



# FRUTAS Y VERDURAS



## La empresa, el Estado, el consumo y el consumidor en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

MARÍA RODRÍGUEZ. Socióloga y Experta en Consumo Responsable y RSE. Consejera del Consejo estatal de RSE (CERSE).

### RESUMEN

*La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible plantea 17 objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental. Por primera vez se incluyen en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a las empresas, fijando su importancia para la consecución de las Metas en cada uno de los Objetivos. Por lo tanto Estados/ Administraciones Públicas, empresas y organizaciones de la sociedad civil son agentes implicados en los ODS y responsables (aunque con desigual nivel de responsabilidad) de que los mismos se implementen en las sociedades de los diferentes países.*

**PALABRAS CLAVE:** *objetivos de desarrollo sostenible (ods), empresa, estado, consumo, consumidor.*

La novedad que aportan los ODS (2015-2030) en relación a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (2000-2015), tiene mucho que ver con los cambios radicales en las premisas del desarrollo y en la propia agenda de desarrollo: Según Ágora RSC (Helena Ancos) los cambios se pueden concretar: por un lado “de un mundo en el que el motor del desarrollo era el crecimiento económico a uno en el que el desarrollo está condicionado por la sostenibilidad, de otro de un mundo de divisiones Norte-Sur a un mundo más heterogéneo, a nivel político, social y de riqueza y desigualdad, y por último, de un mundo con mayor activismo social, a través de una ciudadanía crecientemente organizada que desea participar y tener mayor acceso a las decisiones públicas”.

En uno de los apartados de la Declaración se especifica: “Nos comprometemos a efectuar cambios fundamentales en la manera en que nuestra sociedad producen y consumen bienes y servicios. Los gobiernos, las organizaciones internacionales, el sector empresarial y otros agentes no estatales y particulares deben contribuir

a modificar las modalidades insostenibles de consumo y producción, incluso movilizando todas las fuentes de asistencia financiera y técnica para fortalecer la capacidad científica, tecnológica y de innovación de los países en desarrollo con el fin de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.”

Tal y como se comentó en la primera parte de este artículo, publicado en el número 149 de Distribución y Consumo, el consumidor puede influenciar, desde la acción ciudadana, bien con carácter individual, como experto o participando en organizaciones de la sociedad civil, diferentes metas y objetivos, no obstante si realizamos una valoración cuantitativa, no son tantos, en concreto se podría afirmar que se pueden influenciar 54 metas, es decir en un 31,9% del total. Es por tanto un porcentaje interesante, si bien es cierto que faltan elementos de información a los consumidores, para actuar con carácter consciente en las mismas.

El Barómetro Edelman Trust 2016 afirma que 8 de cada 10 consumidores consideran que es la responsabilidad de las empresas la que debe liderar la solución de los problemas sociales, según Juan Mezo, de Valores y Marketing: “Los consumidores ya no son sujetos pasivos sino que quieren formar parte activa. Y consideran que las marcas tienen una responsabilidad que cumplir más allá de la venta de sus productos y servicios. Las marcas, si quieren, pueden jugar un rol como agentes sociales y tienen la capacidad de ayudar a solucionar muchos problemas sociales y medioambientales a los que los gobiernos solos no llegan”.

### **¿POR QUÉ INTERESA A LAS EMPRESAS AVANZAR EN EL DESARROLLO DE LOS ODS?**

El modelo tradicional empresarial no se encuentra cuestionado en nuestra sociedad, pero si se le exigen adaptaciones a la situación concreta de este primer cuarto del siglo XXI. Ya se inició esa tendencia en el año 2001, con la publicación del Libro Verde sobre Responsabilidad Social Empresarial de la Unión Europea, y desde entonces, todas las acciones van encaminadas en ese sentido junto con una mayor sensibilización ciudadana por conseguir influenciar políticas a través de las decisiones de compra como consumidores. Por lo tanto la incorporación de estas nuevas demandas de naturaleza económica, social o medioambiental es fundamental para seguir manteniendo cuota de mercado o posicionarse en el mismo de forma favorable a los intereses de la empresa. Las empresas poco a poco van incorporando estas demandas ciudadanas en sus objetivos y en su Plan de Acción.

Como se comprueba cada vez con más intensidad, las empresas que no asumen el reto de contribuir a un desarrollo económico, social y medioambiental sostenible, con carácter general, pierden cuota de mercado. El estudio internacional publicado por Unilever en enero 2017 reveló que un 33% de los consumidores deciden comprar a marcas que realizan acciones sociales o medioambientales. El estudio se realizó sobre la base de preguntas a 20.000 adultos en cinco países, en los que se les solicitaba opinión sobre si aspectos relacionados con la sostenibilidad influían en sus decisiones de compra de productos y/o servicios. Un 21% de los en-



cuestados se manifestaron también a favor de elegir marcas más sostenibles si pudieran comprobar de forma activa estos aspectos en su embalaje y en su comercialización.

Otro dato de interés es que el estudio sugiere que la tendencia de compra propósito-conducido es mayor entre los consumidores en las economías emergentes que en los mercados desarrollados. Por ejemplo el 53% de los consumidores en Reino Unido y el 78% en Estados Unidos manifiestan que se sienten mejor cuando compran productos que son producidos de forma sostenible, asciende ese porcentaje al 88% en la India y al 85% en Brasil y Turquía.

Igualmente se puede afirmar “que el futuro de las empresas también mantiene una estrecha relación con los ODS, por ejemplo si se reduce la desigualdad (ODS 10) los conflictos (ODS 16), se lucha contra la corrupción (ODS 8) y se frena el deterioro ambiental (ODS 15) se creará un contexto más favorable para los negocios” (Ágora RSC agosto 2017).

El Foro Empresarial ODS, Foro Político de Alto Nivel de Naciones Unidas, el 18 de julio de 2017, emitió un Comunicado a Empresas, bajo el título “Las empresas deben fomentar sus alianzas transformadoras”, en él, se afirmaba:

“Las empresas apoyan los ODS como un marco de objetivos universalmente aplicables para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales más críticos del mundo para el año 2030 y posteriormente. Las empresas con visión de futuro ya están trabajando en este sentido con un impacto significativo en ODS, en concreto:

- Desarrollando un conocimiento profundo de cómo sus actividades se traducen en impactos económicos, ambientales y sociales en el contexto de los ODS.
- Estableciendo metas ambiciosas en la implementación de los ODS, incluyendo la incorporación de prácticas empresariales responsables de manera transversal en sus estrategias y operaciones.
- Persiguiendo el impacto de sus contribuciones a la Agenda 2030 mediante un firme compromiso con los Principios Universales que regulan los derechos humanos, la igualdad y el medio ambiente.
- Desarrollando soluciones empresariales que abordan los retos de la sostenibilidad.

- Colaborando con sus socios en el desarrollo de una visión colectiva y de hojas de ruta para la transformación sectorial.
- Trabajando entre sectores para ayudar a transformar de manera absoluta los sistemas económicos.
- Divulgando el desempeño y progreso en los ODS.
- Apostando públicamente por políticas clave y mecanismos de financiación que serán decisivos.

Las empresas reconocen al Foro Político Anual de Alto Nivel de Naciones Unidas como un espacio donde todas las partes interesadas se reúnen para dialogar. Compartir las mejores prácticas, reportar sus progresos y fomentar las alianzas, para aprovechar el potencial transformador de los ODS.

Como organizaciones de empresas con alcance mundial, intensificaremos nuestros esfuerzos para:

- Aumentar la concienciación sobre los ODS
- Promover y establecer metas relacionadas con los ODS
- Apoyar al sector privado en la incorporación de los principios de sostenibilidad en el centro de la toma de sus decisiones empresariales y modelos de negocio
- Extender esto a todo nuestro sector y nuestras cadenas de suministro para elaborar hojas de ruta para lograr la transformación sectorial de todo el sistema
- Trabajar con los gobiernos, la sociedad civil y todas las partes interesadas para desarrollar soluciones empresariales que sean respetuosas con el medioambiente, eficientes e inclusivas, que ayuden a proteger y restaurar nuestro medioambiente y apoyen a las personas y comunidades de todo el mundo”.

Es interesante destacar el dato aportado por Daniel Lois y Pablo Bascones en *Corresponsables*, el 5 de octubre de 2017: “Centrándonos en las empresas, hay un dato revelador que nos recuerda la importancia que tienen sobre el desarrollo socioeconómico de las comunidades en las que operan: de las 100 mayores economías del mundo, 31 son países mientras que 69 son empresas”.

La confianza en las empresas se ha visto seriamente erosionada desde el inicio de la crisis económica o crisis financiera global. Los consumidores han podido apreciar como las empresas no han cumplido lo que afirmaban que estaban haciendo. Por lo tanto es fundamental que las empresas y sus líderes vuelvan a contar con la apreciación de que sus discursos no tienen un “doble sentido”, deben ganarse de nuevo la confianza de la sociedad y sobre todo deben trabajar de forma cooperativa con los gobiernos, los consumidores, los trabajadores y la sociedad civil, es decir con todos los grupos de interés para adoptar un activismo responsable y de política abierta, transparente y sostenible.

Quizás la pregunta clave sería conocer si las empresas (en el supuesto de que no se les hubiera involucrado en la consecución de los Objetivos y Metas de los ODS) avanzarían o no en el nuevo modelo de empresa que está siendo demandada por los consumidores. Según Antonio Vives en *Ágora RSC* en octubre 2015. “Si, la grandes empresas ya están actuando en las metas de los ODS como parte de su negocio normal pero la expectativa sería que los ODS las estimule a contribuir aún más. Es la “adicionalidad lo que cuenta, lo de



hacer, no la imputación ex post de lo que se ha hecho en el pasado. Para algunas empresas los ODS proporcionan un marco de referencia para la innovación y para identificar oportunidades de negocios. Se ha realizado un esfuerzo ingente para proporcionar “brújulas” para orientar a las empresas en la implementación de los ODS. Una de ellas el *SDG Compass: Guide for bussines action on the SDGs*, recomienda un proceso de implementación de cinco etapas:

1. Entender lo que quieren decir los ODS para la empresa
2. Analizar las posibilidades para la empresa y establecer prioridades
3. Establecer un programa de acción, indicadores y anunciar el compromiso
4. Integrar el programa en la empresa
5. Reportar y comunicar

Desde el punto de vista de los consumidores, los problemas fundamentales vienen produciéndose porque no hay obligación de reportar, ni criterios homogéneos en las empresas que si lo están realizando, eso quiere decir que existe una cierta situación de “indefensión” ciudadana ante los pronunciamientos de las empresas en cuanto a la labor desarrollada para acercar sus líneas de actuación a los ODS, según comenta Antonio Vives en el artículo publicado por *Agora RSC*, “El problema de esta iniciativa es que tiene beneficios y costos muy asimétricos. Tienen beneficios reputacionales por participar, por figurar, pero como no implican obligaciones, o las obligaciones son consigo mismos, no hay costos de incumplimiento. Estas iniciativas, para ser efectivas, más allá de las nuevas

y honestas intenciones de algunas empresas, necesitan la presencia y activismo de una sociedad civil comprometida, activa y con recursos, de instituciones de seguimiento y control más allá de los patrocinadores de los ODS. Las metas establecidas en cada uno de los ODS no proporcionan Guías para la acción. Hace aparecer como si esa responsabilidad se evacuara con “algunas prácticas” en vez de pedir que asumieran la responsabilidad por sus impactos como pide la Unión Europea, que es un lenguaje igualmente sencillo, pero más incluyente, más cerca de la responsabilidad total que la sociedad debe exigir” y me atrevo a añadir a estas palabras que exige, cada vez con más fuerza, aunque no todavía con la suficiente, para hacer cambiar determinadas prácticas empresariales, pero se ha avanzado mucho desde el año 2001.

A nivel internacional parece que el sector empresarial tiene claro cómo avanzar y profundizar en los ODS, a pesar de que todavía quedan muchos aspectos para que se puedan concretar (sobre todo a nivel de indicadores) los avances que se concretan después de las grandes palabras expresadas por los líderes de las grandes empresas y de la asociaciones empresariales internacionales, pero ¿qué ocurre España ya pasados 2 años de la aprobación de los ODS en la Asamblea de Naciones Unidas celebrada en septiembre 2015?

En el año 2016 la Red Española del Pacto Mundial elaboró la publicación “El Sector Privado ante los ODS. Guía Práctica para la acción” [http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia\\_ODS\\_PM\\_20170215\\_web.pdf](http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia_ODS_PM_20170215_web.pdf)

El Balance del primer año de la puesta en marcha de los ODS, según esta organización, fue alentador, con más de un 97% de las empresas del IBEX 35 que ya tienen presentes los ODS dentro de sus estrategias de negocio. Un 43% de las empresas afirman tener una estrategia definida con acciones específicas y el 46% una estrategia en fase de preparación. Solamente el 11% de las empresas del índice bursátil declaran no poseer aún ningún tipo de estrategia.

El Objetivo 5 “Igualdad de Género” el Objetivo 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” el Objetivo 3 “Salud y Bienestar”, el Objetivo 4 “Educación de calidad” y el Objetivo 12 “Producción y Consumo sostenibles” son por este orden, según el mencionado estudio, los más citados por las empresas españolas en sus memorias de sostenibilidad, según datos oficiales de Global Compact sobre un total de 260 empresas.



El que se mencionen estos ODS en las Memorias de las empresas no supone que se estén desarrollando actuaciones concretas que reviertan la situación actual, además al no existir un “marco homogéneo” de reporte es difícil poder valorar cualitativamente las diferencias entre unas y otras empresas, por ello el 82% de los CEOs (según el Estudio del Pacto Mundial, considera que “debe existir un marco para comparar las memorias de sostenibilidad.

## ¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN DE LA SOCIEDAD?

Desde el punto de vista del sector privado, es importante tener presente la percepción de la sociedad sobre los problemas que les afectan, para dar respuesta a un grupo de interés clave. Según el Barómetro del CIS de febrero 2017, <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2017/03/06/CIS.pdf>, el paro (72,20%), la corrupción (37,20%) y los problemas económicos (27%) eran en 2016 las principales preocupaciones de los españoles, estas preocupaciones estarían relacionadas con el Objetivo 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y el Objetivo 16 “Paz, justicia, e instituciones sólidas”, Otros Objetivos relacionados con preocupaciones clave de los españoles eran el Objetivo 3 “Salud y Bienestar” y el Objetivo 4 “Educación de calidad”. Los Objetivos 6 “Agua limpia y saneamiento” el 7 “Energía asequible y no contaminante” y el 9 “Industria, innovación e infraestructuras” son Objetivos con un gran potencial de mercado, pero cuyas temáticas preocupaban poco a los españoles.

Puesto que el Objetivo 12 “Producción y Consumo sostenible” es uno en los que los consumidores pueden influir y según alguna opinión (de la que difiero), el único que nos afecta como colectivo, es importante señalar las acciones que, desde el Pacto Mundial en julio 2017, recomendaban a las empresas para que contribuyeran a este Objetivo:

- Diseñar los productos y servicios de la empresa para que hagan un uso eficiente de la energía y los recursos naturales en todas las etapas a través de la cadena de valor, origen, fabricación, producción, distribución, uso y recogida.
- Utilizar materiales biodegradables, reciclables o reutilizables en la producción de productos y servicios, para que estos puedan ser reutilizados, transformados o reciclados sin costes ecológicos, disminuyendo la generación de desechos y promoviendo a economía circular.
- Impulsar el uso de energías renovables en detrimento de energías fósiles.
- Implantar medidas a nivel interno para optimizar el uso del agua y fomentar la reutilización hídrica en el modelo de producción de la empresa.
- Minimizar la contaminación atmosférica, hídrica, del suelo y acústica en los procesos de fabricación.
- Fomentar el negocio con proveedores locales bajo criterios de sostenibilidad, reduciendo el impacto sobre el medioambiente e impulsando una economía local sostenible.
- Formar a empleados, proveedores y cadena de valor en prácticas y pautas de producción y consumo sostenible.

- En el caso de las empresas del sector alimentario o aquellas con actividades relacionadas con a alimentación, realizar auditorías para determinar cómo y por qué se desperdician alimentos y optimizar el proceso.
- Utilizar el eco-etiquetado, proporcionando a clientes y grupos de interés toda la información necesaria sobre el diseño y fabricación de los productos y servicios
- Invertir en innovación para desarrollar medidas de economía circular.

Me gustaría resaltar la inexactitud de que los consumidores solo podemos influenciar las metas del Objetivo 12, e insisto en todas y cada una de las que pueden resultar influenciadas según lo comentado en el artículo anterior. No obstante el desconocimiento de las instituciones y de diversas organizaciones sobre los derechos de los consumidores hacen que, incluso, por ejemplo el Pacto Mundial (Red Española) en su publicación El Sector Privado ante los ODS: Guía práctica para la Acción (2016), en el apartado de Recursos no haga ninguna mención en ninguna de las metas de los diferentes Objetivos a las Directrices de Naciones Unidas de Protección del Consumidor (aprobadas también en 2015).

A resaltar también, dentro de las iniciativas la “Guía para que los CEO se comprometan con los ODS” elaborada por el WBCSD (<http://sdghub.com/ceo-guide/>) y ([http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/ceo\\_guide\\_to\\_the\\_sdgs\\_interactive.pdf](http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/ceo_guide_to_the_sdgs_interactive.pdf), en juniode 2017. La Guía establece acciones claras para que los CEO puedan comenzar a alinear sus organizaciones con los ODS y trazar un curso de acción para que aprovechen el valor potencial que representan. La Guía se estructura en 4 niveles: Nivel individual, Nivel empresarial, Nivel sectorial y Nivel político, en cada uno de ellos se expresan las implicaciones que tienen, a saber: los riesgos de la inacción, el valor de aprovechar las oportunidades, el desafío que plantea la transparencia y la necesidad de la colaboración (entre sectores, cadenas de suministro y sistemas económicos, así como una asociación innovadora con los gobiernos y la sociedad civil)

#### **EMPRESAS, INSTITUCIONES Y GOBIERNO/ADMINISTRACIÓN PÚBLICA:**

El Informe de Progreso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017 del Secretario General de la ONU, presentado el 17 de julio 2017 comenta los progresos realizados con carácter global: notables solo en el ODS 3 (salud y bienestar), ODS 6 (agua limpia y saneamiento) y ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres).

El informe también ha identificado la necesidad de mayores niveles de financiación y compromisos políticos más audaces en los ODS 7 (Energía Asequible y no contaminante) 12 (Consumo y Producción responsable) 13 (Acción por el Clima) 14 (Vida submarina) y 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas).

A finales de julio 2017, se ha presentado el SDG Index and Dashboards Report (<http://www.sdgindex.org/assets/files/2017/2017-SDG-Index-and-Dashboards-Report-full.pdf>, primer estudio global realizado por la Fundación Bertelsmann por encargo de Nacio-

## **BOLSAS PARA BASURA Y TODO TIPO DE RESIDUOS**

### **FABRICAMOS SU MARCA...**



**... Y LA NUESTRA**

campeona  
**ADVANCED®**





nes Unidas, este estudio muestra el grado de cumplimiento de 157 países sobre el desarrollo de los ODS. Este estudio, coordinado por Jeffrey Sachs, fue presentado durante el G20. Los países más avanzados son Suecia, Dinamarca y Finlandia, los más retrasados República Centroafricana, Chad y la República Democrática del Congo. Entre los países del G7 solo Alemania y Francia forman parte del TOP 10. Estados Unidos aparece en la posición 42, Rusia en el 62 y China en el 71. Otro dato interesante del estudio es que solo seis países (Suecia, Noruega, Luxemburgo, Dinamarca, Países Bajos y Reino Unido) gastan el 0,7% del PIB comprometido en la Ayuda Oficial al Desarrollo. Los indicadores analizados han sido 83, 8 más que en la edición del 2016, de tal forma que esa ampliación ha permitido medir con mayor detalle el alcance de cada uno de los objetivos.

En España este Informe fue presentado por la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS). Los datos más relevantes son los siguientes: Con respecto a 2016 España gana cinco puestos y se sitúa como número 25 del ranking de países, pese a que pierde algunos de los avances alcanzados el año pasado, como en el ODS 5 (Igualdad de Género) que en la pasada edición salía como cumplido. En sus calificaciones se encuentran seis rojos (significa que el país tiene que superar obstáculos considerables para lograr el ODS en cuestión), seis naranjas (significa aún hay retos importantes en dichos objetivos) y cinco amarillos (del amarillo al verde significa que está próximo a alcanzar el objetivo). Entre los ODS con peores resultados para nuestro país se encuentran varios relacionados con la conservación del medio ambiente, como el ODS 12 Producción y Consumo Sostenible, el 13 Acción por el Clima, el 14 Vida Submarina y el 15 (Vida de ecosistemas terrestres) También suspende en el 9 (Industria, Innovación e Infraestructura) y el 10 (Reducción de las desigualdades).

Volviendo a los datos emanados del Pacto Mundial (Red Española) con motivo del Balance de estos 2 años de ODS y su implementación en España, (25 de septiembre de 2017) en el Informe ODS, año 2, Análisis, Tendencias y liderazgo Empresarial en España: "Alcanzar un modelo de desarrollo sostenible ya a largo plazo es una línea de actuación fundamental para el sector privado de nuestro país....el tejido empresarial es un actor con una importante capacidad de acción y Pacto Mundial tiene

el mandato directo de Naciones Unidas para fomentar estos objetivos en este entorno. El documento ofrece un análisis sobre las medidas que las empresas que conforman el IBEX 35 están implantando y concluye que el 74% de ellas ya incluye un compromiso expreso con los ODS en sus memorias de sostenibilidad., Ello posibilita que ya se hayan posicionado como un actor de desarrollo de primer orden a través de la integración en sus estrategias corporativas de estas metas, que configuran la columna vertebral de la Agenda 2030. El estudio va más allá y revela que el 57% de las empresas del IBEX 35 ya ha alineado su núcleo de negocio con los ODS y que están realizando un ejercicio a nivel interno para analizar sus contribuciones positivas y negativas a cada uno de estos desafíos, y están identificando aquellas áreas sobre las que necesitan trabajar de forma prioritaria. Podemos situar la situación en España, a través del Análisis DAFO sobre los ODS en España, que aparece detallado en esta publicación del Pacto Mundial (2017):

#### Debilidades:

1. No se conocen por el gran público
2. Falta de acción gubernamental en España
3. Derechos Humanos: La gran ausencia de los ODS
4. 17 ODS y 169 metas en el mundo de los 140 caracteres

#### Amenazas:

1. Los cambios en la política internacional
2. Escasez de vías directas ejecutivas con organismos internacionales
3. La simplificación del mensaje para lograr que se transmitan mejor
4. La confusión entre lo que es transformador y lo que sólo lo parece
5. Dos velocidades entre pymes y grandes empresas

#### Fortalezas:

1. Los ODS sintetizan las necesidades ya identificadas
2. El carácter universal e inclusivo de la Agenda
3. La innovación
4. Las empresas ya están implicadas
5. La capacidad de la empresa de actuar sobre números stakeholders (grupos de interés)

#### Oportunidades:

1. Las Alianzas como único camino
2. Educación/información/comunicación
3. La financiación
4. Mejorar indicadores y procedimientos
5. Negocio para las empresas

Es evidente que la percepción que el sector empresarial tiene sobre el grado de avance de los ODS no tiene relación directa con el que las organizaciones de la sociedad civil han denunciado en octubre 2017, Un informe elaborado por Oxfam, UNICEF y WWF advierte de la inacción política en el país, que no aprueba en indicadores de igualdad, agua y saneamiento, energías sostenibles

nibles, trabajo decente o cambio climático. Es Estudio afirma que España se encuentra lejos de conseguir resultados satisfactorios en Objetivos como la erradicación de la pobreza -12,8 millones de personas en riesgo de pobreza en 2016- igualdad de género -con una brecha salarial cercana al 15% en 2015- educación -19% de abandono escolar y solo un 4,1% del PIB en gasto público- o cambio climático -en mayo 2016 España había depositado en el Fondo Verde del Clima solo 1,34 millones de dólares de los 160,5 comprometidos para 2015-2018. Estas organizaciones reclamaron también un mayor protagonismo de la Agenda 2030 en las instituciones del Estado y señalaron la necesidad de crear un organismo de coordinación supra-ministerial, adscrito a Presidencia de Gobierno y controlado por las Cortes, al mismo tiempo reclaman el diseño y puesta en marcha de una Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible por parte del Gobierno. Igualmente solicitan al Gobierno que:

- Elabore y publique un diagnóstico de situación para 2018
- Defina y aplique una Estrategia de Desarrollo Sostenible para España que promueva la coherencia de políticas desde un enfoque de equidad y conciencia de los límites de los recursos naturales
- Garantice la presentación del primer informe voluntario sobre la implementación de la Agenda 2030 en España en el Foro Político de Alto Nivel en 2018
- Redacte un informe técnico y político sobre los avances y desafíos de la implementación de la Agenda 2030, de carácter bienal, para ser presentado en las Cortes.
- Rinda cuentas a los actores sociales, las universidades y el sector privado conforme a los mecanismos de diálogo, trabajo conjunto y coordinación inter-territorial que se constituyan

En las Cortes se han aprobado durante el primer semestre 2017 dos Proposiciones No de Ley (PNL) sobre la Implementación en España de la Agenda 2030, se ha creado en la Comisión de Cooperación del Senado una Ponencia de Estudio para la definición de la Estrategia española para alcanzar los ODS y se desarrolla un periodo de comparecencias en torno a la aplicación de la Agenda 2030 en la Comisión de Cooperación del Congreso de los Diputados. Sin embargo esta Agenda sigue muy centrada en el ámbito de la cooperación al desarrollo y no ha habido iniciativas que garanticen la universalidad de la misma. Con posterioridad, el 29 de septiembre el Gobierno anunció la creación de un órgano interministerial para implementar la agenda de desarrollo en España.

### ALGUNAS REFLEXIONES A MODO DE CONCLUSIÓN

A pesar de no haberse incluido muchas medidas que sí están aprobadas en las Directrices de Protección al Consumidor, también aprobadas en 2015, los ODS son un instrumento para intentar modificar pautas de conducta, tanto de empresas como de gobiernos que minoran los derechos reconocidos en normas internacionales sobre protección de los derechos del consumidor y además, los consumidores tenemos capacidad para influenciar



políticas, para impulsar cambios sociales a través de nuestros actos de consumo diarios, y también como ciudadanos conscientes, sujetos de derechos y obligaciones, pero dispuestos a enfrentar un nuevo periodo de mayor justicia social para todos. En la medida en que los consumidores no solo debemos ser tenidos en cuenta en los grandes proyectos internacionales como sujetos que consumen, sino como sujetos de derechos en sus diferentes vertientes y con capacidad para cambiar, incluso el mundo. Es obvio que adoptar una postura de ciudadano crítico, consciente, responsable y solidario, de nuevo sugiere la posibilidad de un cambio de paradigma, esta vez sí es posible, aunque dependerá de nuestra conciencia individual y de nuestra conciencia colectiva a través de organizaciones e instituciones para intentar avanzar, sobre la base de las alianzas necesarias, hacia una sociedad mejor, menos desigual, más cooperativa, en la que todos seamos capaces de vivir.

Como aparece escrito en el Mensaje del Gran Jefe Seattle al Presidente de los Estados Unidos de América en el año de 1855 y más allá de si esa carta es verdad o no, con algunas de sus frases, quiero terminar este artículo: "Nosotros somos una parte de la Tierra... Mis palabras son como las estrellas, nunca se extinguen...."

Que este planeta sea habitable para generaciones futuras es responsabilidad de todos, de unos más que de otros, pero todos debemos aportar nuestra inteligencia para hacer posible una vida mejor para todos los ciudadanos del mundo. ■