

En los ámbitos social, político, cultural y económico-empresarial se evidencia a nivel mundial una creciente toma de conciencia y de acción hacia la sostenibilidad **medioambiental** en todas sus dimensiones (por ejemplo, alrededor de la **generación de energía** -cada vez más mediante fuentes renovables de todo tipo-, el **consumo de agua y de energía** -en términos de ahorro y eficiencia energética, de reducción de emisiones nocivas, etc.- y la **valorización de los subproductos y residuos** de todo tipo).

Así, en el ámbito empresarial el medioambiente (que tradicionalmente ha sido visto como un recurso que debe cuidarse pese a que represente un coste para las empresas) se viene consolidando de manera creciente como un **factor de competitividad** y, asimismo, como un **elemento de generación de oportunidades de negocio empresarial** y de **producción de bienes y servicios para todos los sectores económicos**. En una primera aproximación, dichas oportunidades empresariales omnipresentes se pueden agrupar de acuerdo con las siguientes tres grandes categorías:

- **Procesos** más limpios, lo cual implica modificar la estructura y operación de los procesos de producción existentes a fin de que éstos generen menos contaminación y residuos.
- **Productos** más limpios, lo cual implica o bien modificar el diseño y el tipo de material de productos ya existentes, o bien considerar el llamado “diseño por el ambiente” (o ecodiseño) de manera sistemática desde las primeras etapas del diseño de un nuevo producto o servicio.
- Un uso sostenible de todos los **recursos**, lo que implica llevar a cabo modificaciones en **todo el ciclo de vida de cualquier producto** incluyendo la relación con los proveedores y los clientes (y, por tanto, desde la obtención de las materias primas, incluyendo materiales reutilizados o reciclados, hasta la disposición del producto una vez concluida su vida útil, pasando por su fabricación, envasado, transporte y uso por parte del consumidor).

Conscientes de todo ello, el medioambiental resulta ser uno de los ejes principales de **la reciente Estrategia Económica Europea 2020** (que, no en vano, en su llamada “meta 20/20/20” se plantea para dicho año 2020 los siguientes objetivos: recortar en un 20% las emisiones de dióxido de carbono (en comparación con los niveles de 1990), aumentar la proporción de energía renovable en el consumo final de energía (de tal manera que suponga el 20% de éste) y reducir el consumo total de energía en un 20%). Por tanto puede decirse que, cada vez más, **el crecimiento económico, el medioambiente y los residuos van indisolublemente unidos**.

A nivel de Navarra se evidencia, **tanto desde la iniciativa pública como privada**, cierto liderazgo en algunos de los ámbitos indicados más arriba (por ejemplo, en la generación mediante la llamada “gran eólica”, en la depuración de aguas residuales, en el reciclaje de subproductos alimentarios, etc.). Asimismo, recientemente se vienen estableciendo ciertas iniciativas empresariales tales como PRODEMA (una Agrupación Empresarial Innovadora que incluye a empresas, centros tecnológicos y universidades para promover proyectos y actuaciones en el ámbito de la gestión medioambiental) o Ecópolis (un polígono industrial en la Zona Media de Navarra especializado en empresas relacionadas con el medio ambiente, independientemente de su procedencia sectorial).

Debido a todas las razones anteriores, y si bien la sostenibilidad medioambiental ya es consustancial con algunos de los sectores por los que se apuesta desde MODERNA (por ejemplo, Construcción Sostenible, Vehículo Sostenible o Energías Renovables), también se entiende que, con la mirada puesta en 2030, se justifica la **apuesta explícita desde MODERNA por el Medioambiente y los Residuos como un ámbito específico de generación de oportunidades de negocio empresarial** y, por tanto, de creación, desde la **colaboración público-privada**, de riqueza y empleo mediante la provisión de bienes y servicios específicos.