



Thinking Heads

CRAFTED LEADERSHIP

Cambio climático y movimientos juveniles

TENDENCIAS GLOBALES

Junio 2019

Índice

Cambio climático y movimientos juveniles.....	3
Brecha generacional entre las opiniones.....	3
Impacto de la juventud en incremento	5
Industrias sostenibles e indicadores.....	6
Negocios sostenibles, ¿responsables de abogar por elevar los estándares?	8
Perspectiva Global: Cumbre sobre la Acción Climática ONU 2019.....	8



Cambio climático y movimientos juveniles

El año pasado fue significativo para la ciencia del cambio climático: dos informes afianzaron el consenso científico a nivel mundial sobre la gravedad de las consecuencias del fenómeno. En Estados Unidos, la IV Evaluación Nacional del Clima del USGCRP- *U.S. Global Change Research Program* presentó la más severa y concreta conclusión: **el cambio climático está teniendo lugar con mayor rapidez de la que se piensa, y la evidencia apunta a las actividades humanas como la principal causa.** Por su parte, el informe emitido por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas concluye algo similar: **la crisis económica y humanitaria como consecuencia del cambio global puede ocurrir antes de lo esperado, tan pronto como en 2040.**

Dichos resultados, junto a los incipientes movimientos juveniles, pueden estar reconfigurando la forma en la que se percibe el problema. Según *Financial Times*, esta nueva ola de movimientos internacionales se inició en Suecia con Greta Thunberg, una estudiante que rechazó seguir asistiendo a sus clases argumentando que su futuro depende de un mundo que puede no existir debido al cambio climático. Ahora, su protesta se expande por más de 120 países, donde los jóvenes claman en manifestaciones contra el cambio climático.

Brecha generacional entre las opiniones

Ángela Rodicio, periodista especializada en política internacional, considera necesario partir del hecho de que las nuevas generaciones tienen puntos de vista radicalmente distintos en lo que concierne a cómo afrontar los grandes desafíos globales. De igual manera, dichas generaciones poseen una perspectiva del mundo diferente, frecuentemente influenciados y ejerciendo su propia influencia a través de las redes sociales. Pero lo más relevante es la falta de representación de estas generaciones en

organismos públicos o de toma de decisiones políticas, ya sean locales, nacionales e internacionales. Muchos problemas son enfrentados de forma muy local, mientras que los jóvenes están acostumbrados a ver todo de una manera global. El fenómeno del cambio climático, se intentó afrontar de manera global a mediados de los años 90, pero sus esfuerzos en cierta medida se han diluido. Actualmente la gente quiere hechos, no palabras. Pero lo cierto es que la manera distinta de ver las cosas se evidencia enormemente en el tema del cambio climático.

De igual forma, **Rodicio** atribuye la brecha generacional a la crisis financiera de la última década: el envejecimiento de la población y la extensión de las edades de jubilación han incrementado la edad promedio de la fuerza laboral, ocasionando en cierta medida la limitación del acceso al empleo y a posiciones de toma de decisiones para los jóvenes, teniendo como consecuencia las altas tasas de desempleo juvenil. Sin embargo, ve como positivo que la juventud posea cada vez más peso en la masa de votantes en las democracias. Por tanto, los líderes tienen el desafío de abordar los temas que le importan a este segmento para impedir una abstención masiva.

Por su parte, **Pep Gómez**, emprendedor, fundador de la app Fever y más recientemente de Reby, startup de movilidad sostenible, argumenta que a pesar de que el fenómeno del cambio climático muy probablemente será abordado por mayores, la juventud posee una visión más novedosa sobre este tema. Además, toma en consideración que los jóvenes cada vez adquieren mayor conciencia sobre cómo estos temas afectan a su salud, a su desarrollo personal y a la capacidad misma de desenvolverse satisfactoriamente en el mundo. Para ello, deberán articular una voz propia sobre el futuro que les tocará vivir.

Con respecto a esto, Andrew Winston de *Harvard Business Review* comenta que los jóvenes políticos están desarrollando su liderazgo para hacer oír su voz, tomando como ejemplo la elección de **Alexandra Ocasio-Cortez** en el congreso de Estados Unidos, quien se ha dedicado a mover los términos del debate sobre el clima de manera significativa. También señala un incremento en la creación de grupos juveniles enfocados a acercarse a los representantes que podrían realizar cambios y generar políticas que promuevan menor impacto negativo en las condiciones climáticas.



Impacto de la juventud en incremento

Para **Javier Goyeneche**, fundador de la marca de moda sostenible ECOALF, los jóvenes deben empezar a tomar decisiones que sean congruentes con el propósito de mitigar los efectos y causas del cambio climático. En el caso de su negocio, en la industria de la moda, la juventud prefiere comprar 10 camisetas al año al costo de 3 euros en lugar de una camiseta de buena calidad y fabricada de manera sostenible, contribuyendo al creciente problema de vertederos de prendas alrededor del mundo que han sido utilizadas una o dos veces.

Por otra parte, para **Ángela Rodicio** los movimientos juveniles deben articularse desde arriba hacia abajo: los de arriba deben pensar que existe una masa desatendida, mientras desde abajo exigir más movilidad y participación. Para ella, **el cambio climático es una manifestación de un mundo que no funciona**: una población dedicando tanto tiempo a dietas mientras gran parte del mundo no tiene acceso a alimentación básica, o limpiezas de océanos mientras en otras costas se arrojan desechos industriales. Los jóvenes tienen el potencial de desfragmentar el debate y hacerlo genuinamente global. Argumenta que existe una desconexión incluso a nivel del lenguaje, donde en Bruselas con frecuencia este se asimila al de un diccionario aparte sin relevancia para muchos jóvenes. Es preciso abrir nuevos caminos de participación comenzando por las administraciones locales, creando plataformas que exijan mayor representatividad a medida que van creciendo y replicándose en otros ámbitos.

Para llegar a esto, **Pep Gómez** establece que la educación es fundamental. A través de la educación se logra generar un discurso más analítico y científico ante el cambio climático, teniendo en cuenta que con frecuencia se habla del tema sin tener los hechos, el análisis y las relaciones causales a mano; **educar con datos es un imperativo**. Del mismo modo, *The New York Times* ha informado de que las protestas de Greta Thunberg la han llevado a asistir a diferentes eventos internacionales como la Cumbre del Clima en

Polonia y el Foro Económico Mundial en Suiza, oportunidades donde ha aprovechado para acusar a quienes deciden las políticas de no informar adecuadamente sobre la gravedad del cambio climático.

Pese al auge del movimiento juvenil y los logros que ha tenido hasta ahora, Suyin Haynes de *Time* argumenta que eso es todo lo que pueden hacer por el momento. El mismo hecho de ser jóvenes limita el rol que pueden tomar en la política y negocios, dejando en manos del gobierno la toma de medidas inmediatas, así como la demanda a empresas para que realicen un cambio hacia un modelo sostenible. Sin embargo, esto puede resultar en un reto importante para las industrias y la rentabilidad de su modelo de negocio.



Industrias sostenibles e indicadores

Javier Goyeneche opina que todas las industrias y sectores de la economía deben examinarse respecto al peligro que sus actividades puedan representar para la sostenibilidad. En el presente existe suficiente innovación como para que todos los sectores (construcción, alimentación, movilidad, moda, entre otros) apliquen criterios sostenibles. Por tanto, “lo que se hace ya no es suficiente, sino cómo se hace. A su vez, existen industrias como la moda que deben cambiar un modelo de negocio que es muy rentable”, afirma Goyeneche, que añade el siguiente ejemplo: “si unas camisetas valen 3 euros y tienen una probabilidad del 70% de terminar en un vertedero en menos de 2 años tras haber consumido 3.000 litros de agua para producirse, es un modelo que no es sostenible en el tiempo. El reto en este caso es la capacidad de diseñar con la misma calidad, diseño y propiedades técnicas sin utilizar productos no sostenibles”.

Sobre lo anterior, **Pep Gómez** indica que los incentivos fiscales son importantes para que las empresas asuman prácticas sostenibles que sean medibles y reportadas. Sin embargo, el ámbito de las penalizaciones es de suma importancia y se debe ser más estricto con las compañías que estén activamente dañando el planeta. Tomando como ejemplo el ámbito de la movilidad, se presentan muchas lagunas y actualmente no existe regulación

de la disposición de las baterías de litio de patinetes eléctricos. Aunque los incentivos fiscales benefician a los más grandes, implementar estándares más estrictos puede generar un entorno más favorable para que empresas sostenibles puedan competir mejor aun siendo más pequeñas.

Aunado a lo anterior, la información que se provee al consumidor debería ampliarse considerando su relevancia. Como ejemplo, a la hora de comprar tabaco encontramos múltiples advertencias sobre lo nocivo que es para la salud; cuando compramos un producto de una empresa, no existe advertencia sobre cuánto contamina en comparación con su competidor.

Para las empresas, emitir información no financiera representa un reto. De acuerdo con Mathew Nelson de EY, los inversores piden estándares globales para reportar métricas en inversiones socialmente responsables. Los factores a considerar por parte de los inversores ya no se encuentran solo en las cifras financieras, sino también en lo sostenible que sea una empresa. La falta de un estándar global genera un problema, el cual hace imposible establecer comparaciones o identificar tendencias cuando se revelan diferentes tipos de información y usan diferentes medidas. Para esto, es probable que las colaboraciones entre organizaciones nacionales e internacionales sean las que terminen estableciendo los estándares para reportar información no financiera.

No obstante, actualmente la información reportada por las empresas ayuda a identificar sus esfuerzos y dirección en cuanto al cambio climático; lo cual puede demostrar ser otro obstáculo para los movimientos juveniles. De acuerdo con un reportaje llevado a cabo por *Forbes*, **las cinco compañías de petróleo y gas más grandes del mundo gastan aproximadamente \$200 millones en lobbying** destinado a controlar, retrasar o bloquear la implementación de políticas motivadas por el cambio climático. Esto ha representado un problema para los gobiernos a la hora de crear políticas vitales para cumplir con los objetivos del Acuerdo de París. De manera que resulta interesante, estas cinco compañías mantienen actividades de *branding* que sugieren acción contra el cambio climático, aunque la investigación señala lo contrario: las compañías continúan expandiendo las actividades de extracción de petróleo y gas, invirtiendo solo 3% en proyectos bajos en carbono.

Ante la presencia de grandes firmas abogando por mantener las actividades en las condiciones actuales, así como impidiendo la implementación de nuevas políticas que promuevan modelos sostenibles, el movimiento juvenil podría complementarse con los jugadores que tienen criterios y negocios sostenibles.



Negocios sostenibles, ¿responsables de abogar por elevar los estándares?

Javier Goyeneche considera lamentable que se deba hacer lobby para elevar los estándares ambientales en los países donde operan empresas con negocios sostenibles, sobre todo considerando que no existe otro planeta al que ir una vez que el que tenemos sea destrozado por la manera en la que vivimos. Los gobiernos deben, en su opinión, incentivar con reducciones de impuestos a aquellas compañías que se esfuercen por hacer las cosas de manera diferente y con criterios sostenibles.

Para **Pep Gómez** cualquier ayuda pública o subvención que otorguen los gobiernos a las empresas debe implicar que estas cumplan estándares medioambientales mínimos, favoreciendo más a aquellas que se desenvuelvan mejor. Los consumidores en parte de Europa y Estados Unidos se encuentran en la búsqueda de la sostenibilidad y la eficiencia en paralelo, ya que van de la mano. Aunado a esto, la energía y la movilidad poseen un impacto ambiental de vital importancia. **A medida que los costes se igualen y las eficiencias se equiparen, el consumidor tomará la decisión más consciente. Claramente, si las diferencias en costes son muy elevados, la decisión se inclinará hacia el lado menos favorable para el ambiente.** Para ello, deben concederse incentivos para que las soluciones con menor impacto ambiental adquieran más eficiencias a largo plazo, llevando a los consumidores a tomar una decisión de compra donde la sostenibilidad adquiera más peso.

Perspectiva Global: Cumbre sobre la Acción Climática ONU 2019

El 23 de septiembre de 2019 se llevará a cabo la Cumbre sobre la Acción Climática de la ONU, con el propósito de impulsar y acelerar la implementación del Acuerdo de

París sobre el Cambio Climático. António Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, expresó en *The Guardian* su apoyo a las manifestaciones globales de los jóvenes, inclusive admitiendo que su generación ha fallado en responder adecuadamente al reto del cambio climático. Para ello manifestó su intención de reunir a los líderes del mundo en dicha cumbre, y producir planes concretos y realistas que logren mitigar la disrupción climática y revertir su impacto.

Para **Ángela Rodicio** la cumbre de la ONU es un buen comienzo. A pesar de que la participación de las Naciones Unidas no garantice nada, su falta de involucración podría terminar en un escenario peor, tal y como han demostrado otras crisis regionales y globales. Rodicio resalta también que en septiembre solo faltará un año para las elecciones presidenciales de EE. UU, y el **partido demócrata está tomando el cambio climático como bandera para apelar a los jóvenes**, lo cual puede incrementar la presión a la administración actual. Según Coral Davenport en *The New York Times*, los estudios realizados por los científicos llegan a la conclusión de que no puede existir un cambio climático sin dejar de utilizar el carbón, con respecto a lo cual el gobierno de Trump ha manifestado el deseo de incrementar su uso, así como retirarse del Acuerdo Climático de París, del cual el presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, también ha manifestado su intención de no ser partícipe. A pesar de esto, Rodicio considera que es necesario aspirar a lo máximo que se pueda lograr en este ámbito, y concluye que las aspiraciones de los jóvenes siempre son un desafío, pero nunca tanto como ahora mismo.

Asimismo, **Pep Gómez** considera que las directivas globales y metas de sostenibilidad poseen gran relevancia, donde convencer e impulsar de forma obligatoria una transición de la que depende el equilibrio del planeta es fundamental, combinado con un enfoque de abajo hacia arriba. Los tiempos de adaptación entre los legisladores locales, nacionales y regionales deben ser rápidos y es preciso llegar a acuerdos vinculantes y con penalizaciones que hagan que estos objetivos se cumplan.

Javier Goyeneche deposita su confianza en la agilidad de las empresas y los consumidores para provocar cambios, pues considera que las grandes organizaciones no se mueven con la suficiente agilidad, teniendo en cuenta que el momento de reaccionar debe ser inmediato. Davenport reporta que para evitar el daño más crítico a consecuencia del cambio climático, debe producirse una **transformación en la economía global en pocos años**. Aun cuando es técnicamente posible realizar los cambios requeridos, políticamente es improbable. El mencionado informe del IPCC de las Naciones Unidas pone precio a los efectos del cambio climático: **\$54 trillones en daños en tanto en cuanto**

la temperatura de la atmosfera siga aumentando. Un número que solo incrementaría a medida que pase el tiempo.

A pesar de que los jóvenes han demostrado estar informados y a la vanguardia de la concienciación respecto a los efectos y consecuencias del cambio climático, aún queda en manos de las instancias de decisión globales, nacionales y locales responder de manera eficiente y con la urgencia que las nuevas generaciones demandan. No obstante, el movimiento juvenil contra el cambio climático continúa creciendo a nivel global y ha dejado en evidencia una **población que incrementa la presión para que se concreten medidas** que impulsen la sostenibilidad, antes de que los efectos del cambio climático sean irreversibles.

Fuentes

Davenport, C. Major Climate Report Describes a Strong Risk of Crisis as Early as 2040. *The New York Times*, Octubre 7, 2018.

<https://www.nytimes.com/2018/10/07/climate/ipcc-climate-report-2040.html?module=inline&login=email&auth=login-email>

Guterres, A. The climate strikers should inspire us all to act at the next UN summit. *The Guardian*, Marzo 15, 2019.

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/mar/15/climate-strikers-urgency-un-summit-world-leaders>

Haynes, S. ‘It’s literally our future.’ Here’s what youth climate strikers around the world are planning next. *Time*, Marzo 20 de 2019. <http://time.com/5554775/youth-school-climate-change-strike-action/>

Hook, L. y Smyth, J. Students walk out of classrooms in global climate change protest.

Financial Times, Marzo 15 de 2019. <https://www.ft.com/content/bc9282fa-470b-11e9-a965-23d669740bfb>

McCarthy, N. Oil and Gas giants spend millions lobbying to block climate change policies. *Forbes*, Marzo 25 de 2019.

<https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2019/03/25/oil-and-gas-giants-spend-millions-lobbying-to-block-climate-change-policies-infographic/#1fde20e47c4f>

Nelson, M. Why it’s time to take a standard approach to nonfinancial reporting. *EY Global Climate and Sustainability Services*, Febrero 1 de 2019.

https://www.ey.com/en_gl/assurance/time-to-take-a-standard-approach-to-nonfinancial-reporting

Ramzy, A. Students Across the World Are Protesting on Friday. Why? *The New York Times*, Marzo 14 de 2019.

<https://www.nytimes.com/2019/03/14/world/europe/climate-action-strikes-youth.html>

Winston, A. Young People are Leading the Way on Climate Change, and Companies Need to Pay Attention. *Harvard Business Review*, Marzo 26 de 2019.

<https://hbr.org/2019/03/young-people-are-leading-the-way-on-climate-change-and-companies-need-to-pay-attention>

Expertos que han participado en este informe



PEP GÓMEZ

Pep Gómez es un joven emprendedor del mundo de la tecnología. Fundador de la plataforma móvil de descubrimiento de eventos Fever, en 2018 fundó Reby, startup que diseña y gestiona el uso de patinetes eléctricos contribuyendo a una mayor sostenibilidad.



JAVIER GOYENECHÉ

Javier Goyeneche es uno de los jóvenes empresarios más vanguardistas. Fundador de ECOALF, marca de moda sostenible hecha con productos reciclados, que mediante la iniciativa Upcycling the oceans, limpia de residuos el mar Mediterráneo.



ÁNGELA RODICIO

Periodista durante más de tres décadas en Televisión Española, Ángela Rodicio es también ganadora del Premio Espasa (2016). Especializada en política internacional, es experta en análisis político, además de conocer el escenario energético actual.

Tendencias Globales

Informe realizado por Thinking Heads.

Si deseas ponerte en contacto con nosotros, escríbenos a comunicacion@thinkingheads.com

Thinking Heads