
El concepto de la eco-eficiencia y el acceso a nuevos mercados

Producción Más Limpia (PML) en su definición desde el Programa de Naciones Unidas para el medio Ambiente, es la aplicación de una estrategia integral ambiental **preventiva** a procesos, productos y servicios con el propósito de incrementar la **ecoeficiencia** y reducir los riesgos a los humanos y al ambiente.

Los resultados buscados en las tres áreas de aplicación son los siguientes. Primeramente, dentro de los **procesos de producción**, conservando materias primas y energía, eliminando materias primas tóxicas y reduciendo la cantidad de toxicidad de todas las emisiones y residuos desde la fuente. En lo referente a los **productos**, reduciendo los impactos negativos a lo largo de todo su ciclo de vida desde el diseño hasta su disposición final. Y, con respecto a los **servicios**, incorporando cuidados ambientales en su diseño y entrega.

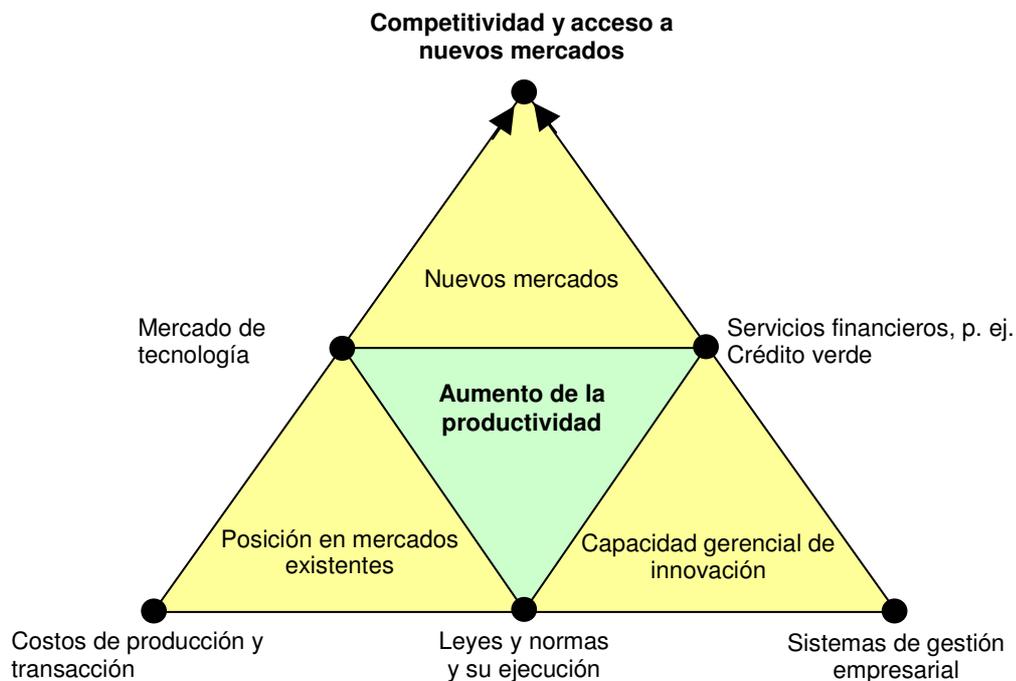
Así, desde el punto de vista puramente **ambiental**, la PML se fundamenta en el enfoque preventivo, aplicado exitosamente en otras disciplinas como la del cuidado de la salud, para evitar o minimizar la cantidad de emisiones y su grado de toxicidad trabajando **desde la fuente** en que se generan. Es una tendencia que se ha ido fortaleciendo en todo el mundo como alternativa a la estrategia de control al final del proceso.

Por otra parte, la PML se enfoca también desde el punto de vista de la **economía de las empresas**, ya sean de productos o de servicios. Así, dentro del término Ecoeficiencia se halla contenido este aspecto, que es el ahorro de recursos materiales y energéticos, lo cual beneficia la economía de las empresas haciéndolas de manera indirecta más **competitivas** por la disminución de los **costos de producción** o entrega y por su aumento en la productividad al incorporar implícitamente un aspecto de simplicidad en las operaciones. Las empresas que implantan PML obtienen ahorros directos al disminuir consumos y desperdicio y ahorros indirectamente al disminuir, entre otras cosas, el costo de tratamiento de residuos y emisiones al ser estos generados en menor cantidad.

Al conjuntar los dos aspectos anteriores, **medio ambiente y economía**, se logra el objetivo central del **desarrollo sostenible**: en el presente, mantener u optimizar la producción en las empresas para el desarrollo económico y disminuir el consumo de recursos materiales y energía y así conservarlos de una manera más racional para generaciones futuras. El **componente social** aún no ha sido incorporado explícitamente en el desarrollo de PML. Más bien sería el caso inverso, en el cual las empresas que tienen políticas de Responsabilidad Social Corporativa, incorporan aspectos de PML que mejoran las condiciones del ambiente laboral de los trabajadores. Adicionalmente, podría apuntarse aquí referente a que al ser una empresa más eficiente, ha sido en algunos casos suficiente para su supervivencia y por lo tanto de los empleos.

La PML representa una **propuesta de cambio empresarial** de fondo tanto de los procesos de producción como de la gestión. De tal forma, requiere de un cambio de actitudes y pautas fundamentales: la apertura hacia el tema de la competitividad en mercados cada vez más abiertos y expuestos, la evaluación de opciones tecnológicas, la disponibilidad de invertir en el cambio del sistema de gestión, y el ejercicio responsable de la administración ambiental.

La PML se introduce en las empresas y organizaciones bajo diferentes variantes de la metodología de acuerdo al país o institución que la aplique. Similarmente a otros **cambios de sistemas de gestión**, involucra una etapa de planeación y organización, seguida de un diagnóstico del estado y las oportunidades de mejora, el análisis y evaluación de las opciones y la secuencia de implantación de las mejoras; todo lo anterior considerando los componentes ambiental y económico. Incorpora también con diferentes grados, la creación de capacidades dentro de la empresa así como la mejora continua o ciclo de mejora. Como cualquier otra propuesta de cambio empresarial, este proceso representa una **inversión financiera** que se debería recuperar en el tiempo por ahorros directos en recursos, mayor eficiencia y el acceso a nuevos mercados con mejores opciones. Por lo tanto, el conjunto de la implementación requiere un compromiso sólido de parte de la alta gerencia de las empresas.



Es por lo anterior que como sistema de gestión, la PML es compatible con el establecimiento, o el aprovechamiento en su caso, de **sistemas ya establecidos** de organización o gestión, por ejemplo de calidad de la producción ISO 9000 o de gestión ambiental como ISO 14000, así como con sistemas de contabilidad de las empresas más desarrollados como la Contabilidad Ambiental de Costos y los de Responsabilidad Social Corporativa.

La **estrategia de introducción** a nivel país o región, como en conceptos similares de gestión, incluye el desarrollo de casos demostrativos o ejemplos piloto, que servirán como base para la diseminación o creación de un **mercado interno**, en el caso de la demanda dando a conocer la viabilidad y ventajas del concepto y desde el punto de vista de la oferta, capacitando profesionales en las metodología para que ellos a su vez puedan ofrecer el servicio a las unidades productivas. Tal estrategia debe tomar en cuenta el contexto específico del país,

caracterizado en forma particular por el no-cumplimiento de normas y leyes, y la resultante desconfianza entre los agentes económicos que se expresa en altos costos de transacción. En tales condiciones, salvo de las ganancias en productividad por el mejor uso de los recursos, el **incentivo** más efectivo para la adopción de una propuesta PML parece ser la **competitividad** relativa y el **acceso a nuevos mercados** más exigentes. En el esquema siguiente graficamos los diferentes elementos variables lo cuales entran en juego.

La orientación estratégica de un **centro facilitador y promotor del mercado** de servicios PML a través de capacitación e información necesitará poner en primer plano:

- (i) Transparentizar el mercado: información sobre la oferta de consultores, los beneficios del desarrollo empresarial sostenible (bajar costos, acceso a nuevos mercados), el marco legal, la demanda en diferentes sectores, casos exitosos.
- (ii) Oferta - promoción y capacitación: Implementar una estrategia de promoción que incluye la transversalización del tema PML (y desarrollo empresarial sostenible) en prestadores de servicios empresariales (consultoras), universidades, gremios y otras organizaciones de capacitación, formación de consultores/capacitadores por sectores bien seleccionados con alta probabilidad de éxito a corto plazo.
- (iii) Demanda – PYMES y empresas orientadas a la exportación: Difusión de casos exitosos, demostrar la bondad del concepto de PML, generar la demanda en conexión con las líneas de crédito verde.
- (iv) Redes para la articulación entre oferta y demanda: Utilizar las redes sectoriales existentes, colegios profesionales, universidades, organizaciones gremiales, prestadores de servicios empresariales, fomentar mesas de intercambio horizontal, foros y visitas.
- (v) Costos de transacción: Documentar y difundir casos exitosos con cálculos costo-beneficio, elaboración de guías sectoriales, facilitar formatos de contratos.
- (vi) Acceso a crédito: Facilitar el acceso en cooperación estrecha con el BCP.
- (vii) Estudio de mercado: Elaborar un estudio liviano del mercado de servicios y de la demanda sectorial que toma en cuenta las políticas de PML (y ambientales) en el País y los requerimientos de principales mercados externos; actualizar el estudio periódicamente y retroalimentarlo en la promoción y capacitación.