

Fomento de las compras verdes en América del Norte

Productos de limpieza, productos y equipo de oficina y electricidad



cec.org



Impreso en Canadá en papel hecho con 100% de fibra postconsumo



Comisión para la Cooperación Ambiental

393, rue St-Jacques Ouest, Bureau 200
Montréal (Québec) Canada H2Y 1N9
t (514) 350-4300 f (514) 350-4314
info@cec.org / www.cec.org



Fomento de las compras verdes en América del Norte

Índice

1.0	Antecedentes	5
1.1	Compras verdes	5
1.2	Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte	5
1.3	Orientaciones del Consejo en materia de adquisiciones	6
1.4	Descripción de proyectos y planes de acción	6
2.0	Definición de “verde”	9
2.1	Productos de limpieza verdes	9
2.2	Productos y equipos de oficina verdes	10
2.3	Electricidad verde	12
3.0	Plan de promoción	15
3.1	Canadá y Estados Unidos	15
3.1.1	Productos de limpieza y productos de oficina	13
3.1.2	Elaboración de especificaciones de compra para removedores de graffitis	16
3.1.3	Electricidad verde	17
3.2	México	19
3.2.1	Productos de limpieza	19
3.2.2	Productos y equipo de oficina	22
3.2.3	Electricidad verde	23





Este plan de instrumentación busca ofrecer las herramientas y la información para alentar a las instituciones, incluidas las gubernamentales de todos los niveles, las universidades, los hospitales y las empresas privadas, a incrementar sus compras de:

- (1) productos de limpieza verdes,
- (2) productos y equipo de oficina verdes y
- (3) electricidad verde.

- 1.1 Compras verdes
- 1.2 Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte
- 1.3 Orientaciones del Consejo en materia de adquisiciones
- 1.4 Descripción de proyectos y planes de acción

1.0 Antecedentes

1.1 Compras verdes¹

Los productos y servicios verdes tienen atributos² benéficos para el medio ambiente o en términos de energía, por ejemplo contenido de reciclados, eficiencia energética y pocas o nulas cantidades de sustancias peligrosas o tóxicas. Con frecuencia generan beneficios económicos a partir de estos y otros atributos. Las Partes del TLCAN atribuyen gran importancia al fomento en América del Norte de mercados para los productos y servicios verdes y están comprometidas con su compra y la promoción de su uso en todos los niveles de gobierno y en entidades no gubernamentales. La aplicación de decisiones ambientales incluso a una fracción del mercado de compras gubernamentales, que suma un billón de dólares anuales en América del Norte, ayudaría a estimular la demanda de productos y servicios verdes, y representaría importantes beneficios ambientales.

Hay diversos obstáculos, sin embargo, que no dejan que el mercado de compras verdes crezca en América del Norte, por ejemplo la necesidad de intercambiar información respecto de las técnicas de compra exitosas, información sobre los atributos energéticos o ambientales, segmentos del mercado dentro o fuera de los gobiernos nacionales, las herramientas disponibles para evaluación de ciclo de vida o análisis de costo-beneficio al comprar determinado producto o servicio y oportunidades de certificación gubernamental o de terceros. Tampoco se cuenta con una base comparativa sobre atributos energéticos o ambientales para una serie de productos o servicios.

En colaboración con la CCA, las Partes pueden superar algunos de estos obstáculos y contribuir al crecimiento del mercado de compras verdes en América del Norte.

1.2 Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte

La CCA emprendió la Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte (NAGPI, por sus siglas en inglés) y dio los pasos iniciales para reunir a los representantes de los principales programas de compras verdes de la región, documentar los niveles de las compras verdes e identificar algunas historias exitosas al respecto.

¹ Las compras verdes se denominan también compras responsables, compras inteligentes, compras socialmente responsables, compras con preferencia ambiental, etcétera.

² El presente plan se concentra en los atributos ambientales. Hay también diversos beneficios sociales y en costos, pero son menos directos.

Con liderazgo de la CCA, la NAGPI está integrada por representantes de las tres Partes, gobiernos estatales y locales, organizaciones independientes de certificación, organismos sin fines de lucro, el sector privado y el sector académico que trabajan en temas relacionados con las compras verdes en América del Norte. La misión de la NAGPI es “mejorar, promover y facilitar el desarrollo de herramientas y actividades para las adquisiciones ambientales en América del Norte con el fin de crear mercados para los productos y servicios con preferencia ambiental de empresas con manejo sustentable, generando con ello beneficios económicos, sociales y ambientales tangibles”.

Entre otras actividades, en los dos años y medio previos la NAGPI ha recopilado un conjunto de estudios de caso y políticas de compras verdes, desarrollado una base de datos de herramientas de apoyo y políticas de adquisiciones en América del Norte y desarrollado una herramienta de autoevaluación de compras verdes para las organizaciones.

1.3 Orientaciones del Consejo en materia de adquisiciones

El Consejo de la CCA dio instrucciones al Secretariado en 2003 de que trabajara con las Partes y la NAGPI en la elaboración de un plan de acción sobre compras verdes que fuera coherente con las obligaciones nacionales e internacionales de las Partes.

Se pidió también al Secretariado que, como parte del plan, identificara herramientas, prioridades y prácticas idóneas que auspiciaran las compras verdes, y explorara la disponibilidad de las Partes para identificar categorías específicas de productos para posible atención prioritaria en el programa de trabajo de 2004. De acuerdo con las prácticas usuales de la CCA, la elaboración del plan ha continuado y seguirá incluyendo participación de los diversos sectores.

Los miembros del grupo coordinador de la NAGPI propusieron tres categorías específicas de productos para posible atención prioritaria en los programas de trabajo de 2004 y 2005: energía renovable, productos de oficina verdes y productos de limpieza verdes.

Durante su sesión de 2004, en su Declaración de Puebla, el Consejo de la CCA ordenó al Grupo de Trabajo sobre el Artículo 10(6) del ACAAN que elaborara un plan estratégico sobre comercio y medio ambiente. En febrero de 2005, el Grupo 10(6) acordó incluir las compras verdes como una de las áreas prioritarias de este plan estratégico y desarrollar en mayor detalle el plan de acción de compras verdes, de modo coherente con las obligaciones nacionales e internacionales de las Partes, para las tres categorías de productos propuestas por la NAGPI.

1.4 Descripción de proyectos y planes de acción

El presente documento combina los planes de acción o estrategias de instrumentación desarrollados por los tres subgrupos del grupo coordinador de la NAGPI —energía renovable, encabezado por John Polak (Terra Choice Inc), productos de limpieza verdes, encabezado por Scot Case (antes del Center for a New American Dream y ahora con Alvernia College Faculty Institute), y productos de oficina verdes, encabezado por Christine Cowan (del ministerio de Obras Públicas y Servicios Gubernamentales de Canadá)— para formar un plan maestro de instrumentación. Los tres planes y sus respectivos presupuestos pueden consultarse en <www.nagpi.net>.

Este plan de instrumentación busca ofrecer las herramientas y la información para alentar a las instituciones, incluidas las gubernamentales de todos los niveles, las universidades, los hospitales y las empresas privadas, a incrementar sus compras de: (1) productos de limpieza verdes, (2) productos y equipo de oficina verdes y (3) electricidad verde. Este plan

de acción apoya la meta del plan estratégico elaborado por el Grupo 10(6) de “promover políticas y acciones que proporcionen beneficios mutuos para el medio ambiente, el comercio y la economía” al dotar a la CCA y al público en general de las herramientas para incrementar el comercio de productos que tienen atributos benéficos para el medio ambiente y ayuden a desarrollar nuevos mercados en América del Norte para los productos y servicios, aprovechando con ello los enfoques de mercado para promover la protección ambiental y la sustentabilidad. El presente plan de instrumentación busca mejorar la coordinación regional y nacional, además de objetivos de desarrollo de la capacidad, al promover la coherencia política relacionada con la adquisición de estos tres tipos de productos.

Los estudios preliminares y contactos previos nos indican que los mercados de productos de limpieza verdes, productos de oficina verdes y electricidad verde parecen más maduros en Estados Unidos y Canadá que en México. Las principales diferencias entre los tres países para cada producto se presentan en el cuadro 1.

Cuadro 1 Principales diferencias en madurez de mercados para productos de limpieza verdes, productos y equipo de oficina verdes y electricidad verde

Productos de limpieza verdes	Productos y equipo de oficina verdes	Electricidad verde
<p>Canadá y EU Normas de aceptación general</p> <p>México No hay aún normas desarrolladas</p>	<p>Canadá y EU Programas de certificación ambiental reconocidos</p> <p>México Programas de certificación aún no desarrollados</p>	<p>Canadá y EU Programas de certificación ambiental reconocidos</p> <p>México La generación y venta de electricidad están a cargo de una sola empresa, por lo que no existe mercado real de electricidad, lo que impide el uso de enfoques de mercado para fomentar la electricidad verde. La electricidad verde certificada no está disponible actualmente en México.</p>

En los tres países, sin embargo, es similar la necesidad de promover la importancia y ampliar con rapidez el uso de productos y equipo de oficina verdes, productos de limpieza verdes y electricidad verde.

Dadas las diferentes necesidades de los tres países, este borrador de plan de acción se divide en dos esfuerzos simultáneos. El primero se centra en las necesidades de EU y Canadá de promover el uso generalizado de normas para acelerar las compras de productos de limpieza, productos y equipos de oficina y electricidad verde.

El segundo esfuerzo se centra en las necesidades de México. En cuanto a los productos de limpieza verdes se buscará la identificación de los mismos, elaborar las normas adecuadas y demostrar la efectividad de los productos. Sobre los productos de limpieza y equipos de impresión verdes, se busca desarrollar los criterios adecuados para efectuar su compra. Por último, de existir interés, se explorarán las posibilidades de desarrollar en México un programa de energía verde, que podría conducir a un programa piloto de compra de dicha energía.

El presente documento, en resumen, en primera instancia propone definiciones de “verde” adecuadas para su uso por parte de los subcomités de la NAGPI. A continuación, se propone un plan de promoción que podría alentar y auspiciar la compra de energía, productos de oficina y productos de limpieza verdes por parte de instituciones de América del Norte, incluido un proyecto piloto en México.



- 2.1 Productos de limpieza verdes
- 2.2 Productos y equipos de oficina verdes
- 2.3 Electricidad verde

2.0 Definición de “verde”

2.1 Productos de limpieza verdes

Los productos de limpieza cubren una amplia variedad de tipos de productos para usos diversos, entre ellos los limpiadores de superficies blandas y duras para hogares, instituciones e industrias, con subcategorías específicas como se indica en el cuadro 2.

Cuadro 2 Limpiadores de superficies duras y blandas para el hogar, instituciones e industrias

Limpiadores de ventanas	Limpiadores de vehículos	Limpiadores de baño
Detergentes para ropa	Limpiadores industriales	Limpiadores de trastes
Limpiadores de uso general	Limpiadores de utensilios	Limpiadores de pisos
Limpiadores para barcos	de cocina	Limpiadores de alfombras
Desgrasantes	Desinfectantes	Removedores de graffitis

En cada categoría con frecuencia se incluyen diversos impactos ambientales en los criterios de liderazgo ambiental, como se enuncian en el cuadro 3.

Cuadro 3 Impactos ambientales incluidos en los criterios de liderazgo ambiental

Degradabilidad aeróbica y anaeróbica	Sin éter, metales tóxicos, alquil fenol etoxilatos, Etileno glicol monometil éter (EGME), EFEE y EGPE, solventes aromáticos, solventes halogenados, amoniacio (para limpiadores de ventanas), Quats (para desinfectantes), cloro (para limpiadores de baño)	Límites en corrosividad e irritabilidad de piel y ojos
No cancerígenos		Límites en toxicidad acuática y humana
		Minimización o ausencia de fragancias
		Limitaciones de empaques por compuestos orgánicos volátiles
		Tóxicos de la reproducción

En lugar de intentar la definición de un conjunto de criterios generales, el comité coordinador de la NAGPI decidió aceptar las definiciones de Green Seal y el programa Environmental Choice.

En esta iniciativa en particular, los esfuerzos se concentrarán en los productos utilizados en la limpieza de interiores de edificios de oficinas y escuelas primarias y secundarias. Los esfuerzos actuales de promoción no se ocuparán de los productos de limpieza exterior o las necesidades únicas de hospitales o las instalaciones de cuidados de la salud o guarderías.

En este contexto, la promoción se centrará en productos de limpieza de uso general, baños, vidrios, pisos y productos de cuidado de alfombras y en removedores de graffitis. No se incluirán en esta ocasión limpiadores especiales para aplicaciones como la limpieza de metales, partes, lavado de autos, mantenimiento de calles y otros usos posibles.

2.2 Productos y equipos de oficina verdes

Dada la amplia variedad de posibles productos y equipos adquiridos para uso en oficinas, el esfuerzo inicial de promoción se ha acotado a los productos de papel, impresoras y fotocopiadoras. La prioridad se dará al papel a granel para impresoras y fotocopiadoras, etcétera, en lugar de en tipos de papel especiales. No se abordarán, por el momento, otros productos o equipos de oficina.

Respecto del papel, los principales impactos ambientales se relacionan con las fuentes de las fibras (por ejemplo, el porcentaje de contenido reciclado) y el proceso de manufactura. Al buscar una compra verde, el cliente debe considerar:

- Si la empresa que fabrica el papel ha dado muestras de cualidades de liderazgo ambiental mediante programas de conservación de materia prima (incluida el agua y la energía) y los sistemas naturales, minimización de residuos y empleo de técnicas de producción limpias;
- El contenido de reciclado o de fibra postconsumo del papel, el tipo de fibras usadas para la fabricación del papel (de especificarse) y si la madera con que se fabrica proviene de bosques de manejo sustentable;
- Los criterios utilizados por organizaciones independientes para definir la “preferencia ambiental” de los productos de papel y si existen productos certificados;
- Los métodos de blanqueado utilizados por el fabricante, y
- Compra en grandes volúmenes mediante contratos marco.

Los compradores deben también contar con una comprensión plena de los atributos de desempeño que requieren de los productos de papel que seleccionan para su uso. Ello incluye no sólo lo que se requiere del papel mismo (por ejemplo, su resistencia medida en gramos por centímetro cuadrado), sino también el contenido autorizado de fibras recicladas y los posibles intercambios (por ejemplo, los usos que requieren calidad fotográfica no se prestan para un alto contenido de fibra postconsumo).

Los compradores, además, podrían considerar la elaboración de un plan de la organización para promover el reciclado de papel y reducir su consumo por medio de opciones de medios electrónicos. Dicho plan podría incluir información sobre cómo evitar impresiones innecesarias, elaborar fotocopias frente y vuelta como norma en impresoras y fotocopiadoras en toda la oficina y utilizar programas de computadora de auditoría de impresión si es factible.

En la medida en que no se cuenta con una definición aceptada de “papel verde” se efectuará una reunión de los sectores pertinentes el 29 de noviembre de 2005, en Montreal, para discutir: (1) lo que puede constituir “papel verde” en América del Norte; (2) terminología común; (3) frecuencia de la auditoría, actualización de normas y un enfoque de incrementos.

Para las fotocopiadoras e impresoras, el uso de electricidad y el copiado frente y vuelta parecen ser las áreas más importantes si se quiere reducir el impacto ambiental. Al buscar las compras verdes o el arrendamiento de fotocopiadoras e impresoras, las empresas podrían considerar:

- Planear respecto del ciclo de vida completo del producto (considerar, por ejemplo, impactos inmediatos como la cantidad de material de empaque de los productos y si existen programas de retorno al fabricante cuando el producto se sustituye).
- Adquirir productos de uso múltiple (es decir máquinas que puedan realizar funciones diversas, como copiado, envío de fax, impresión y escaneo).
- Incorporar el uso de energía y la capacidad de impresión frente y vuelta en las decisiones de compra;
- Considerar el costo total de propiedad, es decir el costo total ambiental de la compra, la operación y la eliminación de la máquina. Ello incluye, entre otros aspectos: empaque mínimo y requisitos reducidos de envío; el costo de la copia (el tóner); el costo de la electricidad; consideración de copiado frente y vuelta; el costo de tener un plan de mantenimiento, y minimizar el impacto de la eliminación evitando la compra de máquinas con plomo en los circuitos impresos o selenio en los tambores.
- Considerar alternativas a la compra de fotocopiadoras e impresoras, por ejemplo el uso de servicios de impresión (comprar páginas, no máquinas).

- Sacar provecho de las normas existentes, por ejemplo *Energy Star* y *Eco Logo*, asegurando en cualquier caso que se consideren los ahorros de energía.
- Evaluar el tamaño y la cantidad de las impresoras necesarias, incluidas las personales.
- Tomar en cuenta la cadena de custodia una vez que termina la vida útil de una máquina en una organización. Por ejemplo, la organización puede tomar en cuenta la eventual disposición de la máquina en las decisiones de compra, si se adquieren productos que puedan desmantelarse con facilidad y contengan componentes que puedan reutilizarse o reciclarse con facilidad.

2.3 Electricidad verde

El proceso de generación de electricidad para nuestras actividades diarias puede generar diversos impactos negativos, entre ellos la generación de gases con efecto invernadero, contaminación atmosférica, destrucción de hábitat, emisiones de mercurio y agotamiento de valiosos recursos no renovables. La electricidad verde es aquella que se deriva de fuentes renovables, con mínimos efectos ambientales adversos.

El mercado para la electricidad verde en América del Norte está madurando con rapidez. Aun cuando los aspectos específicos de la electricidad verde pueden variar entre organizaciones, la mayoría de las definiciones incluyen los dos aspectos fundamentales de renovabilidad y reducción de los impactos ambientales.

La verificación y certificación independientes son generalmente aceptadas como formas de asegurar la protección de los compradores en el mercado de electricidad verde. Dos programas al respecto en América del Norte son Green-e en Estados Unidos y Environmental Choice™ en Canadá. No existe a la fecha programa mexicano de certificación de electricidad verde.

Los certificados de electricidad renovable canjeables (CERC) (también denominados Certificados de Energía Renovable, CER, o etiquetas verdes) han ganado en aceptación en el mercado como medios alternativos para la compra de electricidad verde. Los CERC comprenden los beneficios ambientales asociados con la generación de electricidad verde. En la actualidad los CER son adquiridos por las empresas generadoras de electricidad, los proveedores del servicio eléctrico, comercializadores al mayoreo y menudeo de electricidad y clientes residenciales y comerciales. La protección de los consumidores y la información a los mismos ha impulsado también el desarrollo de dos programas de certificación de CER en América del Norte: Green-e en Estados Unidos y Green Leaf™ en Canadá.

Con el fin de evitar el difícil proceso de hallar una sola definición aceptable de electricidad verde, se decidió que la definición de la NAGPI se base en el estado de la electricidad verde en América del Norte en la actualidad. Aunque son diversas las definiciones actuales, el programa Environmental Choice™ (ECP), administrado por TerraChoice y Green-e, del Centre for Resource Solutions ha realizado ya investigaciones sobre lo que podría y debería definirse como “verde”. Tienen credibilidad, son reconocidos como líderes en el mercado, han incorporado elementos similares en sus certificaciones y se han ocupado de verificar si la electricidad cumple o no con sus definiciones. Además, la compra de certificados CER, con las especificaciones del caso, es ampliamente aceptada como una alternativa a la adquisición de electricidad verde. Se propone, por tanto, que la NAGPI reconozca las definiciones propuestas por estas organizaciones. De esa manera, la electricidad verde se define como aquella generada por recursos renovables, que cumple con criterios ambientales específicos que han sido verificados o certificados por estas dos organizaciones independientes.



3.0 Plan de promoción

3.1 Canadá y Estados Unidos

3.1.1 *Productos de limpieza y productos de oficina*

Al considerar las limitaciones de presupuesto para llevar a cabo una estrategia de difusión, el primer paso es perfeccionar el alcance del público objetivo. La membresía actual de la NAGPI incluye organizaciones con muy fuertes vínculos con los gobiernos federales, provinciales, estatales y locales. Por ello, tiene sentido iniciar los esfuerzos de difusión de la NAGPI centrándose en estos importantes públicos objetivo.

Pueden darse los siguientes pasos orientados a la ampliación del uso de los productos de limpieza verdes y productos y equipos de oficina verdes entre los compradores gubernamentales. Todos los pasos pueden emprenderse por separado para productos de limpieza y productos de oficina, ya que los públicos objetivo puede variar de un producto a otro.

- 1. Elaboración de hojas de datos aprobadas por la NAGPI.** El Secretariado podría elaborar para su aprobación una breve hoja de datos de dos a cuatro páginas destacando la importancia de cambiar a productos más verdes y ofreciendo recomendaciones específicas para realizar el cambio. Las hojas de datos destacarían los esfuerzos exitosos de diversas dependencias gubernamentales. Incluirían también, de ser el caso, información sobre las normas de certificación acordadas, además de la forma en que los productos cumplen otras normas aplicables. Se alentaría posteriormente a los miembros de la NAGPI a que distribuyeran las hojas de datos por medio de sus respectivos canales al respecto, además de publicarlas en sus respectivos sitios de Internet.
- 2. Crear una página electrónica en el sitio de la NAGPI de la CCA dedicada a los productos verdes.** La NAGPI puede crear y aprobar una página de Internet simple destacando la importancia de utilizar productos con mayor responsabilidad ambiental y recomendando que los compradores adquieran productos certificados. Las páginas, una para cada categoría, pueden crearse con facilidad utilizando la información previamente recopilada por los miembros de la NAGPI. Se incluirían perfiles de los esfuerzos exitosos al cambiar a productos verdes y vínculos con información adicional.

3. **Boletines de prensa de la NAGPI.** La NAGPI puede distribuir boletines de prensa que describan, según resulte pertinente, las certificaciones independientes acordadas para productos específicos. Los boletines estarían destinados a publicaciones especializadas dirigidas a los encargados de compras gubernamentales y otros sectores. Los boletines de prensa destacarían los beneficios ambientales y en la salud humana de cambiar a los productos verdes. Se incluirían también vínculos con el sitio en Internet de la NAGPI y con las hojas de datos, además de alentar la participación en las conferencias telefónicas siguientes.
4. **Realizar una serie de conferencias telefónicas interactivas.** Estas conferencias estarían abiertas a los responsables de las compras gubernamentales interesados en conocer más sobre los productos verdes e incluirían a una serie de ponentes que compartirían sus conocimientos y experiencia, vía presentaciones en Powerpoint. En las teleconferencias se abrirían sesiones de preguntas y respuestas en las que los ponentes responderían las preguntas del público. Una conferencia tipo debería incluir un experto que expusiera sobre los beneficios ambientales y para la salud humana de cambiar a productos más verdes. La primera presentación del ponente continuaría con una presentación de un certificador que explicaría la forma en que se han desarrollado sus normas y la forma en que los compradores utilizan dichas normas para adquirir productos verdes. Cada teleconferencia destacaría además un caso de dependencia o departamento gubernamental que haya cambiado a productos más verdes. Se pediría a los participantes que calificaran la efectividad de cada ponente y la eficacia general de la conferencia. Seis meses después de cada conferencia se establecerá contacto con los participantes para verificar si la teleconferencia los alentó a comprar productos más verdes.

3.1.2 Elaboración de especificaciones de compra para removedores de graffitis

El Center for a New American Dream de EU elaboró en 2003 un estudio sobre removedores de graffitis en Portland, Oregon, EU. El estudio concluyó que no existía correlación entre la preferencia ambiental de los productos y su efectividad. Otros han comenzado también a investigar la disponibilidad de productos verdes para remover graffitis. Dado el amplio interés por identificar removedores verdes de graffitis, se presenta una oportunidad singular para que la NAGPI facilite el desarrollo de especificaciones de compra que puedan emplearse para identificar productos verdes.

Podrían darse los siguientes pasos para desarrollar las especificaciones de compra necesarias:

- Revisar los estudios existentes que buscan identificar removedores verdes de graffitis. Identificar todas las variables pertinentes que afectan la efectividad de los productos (por ejemplo, el tipo de superficie [ladrillo, estuco, piedra, metal, madera, concreto], el tipo de grafiti [pintura en aerosol, lápiz labial, pintura de aceite]). Enumerar todas las sustancias químicas de preocupación y su posible efecto adverso en la salud o el medio ambiente. Indicar áreas en las que los estudios coinciden y áreas en que difieren.

- Consultar con expertos externos, incluidos, sin a ellos limitarse, los del programa Diseño para el medio ambiente (*Design for the Environment*, Dfe) y la Alianza Zero Waste para identificar una lista más completa de sustancias químicas de preocupación. Utilizar la lista prioritaria y la información disponible de las hojas de seguridad de materiales MSDS y otras fuentes técnicas con credibilidad para elaborar una lista de removedores verdes de graffitis organizados según diversas características, de los más seguros a los más peligrosos.
- Acotar el alcance del proyecto a determinados tipos de superficie y graffitis, con base en conversaciones con posibles participantes en un proyecto piloto. [Es imposible con un proyecto de escala menor y con las limitaciones del presupuesto proyectado cubrir todas las posibles combinaciones de tipos de superficie y graffiti.]
- Efectuar proyectos piloto en varias ciudades de Estados Unidos y Canadá para determinar si los productos verdes son tan efectivos como los más peligrosos. Las ciudades se determinarán considerando diversos climas y superficies. Se documentarán los resultados de los estudios piloto específicos en estudios de caso y los resultados generales en un informe más amplio.
- Elaborar especificaciones de compra que puedan utilizarse para identificar removedores verdes de alta efectividad para graffitis.
- Promover el uso de las especificaciones y los productos verdes por medio de estudios de caso, hojas de datos y artículos en publicaciones especializadas.
- Identificar por prioridades las necesidades de investigación adicional en el desarrollo de removedores verdes de graffitis.

3.1.3 Electricidad verde

Todo enfoque para alentar las compras institucionales de electricidad verde debe sacar provecho de los impulsores que influyen en el mercado actual y las redes existentes de compras (de bienes verdes o no). El subcomité de la NAGPI sobre electricidad requiere también de mejor comprensión sobre las herramientas que los compradores institucionales requieren para ayudarlos a comprar energía verde.

Para fines de 2006, el subcomité deberá alcanzar las siguientes metas amplias:

- Aprender de las lecciones de otras organizaciones que trabajan en las compras institucionales de electricidad verde (por ejemplo, el World Resources Institute, WRI, o la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos).
- Estimular alianzas de compras institucionales, por ejemplo las que propone el WRI.
- Unir fuerzas con otros importantes grupos de compra de electricidad.

- Los gobiernos consideran ofrecer incentivos a los responsables de las compras institucionales por la compra de electricidad verde.
- Obtener el apoyo público de alguna figura con reconocimiento público (por ejemplo, Paul Hawkins, que tiene relaciones con funcionarios de las empresas de las “500 de la revista Fortune”).

A continuación se enumeran las tareas necesarias para el logro de estas metas. Las mismas están orientadas específicamente a auspiciar las compras de energía verde por parte de compradores públicos y privados. La lista no está en orden de prioridad, sino por etapas (la primera a completar a finales de febrero de 2006 y la segunda para finales de diciembre de 2006). Las tareas dentro de cada etapa deben realizarse en conjunto, siempre que sea apropiado.

Fase uno: por completar a finales de febrero de 2006

- Evaluar las necesidades de los usuarios (contribución en especie de los miembros del subcomité).
 - Valiéndose de la actual red de participantes y contactos de la NAGPI, determinar las motivaciones que llevan a la compra de electricidad verde, las necesidades de información y qué herramientas específicas podrían ser útiles para los usuarios.
- Desarrollar materiales de difusión “perfeccionados” en formato electrónico, entre otros:
 - Hoja de definiciones
 - Preguntas frecuentes (asegurarse de abordar también los obstáculos, por ejemplo costo y oferta)
 - Recursos y sitios de Internet disponibles.
 - Información de antecedentes
 - Artículos de opinión (por ejemplo, “El estado de las compras verdes”, “Por qué comprar energía verde”, etcétera)
 - Razones para la compra de electricidad verde
 - Historias exitosas
 - Un manual de procedimientos con gráficas simples (por ejemplo alentar las compras “fáciles” al inicio, por ejemplo la compra de “etiquetas” para compensar una conferencia)
 - Paquete de presentación estándar para uso de todos los participantes de la NAGPI.

- Desarrollar y poner en práctica una estrategia de comunicaciones para alentar a los difusores de información a:
 - Publicar materiales de difusión en sus sitios web
 - Hacer referencia a la electricidad verde en folletos y presentaciones
 - Convocar a discusiones sobre la electricidad verde entre sus miembros
 - Invitar a los miembros del subcomité de la NAGPI a hacer presentaciones en las reuniones del grupo consultor y en conferencias
 - Proporcionar materiales de difusión para distribuir en dichos eventos
 - Distribución estratégica de materiales de difusión entre responsables institucionales de adquisición por medio de los actuales canales de distribución utilizando distribución electrónica estructurada (por ejemplo, listas de correo electrónico, etcétera)

Fase dos: por completar a finales de diciembre de 2006

- Fomentar relaciones con organizaciones de compras, mantener la energía verde en sus agendas y mantener contacto trimestral. Asignar un grupo a cada miembro del subcomité.
 - Grupos generales de compras: ISM, NIGP, PMAC, etcétera.
 - Grupos de compras verdes: Governments Incorporating Procurement Policies to Eliminate Refuse (GIPPER), Association of Canadian Cities for Environmentally Sustainable Strategies (ACCESS), etcétera.
 - Grupos de compra gubernamentales: Administración de Servicios Gubernamentales (Government Services Administration, GSA), Ministerio de Obras y Servicios Gubernamentales de Canadá (Public Works & Government Services Canada, PWGSC), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) de México, Secretaría de Energía (Sener), de México, etcétera.
 - Grupos de políticas gubernamentales: Juntas de Gobierno, etcétera.
 - Iniciativas de edificios verdes: Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), Building Research Establishment Environmental Assessment Method (BREEAM), Green Building Initiative, the Consortium for Research on Renewable Industrial Materials, etcétera.
 - Grupos relacionados con CSR: Business for Social Responsibility (BSR), Co-op America, etcétera.
 - Empresas específicas del tipo “las 500 de Fortune” (por ejemplo, Time Inc., Starbucks, etcétera.)
- Funciones específicas para todos los miembros de la NAGPI
 - Obtener familiaridad con el entorno básico de la electricidad verde.
 - Dirigirse a las asambleas generales o conferencias de difusores de información.
 - Poner en los sitios web materiales de difusión.

3.2 México

Existe en México el requisito legal en el ámbito federal de desarrollar y aplicar en cada oficina un Sistema de Administración Ambiental (SAA), que incluye compras verdes, consumo responsable, gestión de residuos y ahorros de energía y agua en los edificios. Las recomendaciones y criterios para la aplicación de los SAA son responsabilidad de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y, predicando con el ejemplo, desde 1996 la Semarnat supervisa un Programa de Administración Sustentable que establece una estrategia de compras verdes.

Aunque no existe sistema de certificación ecológica de productos en México, recientemente se adoptó una reforma de la Ley de Adquisiciones federal. En esta reforma, que se aplica a todas las oficinas gubernamentales federales, se incluyen la eficiencia energética y el uso responsable del agua como requisitos a tomar en cuenta al comprar, arrendar o contratar servicios. Al respecto, todos los compradores gubernamentales deben incorporar estos criterios y asegurarse de que los productos y servicios son, en un cierto grado, respetuosos del medio ambiente.

3.2.1 Productos de limpieza

No hay actualmente en curso esfuerzos para promover el uso de productos de limpieza verdes en México, pero la Oficina del Secretario de la Semarnat está interesada en un proyecto piloto sobre dicho uso. El proyecto piloto incluiría la revisión de los productos que actualmente se usan para la limpieza de la instalación, identificar una norma adecuada para los limpiadores verdes, comprar los productos localmente disponibles que cumplan con dicha norma, capacitar a los trabajadores de limpieza, dar seguimiento a la efectividad de los productos y calcular los beneficios ambientales y de otro tipo que se les asocien.

No existen en la actualidad normas mexicanas para productos de limpieza verdes. Una dinámica de mercado diferente puede haber ocasionado que las pruebas de los productos requeridas para el uso de las normas de EU y Canadá resultaran de costo prohibitivo en México.

Al igual que muchas organizaciones, la Semarnat adquiere directamente sus productos de limpieza. Las empresas que ofrecen servicios de limpieza, contratadas por los propietarios de los edificios, proporcionan todos los productos necesarios. Ello implica que tanto los propietarios de edificios como las empresas de limpieza tendrán un papel fundamental en el proyecto piloto.

Se propone un proceso de 18 meses de duración para introducir productos de limpieza verdes, mismo que establecerá también una base sólida para la ampliación en México del uso de programas de limpieza verde en México:

Fase uno: investigación (6 meses)

- Contrato con expertos mexicanos familiarizados con el sector de servicios de limpieza en México y los productos que por lo general usan.
- Visita a los cuatro edificios de Semarnat para evaluar las necesidades de limpieza e informar a los expertos en limpieza verde, mismos que trabajarán en estrecha colaboración con funcionarios locales para desarrollar una estrategia de limpieza verde que cubra tanto las sustancias como las prácticas de limpieza.

- Analizar las normas vigentes sobre productos de limpieza en México para determinar si existen indicadores sobre salud humana y medio ambiente y si éstos se usan. Analizar, además, la posibilidad de trabajar con las organizaciones de definición de normas en México para integrar consideraciones sobre salud humana y medio ambiente en próximas versiones de las normas.
- Revisar los productos actualmente en uso para limpieza de las instalaciones de la Semarnat con el fin de identificar y dar prioridad a los peligros para la salud humana y el medio ambiente asociados con los productos. Al revisar los productos, el contratista deberá referirse a la lista de sustancias prioritarias de la EPA, verificar con el programa DFE de dicha Agencia los productos específicos para limpieza y revisar las normas de Green Seal y Environmental Choice. A continuación, el contratista recomendará los productos que deberían sustituirse con alternativas verdes.
- Iniciar el desarrollo de una norma adecuada para uso en México, con base en los productos revisados por el contratista y en consultas con la Semarnat, la empresa de servicios de limpieza y los proveedores locales de productos de limpieza. Además de las especificaciones técnicas necesarias para identificar productos verdes, el contratista deberá proponer una forma de bajo costo y efectiva para identificar los productos que cumplan la norma.
- Trabajar con los proveedores actuales de la empresa de servicios de limpieza para determinar si están disponibles con facilidad los productos verdes. De no ser así, identificar proveedores alternativos y dar inicio a las negociaciones necesarias para introducirlos como fase piloto.
- Compartir los resultados de la investigación durante la reunión de septiembre de 2005 sobre limpieza verde que está organizando la Semarnat.
- Incorporar las nuevas normas sobre productos y prácticas de limpieza verdes en el contrato anual de limpieza, que está previsto para renovación en enero de 2006

Fase dos: proyecto piloto (6 meses)

- Diseñar e iniciar un proyecto piloto semestral para probar los limpiadores verdes. La Semarnat ocupa diversas oficinas en un complejo gubernamental de cuatro edificios. De ser posible, probar los productos y prácticas verdes en dos de los edificios y continuar con las prácticas y productos tradicionales en los otros dos. Este enfoque permitirá una comparación detallada de la efectividad de la limpieza y los posibles beneficios para la productividad de los empleados y las tasas de ausentismo.

Fase tres: Promoción del proyecto (6 meses)

- Una vez finalizado el proyecto piloto semestral, compartir los resultados del mismo con otras dependencias gubernamentales, grupos industriales locales y organizaciones ambientales locales que puedan difundir los beneficios de cambiar a productos y prácticas verdes en la limpieza.

3.2.2 Productos y equipo de oficina

Existe ya una considerable cantidad de información sobre el ciclo de vida del papel, las fotocopiadoras y las impresoras esparcida en Internet y otras fuentes. La mayor parte de la información disponible se relaciona con las etapas de planeación y adquisición. El reto consiste en ubicar y difundir la información pertinente a sus usuarios adecuados, además de incluir otras etapas del ciclo de vida.

Las preocupaciones comunes para los tres grupos de productos (papel, impresoras y fotocopiadoras) son:

- Compartir información entre las personas que la poseen y aquellas que tienen interés y necesidad de un mayor acceso a la misma.
- Educar a los usuarios finales respecto de la importancia de las compras verdes y las opciones disponibles.

Es ligeramente menos importante pero igualmente pertinente para México el desarrollo de criterios objetivos para papel, impresoras y fotocopiadoras, dado el potencial del mercado nacional para abastecer productos con estas características. No obstante, no existe actualmente un programa mexicano de certificación para papel, impresoras y fotocopiadoras verdes. Se propone, por tanto, desarrollar criterios sobre papel para presentarlos a los proveedores y asegurar que los compradores puedan solicitar determinadas características.

Se propone el siguiente enfoque:

- Compartir los enfoques y la información utilizada por EcoLogo y Terra Choice para definir criterios especiales para el mercado mexicano de papel (tanto productores como compradores) y aplicarlos en la Semarnat antes de su aplicación general en todas las oficinas gubernamentales federales.
- Organizar un evento para intercambiar información y experiencias con la industria papelera mexicana para promover la producción más limpia de papel, en el marco del Análisis de Ciclo de Vida.
- Una vez definidos los criterios, seguir las cuatro etapas propuestas en el plan para EU y Canadá.

3.2.3 Electricidad verde

La generación y venta de electricidad en México la realiza una sola empresa nacional de servicios públicos. Por consecuencia, no existe un mercado real de electricidad. Por tanto, no es posible en la actualidad poner en práctica enfoques de mercado para el fomento de la electricidad “verde”. Tampoco se dispone de información sobre si los generadores de energía en México han hecho que sus instalaciones se certifiquen como “renovables de bajo impacto”. Por tanto, en las circunstancias descritas previamente en este documento, no se dispone actualmente de electricidad “verde” certificada en México.

En lugar de centrarse en instrumentos de mercado, esta etapa del proyecto desarrollará alternativas de instrumentos institucionales para fomentar el desarrollo de energía renovable en México. Se dedicarán algunos recursos para incrementar el interés del gobierno mexicano en desarrollar un programa de compra de energía renovable. Los estudios podrían incluir:

1. Elaborar una estrategia de comunicaciones para alentar a los difusores de información (como se propuso para EU y Canadá en la sección 3.1.3);
2. Promover la compra de equipo y sistemas eficientes y ahorradores de energía en las dependencias gubernamentales;
3. Analizar con el ministerio de energía las oportunidades y posibilidades de desarrollar electricidad verde, por medio de autogeneración e instalaciones de cogeneración, tanto en el ámbito de las dependencias federales como en el nivel municipal. [Posible proyecto piloto: desarrollar un prototipo de biogás de relleno sanitario, aplicable en México];
4. Apoyar el desarrollo de la capacidad de certificación en México, en armonía con los sistemas de EU y Canadá, por medio de la promoción de la compra de electricidad verde y certificados de energía renovable canjeables.

En los casos 3 y 4 (previos) la electricidad verde podría referirse a:

- electricidad verde certificada por programas de Canadá y EU;
- electricidad verde (de fuentes renovables) sin certificación, o
- electricidad verde certificada por la nueva entidad mexicana.

Este plan de instrumentación busca ofrecer las herramientas y la información para alentar a las instituciones, incluidas las gubernamentales de todos los niveles, las universidades, los hospitales y las empresas privadas, a incrementar sus compras de:

- (1) productos de limpieza verdes,
- (2) productos y equipo de oficina verdes y
- (3) electricidad verde.



Comisión para la Cooperación Ambiental

393, rue St-Jacques Ouest, Bureau 200
Montréal (Québec) Canada H2Y 1N9
t (514) 350-4300 f (514) 350-4314
info@cec.org / www.cec.org