



Congreso Nacional del Medio Ambiente

CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Retos y oportunidades

Victor Viñuales Edo

Director
Fundación Ecología y Desarrollo
(ECODES)

Asumamos el temor

Comencemos por algunas cifras que ilustran la situación del mundo globalizado. 460 millones de personas, que viven en 18 de los países más pobres del mundo, han empeorado en la mayoría de los indicadores fundamentales del desarrollo respecto al año 1990. De continuar las cosas como están hoy, para el año 2015, 41 millones de niños habrán muerto antes de los cinco años debido a la pobreza, y otros 47 millones de niños sin asistir a la escuela.

Los subsidios y las medidas de protección agrícola aplicadas en los países ricos suponen un costo cercano a los 72.000 millones de dólares. Esta cifra equivale al total de la ayuda oficial internacional que, en 2003, transfirieron los países de la OCDE a los países en desarrollo. Por su parte, los actos de corrupción equivalen al 5% del Producto Interno Bruto mundial y constituyen el obstáculo más grande al desarrollo económico y social. Se trata de una industria de más de un billón de dólares anuales. El pago de comisiones agrega al menos un 10% a los costos de los negocios.

Los 250.000 millones de dólares que Estados Unidos destinó entre 2002 y 2005 en su guerra contra Irak habrían permitido cubrir las necesidades sanitarias de toda la población mundial durante seis años, mientras la fortuna de los 225 individuos más adinerados del mundo es igual al ingreso anual del 47% de la población mundial más pobre, o sea, 2.500 millones de personas. En otro plano del mismo drama, la distribución desigual de los alimentos es la principal razón por la que 800 millones de personas están desnutridas en el mundo actualmente, una persona de cada cinco no tiene acceso al agua potable, y casi una de cada tres no dispone de medios de saneamiento adecuados.

En el año 2000 – hace un lustro – el cambio climático fue responsable de aproximadamente el 2,4% de los casos de diarrea en todo el mundo y del 6% de los casos de paludismo en algunos países de ingresos medios. Un tercio de los glaciares del mundo podrían desaparecer hacia el año 2050 y la mitad hacia el 2100. Cada día se extinguen 50 especies de plantas. El planeta, como resultado de la sobreexplotación del suelo y la deforestación, pierde cada año una superficie de tierra fértil más o menos del tamaño de Irlanda. En el año 2010 habrá 816 millones de automóviles en todo el mundo, un 40% más que en 1990.

Construyamos globalización positiva

Con esta información sería fácil concluir que la globalización es puramente negativa, que se trata de un proceso ajeno a cada uno de nosotros y que depende exclusivamente de quienes centralizan el poder. Ahora bien, si éas son las conclusiones, ¿qué nos resta, sino permanecer de brazos cruzados? En cambio, ¿cuáles serían los datos mundiales si la globalización se convirtiera en un proceso positivo, si la interrelación entre los países tuviera como objetivo el bien común, sobre la base de la sostenibilidad social, ambiental y económica, fomentada por valores como la solidaridad, la corresponsabilidad, la equidad, la ética?

Para construir un desarrollo global que sea socialmente justo, ecológicamente compatible y económicamente viable debemos deshacernos del egoísmo, las visiones de corto plazo y la atomización, para potenciar en cambio la empatía, la responsabilidad, la iniciativa creadora y la fraternidad en la diversidad, el intercambio de conocimientos. ¿Ideas románticas? A modo de respuesta, veamos qué sucede con el software libre, de código abierto. Alguien en Internet toma un programa de computación que otros hicieron, lo mejora y adapta a sus necesidades y lo devuelve al ciberespacio para que otro lo aproveche y lo mejore.

El hambre, el desempleo, la falta de salud y de educación, la destrucción del medio ambiente... Los grandes problemas globales deben ser afrontados integrando

enfoques y perspectivas, sumando a todos los agentes económicos –administraciones públicas, empresas, consumidores, ONGs–, mediante acuerdos que articulen consensos participativos. En la construcción del desarrollo es importantísimo que gobiernos, empresas y ONGs mantengan relaciones leales, sin que cada uno se sobreestime en su capacidades o en sus funciones, sin que cada uno actúe de modo autista y prejuicioso.

El poder regulador de los gobiernos no basta para producir cambios significativos. Las nuevas tecnologías que adoptan las industrias no resuelven problemas ambientales ni son útiles para resolver problemas sociales y económicos. La toma de conciencia promovida por las ONGs es necesaria pero no suficiente. Cada sector por sí solo no puede construir desarrollo social, ambiental y económico sostenible. El reconocimiento de las propias limitaciones es la condición necesaria para abrirse a los otros actores valorando sus aportaciones. Un mundo sostenible exige nuevos valores, nuevas tecnologías y nuevos precios. Y también exige medidas coercitivas, medidas educativas e incentivos económicos.

Protagonicemos un mercado sostenible

Si se mejoran las pautas de inversión, producción, distribución y consumo el mercado puede ser una herramienta para el cambio. Impulsando alternativas con responsabilidad económica, con justicia para la sociedad y con actitud ecológica se colabora con el desarrollo de un mercado sostenible. Las palancas para ese impulso son el consumo y la inversión, y están en manos de todos.

El poder consumir

Todos somos consumidores. Los ciudadanos, las empresas, las administraciones públicas, las entidades sin fines de lucro consumimos productos y servicios. ¿Qué pasaría si lo hiciéramos responsablemente? El consumo socialmente responsable es aquel que toma en cuenta el impacto económico, social y ambiental de nuestros actos, tanto en la compra como en el uso que hacemos de los productos y servicios.

La compra consciente

Veamos ahora cómo ser conscientes en la compra. ¿Acaso no reforzamos la pobreza de otros cuando compramos un producto fabricado en condiciones laborales inhumanas? Al consumir estamos colaborando en todos los procesos que hacen posible el bien o servicio consumido. Estos procesos tienen implicaciones de carácter económico, social y medioambiental. Pensemos, entonces, ¿un producto puede ser bello sólo estéticamente o también puede serlo porque fue elaborado por trabajadores con condiciones laborales dignas?

Comprar puede convertirse en un verdadero acto de ciudadanía para la transformación global, porque a través del acto cotidiano de la compra se puede participar en el cambio de las estructuras comerciales internacionales, premiando con nuestras decisiones a una empresa que adquiere con equidad sus materias primas en comunidades rurales desfavorecidas de países del Sur, en el caso de un tostador de café o fabricante de chocolate; o a una que apuesta por mantener en la medida de lo posible los puestos de trabajo en su país de origen compitiendo con innovación y calidad en lugar de con precio o mediante la deslocalización responsable tanto en origen como en destino, en el caso de una textil; o una empresa que no experimenta con animales, en el caso de una compañía de cosméticos.

Como no es tan fácil comprar a conciencia, ya que la gran mayoría de ocasiones no conocemos toda la información requerida para poder realizar una elección correcta, podemos, a la par que buscar y exigir más datos, conocer los productos que tienen Sello

de Garantía *Fairtrade* o Sello de Comercio Justo, en España a cargo de la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo. La cadena de producción del café, por ejemplo, permite entender cómo se relacionan entre sí varias de las cuestiones a las que estuvimos haciendo referencia.

El café viene de países en vías de desarrollo, en los que constituye uno de los motores de su economía. Más de 20 millones de personas en el mundo viven de su producción, en condiciones económicas y sociales muy difíciles. Mientras que los pocos mayoristas se llevan grandes ganancias, los productores de café sufren una continua presión para bajar el precio, que intentan compensar con una “industrialización del cultivo” que comporta menos bosques, menos oxígeno, más cambio climático, menos biodiversidad, más pesticidas y ríos contaminados. Si, en cambio, unimos condiciones laborales justas para los trabajadores del café, producción del café bajo prácticas respetuosas con el entorno ambiental, cultivo del café bajo sombra, sin químicos, la suma de todos estos factores nos dan como resultado un café sostenible y de excepcional calidad. Con un costo más elevado, pero no porque sea un producto solidario, sino porque es un producto “gourmet”.

Siguiendo este razonamiento, el proyecto “Café: ejemplo de producción y consumo responsable” protege los bosques tropicales de café en Nicaragua; apoya y capacita a 6.400 pequeños productores de café agrupados en cooperativas con la finalidad de que produzcan café orgánico y bajo sombra y aumenten sus ingresos; educa e informa a los consumidores; y establece un circuito comercial directo entre los productores nicaragüenses y los tostadores, distribuidores y consumidores de Zaragoza. El proyecto busca involucrar a todos los agentes necesarios para lograr el cambio: sector económico, productores del café, consumidores, administración pública y entidades sociales.

También podemos ser agentes del desarrollo al viajar. El turismo cada vez crece más a nivel mundial. Los beneficios económicos de esta industria son indiscutibles: genera ingresos y empleos a millones de personas, lo que implica la necesidad de hacerlos perdurar en el tiempo bajo una filosofía de sostenibilidad, es decir, involucrando la dimensión social y ambiental, hasta ahora débilmente aplicadas en la actividad turística. Se trata de una que puede traer muchas ventajas –si da cuenta de un modelo inclusivo y con acuerdos que recojan aspectos de ordenación del territorio, de política turística, del modelo socioeconómico general– pero también mucho daño si no se gestiona correctamente.

¿Qué papel puede jugar el turista? La ONG española Turismo Justo propone que los turistas visiten destinos de las zonas menos desarrolladas del mundo, teniendo una actitud de respeto a la cultura y forma de vida de los residentes, fomentando con la compra de bienes y servicios ofrecidos por las personas con menores recursos y evitando fórmulas que impiden un impacto positivo, como el “todo incluido”. En cuanto a las empresas turísticas que contraten, sugiere optar por las que manifiestan una actuación ética en la inversión que hacen en los países menos desarrollados.

Entonces ya tenemos un horizonte de millones de personas tomando un café sostenible en todos los sentidos y promoviendo el desarrollo de los países que visitan como turistas. Finalmente, llevemos la misma lógica a las administraciones públicas. Éstas, por su poder de compra –adquieren bienes o servicios por un monto superior al 12% del PIB–, deberían dar ejemplo en este campo introduciendo criterios sociales y ambientales en la adquisición de sus bienes y servicios, pero también deberían incorporar a su propia gestión los principios de responsabilidad social que les exigen a las empresas privadas (buen gobierno, transparencia, cumplimiento de la legislación). Y al igual que las administraciones públicas, las ONGs deberían hablar también desde una coherencia

interna, e introducir criterios sociales y ambientales en la adquisición de sus bienes y servicios al igual que solicitan que lo hagan a las administraciones públicas.

El uso consciente

Una vez que compramos, ¿cómo ser conscientes en el uso? Mientras que los grandes responsables del calentamiento global son los países ricos, los países en vías de desarrollo son los más vulnerables a estos efectos, con su menor capacidad de adaptación, peores infraestructuras de salud pública y daños económicos proporcionalmente mayores. La reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) también está en manos de todos nosotros. El impacto del dióxido de carbono emitido por nuestro consumo energético (electricidad o calefacción) y los desplazamientos por carretera y por avión serían menores si tomáramos conciencia y ahorráramos recursos y dinero.

Cuando encendemos el interruptor, el ordenador, la calefacción o nos damos un baño, somos responsables. Un televisor sin estar encendido, únicamente mostrando el piloto rojo que indica que está en modo “en espera”, representa anualmente hasta 20 euros de la factura eléctrica total doméstica o, en valores de impacto sobre el clima, 100 kg CO₂ emitidos a la atmósfera. El consumo de los ordenadores en tiempos muertos puede significar hasta un 50% del consumo en funcionamiento normal. Los llamados “consumos fantasma” representan más del 10% de la factura de electricidad.

Pequeñas acciones como la sustitución de puntos de luz incandescentes por bombillas de bajo consumo, la colocación de regletas de desconexión para evitar los “consumos fantasma” de equipos electrónicos, la activación de funciones de bajo consumo en ordenadores, la consideración del factor eficiencia a la hora de comprar nuevos equipos pueden significar una reducción anual del consumo eléctrico hasta de un 35%, lo cual se traduce en que cada ciudadano dejaría de emitir anualmente alrededor de 400kg CO₂.

A pesar de disponer de tecnologías cada vez más eficientes, el crecimiento del consumo supera con creces el incremento de la eficiencia. Un claro ejemplo de ello son los coches, más limpios que antes, pero que utilizamos cada vez más, con el consecuente incremento de las emisiones de GEI. ¿Y si todos utilizáramos con mayor intensidad los sistemas de transporte público, compartiríramos el automóvil, utilizáramos biocarburante como combustible del vehículo, evitáramos acelerar o frenar con brusquedad y apagáramos el motor si tuviéramos que esperar más de 30 segundos?

Es importante, por tanto, que seamos conscientes de que el cambio climático es un problema global que nos afecta a todos, tanto por padecerlo como por generarlo, y que con la mayoría de decisiones que tomamos en nuestra vida diaria podemos ayudar a disminuir significativamente las emisiones de GEI a la atmósfera. Tomando en cuenta estos aspectos, la Iniciativa Cero CO₂ para reducir las emisiones de GEI busca fomentar la responsabilidad compartida, combinar las actuaciones locales con las globales y favorecer el desarrollo sostenible de los países de América Latina.

Se trata de una iniciativa creada conjuntamente entre España y América Latina, con la participación del ámbito social, el ámbito académico, administraciones públicas y empresas. Concretamente, a través del sitio de internet www.ceroco2.org los ciudadanos y todo tipo de organizaciones pueden calcular el dióxido de carbono que emiten en sus actividades, tomando conciencia para reducirlas y, también compensar económicamente sus emisiones realizando aportes proporcionales a proyectos en América Latina que contribuyen al desarrollo sostenible de la región. Por ejemplo, la Universidad de Zaragoza realizó una compensación de 105 toneladas de CO₂ a través de un proyecto de

reforestación en Costa Rica (equivalente a las emisiones generadas por un coche dando vueltas al mundo 14 veces).

El poder de invertir

Vemos cómo los ciudadanos, las empresas, las administraciones públicas, las entidades no lucrativas podemos ejercer un poder transformador siendo consumidores responsables, a lo que debemos sumar la inversión responsable. La Inversión Socialmente Responsable (ISR) es aquella en la que para la selección de inversiones, además de valorarse la seguridad, la liquidez y la rentabilidad de las operaciones, se tiene también en cuenta la responsabilidad social y ambiental de las empresas y el impacto de los proyectos en los que se invierte.

Las grandes empresas cotizadas en bolsa son propiedad de miles de pequeños accionistas que podemos escoger dónde invertir nuestros ahorros. Los pequeños accionistas podemos bien invertir en empresas socialmente responsables o bien establecer un diálogo con las empresas para que mejoren sus prácticas de responsabilidad social. De este modo podemos incidir para lograr el respeto de valores tales como los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y las prácticas anticorrupción, tanto por las mismas empresas en las que invertimos –en España y en los demás países en los que operan–, como por sus principales proveedores.

Esta coherencia con nuestros valores no implica una pérdida de rentabilidad; al contrario. Las prácticas en materia social y ambiental son un indicador de la calidad en la gestión y gobierno de las empresas. Desde el punto de vista del riesgo, está constatado que tener un comportamiento deficiente en el área social, medioambiental o de gobierno corporativo conlleva en el largo plazo un riesgo reputacional potencial que puede tener un impacto financiero negativo. Los productos financieros diseñados bajo criterios ISR son al menos tan rentables como los convencionales.

La ISR avanza en Europa: para junio de 2005 existían 375 fondos verdes, sociales y éticos comercializados, con un patrimonio de 24.000 millones de euros. Mientras que en los últimos años el Reino Unido aparece siempre como el país con mayor número de activos invertidos de acuerdo con estos criterios, España aparece siempre a la cola de Europa: sólo un 0,3% (1.140 millones de euros) del mercado total de fondos en España está gestionado con criterios ISR.

Veamos con un ejemplo qué posibilidad de incidir nos estamos perdiendo. En 2003 la *AIDS Healthcare Foundation* (AHF) lanzó una campaña con el fin de que la farmacéutica GlaxoSmithKline (GSK) redujera el precio de sus fármacos antisida en los países en desarrollo. Para conseguirlo, la AHF acudió al Senado de California, que solicitó al sistema de pensión de los funcionarios de ese estado (CalPERS) que usara su influencia como inversor, ya que CalPERS posee más de un 1% del capital de GSK. CalPERS decidió escribirle una carta a la farmacéutica pidiéndole que reevaluaran su política de acceso a los fármacos antisida en los países menos desarrollados y que concedieran licencias para la producción de genéricos. Finalmente GSK respondió positivamente a estas demandas.

Para incrementar la participación de España en la ISR fue creada la empresa Analistas Internacionales en Sostenibilidad (AIS), que estudia las principales empresas españolas cotizadas en bolsa de acuerdo a indicadores de gobierno corporativo, derechos laborales, derechos humanos, medio ambiente y transparencia, buscando que el inversor socialmente responsable tenga la seguridad de que las empresas en las que invierte respetarán aquellos principios éticos más significativos para él. Empresas, administraciones públicas, ONGs, universidades, organizaciones religiosas, sindicatos,

centros educativos, ciudadanos... todos, como agentes económicos que somos, podemos, al utilizar conscientemente nuestro dinero, incentivar a las mejores empresas.

Por un comercio limpio

Hemos hecho referencia al poder de premiar con el consumo y con la inversión a empresas socialmente responsables. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene diversas facetas: el impacto ambiental, las relaciones con la comunidad, el trato a los empleados, sus proveedores, el modo en que se ejerce el gobierno corporativo. Debemos cuidar que las empresas que beneficiamos no jueguen con estas facetas teniendo dobles estándares: que sean empresas responsables no sólo en su país de origen sino también en los otros países donde operan. Las empresas transnacionales tienen una importancia vital en el desarrollo o retraso de los países en que hacen negocios. En el caso de España, se trata del segundo inversor en América Latina, después de Estados Unidos.

En este sentido, indaguemos entonces si tienen prácticas contra la corrupción (o por el contrario, si son acusadas de prácticas corruptas), no sólo en su país de origen sino en otros países en los que compra o vende sus productos o servicios. Volvamos a uno de los datos enumerados al comienzo, para asumir el temor: los actos de corrupción equivalen al 5% del Producto Interno Bruto mundial. La corrupción, una industria de más de un billón de dólares anuales, constituye el obstáculo más grande al desarrollo económico y social al debilitar el estado de derecho, la libre competencia empresarial y el acceso a los servicios básicos tales como el abastecimiento de agua y electricidad, el saneamiento, la salud y la educación.

Hasta hace pocos años se consideraba que la corrupción era un problema de cada país, y que era en cada país donde estaba la solución. Si bien es cierto que la corrupción era y es intrínseca a la administración pública de muchos países, aquella mirada indiferente permitía a las empresas transnacionales realizar negocios turbios en países en desarrollo. Actualmente organismos multilaterales, organizaciones de la sociedad civil, entidades del sector privado y gobiernos destacan que la lucha contra la corrupción es uno de los elementos básicos de las estrategias para la reducción de la pobreza.

Con este cambio en la actitud internacional una pregunta que dejó de ser tabú es: si hay soborno en el sector público, ¿quién comparte la responsabilidad con el Estado, ofreciendo el soborno o pagándolo cuando es exigido? Y las miradas se posan en el sector privado. Es bueno saber entonces que hoy varias empresas tienen un papel activo para la transparencia de sus negocios nacionales e internacionales. Conscientes de que con reglas de juego claras se puede competir mejor y con menos costos, demandan cooperación a sus gobiernos y concretan alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil dedicadas a esta temática. Como muestra están las industrias que adhirieron a la Iniciativa de Partenariado contra la Corrupción (*Partnering Against Corruption Initiative*, PACI) y a la Iniciativa de Transparencia de las Industrias Extractivas (*Extractive Industries Transparency Initiative*, EITI).

La PACI fue creada por el Foro Económico Mundial en 2005, y trabajó junto al movimiento global Transparencia Internacional para elaborar los Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno a los que deben adherir las empresas que integran la Iniciativa. Estos Principios se basan en los diseñados previamente por Transparencia Internacional. Por su parte, en el surgimiento de la EITI –lanzada en 2002 durante la Cumbre de Desarrollo Sostenible por el primer ministro británico Tony Blair, y luego con las adhesiones del Banco Mundial y el Parlamento Europeo– tuvo alta incidencia la coalición internacional de organizaciones de la sociedad civil *Publish What You Pay* (“Publica lo que pagas”), que pide regulaciones que exijan a las grandes empresas de la

industria extractiva transparencia respecto de sus pagos a los gobiernos en cada uno de los países en los que estas empresas operan.

¿Cuál es el lugar del sector privado español en estos movimientos globales? Para fin de 2005, sólo 1 de las 82 empresas adheridas a la PACI era española, sólo 1 de las empresas de la coalición *Publish What You Pay* era española y sólo 15 de las 35 empresas del IBEX 35 habían formalizado claramente su compromiso anticorrupción. En cuanto al gobierno español, ha hecho un importante avance durante 2005, firmando la Convención contra la Corrupción de Naciones Unidas y las Convenciones Penal y Civil sobre Corrupción elaboradas por el Consejo de Europa, si bien cabe aclarar que fue el último país de la UE-15 en firmar la Convención de Naciones Unidas y que aún no ha ratificado ninguna de estas tres convenciones.

Los análisis e iniciativas que pueden aportar las empresas transnacionales, los gobiernos de países desarrollados y las organizaciones no lucrativas internacionales, y los puntos de contacto y retroalimentación que permitan el fortalecimiento mutuo son las vías para el desarrollo de negocios limpios y transparentes, que deben ser fomentados también por las agencias e instituciones financieras de desarrollo.

Asumamos la esperanza

En este planeta urgente no hay lugar para el escepticismo que lleva a la parálisis. La impotencia tiene algo de cobardía; la incertidumbre genera inacción. Gobiernos, empresas, organizaciones de la sociedad civil, ciudadanos particulares debemos liderar, cada uno y en articulación, un auténtico cambio de modelo de producción, de consumo, de distribución, que requiere también modificar valores y conductas y desarrollar capacidades y habilidades, con un alto nivel de compromiso.

La solución no está sólo en manos de los grandes líderes mundiales. Tampoco está en sólo cumplir las normas. Todos tenemos un poder cotidiano. La sostenibilidad no se dice: se practica. Seamos optimistas críticos. Seamos optimistas en acción. Seamos optimistas para el cambio. No es tarde, hasta que sea tarde.

Bibliografía

- Banco Mundial, 2003: *Anticorruption in Transition. A Contribution to the Policy Debate*, Whashington D.C..
- Banco Mundial, 2003: *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2004. Hacer que los servicios funcionen para los pobres*. Whashington D.C.
- Fundación Ecología y Desarrollo y Fundación Alternativas, 2006: *Anuario sobre Responsabilidad Social Empresarial en España 2006*, Zaragoza, 5 de junio de 2006.
- Fundación Ecología y Desarrollo y Fundación Carolina, 2006: *Negocios limpios, Desarrollo global: el rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción*. Colección "La empresa del mañana", Zaragoza, 22 de mayo de 2006.
- Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, 2005: *Manual de conducción eficiente para conductores de vehículos industriales*, Madrid, noviembre 2005.
- Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES), 2004: "El futuro de la inversión socialmente responsable (ISR) en España. La ISR entre los inversores institucionales: análisis del papel de los fondos de pensiones", en *Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable*. ESADE, Barcelona.
- Organización de Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO); Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). *Jóvenes por el cambio. La guía. Manual de Educación para un consumo sostenible*.
- Organización Mundial de la Salud (OMS), 2002: *Informe sobre la salud en el mundo*

2002.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2005: *Informe sobre Desarrollo Humano 2005. La cooperación internacional ante una encrucijada: ayuda al desarrollo, comercio y seguridad en un mundo desigual.*

Shellenberger, Michael, y Nordhaus, Ted, 2004: *The Death of Environmentalism. Global warming politics in a post-environmental World.*

SiRi Company, 2005: *Green, Social and Ethical Funds in Europe.* Milán.

Viñuales Edo, Víctor, 2005: "Decálogo, sesgado, para las relaciones de las ONG con las empresas", en Villafaña, Justo, 2005: *Informe anual 2005. La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica,* Pirámide, Madrid.

Más información

Agencia Europea para el Medio Ambiente, <http://local.es.eea.europa.eu>

Analistas Internacionales en Sostenibilidad (AIS),
www.ecodes.org/documentosecores/AIS02032006.pdf

Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo , www.sellocomerciojusto.org

CeroCo2, Iniciativa para el Cuidado del Clima, www.ceroco2.org

Extractive Industries Transparency Initiative (EITI), <http://www.eitransparency.org>

Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO), www.fairtrade.net

Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), www.wwf.es

Fundación Ecología y Desarrollo (Ecodes), www.ecodes.org

Partnering Against Corruption Initiative (PACI), www.weforum.org/paci

Turismo Justo, www.turismojusto.org

Publish What You Pay, www.publishwhatyoupay.org