

Blue Economy propone una estrategia común con el PNUMA

Blue Economy propone el término de la Economía Azul para definir una nueva economía eficiente en recursos y con perspectivas de conservar y mejorar el medio ambiente.

Cuando, en junio de este año, los jefes de gobiernos y naciones se reunirán en Brasil para discutir acerca de un desarrollo sostenible a nivel global, entonces también surgirá la pregunta de cómo definir una economía sostenible. Mucho tiempo ha pasado hasta que los gobiernos se hayan puesto de acuerdo acerca de las pautas básicas del término de la “Economía Verde”. Durante más de una década el “movimiento verde” se ha formado sin tener una imagen política unificadora, lo cual ha conllevado el presente término multifacético de la Economía Verde. Muchos prefieren llamarla “Greenwashing” o “Engaño Verde”.

Poco a poco se ha llegado a un acuerdo de que el objetivo de la Economía Verde es una “economía soportable por la naturaleza y con bajas emisiones”. Por supuesto es necesaria una política constituyente de regulación para seguir este camino que apoya las empresas orientadas hacia la innovación y reduce las emisiones de contaminantes en el medio ambiente. A pesar de todo progreso que se ha alcanzado en relación con este sujeto, sabemos que la Economía Verde es solo un paso de transición hacia un cambio paradigmático en el desarrollo social y económico.

El 10 de febrero de 2012, el PNUMA declaró en un comunicado de prensa:

“Los países mediterráneos y la Unión Europea que se reúnen en París, han requerido que se funde una economía “azul” para asegurar y promocionar un medio ambiente mediterráneo limpio, saludable y productivo”.

El creador del término “Blue Economy”, Prof. Dr. Gunter Pauli, se alegra de que el PNUMA y los países del Mediterráneo hayan adoptado su término de la “Blue Economy” o “Economía Azul” para una iniciativa sin duda provechosa que protege un medio ambiente mediterráneo limpio, saludable y productivo. Con el reporte “Green Economy in a Blue World” las Naciones Unidas señalan el potencial de los Océanos: La economía y la protección del medio ambiente no tienen que contradecirse mutuamente.

Achim Steiner resume los resultados de la siguiente manera: “Una expansión de inversiones verdes en los recursos marinos y costeros, así como el refuerzo de la cooperación internacional en cuanto al manejo de ecosistemas más allá de fronteras nacionales, son esenciales si se pretende que la transición hacia una economía verde eficiente en recursos y con menos CO2 se convierta en

realidad.”

Aún así no debemos olvidar que el reporte al Club de Roma “The Blue Economy”, el cual reúne cien ejemplos y prevé la posibilidad de crear 100 millones de empleos, impone un objetivo aún más desafiante. Desde el 2010 y con mucho éxito, “The Blue Economy” está presentando una innovación por semana e incluye datos de mercado así como indicaciones acerca de su potencial para miles de fundadores de empresas, con el fin de inspirarlos a imitar estos ejemplos en todo el mundo.

Un negocio sostenible en el espíritu de la Economía Azul hace posible responder a las necesidades básicas de todos sin explotar los recursos naturales, pero al mismo tiempo sin necesidad de renunciar a las comodidades. En contraste con la Economía Verde, la Economía Azul representa una nueva manera de diseñar compañías, un nuevo modelo de negocio orientado hacia el mercado, negocios sostenibles y un crecimiento sostenible. La Economía Azul significa hacer que lo bueno sea más accesible y lo malo más costoso. La Economía Azul promueve el agua limpia, el aire limpio y el planeta Tierra.

El término “Economía Azul” significa: Usar los recursos disponibles en sistemas de cascadas; los residuos de un producto se convierten en materia prima para un nuevo flujo de caja. De esta manera se generan empleos, se recauda capital social y aumentan los ingresos; todo esto sin tener que seguir explotando y dañando el medio ambiente, sino más bien conservándolo y mejorándolo. Esto hace posible un crecimiento sostenible. El sistema económico presente puede transformarse en un desarrollo sostenible por medio de innovaciones y el empresariado. Las innovaciones y unas mejores condiciones de vida se promueven por medio de la demanda, el mercado libre y la educación en vez de inhibirlos por medio de subsidios y barreras sociales.

Una visión holística es la clave de todo ello, se trata de sinergias inteligentes y conexiones entre distintos niveles (cascadas) dentro de unos (eco)sistemas que puedan permanecer invisibles a primera vista. Ahora tenemos que buscar diálogos con el fin de promover un entendimiento holístico de un mundo interrelacionado de producción e integrar el agua como recurso básico y pilar de la vida de plantas, animales, algas y bacterias.

Con el enfoque de formar una asociación entre iniciativas con orientación ecológica de todo el mundo ante la cumbre de Río+20, ofrecemos el atractivo término de “Economía Azul” como base para una comunicación general y mutuamente consistente.

El libro de Gunter Pauli: “The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs” se publicará en mayo de este año como edición europea así como alemana. La versión castellana “La economía azul, 10 años, 100 innovaciones, 100 millones de empleos” ha sido publicada en 2011.

Acerca de Blue Economy

Blue Economy es una alianza mundial conducida por Zero Emissions Research & Initiatives (www.zeri.org) y apoyada por la agencia de comunicación y mercadeo Konvergenta InterZero GmbH.

Motivo principal:

- La Naturaleza aspira los beneficios por diversificación: diversidad significa riqueza.
- En los sistemas naturales los nutrientes, materia y energía se vuelven a usar una y otra vez. Los residuos no existen.
- Cualquier subproducto es materia prima para un nuevo producto, cada proceso genera múltiples utilidades.
- La Naturaleza provee espacio para aquellos empresarios que hacen más de menos – la Naturaleza es eficiente.

Blue Economy significa consumo en vez de renuncia: aprovecha al máximo los recursos y energías disponibles.

¿Está interesado? Lea más en www.blueeconomy.biz

Zero Emissions Research & Initiatives (www.zeri.org) es una organización sin ánimo de lucro formada por mentes creativas que buscan soluciones para los retos en la industria y la protección del medio ambiente.

Konvergenta InterZero es una agencia de mercadeo y comunicación que tiene como fin el hacer posible un cambio positivo ecológico, social y ético en nuestra sociedad. Más información en www.konvergenta.de.
