



Bibliografía comentada

Publicaciones y trabajos de la Comisión para la Cooperación Ambiental sobre:

Bienes y servicios ambientales en América del Norte

Comercio y Medio Ambiente, Enero de 2006

Introducción

Esta bibliografía presenta el proyecto de la CCA “Comercio de Bienes y Servicios con Ventaja Ambiental”, creado en parte con el propósito de ayudar a eliminar los obstáculos que limitan el crecimiento del intercambio comercial de tales bienes y servicios. Para completar la perspectiva del tema, en la página en Internet se incluyen otros vínculos relevantes. Se presenta, asimismo, un apartado que destaca el informe sobre las lecciones aprendidas. Además, se describen los documentos sobre bienes y servicios respetuosos del medio ambiente que la CCA ha producido o encomendado, y se incluyen algunos análisis de la situación actual de los mercados y del comercio de América del Norte.

Comercio de bienes y servicios con ventaja ambiental

http://www.cec.org/programs_projects/trade_environ_econ/project/index.cfm?varlan=espanol&projectID=13

Este compendio de bienes y servicios favorables al medio ambiente complementa el programa Medio Ambiente, Economía y Comercio, pues tiene por objeto contribuir a nuestra comprensión de los vínculos entre el comercio y el medio ambiente. Una de las hipótesis que se está poniendo a prueba en esa área es si las reglas liberalizadas en el marco del TLCAN sirven para fomentar el uso de productos con ventaja ambiental. El trabajo de la CCA muestra que las reglas de comercio liberalizadas conforme al TLCAN en sí mismas no propician el mayor uso de este tipo de productos. El objetivo del proyecto de la CCA “Comercio de bienes y servicios con ventaja ambiental” (o bien, *Hacia un comercio más ambiental en América del Norte*) consiste en entender qué limita este desarrollo. Esta labor está ayudando a acabar con las barreras para los bienes y

servicios con ventaja ambiental, incluida la escasa conciencia de los consumidores sobre los efectos ambientales de los hábitos de compra, la confusión sobre el etiquetado ecológico, las dificultades para financiar a empresas pequeñas en este campo, la falta de comprensión sobre el uso óptimo de los mecanismos basados en el mercado para apoyar la protección y la conservación del medio ambiente y el uso sustentable de la biodiversidad; y también está apoyando los esfuerzos de cooperación para que haya más programas de éstos (por ejemplo, energía renovable y eficiencia energética, café de sombra, palma sustentable). También pretende poner en contacto a la creciente cantidad de proveedores y consumidores de bienes y servicios más ecológicos en América del Norte.

Lecciones aprendidas

Lecciones aprendidas con el trabajo de la CCA sobre bienes y servicios ecológicos. CCA. 2001.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=965

Disponibile también en inglés y en francés

Este breve análisis se ocupa de algunas consideraciones prácticas en la aplicación de los lineamientos relativos a bienes y servicios ambientales (BSA) y de lo que la CCA ha aprendido hasta ahora en esta área.

Un aprendizaje global del trabajo de la CCA es que los valores de los ciudadanos y las tendencias de mercado de los consumidores suelen ser distintos, por muchas razones.

La CCA se concentra en productos específicos —como los cultivos de sombra— cuando intenta llegar a ciertas conclusiones. Partiendo de ello, algunos aprendizajes tempranos se pueden extrapolar y aplicar de manera general.

Algunos aprendizajes fundamentales de esta labor continua de la CCA tienden a concentrarse en las diferencias entre los mercados y dentro de ellos. Se ha observado que estas discrepancias pueden complicar o incluso evitar la evaluación rápida de cierto bien o servicio ecológico.

Hasta el momento se han identificado los siguientes retos y áreas que requieren un mayor estudio:

1. Evaluación ambiental y mercados verdes, en la que se debe determinar la diferencia en el desempeño entre el mercado verde y el tradicional.
2. Medición del interés de los consumidores en los mercados verdes, pues en última instancia es la demanda de los consumidores lo que controla la viabilidad de un mercado.
3. Comprensión de los retos para los productores, pues los pequeños productores enfrentan un conjunto especial de obstáculos en un mercado grande.
4. Mecanismos de cooperación comunitarios, dado que el éxito en el nivel de las bases es crucial para la aceptación de la mayoría de los BSA, si no es que de todos.
5. Intermediarios, la gente y las empresas que se encuentran entre los productores y los consumidores, que desempeñan un importante papel económico y educativo en el desarrollo de los mercados de BSA.
6. Instrumentos de transparencia e información de los mercados, porque abundan los esquemas de etiquetado y certificación ambientales y, por ende, es probable que causen confusión.
7. Financiamiento de bienes y servicios ecológicos: la iniciativa para identificar las oportunidades financieras de la agricultura de sombra mexicana en particular.
8. El papel de la política pública, el lugar del gobierno en el establecimiento de la agenda para los BSA y en la realización de una parte de su adquisición real.

Informes y otras publicaciones de la CCA

Definición de bienes y servicios ambientales: un estudio de caso sobre México. Enrique Lendo, CCA e ICTSD. Octubre de 2005.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=1891

Únicamente en inglés

En este estudio se evalúan los posibles impactos de la liberalización del comercio de BSA en perjuicio de las metas y estrategias de México en materia de desarrollo sustentable. El análisis se ocupa de las tendencias en desarrollo sustentable que ha experimentado México en las últimas tres décadas, el debate actual sobre la liberalización del sector de BSA y sus implicaciones para el país, la estructura del mercado y los flujos comerciales del mercado mexicano de BSA, así como el potencial de algunos productos con ventaja ambiental que el país está interesado en exportar. Por último, el estudio propone y aplica una metodología para llevar a cabo una evaluación del impacto en el desarrollo sustentable con base en dos perspectivas para su definición y clasificación. Los resultados ofrecen información para apoyar la toma de decisiones de México en el área de BSA sujetas a las negociaciones en curso en la OMC y otros foros.

Estudio inicial sobre maíz criollo en México: perspectivas de mercado para los maíces criollos y sus productos. Mindahi C. Bastida Muñoz y Héctor Vázquez. Febrero de 2005.

Disponible a petición suya (únicamente en español)

En este informe se presentan los resultados de un análisis de mercado que incluye aspectos sobre la producción de maíz criollo en México, el consumo de sus productos regionales y la disposición de los consumidores a pagar un sobreprecio por dichos productos. Se describe también la importancia de las prácticas agrícolas tradicionales de producción de maíz respecto de la agrodiversidad y biodiversidad en México.

El análisis se enfoca en actividades comerciales en las cuales participan comunidades indígenas, y que están relacionadas con los maíces criollos, con el propósito de entender mejor los mercados reales y potenciales para dichos maíces. El análisis se fundamenta en datos obtenidos en la Ciudad de México y la Cuenca Alta del Río Lerma en su sección del Estado de México (CARLEM).

Análisis del comercio de bienes y servicios ambientales en la región del TLCAN. Environmental Business International Inc, CCA. Diciembre de 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=1592

Disponibile también en inglés y en francés

La CCA realiza trabajo de investigación y políticas sobre los bienes y servicios ambientales (BSA) en once actividades diferentes. Una actividad en particular es "identificar los cambios y tendencias en el comercio de bienes y servicios con ventaja ambiental en la región del TLCAN". Dada la carencia de cuantificación definitiva respecto del comercio de BSA o de códigos industriales bien establecidos y de uso consistente que pudieran generar estadísticas gubernamentales corrientes sobre comercio ambiental, en 2003 la CCA encomendó el presente estudio para definir una clasificación y cuantificación del comercio de BSA en la región del TLCAN. Los aspectos destacados y los cuadros del comercio de BSA se presentan en primer término, seguidos de un análisis de las tendencias incipientes y el potencial del ulterior comercio ambiental. En el apéndice se incluyen más detalles de estos sectores industriales y ejemplos de los clientes.

Pago por servicios ambientales: Estudio y evaluación de esquemas vigentes, K. Mayrand y M. Paquin, CCA. Septiembre de 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=1697

Disponible también en inglés y en francés

Pagos por Servicios Ambientales (PSA) es una iniciativa encaminada a apoyar factores exógenos positivos mediante la transferencia de recursos financieros —de los beneficiarios de ciertos servicios ambientales a aquellos que prestan estos servicios, o que son fiduciarios de servicios ambientales—. En gran medida gracias a los esquemas de PSA en la última década, los mercados se están desarrollando en áreas como servicios de cuencas, biodiversidad, carbono y paisajes atractivos. Como la mayoría de estas iniciativas son bastante nuevas, es demasiado pronto para juzgar sus méritos relativos. En este trabajo se analizan los diversos esquemas que han surgido y se presentan conclusiones iniciales sobre cuáles podrían ser las prácticas óptimas y en dónde los PSA pueden ser el mejor instrumento para fomentar la protección ambiental.

Inventario de organizaciones que trabajan sobre PSA. K. Mayrand y M. Paquin, CCA. Septiembre de 2004.

Disponible a petición suya (únicamente en inglés)

Como complemento del estudio sobre PSA, ésta es una lista de 24 organizaciones internacionales —predominantemente del continente americano— que se ocupan del comercio y el medio ambiente de alguna manera. El nombre de cada organización va seguido de su domicilio, nombres de contactos y principales actividades. Para quienes empiezan a trabajar en esta área, esta información puede ser de utilidad para relaciones de colaboración y asociación.

Hábitos de consumo de carne en América del Norte. [Estudio de mercado sobre los hábitos de consumo de productos cárnicos de los habitantes de América del Norte]. CROP Inc. y CCA. Mayo de 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=1701

Disponible también en inglés y en francés

http://www.cec.org/files/PDF/ECONOMY/Survey-Meat-Product-Consumption-Habits_es.pdf

Cuestionario (en español)

Este estudio forma parte del trabajo continuo que realiza la CCA sobre el nuevo mercado para bienes y servicios ambientales y el análisis de mercado dirigido sobre el interés de los consumidores en determinados bienes y servicios ambientales, así como su disposición a pagar por ellos. También apoya la labor del programa Conservación de la Biodiversidad en materia de pastizales. De acuerdo con encuestas realizadas en los tres países, el conocimiento sobre la existencia de carne de búfalo parece ser bastante alto en Canadá y Estados Unidos, e insignificante en México (90, 64 y 6 por ciento de todos los entrevistados, respectivamente). Los niveles de consumo entre quienes ya la conocen fueron de 31, 25 y 6 por ciento, respectivamente. La disposición a consumir carne de animales alimentados con pasto, incluida la res —a sabiendas de que tiene beneficios ecológicos— es alta tanto en México como en los otros dos países (78, 71 y 85 por ciento, en ese orden). Los resultados de las encuestas sobre el interés de los consumidores en “carnes no tradicionales” son también alentadores. Por tanto, desarrollar la producción de carne de búfalo alimentado con pasto podría ser un interesante mecanismo basado en el mercado para proteger estas sensibles ecorregiones.

Base de datos en línea sobre iniciativas de consumo sustentable en América del Norte. North American Sustainable Consumption Alliance (NASCA), CCA. Abril de 2004.

<http://www.nasca.icspac.net/db>

Únicamente en inglés

Esta base de datos, que cuenta con el apoyo de la CCA, permitirá a los usuarios enterarse de los proyectos de consumo sustentable que pueden apoyar, a los que pueden sumarse o que pueden reproducir en su comunidad. La base de datos, con motor de búsqueda, contiene una lista de alrededor de 200 iniciativas y programas que abarcan temas como publicidad y mercadotecnia, niños y jóvenes, producción más limpia, productos de consumo, productos orgánicos, adquisiciones, pobreza, turismo, comercio, transporte y residuos.

Estudio sobre etiquetado y certificación ambientales e iniciativas seleccionadas de reconocimiento mutuo en México. Enrique Lendo, CCA. Marzo de 2004.

Disponible a petición suya (únicamente en inglés)

En este estudio se documentan y analizan las experiencias de México con la certificación y el etiquetado de bienes y servicios ecológicos. La motivación para poner en marcha estas medidas se originó en la década de 1990, periodo decisivo para la economía mexicana. En 1991, el *caso del atún y los delfines* sentó un precedente para el análisis comercial y ambiental en la agenda multilateral. Desde entonces, México aumentó su comercio, pero al mismo tiempo adquirió una mayor fuerza ambiental. Como resultado, se han establecido normas claras y de aplicación general para el registro, la reglamentación y la promoción de productos y servicios con ventaja ambiental, con el objetivo de fomentar el desarrollo sustentable. Los cinco esquemas más populares de certificación de responsabilidad ambiental y social promovidos por el sector privado mexicano son la ISO 14000, la iniciativa GEMI, Cuidado Responsable, el Sello de Empresa Socialmente Responsable del Centro Mexicano para la Filantropía y la Medalla de Oro otorgada por el Centro Mundial para el Medio Ambiente (*World Environment Center*, WEC). La eficiencia energética se promueve por medio del FIDE (Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica). La certificación de terceros por parte de organizaciones internacionales (por ejemplo, el Codex Alimentarius, la Organización Internacional de Normalización [ISO] y la Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos Internacional [*OCIA International*]) también ayuda a dar seguimiento a las normas y la calidad de bienes y servicios ecológicos.

Hacia un comercio ambiental de América del Norte: el trabajo del acuerdo paralelo del TLCAN. Chantal Line Carpentier, 2003. Ponencia presentada en la 11ª Conferencia Internacional de la Greening of Industry Network: Innovating for Sustainability [Innovación con miras a la sustentabilidad]. San Francisco. 12-15 de octubre de 2003.

Disponible a petición suya (únicamente en inglés)

En este informe se actualizan datos acumulados que secundan o refutan varias hipótesis en las que descansa el marco de la CCA para evaluar los impactos ambientales del TLCAN. La CCA ha reunido una cantidad considerable de información sobre el impacto ambiental del comercio, en especial en naciones desarrolladas y en desarrollo. Luego de nueve años de desarrollar un marco para evaluar los efectos de la liberalización y medir los impactos del TLCAN en América del Norte, el análisis —en su mayoría— sigue estando en pañales. Sin embargo, queda claro que ni las advertencias sobre funestas consecuencias ambientales, ni las esperanzas de un mejoramiento directo en el desempeño ambiental, gracias a mayores ingresos, se han hecho realidad. En general, queda cada vez más claro que el comercio es, a la vez, necesario e insuficiente para el mejoramiento ambiental y social después de la liberalización comercial. A partir de la información reunida en los primeros dos simposios de la CCA, la principal conclusión es que una buena política establece la diferencia

El sector de bienes y servicios ambientales en México: marco, ejemplos seleccionados y elementos para su futuro desarrollo mediante la política comercial, Carlos Muñoz Villarreal, CCA y OCDE. Marzo de 2003.

Disponible a petición suya (en español y en inglés)

México enfrenta muchos problemas ambientales que ofrecen un gran incentivo para el desarrollo de BSA. Estos problemas incluyen escasez de agua, contaminación atmosférica y del agua, manejo de residuos, pérdida de biodiversidad, y crecientes necesidades energéticas y emisiones de gases de invernadero. Cualquier mercado que surja del desarrollo de estos productos debe ser coherente con los objetivos y prioridades contenidos en la política ambiental del país. Ya existe un amplio marco regulador en México, a pesar de que hay algunos problemas relacionados con su aplicación. El manejo ambiental y la aplicación de la ley son fundamentales para lograr mejoras.

Son cuatro los factores principales que mueven el mercado: los impactos ambientales en sí, el marco reglamentario e institucional en materia ambiental y, en menor medida, la presión social y la capacidad para competir, en especial en el sector de las exportaciones.

En este trabajo, el lado de la oferta de la industria de BSA se representa en términos generales recurriendo al tratamiento de aguas residuales como el principal ejemplo. Desde una perspectiva ambiental, la apertura del mercado de BSA puede arrojar varios beneficios. Éstos incluyen la ampliación de la infraestructura para complementar las capacidades locales; el fortalecimiento de las capacidades de supervisión y manejo ambientales; una posible reducción en los precios relativos de bienes y servicios ambientales, debido a una mayor competencia entre proveedores; una mayor oferta de bienes y servicios pertenecientes al grupo de tecnologías y productos limpios; así como incentivos adicionales para la conservación y el uso sustentable de recursos naturales (por ejemplo, actividades de ecoturismo).

Las sinergias entre los servicios ecológicos y las oportunidades económicas vinculados con el comercio internacional son de particular importancia en México, en lo que respecta a BSA. La cooperación de este tipo sería beneficiosa para ambos intereses.

México y los incipientes mercados de carbono. Oportunidades de inversión para pequeñas y medianas empresas en la agenda sobre cambio climático mundial. CCA. 2001.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=429

Disponible también en inglés y en francés

El propósito del presente informe es señalar las posibles oportunidades de inversión que pueden derivarse de proyectos de compensación de carbono en México. Es importante subrayar que, como México no es un país del Anexo 1, no está obligado a cumplir metas nacionales de reducción de emisiones de GEI. Por otro lado, dados los vínculos económicos cada vez más fuertes entre México y los otros miembros del TLCAN —Canadá y Estados Unidos—, un escenario es que las transferencias de inversión ligadas al cambio climático sigan los patrones internacionales de inversión y de comercio vigentes. En este informe se analizan tres sectores en México a fin de evaluar su potencial de reducción de carbono: a) generación de energía eléctrica, b) producción de acero y c) cambio de uso del suelo y silvicultura.

El mercado de América del Norte para productos agrícolas orgánicos. Suzanne Wisniewski (Institute for Agriculture and Trade Policy). CCA. 2001.

Disponible a petición suya (únicamente en inglés)

En este informe se examina el mercado para los productos orgánicos en América del Norte. Se pone énfasis en el café —tanto el orgánico como el de comercio justo y el de sombra— considerado “sustentable”. El interés en el café orgánico, de comercio justo y de sombra ha evolucionado a partir del valor creciente que la ciudadanía está otorgando a los productos ambiental y socialmente sustentables en América del Norte. Antes de que se pueda establecer un mercado apropiado para el café, en particular, se debe contar con un esquema de certificación confiable. Y antes de que eso suceda, se deben plantear algunas preguntas. ¿Cuáles son las principales tendencias en productos orgánicos? ¿Cuál es la demanda actual y potencial de los consumidores de productos agrícolas orgánicos en Estados Unidos y Canadá? ¿Cuáles son los vínculos entre el mercado de productos orgánicos y la preocupación de los consumidores por el medio ambiente? ¿De qué manera entender el mercado de alimentos orgánicos ayudará a entender el mercado de café orgánico en particular? ¿El café orgánico refleja las tendencias de productos orgánicos en general o se trata de mercados distintos? ¿De qué manera el mercado del café orgánico está sujeto a las iniciativas del café de comercio justo y de sombra?

La variedad de productos orgánicos ahora disponibles ha aumentado a tal grado que ha sido difícil para la industria identificar tendencias sólidas en un solo producto, y la mayoría concuerda en que es necesaria una investigación de mercado adicional sobre productos específicos. Los consumidores se sienten motivados a comprar productos orgánicos por diversos factores, los tres más importantes de los cuales parecen ser el sabor, los beneficios percibidos para la salud y la preocupación por el medio ambiente. En general, los consumidores canadienses de productos orgánicos tienden a tener como motivación razones de salud, mientras que las preocupaciones ambientales parecen motivar a los consumidores estadounidenses. Tanto en Estados Unidos como en Canadá, los nuevos padres constituyen uno de los grupos demográficos con mayor interés en convertirse a la alimentación orgánica, pues se preocupan especialmente por lo que comen sus hijos.

Apoyo a los mercados ecológicos: programas de etiquetado, certificación y adquisición de productos con ventaja ambiental en Canadá, Estados Unidos y México. CCA. 1999.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=255

Disponibile también en inglés y en francés

Este informe ofrece un panorama general de varios programas importantes en Canadá, Estados Unidos y México, que se han establecido a fin de reconocer y promover las características o atributos ambientales de productos y servicios. Se trata de una síntesis de tres informes distintos preparados por tres empresas de consultoría en los tres países sobre los temas de etiquetado, certificación y adquisiciones. En vista de la gran variedad de esquemas en los sectores público y privado vigentes en los tres países socios del TLCAN, este informe no pretende ser exhaustivo, sino presentar ejemplos de los principales programas. Se subraya que no es factible analizar todos los programas aplicados en los tres países, en buena medida porque tanto la política como los mercados ambientales son sumamente dinámicos. Entre los datos más interesantes que se presentan en este trabajo destacan: hay cuando menos 25 esquemas de etiquetado ambiental importantes que se aplican en Estados Unidos. Estos esquemas abarcan 156 categorías de productos y aproximadamente 310 productos reales. Mientras que la diversidad de opciones —en especial en los instrumentos de política pública— es bienvenida, el estado actual de las etiquetas ambientales puede contribuir a una desconcertante serie de opciones para los consumidores y a la incapacidad de una o dos etiquetas para labrar un nicho dominante en el mercado. Dada la tendencia de los mercados estadounidenses hacia el predominio de etiquetas dentro de las diferentes categorías de productos, esta fragmentación puede contribuir a resultados un tanto decepcionantes en lo que a etiquetado se refiere en Estados Unidos. Esta diversidad de esquemas

también dificulta determinar un cálculo global o agregado de gasto total en etiquetas ecológicas en ese país.

Evaluación del mercado latinoamericano para bienes y servicios ambientales de América del Norte. ESSA Technologies Ltd., The GLOBE Foundation of Canada, SAIC de México S.A. de C.V., CG/LA Infrastructure. Julio de 1996.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=espanol&ID=291

Disponibile también en inglés y en francés

En este informe se analizan los mercados meta dentro de América Latina, se examina la reforma regulatoria en los países meta y las condiciones del mercado en los subsectores meta, se identifican oportunidades específicas de proyectos y se analiza las ventajas para la exportación de América del Norte, así como la ventaja comparativa de los tres socios del TLCAN respecto a las exportaciones a América Latina. También se valoran estrategias de acceso al mercado, se ofrece información sobre fuentes de financiamiento y se presenta una lista de proyectos en marcha y previstos en toda la región. El informe incluye información tan importante como qué es lo que vuelve exitosa a una multinacional o a los mecanismos de cooperación en América del Norte, la ubicación de los mercados en expansión y la manera en que México ha logrado desarrollar tecnologías limpias y adaptar tecnologías probadas de Estados Unidos y Canadá para aplicarlas en su mercado interno. Asimismo, se destaca cómo esta y otras tecnologías pueden extenderse a nuevos mercados con necesidades similares.

Consulte en línea la lista completa de publicaciones de la CCA: <http://www.cec.org/bibliographies>

Si requiere información adicional sobre el trabajo de la CCA en materia de bienes y servicios ambientales, compras verdes, café de sombra, palma sustentable o energía renovable, escriba a:

[<info@cec.org>](mailto:info@cec.org)