

CAMBIO DE ENFOQUE

Posted on 01/06/2007 by Naider



Tradicionalmente el debate en torno al medioambiente se ha visto centrado en las restricciones que su protección supone tanto para las empresas como para nuestra sociedad en general. Sin perder de vista las exigencias que el marco de la sostenibilidad requiere, el creciente nivel de concienciación social y empresarial acerca de los problemas ambientales y de su posible remediación permite ampliar el enfoque hacia la atención sobre las oportunidades científicas, empresariales y sociales que la protección del medioambiente y la minimización del impacto ambiental ofrecen

A la vez que se está reflexionando sobre el rol que se debe adoptar en el campo de las biociencias, las nanociencias u otros ámbitos tecnológicos emergentes, es necesario abrir un espacio de debate estratégico para identificar los instrumentos y catalizar la puesta en marcha de proyectos que aprovechen de modo eficiente las oportunidades que surgen al abrigo de la creciente demanda de mejoras ambientales a nivel mundial. En este sentido, centrándose en el problema del calentamiento global, el Informe Stern sobre la Economía del Cambio Climático (2006) señala que, para el año 2050, el mercado de productos energéticos bajos en carbono podría superar los \$500.000 millones anuales.

Para aprovechar esta nueva concepción es necesario el lanzamiento de una estrategia dirigida a alinear el conjunto de capacidades científicas, tecnológicas, empresariales y sociales disponibles en la actualidad, de manera que se dirijan hacia el aprovechamiento y puesta en valor de las oportunidades de negocio que se generan alrededor de la mejora del medioambiente, esto es, hacia la creación de empresas globales intensivas en conocimiento y el desarrollo de tecnologías cuya actividad se relaciona con la protección y regeneración ambiental.

El reciclaje es un buen ejemplo de oportunidad de negocio que todavía no ha sido desarrollada de pleno. En el Global Innovation Outlook 2.0 de 2004 -encuentro organizado por IBM que logró reunir a 250 líderes de instituciones privadas y públicas de más de 30 países diferentes- se puso de manifiesto la necesidad de reenfocar la I+D y el esfuerzo financiero hacia el final del ciclo de vida de los productos: en los 6 millones de toneladas de residuos eléctricos generados en Europa en 1998 se podrían haber recuperado 1,2 toneladas de plástico, 652.000 toneladas de cobre, o 36.000 toneladas de aluminio, entre otros materiales.

El modelo productivo actual, aún con las reflexiones que la sostenibilidad está suscitando en el seno de nuestra sociedad, provoca considerables impactos ambientales sobre el entorno causando contaminación de aguas, suelos y atmósfera o reduciendo la biodiversidad y otros recursos naturales. Para hacer frente a esta situación se han implementado estrategias y actividades para la prevención y control de la contaminación, el reciclaje de los residuos generados, la lucha contra el cambio climático y la conservación de la biodiversidad.

Unido, precisamente, a estas políticas, el medioambiente ofrece un amplio abanico de oportunidades de negocio ligadas tanto a la prevención y minimización del impacto ambiental de nuestro modelo productivo y de consumo -nuevos procesos productivos, energías alternativas, eficiencia energética y de materiales, depuración de aguas, nuevas pautas de consumo-, como a la protección, recuperación y regeneración ambiental de espacios degradados -restauración paisajística, land art, nuevos modelos de ordenación del territorio, fomento del cultivo de especies y razas autóctonas, adecuación ambiental de infraestructuras, etc. Hacer que nuestro modelo productivo se enfoque hacia la protección del medioambiente es una tarea compleja que debe ir acompañada, además, de un cambio de mentalidad a nivel político, empresarial y social. Se necesita un importante impulso integral de la sostenibilidad que una las necesidades ambientales a

las perspectivas de desarrollo y prosperidad económica de largo plazo, para lo cual es muy importante considerar los siguientes aspectos:

- 1 Es necesario crear canales de comunicación y cooperación formales entre las administraciones públicas de medioambiente y de industria, y entre otros organismos que se unan a esta nueva visión, facilitando la conexión entre las oportunidades de negocio ligadas al medioambiente y las capacidades científicas, tecnológicas y empresariales necesarias para su desarrollo,
- 1 Percibir que las oportunidades de negocio tienen su base en la protección ambiental, más concretamente en la consecución de las metas y objetivos marcados por las distintas políticas ambientales: garantizar un aire, agua y suelos limpios y saludables, gestionar correctamente los recursos naturales y los residuos, proteger la naturaleza y la biodiversidad, alcanzar un equilibrio territorial, limitar nuestra influencia sobre el cambio climático, etc.
- 1 Identificar en el sistema científico-tecnológico y en el tejido empresarial las capacidades disponibles que pueden ser determinantes para acometer los nichos de mercado detectados, y
- 1 adherir a los agentes públicos y privados para hacerles partícipes de la iniciativa, fomentando su desarrollo y comunicando a la sociedad la necesidad de cambiar de enfoque tanto el modelo productivo como el modelo de consumo actual.

El Informe de Sostenibilidad en España 2006, detectando las principales tendencias insostenibles de nuestro modelo de desarrollo, concluye que el sistema económico actual presenta una flexibilidad insuficiente para desacoplar el fuerte crecimiento de la producción respecto de las presiones ambientales. La articulación de una estrategia como la descrita es prioritaria para la puesta en valor del medioambiente de manera que se venzan las inercias desarrollistas del pasado, escasamente sensibles a consideraciones ambientales, y hacer de estas necesidades la base que genere nuevas oportunidades de negocio intensivas en tecnología y conocimiento y adecuadas al marco de la sostenibilidad buscada.

There are no comments yet.