

## RETOS

### Las nuevas oportunidades de exportación de la economía “ecológica”.

Los productos, servicios y tecnologías medioambientales constituyen un mercado cuyo valor es hoy de US\$ 475.000 millones, y que probablemente se elevará a US\$ 640.000 millones en 2010. Se prevé que las economías en desarrollo y en transición captarán más del 15% de dicho mercado. Muchas tienen una ventaja competitiva inmediata

en sus recursos naturales y sus propias soluciones tecnológicas a las necesidades nacionales de protección del entorno, que podrían interesar también a otras economías en desarrollo.

Son cada vez más las exigencias “ecológicas” que pesan sobre los exportadores, desde el uso de embalajes ecocompatibles hasta la oferta de productos





alimentos orgánicos. Para competir, los productores deben dar prueba de innovación tecnológica, calidad y rendimiento de sus servicios, y flexibilidad en sus métodos de producción. La insuficiencia de los sistemas de apoyo medioambiental deja a los exportadores sin apoyo para afrontar estas exigencias.

Las normas de protección medioambiental suelen funcionar como barreras comerciales, sobre todo contra las exportaciones de los países menos adelantados. Sin embargo, la mayoría de éstos no participan en la formulación de dichas normas. Aunque los obstáculos “verdes” se aplican a diversos productos, resulta difícil evaluar sus efectos debido a la escasa información disponible sobre las mercancías afectadas.

Los promotores de la producción “biodiversificada” en los países en desarrollo afrontan problemas específicos. A veces, las comunidades locales — es decir, los garantes tradicionales de la biodiversidad

de recursos — carecen de competencias o medios de formación empresariales, y por ende no logran añadir valor, establecer economías de escala ni gestionar sus recursos de forma sostenible.

Sin embargo, poco se sabe en los países en desarrollo sobre las oportunidades comerciales relativas a la protección medioambiental y a la demanda de productos de exportación ecológicos. Las carencias institucionales y de coordinación a nivel nacional entre entidades normativas, organismos de protección del medio ambiente y órganos consultivos y de certificación explican el déficit de información y el hecho de que aún no se hayan definido con precisión los contornos de este nuevo sector.

Estas carencias redundan en la falta de análisis sobre mercados de exportación, de servicios de apoyo a los exportadores y de iniciativas de fomento de la economía “verde”.

## SOLUCIONES

- ▶ **Potenciar las instituciones medioambientales**, como las agencias normativas y de protección del entorno, para que puedan recopilar y analizar datos pertinentes a nivel nacional. Disponer de un “inventario de productos y servicios medioambientales” puede ayudar al sector “verde” a influir en la planificación estratégica.
- ▶ **Ayudar a los exportadores a asegurar la compatibilidad ecológica**, mediante programas especiales de capacitación e información. Ofrecer servicios de apoyo a la exportación para las comunidades de zonas ricas en recursos naturales. Asegurar que estas comunidades se beneficien del comercio, adopten una perspectiva de beneficios a largo plazo e impulsen un crecimiento sostenible.
- ▶ **Explorar las posibilidades de comercio Sur-Sur**, para dar respuesta a las necesidades similares que afrontan los países en desarrollo, como el uso de energía solar y el control de crecidas e inundaciones.

## Aporte del CCI

- ▶ **Asistencia técnica a las instituciones medioambientales** que intervienen en el fomento del comercio. Al potenciar sus conocimientos, coordinación y capacidades de investigación, el CCI les ayuda a impulsar una integración más efectiva de los aspectos ambientales en las estrategias nacionales.
- ▶ **Promoción de las exportaciones de productos y servicios “verdes”**, por medio de servicios consultivos y análisis de mercado de distintos sectores: alimentos, especias y hierbas de cultivo orgánico; caucho; yute y fibras de coco; plantas medicinales; productos de madera de explotación sostenible; productos artesanales, y servicios y tecnologías ambientales.
- ▶ **Información sobre comercio ecológico**, ofreciendo bases de datos especializadas sobre: normativas “verdes”; nuevos requisitos de procesamiento y producción; embalaje ecológico; ecoetiquetado; precios de productos de prioridad medioambiental, y fuentes de aprovisionamiento de productos, tecnologías y servicios favorables al medio ambiente. Los instrumentos en línea del CCI (*Trade Maps*) detectan los obstáculos “medioambientales” a las exportaciones.