

UNA NUEVA ECONOMIA VERDE PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: ECONOMIA VERDE E INCLUSIVA”.

El hecho de avanzar hacia una economía verde y sostenible pasa por conseguir que sea económicamente viable, que sea rentable para todos los actores. En un contexto de crisis económica internacional como el actual, donde prima la creación de riqueza y empleo, parece que la economía verde es aun mas difícil que se consolide. La gran cuestión es: ¿Cabe preguntarse si es rentable una economía verde? ¿Es viable para una empresa pagar más por un producto aunque cumpla ciertos criterios sociales o ambientales? Esta es la gran cuestión. Damos por hecho que todo el mundo aboga por que un producto sostenible es bueno para todos pero el problema es el coste de oportunidad para un negocio.

Pero tenemos algunos datos para ser optimistas en este sentido:

Brand Sustainable Futures 2010. Estudio elaborado por Havas Media en UK, USA, España, Alemania, Francia, India, Brasil, México y China. Octubre 2010:

- Un 85% de los consumidores declara tener en cuenta aspectos medioambientales o sociales en sus compras

- Un 45% lo hace de manera sistemática y regular

- Un 40% estaría dispuesto a pagar un 10 por ciento más por productos producidos de manera socialmente responsable.”

Los consumidores aluden 3 barreras principales para ejercer un consumo responsable hoy en día: (1) FALTA DE INFORMACION Y CONFUSION PARA CONOCER SI UN PRODUCTO ES PRODUCIDO DE FORMA SOCIAL/MEDIO AMBIENTALMENTE RESPONSABLE; (2) PRODUCTOS SON MAS CAROS; (3) FALTA DE OFERTA Y DISPONIBILIDAD.

¿Cuál es la forma de avanzar hacia esa economía verde y viable al mismo tiempo? En COPADE creemos que debemos actuar en ciertos sectores y así lo hacemos con la campaña Madera Justa:

- Incorporar a los pequeños productores de los países empobrecidos. Esto añade a la economía verde un concepto muy importante como es el Comercio Justo para la mejora de las condiciones socioeconómicas de estos pequeños productores. No solo debe ser un producto responsable desde el punto de vista ambiental, sino también desde el social. Trabajando directamente con los pequeños productores de países empobrecidos para que utilicen materias primas sostenibles, especialmente madera FSC, y para que los procesos

productivos sean más respetuosos con el medio ambiente y se respeten las condiciones y criterios que establece la WFTO (World Fair Trade Organization).

- Incidencia en los consumidores. Sensibilizar a los ciudadanos de a pie (aun hoy en día solo un 30-35% aproximadamente de los españoles conocen lo que es el Comercio Justo). Afianzar en los consumidores el mensaje de que es posible realizar otro tipo de consumo y facilitar la realización efectiva de ese consumo responsable mediante la accesibilidad de los productos (más puntos de venta e información más clara y precisa).
- Incidencia en las AA.PP. Hay que destacar al respecto que las Administraciones son responsables del 18% del consumo de productos de papel y madera en España. Hay que trabajar con las administraciones para conseguir que se legisle de forma específica para promover la economía verde en nuestros países y además para que se incluyan por parte de las administraciones criterios ecológicos y de Comercio Justo en las licitaciones de compra pública (ya existen diversos casos sobre ello en Europa y en España). COPADE ya está trabajando con algunos ayuntamientos españoles en esta línea.
- Incidencia en las empresas. Tanto promoviendo en su consumo interno la incorporación de productos sostenibles y de Comercio Justo (café en las máquinas vending, etc...), como incorporando en los procesos productivos materiales sostenibles y comercializando productos verdes. Estamos hablando de productos diferenciados, exclusivos, de segmentar el mercado, de diferenciarse del competidor ofreciendo un mayor valor añadido. En el marco de la campaña Madera Justa tenemos varios ejemplos de esto.
- Generación de riqueza y empleo. Tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados, mediante el desarrollo de productos semitransformados por pequeños productores en los primeros y terminados en Europa, incorporando criterios de Comercio Justo y ecológicos.

Una de las herramientas que COPADE utiliza para hacer todo esto es el trabajo multisectorial, las alianzas entre distintas entidades que se pueden complementar, el trabajo en red, la creación de sinergias. Como forma de trabajo para avanzar hacia un sistema más sostenible. Implicar a las empresas como un actor más de cooperación y como un agente de desarrollo. Valor añadido de los productos verdes para las

empresas, diferenciación de producto, exclusividad, segmentación de mercados.... Un ejemplo de esto es la plataforma Madera Justa que COPADE impulsa, que recibe financiación de diversas entidades y administraciones públicas españolas (AECID, Fundación Biodiversidad, Ayuntamiento de Madrid, Castilla la Mancha, Cantabria, y que cuenta con casi 40 entidades miembros, entre ellas: Greenpeace, CC.OO., CONAMA, ECODES, Emaus Fundacion Social, A Cova da Terra, Triodos Bank, Leroy Merlin, Advantia, Factor CO2, etc... Para obtener más información sobre Madera Justa pueden visitar la web www.maderajusta.org