



**Taller del CCPC sobre “Comercio de productos verdes en América del Norte:  
oportunidades y barreras para las Pymes”**

**Fairmount Waterfront Hotel  
29 de marzo de 2006**

**Acta resumida<sup>1</sup>**

El presidente del CCPC abrió la sesión informando a los participantes que el propósito principal de la reunión consistía en explorar conjuntamente qué acciones podían tomarse para expandir las oportunidades del mercado e identificar y atender las barreras para las Pymes en América del Norte. Presentó a los miembros del Comité para la sesión; entre ellos: Alejandro Sosa de Global Environmental Management Initiative (GEMI), John Mizroch de World Environment Center (WEC) y Gordon Lambert de Suncor Energy, también miembro del CCPC por parte de Canadá.

El taller inició con la introducción de Patricia Clarey, ex jefa de gabinete del gobernador de California Arnold Schwarzenegger, quien presentó a la ciudadanía un panorama general de las numerosas iniciativas ambientales del estado de California, en especial las relacionadas con la comunidad empresarial. Subrayó el interés de la administración en las edificaciones y adquisiciones sustentables, así como en la energía renovable. Reiteró las observaciones inaugurales del Presidente y exhortó a los miembros del público a interactuar y ofrecer sus opiniones a lo largo de la sesión. A continuación presentó al primer orador principal, Alejandro Sosa de la Iniciativa GEMI de México.

Sosa presentó una perspectiva general de la industria manufacturera en México y destacó que el 99.1 por ciento del total lo constituyen pequeñas y medianas empresas, y que el 0.9 por ciento restante (principalmente grandes conglomerados) emplean al 46 por ciento del total de personal del sector manufacturero. A continuación describió el proyecto sobre cadena de abasto verde en México, orientado a mejorar la competitividad y desempeño ambiental de las Pymes que abastecen a las grandes empresas. También mencionó la responsabilidad social corporativa y las diferencias entre nuestros países.

Mensajes clave de su presentación:

- En los países acaudalados, la responsabilidad social contribuye en mayor medida a la reputación de una empresa que la imagen de marca. Las compañías que hacen caso omiso de su responsabilidad social ponen en riesgo su participación

---

<sup>1</sup> NOTA SOBRE RESPONSABILIDAD: Aunque el presente resumen se preparó con todo cuidado, los lectores deben tomar nota de que no fue revisado ni aprobado por los participantes y, por tanto, puede no reflejar con toda exactitud sus declaraciones.

de mercado, ya que es cada vez mayor la conciencia del consumidor sobre las consecuencias de un ineficiente desempeño ambiental.

- En lo que concierne al desarrollo de la capacidad, según aseveró el orador, en el mundo corporativo las empresas se clasifican en dos categorías principales: líderes y seguidores, y optan por asumir un papel inactivo, reactivo, responsable o proactivo.
- Sosa observó que las pequeñas empresas muestran mayor interés por su supervivencia; por ende, la dificultad que enfrentan estriba en asumir proyectos adicionales más allá de su rutina diaria.
- Señaló las barreras que enfrentan las Pymes en México, incluida la falta de confianza en las autoridades del gobierno, el escepticismo frente a la rentabilidad de incorporar ventajas ambientales a su producción, además de la falta de recursos y tiempo.

Terminó sus observaciones destacando los múltiples impactos positivos de una producción más respetuosa del medio ambiente para las Pymes. Éstos incluyen:

- una mejor imagen corporativa y de marca frente a la comunidad, el gobierno y los grupos de interés
- valor agregado para los accionistas
- prevención de la contaminación y soluciones eficientes en términos ecológicos

Algunos de los retos:

- Modificar la percepción errónea de la pérdida de tiempo y recursos
- Resistencia al cambio: “Si no está roto, no lo repares” en vez de “Si no cambias, pierdes la oportunidad de ser mejor”
- Integración con otros proyectos y programas en vigor en México

Puede consultarse una copia de la presentación en el siguiente vínculo:

<http://www.cec.org/files/pdf/JPAC/CEC-10%20MIN-SOSA-290306.pdf>

Una vez concluida la presentación de Sosa, John Mizroch del World Environment Center inició su presentación ofreciendo un panorama general del WEC, en particular sobre su trabajo con las Pymes. Explicó cómo se enfoca en las cualidades verdes de los productos de las Pymes y cómo en muchos casos colabora con asociaciones comerciales. El WEC también administra proyectos para compañías afectadas por las crecientes importaciones.

De acuerdo con Sosa en que el interés principal de las Pymes es sobrevivir, también señaló que son el motor económico de nuestros países, al ser generadoras de empleos y por ser cada vez más innovadoras, en especial en el área verde.

Habló también sobre las grandes multinacionales y sus esfuerzos por hacer más sustentables sus comunidades y sobre la reacción de los consumidores ante estas iniciativas, en particular la compra de productos con certificación verde, como son la

madera y el café. Además, numerosos actores sociales están uniendo esfuerzos, lo que indica que se está creando una ventaja económica para las Pymes.

Mizroch habló sobre la crisis energética real y las catastróficas consecuencias para la sociedad, lo que aumenta la necesidad de alcanzar cualidades sustentables y eficientes. Describió los esfuerzos del gobierno de EU por ahorrar energía, que en parte se concentran en la vivienda residencial y el transporte, incluido un mayor uso de la energía solar dentro de la industria de la construcción. Explicó cómo deben aplicarse las medidas sobre eficiencia energética, dado que las zonas urbanas de EU consumen hasta el 40 por ciento de la energía nacional.

En relación con las fuentes alternativas a los combustibles fósiles, habló acerca del etanol, la biomasa y el biodiesel y de la necesidad de respaldar estos esfuerzos. Mencionó que a pesar de que Canadá y México son productores de petróleo, hay una fuerte tendencia en América del Norte y en el resto del mundo hacia formas alternativas de energía y las Pymes son las que están realizando la labor. En sus conclusiones, señaló la dificultad que enfrentan las empresas pequeñas para abordar solas el desafío energético, y el posible papel del CCPC y la CCA para apoyar estos esfuerzos.

Lambert, de Suncor Energy, enfocó su presentación en la energía eólica, y explicó cómo el interés de Suncor en alternativas de energía les condujo a este tipo de energía, directamente en línea con la visión de la OCDE.

Al principio se pensó en la energía eólica como una solución complementaria frente a la demanda de producción de electricidad; sin embargo, hubo que sortear algunas barreras para darle total credibilidad y la política fue una de ellas. Para solucionar esta situación, se creó la Coalición de Aire Limpio (*Clean Air Coalition*), la que a su vez permitió al gobierno, ONG y a la industria avanzar en el sentido de programas de incentivos para la energía eólica.

Aunque en el año 2000 no se produjeron resultados significativos, no cesó el esfuerzo canadiense, debido en parte al cambio climático y a la necesidad de obtener formas de generación de energía menos intensivas en emisiones de carbono. Los esfuerzos de colaboración entre los sectores interesados se han esparcido por todo el país y la generación de energía eólica en Canadá se estima actualmente en cerca de 3,000 megavatios.

Además invitó a la ciudadanía a participar en una discusión sobre las oportunidades para los productos verdes en América del Norte.

Algunos de los mensajes clave son:

- Un miembro del CCPC comentó sobre el importante papel de la ciudadanía para cambiar las iniciativas que pueden llegar a dañar el medio ambiente. Dio como ejemplo un plan para un proyecto de gas natural en la provincia de Quebec, que enfrentó protestas masivas y una reacción negativa. Se calcula que

- aproximadamente 67 por ciento de la población de Quebec estaba en contra de este desarrollo y, como resultado de estas manifestaciones, más tarde se canceló el plan.
- Un miembro del público destacó la importancia de la educación del consumidor como motor de una mayor producción de productos respetuosos del medio ambiente, incluidas las fuentes de energía alternativas, las que generarán a su vez sustentabilidad.
  - Un miembro del público sugirió que algunas empresas muestran mayor resistencia frente al cambio por falta de información e incentivos financieros. En el caso del uso de formas alternativas de energía renovable, la clave parece radicar en programas y métodos a emplear, como es la evaluación exhaustiva de los proyectos antes de su lanzamiento, la contratación de asesores para ayudar a las empresas en la toma de decisiones en materia de un mejor aprovechamiento de la energía, y subrayar la importancia de proteger el medio ambiente y conservar los recursos naturales por medio de seminarios informativos.
  - Otro miembro del público mencionó que el desempeño ambiental de las empresas está relacionado con su magnitud, ya que las empresas pequeñas se sienten más aisladas y presionadas por las comunidades y los gobiernos. También hizo referencia a los recursos adicionales con que cuentan las grandes empresas en comparación con las pequeñas, que carecen de los medios para cumplir con todos los requisitos tras las inspecciones regulares.
  - Otro miembro del público reiteró que para que las Pymes den cabal cumplimiento requieren recursos y apoyo, de ahí la necesidad de trabajar conjuntamente para diseñar los programas necesarios enfocados específicamente en esta problemática.
  - En materia de alternativas de energía, se emitió un comentario en relación con la importancia de ampliar el alcance del diálogo entre todos los grupos de interés para hacer frente a las barreras políticas y asuntos relacionados, si se desea un enfoque hacia un futuro más sustentable. El crecimiento económico y el consumo de energía guardan una relación inextricable; por tanto, la necesidad de aumentar la eficiencia mediante recursos innovadores deberá constituir una prioridad.
  - De acuerdo con un miembro del público, la industria emitirá una respuesta si existe una demanda. Además, las políticas positivas en materia de adquisiciones gubernamentales sirven de ejemplo para la industria. Recomendó que la CCA centrara más su atención en proyectos de adquisiciones verdes y que el gobierno asumiera un papel de liderazgo.
  - Se proporcionaron algunos ejemplos que ilustran cómo varias provincias canadienses y entidades de Estados Unidos asignan recursos hacia ambiciosos proyectos con ventajas ambientales, no sólo relacionados con mayores adquisiciones gubernamentales, sino también hacia la edificación sustentable y al uso de formas de energía alternativas.
  - Un miembro del público señaló las diferencias entre México y sus socios de América del Norte respecto de las alternativas energéticas. Explicó que, desde su punto de vista, los esfuerzos del gobierno mexicano para producir energía habrán de dirigirse hacia la tecnología de biomasa. En relación con su comentario, uno de

- los miembros del Comité subrayó que existe una verdadera oportunidad para las Pymes en este ámbito.
- Otro miembro del público destacó algunas de las labores en curso de la CCA, como la Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte (NAGPI), que abarca adquisiciones con ventajas ambientales de energía y productos de limpieza y papel. Manifestó además la necesidad de que el CCPC y los gobiernos apoyen este trabajo y desempeñen una función más activa en ese sentido.
  - Se emitió un comentario adicional que reiteraba la necesidad de que los gobiernos trabajen más estrechamente con las Pymes por medio de programas e incentivos. Las Pymes requieren apoyos financieros para invertir en el diseño y elaboración de productos más verdes sin tener que incrementar el costo final al consumidor, lo que les restaría competencia dentro del mercado.

El presidente del CCPC agradeció la asistencia de todos los participantes, miembros del CCPC y la ciudadanía y dio por concluido el taller.