

Comercializar la biodiversidad para conservarla

Los productos provenientes de ecosistemas sanos encuentran una creciente aceptación en el mercado y forman parte de una economía que se nutre de la naturaleza, el “econegocio”. El ecoturismo, las flores salvajes, las plantas aromáticas, los aceites esenciales, todos estos productos tienen en común su origen: la biodiversidad de unos ecosistemas sanos que es necesario conservar.

Entre otros ejemplos de “econegocio” se encuentran la producción sostenible de mimbre, la transformación de plasma animal en fertilizante agrícola o el papel hecho a mano partiendo de plantas invasoras. La comercialización de todos estos productos se realiza con un mismo objetivo: ayudar a conservar la biodiversidad. Las comunidades locales donde se encuentran estos productos deben formar parte activa de la gestión del econegocio y ser partícipes de los beneficios obtenidos. Entre los principios del desarrollo sostenible se encuentra la obligación de crear una relación laboral digna y unas condiciones económicas justas para los trabajadores, en este caso para aquellos que pueblan las zonas donde se encuentran los ecosistemas. Los “econegocios” que giran en torno a la biodiversidad pueden ser desde actividades tradicionales de ecoturismo hasta la fabricación de ingredientes naturales que permitan abastecer al sector de la cosmética natural.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, UICN, es una red internacional de más de 1.000 organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, además de unos 11.000 científicos voluntarios y expertos en alrededor de 160 países. Para reforzar la capacidad de sus miembros en el desarrollo de econegocios, la UICN ha creado el programa « Business and Biodiversity » (Negocio y biodiversidad), cuyo objetivo es compartir las experiencias de los miembros de la UICN en el desarrollo de las actividades empresariales en el marco de sus programas de conservación. El proyecto está financiado por el Ministerio francés de Ecología, Energía, Desarrollo Sostenible y Urbanismo. El proyecto, después de evaluar las necesidades de los miembros de la UICN, determinará las medidas que se deben tomar para optimizar el resultado de sus esfuerzos.

“En muchas ocasiones, las asociaciones por la conservación de la naturaleza desempeñan un papel activo en la ayuda al desarrollo, en la consecución de ingresos alternativos y más sostenibles para las comunidades que, hasta ese momento, venían haciendo un uso insostenible de los recursos naturales” declara Giulia Carbone, del programa de la UICN. “Estas asociaciones llevan mucho tiempo desarrollando este tipo de “econegocios” en torno a la biodiversidad”.

El proyecto ha publicado su estudio “El Tiempo de los negocios de biodiversidad”, el cual ilustra una selección de los principales econegocios desarrollados por las organizaciones para la conservación de la naturaleza que participaron en el mismo.

En dicho estudio se analizan 22 actividades empresariales relacionadas con la biodiversidad. Los productos objeto de estas actividades provienen de numerosas regiones del mundo entero. En el estudio se recoge, además, el punto de vista de 10 expertos sobre diversas cuestiones, tales como el papel de los gobiernos, la necesidad de compartir los beneficios obtenidos con las comunidades locales y la experiencia de las multinacionales. Además, se publica también una guía para el desarrollo de la “Empresa de las Organizaciones para la Conservación de la Naturaleza”, que aporta los consejos necesarios para iniciar un “econegocio”.

Más información

Estudio para Pro Natura CH sobre el futuro de la naturaleza

(fin del artículo)