

## **Acción por el Clima: Emprendedores Sostenibles (ODS 12 Producción y Consumo Responsable)**

Analia Lourdes Pastran <sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Fundadora y Directora Ejecutiva de Smartly, Emprendedorismo Social en ODS, Nueva York y Buenos Aires. Co-Presidente en el Grupo Constituyente de Socios (PCG) de la Campaña Urbana Mundial de ONU Hábitat. Obtuvo el premio de la Presidencia del International Council for Small Business (ICSB) el 27 de junio de 2020 en Washington, USA y el de Liderazgo Empresarial en Salerno, Italia. Mentor en el Global Hack Fighting the Global Crisis COVID-19 organizado por la Campaña de Acción de los ODS de la ONU, y a su vez es Mentor en el Hatch CoLab de Ginebra que aborda los Grandes Desafíos de la Humanidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Editora Global invitada en el número especial del Journal del International Council for Small Business (JICSB) sobre Emprendimientos Sostenibles. Ha brindado conferencias en los Estados Unidos, Francia, Egipto, Indonesia, México, Ecuador, Guatemala, República Dominicana, entre otros países. Licenciada en Ciencia Políticas y Relaciones Internacionales por la Universidad Católica de La Plata. Directora del Máster Universitario en ODS de la Universidad Pegaso de Italia, AUCAL Business School, Smartly y CIFAL Miami-UNITAR. Profesora titular de Política Transnacional y Comunicación Política de la UCALP y Profesora del Máster en Liderazgo Político y Gestión de Crisis de la Universidad Pegaso de Italia y del Instituto Internacional de Estudios en Seguridad Global de España.

### **Resumen**

A lo largo del presente trabajo abordamos el concepto de Emprendedorismo Sostenible, que surge del Emprendedorismo Social y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en un contexto de grandes crisis y emergencias mundiales, como el Cambio Climático y COVID-19, sumado al cambio en el paradigma del consumo en el cual los millennials y centennials buscan comprar productos elaborados de forma responsable y que tengan el menor impacto posible en el ecosistema. Se brindarán ejemplos de casos de éxitos de emprendedores sostenibles a nivel global y de las oportunidades que esta nueva forma de negocios brinda, así como de la importancia de que desde los ámbitos universitarios, en particular desde las escuelas de negocios, se enseñe este nuevo modelo de negocios consciente y responsable con el ambiente y que da respuesta a la necesidad de una economía urbana que

brinde soluciones concretas de desarrollo para la comunidad en la que está inserta y la ciudad que necesitamos.

**Palabras clave:** Emprendedorismo, Sostenibilidad, ODS, Cambio Climático, COVID 19, Consumo responsable, Producción responsable, Economía Urbana.

### **Abstract**

Throughout this work we address the concept of Sustainable Entrepreneurship that arises from Social Entrepreneurship and the Sustainable Development Goals in a context of major global crises and emergencies such as Climate Change and COVID-19, and relates as well with the change in the paradigm of consumption in which millennials and centennials seek to buy products made in a responsible way and that have the least possible impact on the ecosystem. We will provide examples of successful stories of sustainable entrepreneurs at a global level and the opportunities that this new form of business offers. We'll also make reference to the importance of teaching this new business model in universities, particularly in business schools, a model that is conscious and responsible with the environment and that responds to the need for an urban economy that provides concrete development solutions for the community in which it is inserted and the city we need.

**Keywords:** Entrepreneurship, Sustainability, SDG, Climate Change, COVID 19, Responsible Consumption, Responsible Production, Urban Economy.

### **Resumo**

Ao longo deste trabalho abordamos o conceito de Emprendedorismo Sustentável, que surge do Empreendedorismo Social e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável em um contexto de grandes crises e emergências globais, como Mudanças Climáticas e COVID-19, somadas à mudança de paradigma de consumo em que millennials e centennials procuram comprar produtos feitos de forma responsável e que tenham o menor impacto possível no ecossistema. Exemplos de casos de sucesso de empreendedores sustentáveis a nível global e das oportunidades que esta nova forma de negócio oferece, bem como a importância do ensino deste novo modelo nas universidades, em particular nas escolas de negócios, negócios conscientes e responsáveis com o meio ambiente e que respondam à necessidade de uma economia urbana que ofereça soluções concretas de desenvolvimento para a comunidade em que está inserida e para a cidade de que precisamos.

**Palavras chave:** Empreendedorismo, Sustentabilidade, ODS, Mudanças Climáticas, COVID 19, Consumo Responsável, Produção Responsável,

Economía Urbana.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

Fecha de recepción: enero 2021

Fecha de aprobación: febrero 2021

Fecha publicación: marzo 2021

## I. Introducción

Dado que el concepto de Emprendedorismo Social es reciente en el mundo de los negocios, aún no hay una definición consensuada al respecto. A continuación reproducimos una síntesis de algunas de las definiciones brindadas en el Social Entrepreneurship Certificate por el Profesor Tony Mendes director del Programa de Social Entrepreneurship del International Council for Small Business (ICSB):

- Adopta una misión para crear y mantener valor social (no solo valor privado) – Dees
- Explora y reconoce oportunidades para crear un mejor valor social para sus clientes - Mort & Carnegie
- Emplea la innovación en la creación y/o distribución de valor social - Peredor & McLean
- Actúa con valentía sin estar limitado por los recursos actualmente disponibles – Dees
- Sopesan el retorno social y financiero de sus inversiones – Brinkerhoff
- Incorpora estrategias de ingresos del trabajo para construir y mantener la sostenibilidad – Mendes

A lo que me permito agregar que el emprendedorismo social es un híbrido entre una empresa tradicional y una organización sin fines de lucro, la misión y visión de la empresa social es altruista busca mejorar algún aspecto de la comunidad en la que está inserta (impacto) –en esto se asemeja a una ONG–, y al mismo tiempo cobra por los productos y servicios que brinda – modelo empresarial–.

Desde Smartly proponemos una nueva categoría dentro de lo que es el Emprendedorismo Social: los emprendimientos sostenibles. Aquellos que, desde el inicio de su idea de negocio, piensan en los materiales de los productos que van a utilizar (eco-amigables, sin plásticos, biodegradables),

el impacto en el ecosistema, el valor social y la rentabilidad de su negocio. Podríamos encontrar emprendedores sociales que no son sostenibles, por ejemplo, trabajan con artesanos locales pero usan plástico en el empaque de sus productos. El emprendimiento sostenible es una versión específica del emprendimiento social centrada más en el consumo excesivo y el cambio climático (Pastran, 2019). Ser emprendedor es ser audaz, pero ser emprendedor sostenible es ser heroico, es entender la urgencia de estos tiempos y proponer soluciones a través del sector privado. Esta distinción dentro del emprendedorismo social y emprendedorismo sostenible es crucial en un contexto de cambio climático y gran contaminación por plástico. Aspecto que será detallado en el siguiente punto.

## **II. Contexto global**

Globalización (...) múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos que implican diversas conexiones local-global y local-local (Mato, 1996)

Como aldea global atravesamos dos grandes crisis, una de ellas se ha venido produciendo y acelerándose, la crisis de Cambio Climático y la otra irrumpió intempestivamente en nuestras vidas en el año 2020, el COVID-19.

Si nos referimos en primer lugar al Cambio Climático, hay un aspecto importante a señalar y es la responsabilidad que cada habitante de este planeta está teniendo con respecto a este fenómeno. Cada año, se llega antes al Día del Sobregiro de la Tierra, es decir se están sobre consumiendo los recursos naturales estimados para un año. Se está agotando antes la capacidad del planeta para generar esos recursos, estando cada vez más cerca del punto de no retorno. Para el 1 de noviembre de 2000, se habían consumido todos los recursos de la Tierra. En 2015, fue el 13 de agosto. Y este año, el Día del Sobregiro de la Tierra fue el 22 de agosto (Global, 2020). Aún en contexto de pandemia global y donde muchas cadenas logísticas se vieron interrumpidas o disminuidas la huella de carbono se mantuvo. En términos de niveles de sobreconsumo, no todos los países tienen la misma responsabilidad. Como se puede observar en la tabla, no todos los países consumen los recursos del planeta de la misma manera.

# Country Overshoot Days 2020

When would Earth Overshoot Day land if the world's population lived like...



Figura 1

En dicho contexto de cambio climático, el COVID-19 incrementó de forma negativa las dificultades de alcanzar una mejor calidad de vida, afectando especialmente a las grandes ciudades o concentraciones urbanas con mayor intensidad, donde se estima que dejará a millones de personas más pobres (Programa, 2020). A su vez, dada la urgencia de producir barbijos, máscaras o alcohol en gel para prevenir la propagación del virus se produjeron dichos productos con plástico, incrementando el problema del plástico de un solo uso. La ONG francesa Opération Mer Propre denunció a través del diario inglés The Guardian, que están encontrándose más barbijos que peces en los mares y que los desechos del Coronavirus están terminando en los océanos. La guerra contra el plástico es un gran eje dentro de la crisis de cambio climático ya que dicha polución se encuentra afectando a mares y ríos, los arrecifes de coral, hábitats y la biodiversidad del planeta, llegando a ser en particular el micro plástico un problema cada vez más urgente a resolver. Según cifras de Greenpeace la producción global de plásticos se ha disparado en los últimos 50 años, y en especial en las últimas décadas. De hecho, en los últimos diez años hemos producido más plástico que en toda la historia de la humanidad. La producción total de plástico en 2015 alcanzó los 380 millones de toneladas. Hasta la actualidad se han fabricado unos 8,3 mil millones de toneladas de plástico desde que su producción empezase sobre

1950, lo que equivale al peso de unos mil millones de elefantes. Tan solo los fabricantes de bebidas producen más de 500 mil millones de botellas de plástico de un solo uso cada año.

En ese sentido, de acuerdo a la United States Environmental Protection Agency, en el año 2011 los plásticos en Estados Unidos constituían más del 12% de los residuos sólidos municipales mientras que en la década de 1960, los plásticos eran menos del 1% de los residuos sólidos municipales.

### **III. Cambio en el paradigma de consumo: Pos-consumismo**

“El capitalismo como lo conocemos está muerto”,  
Marc Benioff, director ejecutivo de Salesforce  
(World Economic Forum, 2020).

“Tenemos que entender que los emprendedores sostenibles (producción responsable) y los millennials/centennials (consumidores responsables) están cambiando la dinámica del mercado actual (Pastran, 2019), y esa es la oportunidad que tenemos por delante”.

El comportamiento del consumidor es un proceso de toma de decisiones importante y constante de búsqueda, compra, uso, evaluación y eliminación de productos y servicios (...) Los enfoques que explican el comportamiento del consumidor se dividen en tres grupos: el psíquico, basado en la relación entre la psique y el comportamiento del consumidor; el enfoque sociológico, que se dedica a las reacciones de los consumidores en diferentes situaciones o cómo el comportamiento es influenciado por diversas ocasiones sociales, líderes sociales; y el enfoque económico, basado en el conocimiento básico de la microeconomía en el que los consumidores definen sus necesidades. Posteriormente, los intereses del consumidor se confrontan y se negocian en el mercado (Valaskova y otros, 2015).

Los millennials son un grupo de personas que nacieron entre 1981 y 1996, lo que los sitúa entre los 22 y los 37 años en 2018. Son importantes por dos razones: hoy en día hay más de 80 millones de millennials en EE. UU., lo que los convierte en un grupo de población mayor que los baby boomers nacidos entre 1946 y 1964 que suman 76 millones. (...) Están cambiando radicalmente los patrones de consumo establecidos por sus predecesores, de manera que están afectando negativamente a algunas industrias y

favoreciendo a las empresas que aprovechan el creciente poder adquisitivo de los consumidores más jóvenes (Pictet, s.f.).

La investigación sobre el impacto del COVID 19 en los consumidores de Accenture (2020), refleja un cambio en las prioridades de los consumidores, que ahora se centra en adquirir productos relacionados en su mayoría a las necesidades básicas, productos de limpieza e higiene, mientras que las categorías no esenciales caen en ventas. El estudio muestra el foco de los consumidores en comprar local y apoyar a los comercios de cercanía ya que además lo consideran una opción más sostenible.

La pandemia ha acentuado el consumo responsable en las generaciones más jóvenes, tendencia que se venía observando en los últimos tiempos y que ha raíz de esta crisis global ha acrecentado la mirada local y de desarrollo de la comunidad en la cual la persona está inserta. Los nuevos consumidores (millennials, centennials) se preguntan antes de comprar un producto cómo fue producido, qué material utiliza, cuál es su impacto en el ecosistema, las condiciones laborales empleadas, si tiene alguna connotación negativa en términos de sexo, raza, religión, etc. Es decir, busca una experiencia de compra que sea responsable con el entorno y la comunidad y sobre todas las cosas con el cuidado y preservación del ambiente.

Sin lugar a dudas, la gran visibilización y mediatización de la crisis del cambio climático la dio la joven activista Greta Thunberg quien con sus huelgas escolares Fridays for Future ha movilizados a millones de jóvenes en todo el mundo, impactando en una generación que se pregunta y exige cambios políticos, sociales y económicos sobre este tema argumentando la urgencia de hacer algo ya que no hay un planeta B.

## **IV. Economía Urbana: Sostenibilidad y ODS**

“Los ODS proporcionan la hoja de ruta global para las necesidades empresariales, de innovación y tecnología” (Naciones Unidas, 2018).

“Los ODS son para las políticas públicas como los hashtags en las redes sociales. Nos proveen de un lenguaje común para conectarnos de forma global de manera más rápida e inteligentemente” (Pastran, 2019).

El Acuerdo de París sobre Acción por el Clima y Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible son dos hitos

importantes alcanzados en 2015, que especifican las acciones que todos, en todo el mundo, debemos realizar para lograr un futuro más igualitario e inclusivo, mientras disfrutamos del crecimiento económico, con una fuerte protección del ambiente (Pastran, 2019).

En ese sentido, desde ONU Hábitat cada vez más se enfatiza la importancia de desarrollar una Economía Urbana donde los principales esfuerzos se centren en la promoción de estrategias y políticas urbanas que fortalezcan la capacidad de las ciudades para desplegar todo su potencial como impulsoras del desarrollo económico, y de la creación de riqueza y empleo. Con especial atención a la formulación y aplicación de estrategias y políticas urbanas que promuevan e impulsen la participación de hombres y mujeres, mejoren las finanzas municipales y contribuyan a la creación de empleo decente y medios de vida urbanos que, a su vez, propicien un mayor empoderamiento económico, en particular entre los jóvenes y las mujeres.

Es decir, una economía consciente y responsable frente al impacto en el ambiente, que es nuestro primer escenario: el Cambio Climático. Por dicho motivo, cada vez más líderes globales están trabajando en un Global Green New Deal el cual es un llamado a los gobiernos para reducir la huella de carbono, generar empleos bien remunerados, garantizar un aire libre de contaminación, energías renovables, acceso al agua y alimentos como derechos humanos básicos, así como acabar con todas las formas de degradación (Barbier, 2009). Tanto la Canciller de Alemania, Angela Merkel, como el Secretario General de Naciones Unidas, António Guterres, abordaron este tema durante el Día Internacional de la Madre Tierra 2020 (Programa Naciones Unidas, 2020). Junto con esto, el concepto de economía circular también se acepta más ampliamente como una nueva forma de hacer negocios (Elle, 2013). Pensar desde la etapa de ideación de un producto y/o servicio cuál es su impacto en el medio y cómo se puede reutilizar dichos componentes una vez que tuvo una vida útil y generar el menor impacto en términos de desechos, es la clave para impulsar el crecimiento económico sostenible que el mundo necesita.

## **V. Casos de éxito de Emprendedores Sostenibles**

### **The Clean Beauty Lab**

Creado por Mauricio Artunduaga Cifuentes y Malvin Almanzar, USA.



Descripción: The Clean Beauty Lab es un salón de belleza orgánico de la ciudad de Nueva York. Están revolucionando la industria del cuidado del cabello con ingredientes más seguros y una mentalidad sostenible. Su misión es cuidar las necesidades del cabello utilizando las mejores alternativas orgánicas que logren los resultados más efectivos de manera sostenible. Ofrecen colores / reflejos orgánicos, cortes de cabello precisos y personalizados, tratamientos intensivos de reparación orgánica<sup>1</sup>.

## **Carla Fernandez**

Creado por Carla Fernandez, México Descripción: Carla Fernández es una casa de moda con sede en la Ciudad de México dedicada a preservar y revitalizar el legado textil de las comunidades indígenas y mestizas de México. La visión de la marca respecto a los métodos manuales demuestra que la moda ética puede ser innovadora, vanguardista y progresista. Una agencia de cambio e innovación que aporta un nuevo significado a la moda de lujo. El equipo viaja por todo México visitando comunidades de artesanos que se especializan en textiles hechos a mano y técnicas indígenas centenarias. El acercamiento de la marca a estas comunidades está contribuyendo a proteger e impulsar las técnicas indígenas ancestrales y las personas que colaboran con ellas<sup>2</sup>.

## **Ewar**

Creado por Juan Patricio Pardo, Argentina Descripción: Ewar trajo a Argentina una tecnología revolucionaria que reemplaza la madera. La producción se basa en plásticos y cascarilla de arroz, su composición hace que no requiera costos de mantenimiento. Ewar es una empresa amigable con el ambiente, la Madera Tecnológica es cinco veces ecológica, no estando contaminada con ningún tipo de químicos, como es el caso de las maderas tratadas con CCA (cromo, cobre y arsénico) que son altamente contaminantes. La mayor innovación de este emprendimiento sostenibles es su aporte a reutilizar el plástico que está en el ambiente<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Sitio web: [thecleanbeautylab.com](http://thecleanbeautylab.com)

<sup>2</sup> Sitio web: [carlafernandez.com](http://carlafernandez.com)

<sup>3</sup> Sitio web: [ewar.com.ar](http://ewar.com.ar)

## **Isla Urbana**

Creado por Carlos Moscoso (Co-fundador), México. Descripción: Isla Urbana es un proyecto dedicado a contribuir a la sostenibilidad del agua en México a través de la captación de agua de lluvia. Está formado por un grupo interdisciplinario de diseñadores, urbanistas, ingenieros, antropólogos, educadores y artistas dedicados a demostrar cómo la captación de agua de lluvia es una solución viable para la crisis del agua en México. Isla Urbana ha diseñado un sistema de recolección de agua de lluvia ambiental, social y económicamente sostenible que recolecta y limpia el agua de lluvia para hogares, escuelas y clínicas de salud. El sistema es económico, fácil de instalar y proporciona a las residencias individuales aproximadamente el 40% de su suministro anual de agua<sup>4</sup>.

## **Directorio Sustentable**

Creado por Ainoha Aguirre Moura, México/Argentina Descripción: Directorio Sustentable es una plataforma digital creada en 2017, que promueve un consumo más responsable para visibilizar el trabajo de miles de emprendedores sostenibles latinoamericanos. La plataforma busca generar conciencia ambiental y brinda alternativas sostenibles que revitalizan la economía local y dignifican el trabajo de las personas y sus comunidades. Actualmente, Directorio Sustentable tiene más de 3.500 startups de 19 países publicadas en su sitio web<sup>5</sup>.

## **VI. Enseñar Emprendedorismo Sostenible en las Escuelas de Negocios**

La mayor transformación cultural se realiza a través de la educación. Y cuando hablamos de cambios en los hábitos de consumo y, en especial, en

---

<sup>4</sup> Sitio web: [islaurbana.org](http://islaurbana.org)

<sup>5</sup> Sitio web: [directoriosustentable.com](http://directoriosustentable.com)

los procesos o formas de producción estamos imperiosamente necesitando cambiar la forma de enseñar estos temas en las futuras generaciones. Por dicho motivo, la enseñanza de una nueva forma de hacer emprendimientos debe darse en las aulas y especialmente en las escuelas de negocios a nivel global, donde hoy en día en gran parte de ellas el plan de estudios tiene como epicentro la generación de rentabilidad (dinero) sin hacer hincapié en la forma. Mientras que ahora las grandes crisis que tenemos nos presentan el desafío de repensar las formas de producción, las Escuelas de Negocios centradas en las personas (humanidad) y en la calidad de vida son la gran revolución educativa que en términos de negocios se requiere. Por dicho motivo, desde Smartly impulsamos que las Escuelas de Negocios incorporen esta nueva forma de emprendedorismo sostenible en sus currículas, bibliografías, programas de mentoreo, ferias y eventos de forma transversal y holística para de esa forma generar un nuevo ecosistema de negocios más humano, sostenible y resiliente.

## **VII. Legislación urbana sobre emprendedores sostenibles**

“De qué manera el acceso a la agenda global puede vincularse con el surgimiento de nuevas relaciones y producciones legislativas sostenibles como nueva conformación de gobernanza y relación con los actores locales y globales” (Colli, 2019).

Un aspecto fundamental es el marco normativo y de políticas públicas que se debe actualizar y aggiornar a los desafíos actuales y a las nuevas formas de negocio. Para ello, la generación de indicadores sobre el sector y el relevamiento de las necesidades específicas que poseen es clave para generar las políticas públicas que impulsen este nuevo modelo de negocios. En ese sentido, es vital si se piensa a mediano y largo plazo, la generación de legislación al respecto tanto a nivel local y nacional para impulsar y proteger dicha práctica. Ya que, si bien desde el sector privado se puede estar impulsando un cambio de paradigma, éste solo será implementado a largo plazo si las instituciones democráticas lo institucionalizan y le dan jerarquía de política de Estado.

En ese sentido, desde *Smartly Emprendedorismo Social en ODS* lanzamos una iniciativa innovadora a nivel mundial para empoderar a los legisladores locales para que conecten sus políticas con una agenda global incorporando

los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al momento de la elaboración de la norma. Esta iniciativa denominada Red de Parlamento Locales en ODS, cuenta con dos menciones internacionales como Iniciativa Política del año por The Napolitan Victory Awards; se inspira principalmente en los ODS 16 y 17 (es decir, Paz Justicia e Instituciones sólidas y Alianzas) y posibilita que el ámbito legislativo local conozca e implemente los ODS en la legislación local. A menudo las agendas globales establecidas por organismos internacionales no alcanzan los ámbitos legislativos locales ya que la mayor parte de su atención se dirige a los parlamentos nacionales o legislaturas estatales de gran tamaño demográfico y/o ubicadas en las principales ciudades de un país. Ante esta realidad, Smartly ha lanzado la Red como una instancia que permite empoderar a todos los ámbitos legislativos locales y a su vez, ha demostrado cómo las propuestas del sector privado pueden beneficiar las necesidades e intereses del sector público, así como ha puesto en evidencia la importancia de la sinergia público-privada para asegurar un buen nivel de vida para todas las personas. Esta ha sido la contribución más significativa de Smartly a la promoción del desarrollo sostenible.

Smartly, a través de la Red, ha desarrollado en Latinoamérica ordenanzas en ODS sobre emprendimientos sostenibles como: Legislación Apícola para cumplimentar el ODS 2 y posibilitar el #AccesoAlAlimento. La apicultura es un excelente ejemplo de una de esas actividades que tiene beneficios tanto económicos como ambientales. Los polinizadores benefician aproximadamente al 35 por ciento de las tierras agrícolas mundiales, lo que respalda la producción de 87 de los principales cultivos alimentarios del mundo (FAO, 2020, página 3). Las abejas y los polinizadores desempeñan un papel esencial en la alimentación de una población mundial en crecimiento, contribuyendo al ODS 2 (FAO, 2020). Por lo tanto, la apicultura no solo protege el ambiente, sino que también garantiza la producción de alimentos saludables y diversos para la población local. Como actividad sostenible, la apicultura contribuye a múltiples ODS, tales como: ODS 1 (Poner fin a la pobreza), ODS 2 (Hambre cero), ODS 3 (Salud y bienestar), ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), ODS 10 (Reducción de las desigualdades), ODS 12 (Producción y consumo responsables) y ODS 13 (Acción por el clima).

En el caso de la industria del Turismo, Smartly acaba de realizar la primera ordenanza en ODS sobre Turismo Sostenible en la ciudad de Mar del Plata, una de las principales ciudades balnearias de la costa argentina. Dicha ordenanza propone la promoción e implementación del Turismo Sostenible como nueva herramienta de reconstrucción del sector y mitigación de los efectos ya producidos por el Cambio Climático y el COVID-19, ponderando

la preservación del ambiente para fortalecer el cumplimiento de los ODS. Smartly tiene como objetivo generar recomendaciones e indicadores sobre emprendedores sostenibles (por ejemplo, cuenta con recomendaciones para el sector de la industria textil en Moda Sostenible), de modo que puedan presionar e influir eficazmente en los gobiernos para obtener una legislación que fortalezca e institucionalice el emprendimiento sostenible, tanto a nivel local como institucional.

## VIII. Conclusiones

Vivimos en una época de grandes desafíos a nivel global y una carrera contra el tiempo para poder revertir las desigualdades sociales, las inequidades económicas y los desastres naturales. Nuestra generación tiene la oportunidad de ser la generación bisagra que dé lugar a un nuevo paradigma más justo, inclusivo, sostenible y resiliente para las generaciones futuras (Pastran, 2019).

La pandemia nos ha dado la oportunidad de repensar la ciudad y la forma de vida que queremos. Ha sido un *stand by* que nos ha permitido darnos cuenta que lo normal no era precisamente sinónimo de calidad de vida. Y dicho aprendizaje se ha visto potenciado con la solidaridad y empatía de muchas personas que, en estos tiempos difíciles, han sabido transformar en oportunidades para vincularse a escala global a través de las nuevas tecnologías y compartir conocimiento y buenas prácticas. Antes esa transmisión de conocimiento implicaba tomar un avión, hacer una conferencia multitudinaria en un lugar específico al cual no todas las personas tenían el acceso o la posibilidad (recursos económicos) para emprender y aprovechar.

Hoy en día, con la pandemia y la necesidad del distanciamiento social muchísimas personas se han visto igualadas en las oportunidades de adquirir conocimiento, información y contactos. El mundo se ha vuelto más global y transnacional. Aunque no por eso más equitativo, ya que hay muchas personas que no cuentan con el acceso a los dispositivos tecnológicos y conectividad necesarios. No obstante, una importante cantidad de personas se han visto más conectadas a lo global y se han dado cuenta de la importancia de mirar al mundo global desde lo local y encontrar oportunidades de vinculación y desarrollo. En ese marco, aquellos emprendedores y emprendedoras que estén atentos/as a las oportunidades que el mercado y el consumo están generando tendrán oportunidades

valiosas de desarrollo. Y más aún, los gobiernos y líderes a nivel mundial tienen la oportunidad de impulsar nuevas formas de recuperación económica que se centren en la economía circular y los emprendimientos sostenibles y con ello otorguen/ concedan una mejor calidad de vida para esta generación y las futuras.

### **Referencias bibliográficas**

Accenture. (2020). *How COVID-19 will permanently change consumer behaviour*. Retrieved from: [https://www.accenture.com/\\_acnmedia/PDF-123/AccentureCOVID19-Pulse-Survey-Research-PoV.pdf](https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-123/AccentureCOVID19-Pulse-Survey-Research-PoV.pdf)

Asamblea General, ONU (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. División de Objetivos de Desarrollo Sostenible: Nueva York, NY, EE. UU.

Colli, E. (2019). *Localizar los ODS en el Trabajo Parlamentario en Comisión*. New York, USA: Smartly Emprendedorismo Social en ODS. Recuperado de: Red de Parlamentos Locales en ODS:

<https://content.bhybrid.com/publication/4c76415c/mobile/>

Ellen Macarthur Foundation. (2013). *Towards the Circular Economy*.

Environment Protection Agency (s.f.). Estados Unidos de América.

Recuperado de: <https://www.epa.gov/>

FAO (2018). *Why bees matter?* Recuperado de:

<http://www.fao.org/3/I9527EN/i9527en.PDF>

Global Footprint Network. (1 septiembre, 2020). *Footprint Network*.

Recuperado de: <https://www.footprintnetwork.org/our-work/earth-overshoot-day/>

Greenpeace España (s.f). *Datos sobre la producción de plásticos*.

<https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/plasticos/datos-sobre-la-produccion-de-plasticos/>

Hábitat, ONU. (2016). *Nueva Agenda Urbana. Declaración de Quito sobre ciudades sostenibles y asentamientos humanos para todos*. Quito ONU Hábitat.

Hábitat, ONU. Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos. (2015, 22 de enero). *Proyecto de programa de trabajo y presupuesto para el bienio 2016-2017. Informe del Director Ejecutivo*. <https://undocs.org/pdf?symbol=es/HSP/GC/25/5>

Kassam, A. (2020, Junio) *'More masks than jellyfish': coronavirus waste ends up in ocean*. The Guardian. Recuperado de:

<https://www.theguardian.com/environment/2020/jun/08/more-masks-than-jellyfish-coronavirus-waste-ends-up-in-ocean>

Mato, D. (1996) *Procesos culturales y transformaciones sociopolíticas en América Latina en tiempos de globalización*. Caracas, UNESCO-ALAS-UCV.

Mendes, T. (2017). *Introduction to Global Social Entrepreneurship What is it?*. ICSB. Recuperado de: <https://icsbglobal.org/wp-content/uploads/2017/09/ICSBSEModule1Preview.pdf>

Myers, J. (2020, 24 de enero). *8 quotes on the future of capitalism from Davos 2020*. World Economic Forum. Recuperado de: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/quotes-on-the-future-of-capitalism-davos-2020/>

Pastran, A. (2019, June 18-21). *The Future of Entrepreneurship*. [Conference presentation]. ICSB World Congress 2019. Cairo, Egypt.

\_\_\_\_\_ (2019, June 26). *Social Entrepreneurship on the SDGs*. [Conference presentation]. ICSB Annual Global Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises Conference, New York City, USA.

\_\_\_\_\_ (2019). *Smartly, Emprendedorismo Social en ODS*. ONU Hábitat Urban Journalism Academy Report, 11 p. Recuperado de: <http://content.bhybrid.com/publication/83af327c/mobile/>

\_\_\_\_\_ & Colli, E. (2020) *SDG legislation to strengthen the entrepreneurial ecosystem*. ICSB Annual Global Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises Report, USA, 2020.

\_\_\_\_\_ (2019). *Social Entrepreneurship on SDGs*. ICSB Annual Global Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises Report, 76-79p. Recuperado de: <https://icsb.org/wp-content/uploads/2019/09/REPORT-2019.pdf>

Pictet. (s.f). *Consumption patterns are changing with younger generations*. Recuperado de: <https://www.group.pictet/wealth-management/consumption-patterns-are-changing-younger-generations>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2020). Recuperado de: <https://feature.undp.org/covid-19-and-the-sdgs/>

Sustainable Development Goals. (2018, junio). *Science, Technology and Innovation for SDGs Roadmaps*. Recuperado de: [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/19009STI\\_Roadmap\\_Background\\_Paper\\_pre\\_STI\\_Forum\\_Final\\_Draft.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/19009STI_Roadmap_Background_Paper_pre_STI_Forum_Final_Draft.pdf)

Valaskova, K.; Kramarova, K. & Bartosova, V. (2015). *Multi criteria models used in Slovak consumer market for business decision making*. *Procedia Economics and Finance*, 26, 174–182. Recuperado de: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00913-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00913-2)