

# **Taller sobre la estrategia de compras verdes**

## **Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte**

Con el auspicio de la Comisión para la Cooperación Ambiental,  
Montreal, viernes, 19 de septiembre de 2003

### **9:00–9:15 Introducción**

El nuevo director ejecutivo del Secretariado de la CCA, William Kennedy, dio la bienvenida y felicitó al grupo coordinador de la Iniciativa de Compras Verdes de América del Norte (ICVAN) y a la CCA por su gran labor de aliento a las compras verdes en América del Norte. Kennedy mencionó la importancia de invertir más en tecnología y servicios ambientales y elogió a la ICVAN y otros organismos que fomentan la colaboración para obtener mejores resultados.

Chantal Line Carpentier describió al grupo coordinador de la ICVAN y destacó lo importante que resulta para el grupo el apoyo y la confianza de los tres países (Canadá, Estados Unidos y México). Describió a continuación los siguientes objetivos para la reunión:

- 1) Compartir la preocupación creciente dentro de la comunidad de adquisiciones respecto de la mezcla de mensajes que los consumidores y compradores institucionales reciben de los defensores de las compras ambientales.
- 2) Abordar los desafíos comunes que enfrentan las organizaciones que promueven las cuestiones relacionadas con las compras ambientales.
- 3) Identificar oportunidades de una mayor cooperación entre los defensores de las compras ambientales.

Carpentier pidió a los participantes que se presentaran y, al mismo tiempo, mencionaran lo que consideran principal herramienta y principal reto para las compras verdes, con el fin de elaborar guías de trabajo.

En el apéndice se presenta la lista completa de participantes.

### **10:30–11:00 Análisis de desafíos y herramientas**

#### **Scot Case**

Case revisó la lista de desafíos y herramientas de compra comunes elaborada en la reunión de septiembre de 2002. La lista incluyó también información adicional pertinente resultado de las discusiones previas.

Subrayó los desafíos citados con más frecuencia como:

- Confusión, resultado de mensajes no coherentes, de fuentes múltiples, sobre compras ambientales.
- La percepción común de que los productos no están disponibles, son muy caros o poco confiables.
- Insuficiente información sobre la compra de productos verdes.
- Interés público insuficiente o inexistente en los productos verdes.
- La falta de relación clara entre la contaminación y los hábitos de compra hace que el precio de los productos se vuelva un factor determinante.

### **Discusión:**

- Brian Johnson destacó la necesidad de ajustar los mensajes según el público objetivo y la importancia de tener a los funcionarios de compras en la sala.
- Bob Lalonde sugirió que se motive la participación de los encargados de compras, ya que resulta importante contar con su compromiso y entender sus diferencias inherentes.
- Dana Arnold argumentó ayudaría contar con la participación de las dependencias federales.
- Archie Beaton mencionó que la comunidad de compradores está recibiendo mensajes contradictorios. Los líderes deben contar con un programa común, con el fin de identificar las cuestiones que es necesario resolver (incluido el apoyo gubernamental).
- Laure Waridel apoyó el punto de Beaton y destacó que es esencial desarrollar herramientas específicas para asuntos particulares y públicos específicos. Estas herramientas deben estar acompañadas de argumentos claros que destaquen los aspectos positivos de las metas de la ICVAN.
- Irma Aurora Rosas expresó preocupación sobre cómo reconocer la oferta y la demanda. Mencionó que los gobiernos deben incorporar sugerencias de la sociedad en su conjunto.
- Eun Sook Goidel sugirió también acoplar el mensaje con el público objetivo; los compradores funcionan como facilitadores o gestores para asegurar la adopción de las decisiones más generales, con base en selección material. Ayudaría incluir en el proceso a otros encargados de decisiones.
- John Pollak habló de la Red Global de Ecoetiquetado. Entre cinco y diez productos de limpieza deben seleccionarse para estar seguro de cuáles cuentan con certificación (ello puede hacerse a través de un sitio de Internet).
- Pensando en la OMC, recordó que es esencial mantener en su lugar el acuerdo de las compras gubernamentales. Muchos expresaron preocupación de que participantes potenciales clave no son invitados a estos foros.

Dana Arnold mencionó que hay disposiciones en el GATT relacionadas con la flora y la conservación que no se transfirieron ni al TLCAN ni a la OMC. ¿Está la Oficina Federal Ejecutiva Ambiental de EU tratando de impulsar en cambio en esta área?

- Sandra Cannon reiteró el punto de Goidel sobre la necesidad de considerar a los compradores como facilitadores. Aseguró también que, al considerar categorías de productos es necesario tomar en cuenta a los usuarios.
- Carpentier presentó un breve panorama de la función de la CCA, destacando su responsabilidad como catalizadora del cambio ambiental.

## **11:00–11:30 Panorama General de la ICVAN**

### **Scot Case y John Pollak**

Scot Case y John Pollak dieron inicio a su presentación presentando un diagrama con la posible estructura de la ICVAN, destacando los vínculos y redes entre los varios participantes. Identificaron a continuación a los posibles clientes de la ICVAN, con prioridad a los multiplicadores informativos, formuladores de normas ambientales y organizaciones de certificación. Definieron al primer grupo como aquellas organizaciones que proporcionan a los compradores la información sobre las compras con ventajas ambientales. Concluyeron detallando normas y etiquetas, compradores institucionales, fabricantes y proveedores, además de programas gubernamentales. Mencionaron también que los gobiernos caben en todas las categorías.

### **Discusión:**

- Madeleine Plouffe destacó las principales prácticas de compras verdes (como se indicó antes) para cada paso del proceso de compras. Ello incluye dos partes:
  - 1) Infraestructura —nivel operativo— para el desarrollo de políticas y prácticas para un ambiente de trabajo verde (uso de herramientas electrónicas para ahorrar papel).
  - 2) Proceso real de compras. Ir sistemáticamente en todos los pasos del proceso para incorporar los componentes ambientales.

La lista de prácticas idóneas incluirá tanto una guía como una lista a verificar. Una vez completa, se aplicarán dos proyectos piloto con la CCA y Semarnat, respectivamente.

- John Pollak amplió la descripción de Plouffe del proyecto de prácticas idóneas. Indicó que podría ser la base de futuros reconocimientos y certificaciones. Subrayó que al considerar el ciclo de vida, la sustentabilidad del proyecto debe reflejarse en el costo.
- Brian Johnson destacó que toda acción que faculte al grupo de la ICVAN a entrar al mundo de los compradores servirá para ayudarlo en su trabajo a largo plazo.
- En relación con el punto de Brian, Dana Arnold señaló que debe hacerse un esfuerzo por utilizar el lenguaje de los compradores al comunicarse con ellos. Se les debe dotar de las herramientas para que las compras verdes formen parte de sus decisiones cotidianas. Continuar utilizando la terminología ambiental no

funcionará, ya que la mayor parte de ellos está únicamente preocupada por el presupuesto de su dependencia.

- Irma Aurora Rosas puntualizó la necesidad de hacer análisis de costo-beneficio, con el fin de disminuir los costos en general.
- Shawna McKinley sugirió reunir grupos focales de planeación y abasto para evaluar costos. Ello tendría el potencial de reducir la dinámica de “ellos contra nosotros” que existe entre los grupos ambientalistas y la industria.
- Scot Case propuso que el grupo de la ICVAN se dirija a los grupos de compras tomando en cuenta las cuestiones relacionadas en un asunto central, en lugar de cómo componentes separados.

## **12:00–1:30 Presentaciones de los tres gobiernos**

### **Hacia compras gubernamentales más verdes en el gobierno canadiense**

Loretta Legault, ministerio de Medio Ambiente de Canadá

Legault bosquejó los principales impulsores de la política de compras verdes, varias iniciativas y desafíos específicos para el gobierno canadiense. Entre los impulsos se cuentan las presiones locales y globales y los programas gubernamentales sobre cambio climático y responsabilidad social corporativa. Una de las iniciativas destacadas fue la del programa Energy Star, otra fue la Estrategia de Desarrollo Sustentable (Sustainable Development Strategy, SDS). Legault también destacó la importancia de los vehículos híbridos como herramienta para reducir los efectos ambientales negativos de los vehículos de combustible tradicional.

### **Semarnat**

Luz Aída Martínez

Los principales esfuerzos de la Semarnat se orientan al fomento del uso de sistemas de administración ambiental en todas las dependencias federales para lograr el máximo uso sustentable de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental. Ello incluye acciones conjuntas hacia el ahorro de energía y agua, mejor manejo de los residuos y adquisición de menos vehículos que afecten el medio ambiente. Dado que las compras verdes son una prioridad, tratamos de motivar la participación de otros sectores en este reto. De ahí que se haya creado el Comité Ciudadano de Compras Verdes para contar con la participación del sector académico y representantes de ONG, la industria privada e instituciones gubernamentales para que asesoren a la Semarnat en las políticas por aplicar, presenten recomendaciones y propongan acciones interdisciplinarias para avanzar en este asunto.

Con el fin de predicar con el ejemplo, estamos convencidos de que estas acciones deben comenzar en nuestras propias oficinas. Con este fin, la Semarnat promueve de forma activa su *Programa de Administración Sostenible (PAS)*, cuyo principal objetivo es mejorar el desempeño ambiental de la dependencia por medio del uso

responsable de los recursos y, entre otros aspectos, compras verdes principalmente de los productos de oficina. El PAS abarca todo el país, ya que es aplicable a todas las dependencias de Semarnat en el ámbito nacional.

### **Adquisiciones con preferencia ambiental en la EPA**

Julie Shannon, EPA (presentado por Dana Arnold)

Dana Arnold bosquejó varios programas federales de compras verdes en las siguientes áreas: contenido reciclado, eficiencia energética, contenido de base-bio y compras con ventaja ambiental. Se dio peso igual a varios proyectos piloto gubernamentales en construcción, productos de oficina, servicios, solventes y otras industrias misceláneas. Subrayó que la sección de edificios ambientales del sitio en Internet de la EPA que contiene el informe al presidente es un notable ejemplo de avances en la construcción en materia de compras ambientales. Arnold se refirió más tarde a productos y servicios específicos en que se han aplicado iniciativas verdes.

### **Discusión:**

Se planteó una cuestión importante respecto de si se está dando la discusión respecto de las compras verdes en las instancias gubernamentales federales, municipales o de las entidades federativas.

- Sue Nogas indicó que, de acuerdo con su experiencia, no es mucha la discusión entre los gobiernos estatales y locales respecto de cómo utilizan sus recursos.
- La experiencia de Luz Aída Martínez ha sido de una amplia comunicación entre las oficinas de la Semarnat en todo el país. Se tiene una estrategia de largo plazo mediante la cual Semarnat trabaja con los representantes de los gobiernos locales.
- Eun Sook Goidel indicó que existe una red federal de sustentabilidad, entre cuyos miembros figuran dependencias federales del occidente de EU y han tratado de generar vínculos con los gobiernos locales para ocuparse de asuntos relacionados con biodísel y papel.

### **Formación de tres mesas de trabajo para discutir el concepto de la ICVAN con las siguientes preguntas:**

- *¿Puede ayudar una organización informal del tipo de la ICVAN a abordar los desafíos identificados previamente?*
- *¿Cómo puede mejorarse la ICVAN para hacerla más útil?*
- *¿Cómo maximizar los beneficios para cada uno de los participantes y para el movimiento en su conjunto?*

### **Panorama general de las mesas de trabajo**

- Ayudar a formar una red de apoyo de grupos más allá de la CCA para el desarrollo de la ICVAN. Ello deberá incluir una amplia variedad de sectores de los tres países.
- Debe considerarse la forma en que los profesionales de las compras pueden responder a los diferentes tipos de factores de motivación.
- Es necesario tomar en cuenta la forma en que se tomarían las decisiones si se tuvieran tres productos relacionados con la ICVAN elegidos de entre los siguientes:
  - Costo más alto, mejores servicios, energía, construcción verde, sin CFC, con cuidado por el clima, papel, vehículos, productos del océano, secuestro de carbón, agua (lista incompleta).
- Deben emprenderse, por tanto, dos esfuerzos paralelos para avanzar:
  - 1 – Centrarse en una discusión de tipo general en un lenguaje llano comprensible por todos
  - 2 – Orientarse hacia tres productos seleccionados por el grupo
- Reconocer que la ICVAN es actualmente un centro de intercambio de información. Este hecho debe relacionarse con los grupos objetivo utilizando la Internet.
- Aplicar el diagrama que Scot Case y John Pollak usaron en su presentación — posible estructura de la ICVAN— en el sitio de Internet, con el fin de entender mejor el multiplicador informativo.
- Utilizar el sitio en Internet para intercambio de información para determinar las áreas de compras verdes en diferentes estados; pueden incluirse también vínculos de acceso y salida de organizaciones centradas en productos específicos.
- Aumentar el número de sectores participantes y explicar con claridad el mandato de la ICVAN y cómo se inició.
- Relacionarse con organizaciones con credibilidad, según las áreas de interés de la ICVAN.
- Considerar a la ICVAN como un enlace con las dependencias de compras.

**La discusión se centró a continuación en considerar si la ICVAN debe centrarse en productos específicos o en un enfoque más general.**

- Scot Case consideró que el grupo de la ICVAN tiene suficiente espacio como para desarrollar una política genérica de compras, al tiempo que se guía por productos específicos (puede centrarse en dos aspectos, como el contenido reciclado y la energía).
- Sugirió también utilizar una frase llamativa sobre compras verdes que pueda llamar la atención de un público más amplio.
- Destacó la importancia de tomar en cuenta las diferencias culturales, entre países y al interior de los mismos.

- El grupo reiteró que el lenguaje de compras a utilizar es esencial. Este lenguaje debe utilizarse como parte del crecimiento en un movimiento más grande de compras.
- Se expresó también preocupación respecto de la necesidad de determinar la naturaleza de la orientación de la ICVAN; se estudiaron como posibles medios de comunicación para la nueva entidad la elaboración de un boletín, el uso de comunicaciones telefónicas y el establecimiento de grupos focales de estudio.
- Carpentier indicó que la evolución de la ICVAN puede incorporarse en el presupuesto del plan del programa Medio Ambiente, Economía y Comercio por lo que resta del año.

### **Pasos próximos:**

John Pollak

- Planear para buscar datos sobre multiplicadores de certificación e información para publicarla en la Internet (puede iniciarse este proceso con los recursos disponibles para el 1 de enero).
- Sugirió también que el grupo de la ICVAN se reúna cada año como foro para planeación estratégica, más que como conferencia.
- Subrayó más tarde que la CCA debe subrayar sus razones para interesarse en esta iniciativa.

Carpentier

- Mencionó que la CCA podría desarrollar herramientas para los compradores.

Brian Johnson

- Sugirió utilizar la versión en video que él realizó con Scot Case del folleto de la ICVAN, como herramienta de mercadotecnia.

Jeff Stephens

- Señaló que cada miembro del grupo de la ICVAN podría traer textos pertinentes a las reuniones, utilizando sus propias redes para difundir el mensaje de las compras verdes.
- Sugirió más tarde que el grupo puede tomar las categorías de productos planteadas por Brian para verificar con cuántos programas de certificación están relacionados.

Nicole Rycroft

- Consideró que la discusión está demasiado avanzada para la situación actual del grupo. Dijo que deben identificarse primero unas metas claras, una declaración de

misión y sus prioridades relacionadas, antes de considerar los productos mencionados.

#### Carpentier

- Reconoció la importancia del planteamiento de Rycroft, pero destacó la necesidad de desarrollar un plan de acción con actividades concretas.
- Consideró que una acción importante podría ser el uso de la Internet como lugar de mercadotecnia para conectar ciudades u otros grupos.

#### Scot Case

- Reiteró la importancia de definir primero a la ICVAN, desarrollar una estrategia concisa y luego identificar categorías de productos.

#### Brian Johnson

- Planteó dos puntos importantes sobre categorías y redes. Sugirió que se elabore un libro blanco para cernir el número de categorías. Recomendó también que se desarrollen equipos de mentores como mecanismo de información y difusión, utilizando como ejemplo la vinculación entre compradores y organizaciones de salud ambiental.

#### Loretta Legault

- Mencionó la necesidad de desarrollar un inventario de las diversas herramientas de capacitación y cursos disponibles, con el fin de evitar la duplicación.
- Mostró también interés en que se le incluya en las conferencias telefónicas mensuales del grupo coordinador.

#### Dana Arnold

- Consideró que es importante analizar qué es lo que está impulsando un asunto (utilizó como ejemplo el caso PBT).

**Palabras de cierre: próxima conferencia telefónica, 31 de octubre a las 14 horas**

## **Apéndice: Presentación de los participantes**

### **Scot Case (por teléfono)**

Director de estrategias de compra, Centro para un Nuevo Sueño Americano

- Su organización desarrolló diversos materiales de entrenamiento y algunos proyectos con diversos grupos de compradores.
- Tratan también de comunicarse con compradores institucionales, para enseñarles como adquirir productos que contaminen menos.
- Trabajan en la actualidad con alrededor de 60 grupos ambientales en EU.
- Entre los principales retos para los compradores está la distinción de los vínculos comunes y los argumentos en el proceso de compra. ¿Es verde, sustentable, sin plomo o qué? Es por ello esencial ayudar a estos compradores a bosquejar un terreno común entre su área de interés y el trabajo gubernamental.

### **Eun Sook Goidel (por teléfono)**

Centro de Recursos para la Prevención de la Contaminación Pacific NW

- Su organización está relacionada con dependencias estatales en el fomento de la conciencia sobre temas como el papel, los artículos electrónicos, PBT y mercurio.
- Goidel mencionó retos similares a los indicados por Scot Case.

### **Sandra Cannon (por teléfono)**

Compras con ventaja ambiental, Departamento de Energía de EU

- Propuso un plan nacional y sugirió que la iniciativa sea una voz unida luego del taller.
- Mencionó también que los compradores siguen teniendo recopilación de productos en sus sitios de Internet.

### **John Pollak**

Presidente, Servicios ambientales TerraChoice

- TerraChoice elaboró iniciativas de compras verdes para el programa de opciones ambientales del gobierno canadiense.
- Indicó que un desafío clave es la forma en que la comunidad de compras se ve atrapada entre la política en lo alto de la estructura y lo que realmente ocurre en el mercado.
- Otra consideración importante es la tarea de evitar la duplicación y la redundancia.

### **Loretta Legault**

Jefa de programa, Resguardo y cumplimiento, ministerio de Medio Ambiente de Canadá

- Mencionó una política de compras en todo el gobierno actualmente en desarrollo y que incluirá el requisito reciente de la compra gubernamental de equipo y productos Energy Star.
- Entre los desafíos para EC mencionó la descentralización en el gobierno federal y la dificultad que ello implica para la aplicación de monitoreo y reporte de políticas y programas.

### **Bernie Latreille**

Director, División de Asuntos Ambientales, ministerio de Medio Ambiente de Canadá

- Mencionó la iniciativa de desafío “una tonelada” en la que los canadienses harán sus propios esfuerzos de reducción de emisiones de GEI de una tonelada por vez.
- Es necesario simplificar el trabajo en todos los departamentos federales. El gobierno federal no toma en cuenta los efectos de largo plazo y se centra en los gastos.
- Un desafío en particular es que las compras por lo general se han descentralizado, en particular cuando se realizan con tarjeta de crédito, aunque las actuales tendencias parecen moverse de nuevo a la centralización, debido a algunos escándalos. Hay tantas organizaciones que participan en compras verdes que cada uno pretende ser un especialista.

### **Megan Jamieson**

Jefa de Proyecto, Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales

- La clave es crear un Programa de Compras Ecológicas. Señaló que considera que América del Norte está considerando esta iniciativa.

### **Nicole Rycroft**

Director de campañas, Markets Initiative

- Markets Initiative trabaja con empresas canadienses para ayudarlas a desarrollar políticas de compras verdes.
- Un reto importante para la industria es el proceso de convertirse en modelo de sustentabilidad, con el desarrollo de una cadena creíble de verificación por parte de las organizaciones ambientales.
- Otro desafío consiste en cómo generar apoyo a la industria para las compras verdes.

### **Archie Beaton**

Director Ejecutivo, Asociación de Productos sin Cloro

- Expresó preocupación respecto de la carencia que consideró existe de una definición precisa de “respetuoso del ambiente.”
- Sugirió realizar una conferencia con las muchas organizaciones de certificación para desarrollar un sistema para diferentes países, acordado por todos.

**Laure Waridel**

Vicepresidenta, Equiterre

- Equiterre promueve el comercio justo y la agricultura orgánica. Ha trabajado también con la ciudadanía, las escuelas y empresas para fomentar la conciencia al respecto.
- Dos importantes retos han sido el desarrollo de productos más sustentables y los esfuerzos por fomentar la conciencia en los medios masivos de comunicación.

**Irma Aurora Rosas**

*Coordinadora del Programa Universitario de Medio Ambiente, Universidad Nacional Autónoma de México*

- Nuestro principal objetivo es llevar a cabo nuestro proyecto sobre uso de residuos.
- Uno de los principales retos es la identificación de abastecedores de productos verdes; en México son muy pocos los fabricantes que los ofrecen.
- Se prevé que nuestro proyecto tenga gran impacto, no limitado a la universidad; los gobiernos y empresas privadas deberían seguir el ejemplo.

**Jeff Stevens**

Director de comunicaciones, Sistemas Científicos de Certificación

- Han usado herramientas de certificación para diversas empresas de EU. Recientemente desarrollaron normas para productos con ventaja ambiental.
- Como desafío importante mencionó la ampliación de una red de revisores científicos, de modo que más personas se involucren en el proceso de evaluación.

**Bob Lalonde**

Compras y manejo de riesgo, Distrito Regional del Gran Vancouver

- Cuentan con política de compras verdes desde 1990.
- Considera que hay mucha frustración entre los grupos canadienses respecto de la identificación de productos.
- Destacó la importancia de los programas de entrenamiento.
- Identificó el reto de incorporar a profesionales de las compras verdes en la elaboración de una política eficiente.
- Consideró también que es un reto la aplicación eficiente de políticas.

**Alejandra Martínez García**

*Subdirectora de Gestión del Riesgo, Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios, Secretaría de Salud*

- Un desafío importante es la compra y utilización de materiales ambientalmente seguros en los hospitales y posteriormente ampliar la política a las clínicas.

**Mary Ann Remolador**

Subdirectora, Northeast Recycling Council

- Su organización trabaja con diez estados del noreste de EU para alentar a las publicaciones a que indiquen su contenido de papel reciclado.
- Como herramienta clave, desarrollaron una lista sobre compras con ventaja ambiental en Internet, abierta al público (no se admiten proveedores privados) y con mucha actividad; sus miembros se aproximan a los 380.
- El calendario de la organización está vinculado con los esfuerzos ambientales comunitarios.
- Una restricción para su organización es la realidad de los presupuestos restringidos en los estados del noreste. Es necesario motivar a los estados para que desarrollen interés en las compras con ventaja ambiental.

**Joaquín Romero Osorio**

*Subdirector Ejecutivo de Recursos Materiales y Servicios Generales, Secretaría de Salud*

- La dependencia regula las prácticas sanitarias de los bienes y servicios relacionados con la salud.
- Les gustaría utilizar papel reciclado, pero es considerablemente más caro que el papel común.

**Sue Nogas**

Guía Integral de Compras, Oficina de Programa sobre Residuos Sólidos, EPA

- Han utilizado una base de datos en línea para buscar proveedores de productos con ventaja ambiental. Ello incluye una hoja de datos con descripción del producto y en dónde se puede adquirir.
- En la actualidad, sectores dentro del gobierno federal están reduciendo sus compras verdes. Es necesario contar con una estrategia para revertir esa tendencia.
- El reto es contar con un programa que reconcilie a los sectores de interés con los grupos industriales.

**Tom Murray**

Project Manager, Environmental Defense

- Su subprograma al interior de Environmental Defense trabaja con empresas de EU para reducir su responsabilidad civil ambiental. Utilizan su poder de compra para adquirir productos con ventaja ambiental (como papel reciclado y vehículos híbridos). La organización utiliza su sitio en Internet para calcular los beneficios ambientales del ahorro de energía. Es parte también de una red sobre papel que trata de elaborar una visión común para la industria del papel sustentable.
- Un importante desafío es la dificultad para motivar a algunas empresas para que cambien a prácticas de compras ambientales.

- Otro reto es mejorar la relación con los proveedores.

### **Shawna Mckinley**

Gerente general, Fundación Oceans Blue, EU

- La herramienta clave es un sitio en Internet que integra datos diversos sobre productos verdes.
- Es de vital importancia comunicarse en un idioma que la gente pueda entender. Es necesario hacer también tarea de fomento en otros países y trabajar tanto en la demanda como en la oferta.

### **Brian Johnson**

Gerente, División Ambiental, Ciudad de Santa Mónica

- Elaboraron un video sobre compras con ventaja ambiental, junto con el Centro para un Nuevo Sueño Americano.
- Participan también en el desarrollo de un proyecto piloto con diversos productos verdes.
- Le gustaría contar con una mayor sistematización de los programas, de modo que las decisiones tuvieran mayor eficacia.
- Están buscando la creación de un programa para determinar productos con más credibilidad.
- El mayor reto es fomentar el proceso de cambio y alentar a las dependencias a que tomen decisiones de compras sustentables.

### **Elizabeth Skinner**

Gerente de Proyectos Especiales, Rainforest Alliance

- La organización ofrece certificación independiente como productos orgánicos para plátanos, cacao y café, además de promover la certificación en América del Norte. El proceso de certificación, sin embargo, puede resultar costoso para las organizaciones sin fines de lucro.
- Los desafíos que enfrenta el sector forestal se relacionan tanto con la oferta como con la demanda. En la oferta, es necesario contar con más información sobre cómo obtener certificación. Por el lado de la demanda, es necesario identificar a los compradores. Por último, es necesario fortalecer los vínculos entre productores y compradores.

### **Dana Arnold**

Jefa de personal, Oficina Federal Ejecutiva Ambiental

- La Oficina fue creada por orden ejecutiva con personal asignado de varias otras dependencias. Trabaja de manera estrecha con dependencias federales en seis áreas: residuos, prevención y reciclado; compras verdes; edificios sustentables; cuidado de electrónicos; sistemas de administración ambiental y ecología industrial.

- Han llevado a cabo gran cantidad de trabajo en entrenamiento en compras verdes.
- Les gustaría desarrollar un programa en el que la comunidad de compras pueda tomar clases en línea sobre compras verdes.
- La organización publica en la actualidad un boletín trimestral centrado en cuestiones ambientales.
- Están tratando también de desarrollar un sitio en Internet sobre mejores prácticas, para descubrir lo que otras organizaciones están haciendo en compras verdes.
- Un reto importante es resolver el dilema de costo inicial contra mayor valor. Hacen falta incentivos debido a la forma en que las instituciones están organizadas. Quienes toman las decisiones de compra no son necesariamente quienes se benefician de bajo mantenimiento o costos de operación a largo plazo, por lo que existe un incentivo perverso para no analizar los costos de ciclo de vida.

### **Lou Pagano**

Director, Compras y Manejo de Materiales, Ciudad de Toronto

- El Comité intergubernamental que preside, denominado Incorporación de Políticas de Compras para Evitar Rechazos en los Gobiernos, ha elaborado una guía para las compras ambientales, misma que se puede consultar en el sitio en Internet de TerraChoice.
- Destacó también que con frecuencia las compras se ven entrampadas en medio de normas contradictorias entre organizaciones de certificación, lo que es necesario rectificar por medio de la elaboración de normas coherentes.
- Subrayó, entre los retos, la aceptación de los productos verdes, la percepción de que cuestan más, información sobre la oferta y la certificación de los atributos ambientales proclamados por los proveedores.

### **Carollyne Smith**

Asesora ambiental, National Defense

- Ha desarrollado herramientas relacionadas con estrategias de compras verdes para la provincia de Quebec.
- Considera que convencer a los compradores del uso de pinturas y limpiadores de piso ambientales es un reto mayor.

### **Madeleine Plouffe**

Especialista de mercadotecnia de compras verdes, Servicios Ambientales TerraChoice

- Considera que disminuir la distancia entre política y estrategia es un gran reto.
- Están en proceso de desarrollar una guía de prácticas idóneas y certificación para la ICVAN.