cambios en la cultura y conductas sociales

En los últimos años se ha producido un cambio de valores muy importante en la conciencia pública de muchas sociedades.

Temas como el bienestar animal, la acción climática, la epidemia del plástico, el consumo responsable y consciente, la vergüenza de volar, entre otras, han emergido en los últimos años como megatendencias visibles a lo largo y ancho del planeta. Pues bien, si rastreamos el «ciclo de vida» de esas megatendencias, encontramos en el inicio de ellas la acción explícita de las OSC. Grandes o pequeñas, con un perfil más disruptivo o menos confrontativo, pero son las acciones de estas entidades las que van

«inoculando» en el cuerpo social los «virus» del cambio de valores y de cultura. Como ilustración podemos ver en el Recuadro 3 algunos de los principales impactos del movimiento #MeToo.

### El protagonismo de «influencers» y de los medios digitales en el cambio viral global

Esos cambios de valores, como ha ocurrido muy recientemente con la masiva conciencia pública, sobre todo en los jóvenes, del gran problema de los plásticos en el planeta, se propagan hoy con una gran velocidad de continente a continente. La rapidez de propagación de estos cambios de valores es enorme. Las redes sociales, muy particularmente entre los jóvenes constituyen un vehículo de propagación exprés del cambio cultural.

### RECUADRO 3

#### MOVIMIENTO #METOO

Con el objetivo de promover el «empoderamiento a través de empatía» entre mujeres negras que habían experimentado abusos sexuales, Tarana Burke usó en 2006 en la red social MySpace la frase «*Me Too*». Sin embargo, no sería hasta octubre de 2017 cuando el movimiento del #MeToo nacería para denunciar la agresión y el acoso sexual, a raíz de las acusaciones contra el productor de cine y ejecutivo estadounidense Harvey Weinstein.

Pronto esta iniciativa se convertiría en un movimiento plural y global, llevado a cabo por mujeres de todo el mundo y de todos los sectores sociales que, gracias a él, comenzaron a compartir sus experiencias de abusos. Especialmente se convirtió en una vía de apoyo y, a la vez, de escape, debido a su influencia mediática, para muchas *celebrities* del mundo del cine que se habían visto obligados/as a guardar silencio, principalmente por miedo.

Este movimiento supuso el inicio de un cambio cultural global que colocaba la igualdad como elemento indispensable dentro de cualquier campo decisorio, político, social y económico. Visibilizar y combatir la cultura patriarcal, denunciar públicamente comportamientos y actitudes violentas contra la mujer, y promover el empoderamiento colectivo a través de la empatía, convirtieron al #MeToo en un referente internacional.

#### Principales impactos:

- En 2016, España aprueba un Pacto de Estado contra la Violencia de Género. Al mismo tiempo, la aparición de casos de violencia machista como, por ejemplo, el de La Manada, incrementan la presión social y la movilización, exigiendo modificaciones legislativas, nuevas directivas y cambios en el Código Penal.
- A nivel comunitario e internacional, en 2017 el Parlamento Europeo aprueba actuar contra el acoso a las mujeres en el seno de la institución, y numerosos casos de acoso y agresión sexual y violencia contra las mujeres empiezan a abrir noticieros y portadas de periódicos por todo el mundo.
- La vía abierta por el movimiento y la creciente ola feminista global convierten el ocho de marzo en una movilización mundial. Ciudadanos y ciudadanas de países de todo el mundo salen a la calle para defender sus derechos y una igualdad real.
- Instituciones públicas y privadas, empresas y organizaciones de todo tipo comienzan a elaborar y aprobar planes de igualdad, políticas contra el acoso y medidas para la concienciación familiar en el ámbito laboral.
- Introducción de un nuevo vocabulario, que llega a los medios de comunicación, las redes, la política y la calle; cambios en las relaciones personales, con nuevos protocolos sentimentales; una nueva masculinidad que asume responsabilidades antes confinadas a la mujer; y una ciudadana más informada, sensibilizada y atenta ante situaciones de agresión, acoso, discriminación y desigualdad de género.

**FUENTE:** Democracia Real Ya (2018); Álvarez y Valdés (2018); Gómez y Aunión (2019); Mahdavi (2019).

Es el caso del movimiento iniciado por la joven activista ambiental Greta Thunberg. Como bien podemos ver ilustrado en el Recuadro 4, se trata de una corriente que ha crecido exponencialmente en los últimos tiempos y que es ejemplar y muy demostrativa de la situación global actual. En menos de un año se ha pasado del acto individual de una joven sueca de 15 años a manifestaciones multitudinarias en más de 100 países que movilizan a más de siete millones de personas.

Las grandes empresas multinacionales que operan en mercados separados geográficamente se están dando cuenta de que en realidad esos mercados están muy conectados por los valores y la cultura de

las generaciones más jóvenes. Si las empresas quieren mantener una identidad atractiva en muy diferentes mercados tienen que «oler esos cambios culturales» que se cuecen en el entrecocar de las OSC del mundo con los medios de comunicación convencionales y las redes sociales: tienen que adaptarse.

En este contexto, es muy importante remarcar, sin entrar a hacer un análisis exhaustivo, el papel que han adquirido las nuevas tecnologías y las aplicaciones digitales. Una parte de la voluntad transformadora de los jóvenes ya no se canaliza a través de las OSC convencionales. Muchos jóvenes quieren mejorar el mundo con la tecnología, con los móviles. En los últimos tiempos han florecido iniciativas protagonizadas en

## RECUADRO 4

### GRETA THUNBERG - JUVENTUD POR EL CLIMA

Greta Thunberg es una estudiante y activista sueca nacida en 2003. El 20 de agosto de 2018, Greta Thunberg decidió dejar de asistir a clase y manifestarse a las puertas del Parlamento sueco con un cartel que decía *Skolstrejk för klimatet* (huelga escolar por el clima) con el que reclamaba al Gobierno sueco la reducción de las emisiones de carbono en base a lo establecido en el Acuerdo de París.

Su movilización llamó la atención a nivel internacional e inspiró a jóvenes estudiantes de todo el mundo a participar en huelgas a favor del clima. Se iniciaba así el movimiento Juventud por el Clima, cuyas principales demandas son la declaración de la emergencia climática, con el compromiso de impulsar medidas concretas y urgentes contra el cambio climático, fortaleza política y «mano firme» ante las acciones de las multinacionales y los capitales económicos que reproducen «dinámicas económicas insostenibles», justicia social y la reducción del consumo hasta «límites naturales», y una línea política biocéntrica que sitúe a las personas en el centro de las decisiones.

#### Principales impactos:

- Creación de un movimiento global, apoyado principalmente en los jóvenes, con movilizaciones en más de 270 ciudades pertenecientes a más de 105 países. El 27 de septiembre de 2019 se realizó la primera Huelga Mundial por el Clima.
- Greta Thunberg ha conseguido llevar su voz y las demandas de su movimiento ante el Comité Económico y Social Europeo, el Foro Económico Mundial, las Conferencias de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de 2018 y de 2019.
- Juventud por el Clima va a presentar una Iniciativa Ciudadana Europea (ECI, por sus siglas en inglés) con el objetivo de que la UE actualice sus Contribuciones Nacionales Determinadas (NDC, por sus siglas en inglés) a -80 % para 2030 y alcance el 0 neto para 2035, implemente un ajuste de carbono/gases de efecto invernadero (GEI) en la frontera de la UE y no firme ningún tratado de libre comercio con los países socios que no sigan una ruta compatible de 1,5 °C.
- El transporte, la industria cárnica y láctea, y el sector energético son los sectores en el punto de mira del movimiento, siendo la aviación la que más presión soporta. La propia Greta rechaza el uso del transporte aéreo para sus desplazamientos así lo demostró con su llegada en velero a Nueva York en 2019, lo que ha motivado la creación de un nuevo movimiento llamado Quédate en Tierra.
- Personaje del año 2019 por la revista *TIME*.

**FUENTE:** *Fridays For Future (2019); Juventud Por El Clima (2019); Cerrillo (2019).*

su mayor parte por jóvenes con propósitos antaño pertenecientes al mundo de las OSC. Hay varias aplicaciones, por ejemplo, dirigidas a combatir el desperdicio alimentario, pero a través de un nuevo modelo de negocio (Foodretail, 2019).

Los «constructores del cambio social» de hoy muchas veces eligen instrumentos tecnológicos. Esos instrumentos, si tienen éxito, tienen una gran ventaja sobre el impulso del cambio social de forma «análoga»: permiten escalar muy rápidamente, llegar a miles de personas en muy poco tiempo. El contagio social es más rápido, más extenso.

Antes las ONG ambientalistas impulsaban el consumo responsable a través de charlas que convocaban a decenas de personas cada una. Ahora, en muchos países, hay aplicaciones que clasifican los productos de acuerdo a sus características ambientales o

su influencia en la salud, como por ejemplo la herramienta *GoodGuide*®. Estas aplicaciones dan pautas concretas para cientos de miles o millones de personas e influyen claramente en la producción y el consumo responsables (ODS 12).

#### **Campañas de denuncia y boicot ante determinadas conductas empresariales**

Una parte muy relevante de la «tradición» de una buena fracción de entidades sociales ha sido denunciar los comportamientos desde su punto de vista negativos para el interés general de determinadas empresas, bien en el campo de los derechos humanos, bien en el campo del medioambiente, movimientos indígenas, políticos de género, etc. Hay OSC especializadas en la denuncia.

## RECUADRO 5

### CAMPAÑA *DETOX*

Lanzada en 2011 por Greenpeace, la Campaña *Detox* buscaba hacer frente al uso generalizado de sustancias químicas peligrosas en la fabricación de ropa, retando a grandes marcas de moda a asumir su responsabilidad en el impacto medioambiental y humano que provocaban esas sustancias químicas.

Tras un amplio proceso de investigación y documentación, y el apoyo de más de muchas personas, entre ellas diseñadores, blogueros y activistas, Greenpeace sacó a la luz las consecuencias, a juicio de la organización, de un modelo industrial altamente contaminante. Greenpeace invitó a las principales empresas textiles a afrontar cambios importantes en sus procesos de producción de las prendas.

Las empresas adheridas al compromiso *Detox* debían lograr una gestión adecuada de las sustancias químicas usadas, una mayor transparencia en la publicación de los proveedores y la sustitución y eliminación de los compuestos más peligrosos en el horizonte del año 2020.

#### Principales impactos:

- Las 80 marcas y proveedores que aceptaron el compromiso *Detox* representaban el 15 % de la producción textil mundial y figuraban grandes compañías como Adidas, Puma, Inditex, H&M, Benetton, Levi's, Burberry, C&A y FastRetailing.
- Creación del grupo de Vertido Cero de Químicos Peligrosos (ZDHC, por sus siglas en inglés), participado por 18 empresas que rubricaron la iniciativa, con el objetivo de dar respuestas colectivas.
- Creación de Listas de Sustancias Restringidas en la Fabricación (MRSC, por sus siglas en inglés) a nivel colectivo e individual. De los 11 grupos de sustancias químicas peligrosas identificados por Greenpeace, el 72 % de las empresas ya ha logrado eliminar los per y polifluorados de sus prendas.
- Capacitación, gestión química y ambiental y análisis de aguas residuales a sus proveedores. El 99 % informa y analiza, al menos, el 50 % de sus aguas residuales; y el 72 % publica de forma periódica su lista de proveedores ampliada.
- Desarrollo de normativas nacionales e internacionales sobre el uso de compuestos químicos, aguas residuales y marcos comunes para la estandarización de procesos como, por ejemplo, en la Unión Europea, China y México.

**FUENTE:** Greenpeace (2018).

Sin embargo, no es infrecuente que esas entidades que han hecho de la denuncia pública su caracterización principal ante la sociedad y los medios de comunicación, como es el caso de Greenpeace, también difundan últimamente listas «rojas» para describir a las empresas peores, y listas «verdes» para describir a las empresas mejores. De alguna forma antes utilizaban solamente la exposición a la vergüenza pública para afeardar la conducta de determinadas empresas y ahora también subrayan las empresas que lo hacen mejor. Utilizan, por tanto, la vanidad como factor de movilización de la conducta empresarial.

Además, el conjunto del mundo empresarial en un sector determinado no es homogéneo. Hay empresas pioneras en el amplio campo de la sostenibilidad y hay empresas más refractarias. La publicación de estas listas de empresas «mejores» y «peores» excita la competencia entre ellas.

Estas campañas ponen en dificultades a las empresas menos comprometidas con la producción y el consumo responsable (ODS 12), empujan a la adopción de cambios en esas empresas y crean espacios de oportunidad económica para las empresas que ya están caminando en esa dirección, las empresas pioneras. Un ejemplo muy relevante de este tipo de acciones dirigidas a mover a todo un sector empresarial es el caso de la iniciativa *Detox*, promovida por Greenpeace, y que podemos ver en el Recuadro 5.

En algunas ocasiones esas críticas a la actuación de tales o cuales empresas se traduce de una forma explícita en una llamada al boicot de tal o cual marca o de tal o cual empresa. Como consecuencia, en algunas ocasiones, ese llamamiento logra afectar a las ventas de esa empresa. Así ocurrió, por ejemplo, con el histórico caso de la plataforma petrolera del Mar del Norte de la

## RECUADRO 6

### *DIESELGATE*

En 2012, la ONG International Council on Clean Transportation, tras realizar algunas pruebas superficiales, tenía discrepancias con los valores de emisiones de gases contaminantes de vehículos diesel del grupo Volkswagen comercializados en EE UU. Esto le llevó a encargar a la West Virginia University la realización de un estudio para medir si dichos vehículos cumplían realmente la normativa de emisiones.

La contrastación de los datos obtenidos en las pruebas realizadas en carretera con los obtenidos en laboratorio llevaron a determinar que las emisiones de óxido de nitrógeno (NO<sub>x</sub>) superaban entre 10 y 35 veces los valores obtenidos en las pruebas de homologación, con la consecuente violación de la normativa anticontaminación estadounidense (*Clean Air Act*) y la Euro 5 europea.

Los resultados de dicho estudio fueron comunicados a la Agencia de Protección Ambiental de EE UU (EPA, por sus siglas en inglés). Según la EPA, la instalación de un software de desactivación en los motores diesel de 11 millones de automóviles disminuía hasta valores mínimos sus emisiones de gases y partículas durante las pruebas. En vista de esto, en septiembre de 2015 acusó al grupo Volkswagen del fraude y, ante la amenaza de suspender la comercialización de sus vehículos en EE UU, Volkswagen lo admitió.

#### Principales impactos:

- Entre 2015 y 2018 el grupo Volkswagen ha hecho frente a un impacto económico por el escándalo de emisiones de 29.000 millones de euros, entre sanciones, multas, inversiones condenatorias, reparación de daños e imagen de marca.
- Impulso a la electrificación de toda su gama de producto con una inversión de 30.000 millones de euros a partir de 2019, y una reconversión del grupo a partir de 2023 con el objetivo de ser neutra en emisiones para 2050.
- Creación de un fondo para proyectos de Protección del Clima con una inversión inicial de 50 millones de euros.
- Desarrollo de la normativa Euro 6 e impulso a la Euro 7 prevista para 2020 para la reducción drástica de vehículos y motores diésel, a través de nuevas limitaciones y tramos fiscales, impulsando a su vez el vehículo híbrido y eléctrico.
- Creación de un nuevo Procedimiento Mundial Armonizado para Vehículos Ligeros, (WLTP, por sus siglas en inglés), y del nuevo ensayo que mide las emisiones de **óxido de nitrógeno** (RDE, por sus siglas en inglés) en condiciones reales de conducción.

**FUENTE:** Tribunal de Cuentas Europeo (2019); Volkswagen Group (2019).

empresa petrolera Shell y su caída de las ventas de sus productos en Argentina, Alemania y otros países centroeuropeos (Ferrer, 1995).

En otros casos ese llamamiento al boicot no tiene mucho éxito y no es seguido por la mayoría de los consumidores, pero, en todo caso, esos llamamientos erosionan la reputación del producto o de la empresa. Otro caso es del grupo alimentario El Pozo en el que, tras la emisión de un programa de televisión en el que se le relacionaba con una granja con prácticas de maltrato animal, paso un tiempo sometido a un boicot a sus productos (San Esteban, 2018).

#### Investigaciones de aspectos desconocidos de la realidad empresarial o política

Hay OSC que se han especializado en la investigación y el estudio de las zonas «de sombra» de la

realidad y con la «iluminación de esas zonas de sombra» desvelan datos, realidades y problemáticas sociales que provocan un escándalo mediático que condiciona sobremanera la agenda pública. Un caso ejemplar de este tipo de entidades es el consorcio periodístico que puso al descubierto los «Papeles de Panamá» (García Rey, 2016) Esa investigación hizo que la opinión pública volviera la mirada a los paraísos fiscales, a las empresas y personas que los utilizan, y al enorme deterioro de las arcas públicas que representa su existencia.

De igual forma, el escándalo del *Dieselgate*, cuyo desarrollo y principales impactos podemos ver en el Recuadro 6, comienza cuando se publica una investigación académica encargada por una OSC. Desvelar la verdad se ha convertido en una palanca para empujar el cambio social en la que con frecuencia colaboran estas organizaciones con institutos de investigación

universitarios. En muchas ocasiones se conforman observatorios de escrutinio en tal o cual asunto de la realidad social (impuestos, comportamiento de las empresas multinacionales, deforestación en la Amazonía, etc.) Los focos son múltiples pero la idea central es producir informes que saquen a la luz pública hechos que incomodan al *statu quo* económico.

Estas conexiones entre institutos de investigación y OSC pueden desencadenar cambios disruptivos en sectores económicos enteros de la actividad económica. De hecho, es sabida la estrecha y directa relación entre el desarrollo de la electromovilidad en Europa durante los últimos años con el caso *Dieseltgate* (Recuadro 6).

### **Influencia en políticas públicas. El papel de los Think Tank**

Una de las principales tareas de un Gobierno es gestionar los diferentes intereses y posiciones contradictorias que existen en una sociedad compleja en situación de libertad. Por eso, es normal y bueno en una democracia viva, que las diferentes «voces» que existen en una sociedad se organicen e intenten «hacerse oír» en ese período de tiempo previo a la toma de decisiones, lo que algunos han denominado el tiempo de la democracia deliberativa (Segovia, 2008). Por eso no es infrecuente que una parte de las OSC pretenda que cambien las políticas públicas en el sector en el que desarrolla su actividad. A veces esa pretensión es implícita y, en ocasiones, esas OSC declaran explícitamente que quieren lograr una modificación de las políticas públicas vigentes y organizan su actividad con ese fin.

Esa actividad de *lobby* explícita es impulsada por OSC con gran capacidad de influencia y articulan toda una estrategia para influir en los parlamentarios y/o en las personas que ocupan posiciones relevantes en cualquiera de las jerarquías gubernamentales con capacidad decisoria.

No es infrecuente que esa actividad de *lobby* sea desarrollada por alianzas, redes o asociaciones que

agrupan a su vez a varias entidades de la sociedad civil. Un caso paradigmático de esas actividades es la Oficina Europea del Medio Ambiente (EEB, por sus siglas en inglés) que agrupa a más de 140 OSC de más de 25 países de Europa con la finalidad expresa de influir en las políticas ambientales de la Unión Europea.

Obviamente la batalla es muy desigual porque las lobistas de las organizaciones empresariales sectoriales se cuentan por miles y los lobistas de las redes de las OSC se cuentan por decenas. Sin embargo, una parte no despreciable de las normativas que regulan la actividad económica de Europa están influidas por esa labor de *lobby* de las OSC. Sin olvidar que, en una segunda derivada, la normativa europea con mucha frecuencia es tomada como referencia para diseñar la regulación y las políticas de muchos países del mundo. Por tanto, el eco de las presiones e influencia de las OSC europeas alcanza muchos otros espacios económicos del planeta.

Un caso ejemplar de influencia exitosa, no a través de la presión sino a través de la persuasión, es el de Ellen MacArthur Foundation que podemos ver en el Recuadro 7. Como decimos, se trata de un caso de influencia exitosa, en el ámbito público y privado, del nuevo paradigma de la economía circular que va a transformar el conjunto de la economía mundial e influye mucho en el ODS 12.

De diferente forma, pero con la misma intención, una manera específica de influir en las políticas públicas también es plantear pleitos judiciales para lograr sentencias que fuercen a un cambio de políticas públicas. En Holanda, recientemente, la ONG Urgenda ha logrado que la justicia obligue al Gobierno a aumentar sus planes de recorte de emisiones de gases de efecto invernadero en línea con lo que la ciencia del clima reclama (Ferrer, 2019). La implementación de esa sentencia implicará cambios de políticas públicas en sectores muy relevantes en la economía holandesa, como es el caso de la ganadería intensiva. Muy posiblemente esta sentencia refuerce los procesos judiciales ya abiertos con una parecida finalidad en varios países.

## RECUADRO 7

### ELLEN MACARTHUR FOUNDATION

La Fundación Ellen MacArthur nació en 2010 para acelerar la transición de una economía lineal a una economía circular que se base en los principios de eliminación de residuos y contaminación, promoción de productos y materiales sostenibles y regeneración de sistemas naturales. Una nueva forma de hacer dentro de los límites planetarios que, respaldado por una transición hacia fuentes de energía renovables, crea capital económico, natural y social. Desde su creación, la organización ha emergido como un líder de pensamiento global, posicionando el modelo económico circular en la agenda de los principales decisores económicos, políticos y académicos.

#### Principales impactos:

- En 2015 la Unión Europea aprobó un Plan de Acción para la Economía Circular con 5.500 millones de euros para la gestión de residuos, 150.000 para financiación de proyectos relacionados con la economía circular, 650 para investigación e innovación hasta 2020, proyectos dentro del Fondo Europeo de Inversiones Estratégicas como el *Green Fiber International*, entre otros.
- Iniciativas sistémicas que brindan la oportunidad de concentrarse en un flujo material específico a través de un sistema como, por ejemplo, *New Plastics Economy*. En este sentido, The Coca-Cola Company anunció el pasado año que se compromete a recoger y reciclar el 100 % de los envases comercializados a nivel mundial para 2030.
  - A nivel institucional, la Unión Europea acordó en 2019 eliminar todos los plásticos de un solo uso en 2021.
  - Ursula von der Leyen, nueva Presidenta de la Comisión Europea, entre otras ambiciosas acciones, anunció un nuevo Plan de Economía Circular más.
  - La iniciativa *Circular Economy in Cities* dibuja oportunidades en tres sistemas urbanos clave (edificios, movilidad y productos) y analiza cómo los Gobiernos municipales pueden permitir una transición hacia la economía circular.

**FUENTE: Ellen MacArthur Foundation (2019); Comisión Europea (2019); The Coca-Cola Company (2019).**

En este campo de actuación se hace necesario nombrar, aunque sea de forma sucinta, la existencia y el papel que realizan aquellas OSC que se especializan en la generación de informes y propuestas que tienen como foco promover alternativas y propuestas de interés general. No movilizan, no quieren ser masivas, no buscan socios. Se organizan como entidades «de pensamiento» para producir ideas, informes y alternativas.

Estas entidades, situadas en la periferia de los poderes públicos, pero con la clara vocación de influir en ellos, ayudarían a construir lo que Habermas llamaba la «democracia deliberativa». Su razón de ser sería mejorar las decisiones de las instituciones públicas poniendo en circulación ideas, propuestas y debates que mejorarían los procesos de toma de decisión de las instituciones (Segovia, 2008).

En todos los países con mayor o menor fuerza e influencia existe esta especie particular de las OSC que tienen como foco la producción de ideas y de

pensamiento para enriquecer el debate colectivo y, lógicamente, influir en el curso de los acontecimientos. Sus propuestas pueden ser tan diversas como diversos son sus principios fundacionales.

#### Reescribir el para qué de la empresa

En las tipologías de intervención descritas anteriormente el foco de las OSC era cambiar el desempeño de las empresas o de las regulaciones públicas que propician el desarrollo de una economía sostenible. Ahora queremos abordar el enfoque de algunas OSC que lo que buscan es repensar el propio propósito de las empresas, que buscan una redefinición de su sentido último.

En las últimas décadas, el poder de las empresas ha crecido y también han crecido los problemas ambientales y sociales. Ambos fenómenos han propiciado la emergencia de propuestas desde las OSC para reconsiderar el rol de las empresas, para

## RECUADRO 8

### B CORP, UNA INICIATIVA DE B LAB

B Lab es una organización sin ánimo de lucro que sirve a la comunidad empresarial y que, a través del movimiento de empresas B Corp, colabora y verifica a compañías líderes de todos los sectores para construir un movimiento corporativo que use los negocios para promover un cambio histórico en la cultura global, aprovechando su poder para ayudar a plantear los mayores desafíos de la sociedad y transformar el modelo económico por otro más inclusivo y sostenible.

La comunidad de B Corp trabaja para reducir la desigualdad, los niveles de pobreza, conseguir un medioambiente más saludable, comunidades más fuertes y la creación de más empleos de alta calidad. Al aprovechar el poder de los negocios, B Corp usa las ganancias y el crecimiento como un medio para un fin mayor: impacto positivo para sus empleados, comunidades y el medioambiente.

Las empresas certificadas como B Corp están legalmente obligadas por sus estatutos a considerar el impacto de sus decisiones en sus trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y el medioambiente. Además, deben cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal.

#### Principales impactos:

- Más de 2.788 compañías de 150 sectores y 64 países son B Corp, creando alianzas y espacios de cooperación entre fundaciones, corporaciones, agencias gubernamentales y particulares.
- Las B Corp superan al resto de empresas en un 10 % en proporción de empleos de alta calidad. Además, el 82 % de sus trabajadores tienen una percepción positiva del impacto social de su compañía.
- Las compañías certificadas muestran una probabilidad de usar energía 100 % renovable tres veces mayor que el de empresas de su mismo sector. A su vez, el 87 % es capaz de gestionar la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.
- Su crecimiento se multiplica por tres respecto al promedio de cada sector.
- El 75 % obtiene un rango de marca de nueve y diez, mientras que la media se sitúa en cinco.

**FUENTE:** B Corporation (2019); B Corp Spain (2019).

cuestionar las ideas establecidas sobre su porqué y su para qué.

Durante años, muchas entidades de la sociedad civil solo percibían a las empresas como responsables de los problemas del mundo. Hoy, sin embargo, cada vez hay más OSC que entienden que las empresas tienen que formar parte destacada de las soluciones.

En EE UU surgió a principios del siglo XXI un movimiento, impulsado por una fundación que planeaba reescribir el ADN de la empresa de modo que el propósito de esta coincidiera con el interés general. Ese movimiento se llamó B Corporation (ver Recuadro 8) y desde entonces ha logrado grandes éxitos: más de 2.700 empresas de más de 60 países ya son Empresas B Corp e Italia, Colombia y más de 30 Estados de EE UU han promulgado leyes que recogen esta filosofía.

Desde el punto de vista del propósito, estas empresas apenas se distinguen de las OSC porque tienen

propósitos que coinciden con el interés general. La diferencia es que estas empresas utilizan el poder de los negocios para alcanzar ese propósito. Parecida finalidad tiene el movimiento nacido en Europa, la Economía del Bien Común, impulsada por el austriaco Cristian Felber (Felber, 2012).

Esas corrientes de pensamiento han creado una nueva situación que rompe la tradicional división entre las empresas que tienen propósitos particulares y buscan el beneficio para los accionistas y las OSC que se mueven por fines de interés general y en el campo de lo no lucrativo. Hoy surgen iniciativas económicas y empresas «mestizas» que combinan ambos mundos y la zona de frontera, antes muy clara, se ha difuminado.

Esos movimientos empresariales han sido reforzados por la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y del Acuerdo de París por la comunidad internacional. En esta Agenda Global se reconoce expresamente el papel de las empresas para

implementar con éxito estos acuerdos de Naciones Unidas y se anima a que todas las empresas asuman su cuota parte de responsabilidad para alcanzar las metas acordadas. De alguna forma hay un reconocimiento de que las Administraciones públicas solas no pueden lograr implementar la Agenda Global 2030 y de que las empresas son un actor crucial para tener éxito.

Además, el consenso sobre el nuevo rol de las empresas en el siglo XXI también se ha extendido dentro del mundo empresarial convencional. En esa dirección encaja la publicación de un manifiesto rubricado por 181 CEOs de grandes empresas de EE UU el 19 de agosto de 2019 en el que se decía que las empresas no están solo para servir a los accionistas (Guimón, 2019) Las empresas, dice claramente la breve declaración, tienen que servir también a las expectativas de los empleados, clientes, proveedores y sociedad en su conjunto. En definitiva, las grandes empresas asumen, de alguna manera, el enfoque del valor compartido de Porter y la propuesta del movimiento B Corp.

Lógicamente, el desarrollo de este movimiento mundial y de los principios que lo inspiran constituye un refuerzo muy positivo para la construcción de una economía sostenible. De alguna forma este movimiento supera la posición tradicional de las empresas de «no dañar» el medioambiente con las actividades de su negocio y asume como un objetivo propio regenerarlo.

#### 4. Tres conclusiones

##### **El potencial de la sociedad civil para promover una economía sostenible es enorme**

La descripción que hemos realizado de algunas de las palancas que las OSC utilizan para promover una economía sostenible y los casos que hemos destacado dan una idea de su tremendo poder de influencia en el devenir de la economía sostenible.

Las OSC, como hemos visto en las páginas anteriores, utilizan distintas vías para promover el cambio empresarial hacia una economía sostenible. Estas

vías se podrían resumir en tres grandes líneas de intervención:

— Promover políticas públicas favorecedoras del cambio empresarial hacia la sostenibilidad a través de una influencia directa en el sistema legislativo, ejecutivo o judicial.

— Promover el mercado de la sostenibilidad de diversas maneras: incentivando el consumo y la inversión responsables, recompensando a las mejores empresas, presionando a las que desarrollan prácticas más insostenibles, promoviendo nuevos modelos empresariales que buscan alinear el propósito empresarial con objetivos de interés general...

— Promover cambios de valores y cambios de hábitos en la ciudadanía que sean congruentes con una economía sostenible.

En muchas ocasiones hay proyectos e iniciativas que mezclan estas tres grandes líneas de intervención. Algunas OSC se concentran en penalizar a las empresas más reactivas a una economía sostenible a través de medios de presión y control. Sin negar que hay casos que demuestran el potencial de cambio que encierra este enfoque, desde nuestro punto de vista es necesario desarrollar en España y en los países latinos otra estrategia muy potente: la de recompensar a las empresas que ponen en el mercado bienes y servicios más sostenibles.

Muchas veces se da por hecho que la sociedad civil es uniforme pero, en realidad, bajo su «amplio manto» coexisten movimientos y entidades que promueven una economía sostenible con otros que, sintiéndose perdedores en esa nueva economía, exteriorizan su rechazo. El caso del sector del carbón y combustibles fósiles o de las empresas que fabrican vehículos con motores de combustión son dos ejemplos de sectores económicos que se sienten perdedores en el nuevo escenario. Pero hay y habrá más. Para afrontar esos conflictos sociales ya evidenciados o previsibles desde la Unión Europea, algunos Gobiernos y Naciones Unidas, se habla de la necesidad de realizar una transición justa, que no «deje a nadie atrás».

Si los conflictos socio-ambientales crecen, un escenario muy probable, no cabe descartar un futuro de enfrentamientos y conflictos abiertos entre distintos sectores de la sociedad civil. Por tanto, fracciones relevantes de la sociedad civil pueden promover la economía sostenible, y de hecho lo están haciendo, como demuestran los casos que hemos comentado, pero también fracciones relevantes de la sociedad civil pueden frenar su desarrollo.

Finalmente, queremos resaltar un tema muy relevante pensando en el desafío de construir una economía neutra en carbono y circular en todo el mundo. Las empresas europeas, espoleadas por una sociedad civil más exigente sobre su desempeño ambiental y por unas políticas públicas más avanzadas, pueden desarrollar bienes y servicios innovadores que aumentarán su competitividad en otras zonas geográficas sometidas a parecidos desafíos ambientales. Eso será bueno para la sostenibilidad del planeta, para la economía de los países de la Unión Europea y para el empleo y el bienestar de sus habitantes.

### **La triple ecuación: una transición ecológica, una transición social y una transición cultural**

Los casos de los chalecos amarillos en Francia durante 2019, y las enormes revueltas de Ecuador y las movilizaciones de Chile, ambas entre octubre y noviembre del mismo año, y todas ellas relacionadas con los precios del transporte, muestran claramente que es necesario realizar —a la vez— una transición ambiental y una transición social de tal modo que «nadie se quede atrás». Los avances o retrocesos van a estar muy condicionados por la movilización de la sociedad civil. En estos tres casos, las subidas de combustibles planteadas se anulaban o menguaban por parte de los Gobiernos una vez comprobada la resistencia de algunos sectores sociales a estas subidas. Las movilizaciones de la sociedad civil determinaron el alcance de la política posible.

Otros países han «aprendido» de esas movilizaciones articulando políticas preventivas para evitarlas. De

hecho, el Programa de Transición del Gobierno alemán, de más de 54.000 millones de euros, contempla medidas dirigidas a evitar una movilización similar a la ocurrida en el país galo.

Las movilizaciones sociales en ocasiones van a empujar el cambio hacia una economía más sostenible, como las recientes movilizaciones en todo el mundo pidiendo reaccionar frente a la emergencia climática, y en otros casos, como las movilizaciones de los chalecos amarillos, lo van a frenar. Lo deseable es que de esa tensión surgiera una síntesis creativa, una transición justa, pero no es tan claro que esa reconciliación se pueda construir con facilidad. Muy especialmente porque los problemas ambientales exigen que los cambios se produzcan con celeridad y ya no bastan los cambios incrementales.

Por otro lado, sin una transición cultural los cambios se bloquearán. Muchas de las metas de una economía sostenible solo se pueden lograr con la colaboración e implicación de la sociedad civil, con un cambio de los hábitos de consumo y del estilo de vida de las personas. Para ese cambio cultural las OSC son imprescindibles porque en ellas, en su ecosistema, se gesta el cambio de valores y cultura de las sociedades.

### **Una necesaria cultura de cooperación y de alianzas**

El desafío climático es de una magnitud enorme. No es fácil realizar la transición de una economía basada en los combustibles fósiles a una economía neutra en carbono, y tampoco es fácil lograr una transición exitosa desde una economía lineal a una economía circular. Además, debemos hacer este cambio en todo el planeta y en muy poco tiempo.

En realidad, tal y como enfatiza el ODS 17, necesitamos desarrollar una activa política de cooperación multiactor para sumar fuerzas y talentos para el cambio —ver informe *Better Together* (Prescott, D. y Stibbe, D. (2017))—. Sin embargo, no es frecuente esa cultura de cooperación entre actores, muy especialmente entre dos actores sociales que se han estado

mirando de reojo durante mucho tiempo: las empresas y las OSC. Estos dos actores son los que promueven más innovación en la sociedad. Las empresas más innovación tecnológica y las OSC, más innovación social. Ambas innovaciones son sustanciales para lograr los cambios disruptivos que necesitamos.

Lograr una economía sostenible significa promover la oferta de bienes y servicios sostenibles en esa dirección, pero también mover la demanda de los consumidores e inversores de esos bienes y servicios y promover una regulación pública favorecedora de ese ecosistema. Se trata de crear, de algún modo, un círculo virtuoso que, en su interacción recíproca, «segregue» economía sostenible.

No es posible construir ese círculo virtuoso si no existe una cultura de cooperación, una cultura de alianzas. Las empresas más conscientes, las OSC más útiles y las Administraciones públicas más innovadoras deben sumar esfuerzos y talentos, deben cooperar entre sí para crear la economía sostenible que necesita nuestro planeta y nosotros mismos. De esa buena cooperación depende el futuro del planeta.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez, P., y Valdés, I. (2018). El tsunami feminista español en 11 capítulos. *El País*. [https://elpais.com/sociedad/2018/10/05/actualidad/1538733217\\_454350.html](https://elpais.com/sociedad/2018/10/05/actualidad/1538733217_454350.html)
- B Corporation (2019). *Certified B Corporation*. <https://bcorporation.eu/>
- B Corp. Spain (2019). *B Lab Spain*. <https://www.bcorpSpain.es/>
- BBVA (2018). Compromiso 2025, Estrategia de Cambio Climático y Desarrollo Sostenible de BBVA. <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2018/02/folleto-compromiso-2025-bbva-v2.pdf>
- Carbajosa, A. (2019). Alemania impulsa una ambiciosa transición hacia la economía verde. *El País*. [https://elpais.com/internacional/2019/09/19/actualidad/1568904181\\_998169.html](https://elpais.com/internacional/2019/09/19/actualidad/1568904181_998169.html)
- Carbon Disclosure Project (2019). *CDP: Disclosure Insight Action*. Berlin. <https://www.cdp.net/es>
- Cerrillo, A. (2019). El viaje en barco de Greta impulsa el movimiento Quédate en Tierra contra el transporte aéreo. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/natural/cambio-climatico/20190731/463792740389/greta-transporte-aereo-queda-en-tierra-stay-grounded.html>
- Comisión Europea (2019). El Pacto Verde Europeo establece cómo hacer de Europa el primer continente climáticamente neutro en 2050 impulsando la economía, mejorando la salud y la calidad de vida de los ciudadanos, protegiendo la naturaleza y no dejando a nadie atrás. *En nota de prensa: Bruselas, 11 de diciembre de 2019*. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip\\_19\\_6691](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_19_6691)
- Comunidad por el clima (2019). *Comunidad #PorElClima*. Zaragoza. <https://porelclima.es/>
- Democracia Real Ya (2018). Consecuencias negativas y positivas del #MeToo. *Democracia Real Ya*. <https://democraciarealya.es/consecuencias-negativas-y-positivas-del-metoo/>
- Ecodes (2019). Carbon Disclosure Project España. Zaragoza, 11 de marzo de 2019. <https://ecodes.org/noticias/noticia-cdp#.XlekdJP0nh9>
- Edelman (2019). *2019 Edelman Trust Barometer*. [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Global\\_Report.pdf?utm\\_source=website&utm\\_medium=global\\_report&utm\\_campaign=downloads](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads)
- Ellen MacArthur Foundation (2019). *Ellen MacArthur Foundation: Circular Economy*. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- Felber, C. (2012). *La economía del bien común*. Barcelona, España: Deusto S.A. Ediciones.
- Ferrer, I. (1995). La Shell sigue dispuesta a sumergir mañana su plataforma petrolera. *El País*. [https://elpais.com/diario/1995/06/19/sociedad/803512802\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1995/06/19/sociedad/803512802_850215.html)
- Ferrer, I. (2019). El Supremo holandés obliga al Gobierno a reducir las emisiones de CO2 en una sentencia histórica. *El País*. [https://elpais.com/sociedad/2019/12/20/actualidad/1576836454\\_833657.html](https://elpais.com/sociedad/2019/12/20/actualidad/1576836454_833657.html)
- Ferrovial (2019). Zity, carsharing eléctrico en Madrid. <https://www.ferrovial.com/es/proyectos/zity-carsharing-electrico-en-madrid/>
- Foodretail (2019). Las apps que luchan contra la caducidad y el desperdicio alimentario. [https://www.foodretail.es/food/app-movil-desperdicio-alimentos\\_0\\_1314768527.html](https://www.foodretail.es/food/app-movil-desperdicio-alimentos_0_1314768527.html)
- Fridays For Future (2019). *Fridays For Future*. <https://www.fridaysforfuture.org>
- García Rey, M. (2016). Los papeles de Panamá: su intrahistoria periodística. *Cuadernos de periodistas*. <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/los-papeles-panama-intrahistoria-periodistica/>
- GoodGuide, Inc. (2019). *GoodGuide®*. <https://www.goodguide.com/#/>
- Gómez, V. M., y Aunión, J. A. (2019). Una movilización masiva exhibe en las calles la fuerza del feminismo. *El País*. [https://elpais.com/sociedad/2019/03/08/actualidad/1552079524\\_186232.html](https://elpais.com/sociedad/2019/03/08/actualidad/1552079524_186232.html)

- Greenpeace (2018). Destination Zero: seven years of detoxing the clothing industry. *Greenpeace*. [https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2018/07/destination\\_zero\\_report\\_july\\_2018.pdf](https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2018/07/destination_zero_report_july_2018.pdf)
- Grupo Santander (2019). Santander se compromete a la inclusión financiera de 10 millones de personas y a movilizar 120.000 millones de financiación verde. *En nota de prensa: Madrid*, Recuperado el 8 de julio de 2019 de <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/notas-de-prensa/2019/07/np-2019-07-08-santander-se-compromete-a-la-inclusion-financiera-de-10-millones-de-personas-y-a-movilizar-120.000-millones-de-financiacion-verde-es.pdf>
- Guimón, P. (2019). Las grandes compañías de EEUU prometen ahora dejar de servir solo al accionista. *El País*. [https://elpais.com/economia/2019/08/19/actualidad/1566235396\\_549942.html](https://elpais.com/economia/2019/08/19/actualidad/1566235396_549942.html)
- H&M Group (2019). Sustainability Report 2018. [https://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/masterlanguage/CSR/2018\\_sustainability\\_report/HM\\_Group\\_SustainabilityReport\\_2018\\_%20FullReport.pdf](https://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/masterlanguage/CSR/2018_sustainability_report/HM_Group_SustainabilityReport_2018_%20FullReport.pdf)
- Inditex (2019). Hacia una economía circular. [http://static.inditex.com/annual\\_report\\_2016/nuestras-prioridades/compromiso-con-la-excelencia-de-nuestros-productos/hacia-una-economia-circular.php](http://static.inditex.com/annual_report_2016/nuestras-prioridades/compromiso-con-la-excelencia-de-nuestros-productos/hacia-una-economia-circular.php)
- Juventud Por El Clima (2019). *Juventud X El Clima*. <http://juventudxclima.es>
- Lafraya, C. (2018). Las empresas apuestas por el «carsharing» pese a no generar aún dinero. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/economia/20180219/44906452167/car-sharing.html>
- Mahdavi, P. (2019). Raíces y ramas: ¿y ahora qué MeToo? *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vanguardia-dossier/20190919/47459354993/raices-ramas-movimiento-metoo-paradis-mahdavi.html>
- Narberhaus, A. et al. (2011). Estrategias para la gran transición: cinco puntos de apoyo para las organizaciones de la sociedad civil. *SMARTCSOs*. <https://www.smart-csos.org/images/Documents/Smart%20CSOs%20Report%20spanish.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (2018). Transición justa hacia economías y sociedades ambientalmente sostenibles para todos: reseña de políticas OIT-ACTRAV. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms\\_654165.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_654165.pdf)
- Parlamento Europeo (2019). Los plásticos de un solo uso, prohibidos a partir de 2021. *En nota de prensa: Bruselas*, Recuperado el 27 de marzo de 2019 de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20190321IPR32111/los-plasticos-de-un-solo-uso-prohibidos-a-partir-de-2021>
- Pellicer, L. (2019). El abogado de la UE abre la puerta a anular las hipotecas poco transparentes ligadas al IRPH. *El País*. [https://elpais.com/economia/2019/09/10/actualidad/1568097870\\_121637.html](https://elpais.com/economia/2019/09/10/actualidad/1568097870_121637.html)
- Plataforma de afectados por la hipoteca (PAH, 2019). *Plataforma de Afectados por la Hipoteca*. <https://afectadosporlahipoteca.com>
- Prescott, D. y Stibbe, D. (2017). Better together: unleashing the power of the private sector to tackle non-communicable diseases. *The Partnering Initiative*. <https://www.thepartneringinitiative.org/wp-content/uploads/2017/02/Better-Together-Guidebook.pdf>
- San Esteban, N. (2018). La crisis reputacional de El Pozo: silencio en España, vetos internacionales. *El Español*, Recuperado el 18 de febrero de 2018 de [https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180218/crisis-reputacional-pozo-silencio-espana-vetos-internacionales/285472488\\_0.html](https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180218/crisis-reputacional-pozo-silencio-espana-vetos-internacionales/285472488_0.html)
- Sarries, N. (2017). Desahucios en España: Desde el inicio de la crisis más de 400.000 familias pierden una vivienda. *Vozpopuli*. [https://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/Banco\\_de\\_Espana-Desahucios-Bancos-viviendas-desahucios-vivienda-cgpi-banco\\_de\\_espana\\_0\\_936806326.html](https://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/Banco_de_Espana-Desahucios-Bancos-viviendas-desahucios-vivienda-cgpi-banco_de_espana_0_936806326.html)
- Science based targets (2019). *SBT: Driving ambitious corporate climate action*. <https://sciencebasedtargets.org/>
- Segovia, J. F. (2008). *Habermas y la democracia deliberativa*. Madrid, España: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales.
- The Coca-Cola company (2019). 2018: Business and Sustainability Report. <https://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2019/Coca-Cola-Business-and-Sustainability-Report.pdf>
- Tribunal de Cuentas Europeo (2019). Respuesta de la UE al escándalo «dieselgate». *Luxemburgo, febrero de 2019*. [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/BRP\\_Vehicle\\_emissions/BRP\\_Vehicle\\_emissions\\_ES.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/BRP_Vehicle_emissions/BRP_Vehicle_emissions_ES.pdf)
- Volkswagen Group (2019). Volkswagen Annual Report 2018. [https://www.volkswagenag.com/presence/investorrelation/publications/annual-reports/2019/volkswagen/en/Y\\_2018\\_e.pdf](https://www.volkswagenag.com/presence/investorrelation/publications/annual-reports/2019/volkswagen/en/Y_2018_e.pdf)