

DOCUMENTO DE TRABAJO N° 8

*"Guía para la  
comercialización de los  
productos no maderables del  
bosque*

*Jorge R. Castiglioni*

I  
N  
F  
O  
R  
M  
E  
  
D  
E  
  
C  
O  
N  
S  
U  
L  
T  
O  
R  
I  
A

**CENTRO AGRONÓMICO TROPICAL DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA**  
Proyecto Conservación para el Desarrollo Sostenible en América Central

1994

## **DOCUMENTOS DE TRABAJO**

**La serie Documentos de Trabajo incluye todos aquellos manuscritos del Proyecto Olafo que reportan los resultados de las actividades que se encuentran en proceso. Esta información, dado su carácter preliminar, está sujeta a cambios posteriores y no ha sido editada. Se recomienda a los lectores tener en cuenta estas consideraciones a la hora de emplear los datos como base para otros trabajos o para citarlo como fuente. Estos documentos no constituyen publicaciones oficiales del CATIE.**

# INTRODUCCION

Esta guía trata de describir, de la manera más simple posible, la metodología o pasos necesarios para la comercialización de uno o varios productos no maderables del bosque. La guía está dirigida a técnicos que trabajan con comunidades rurales organizadas.

Los productos no maderables son aquéllos que tienen su origen en el bosque y no forman parte de la explotación forestal tradicional es decir, madera para aserrío, leña y postes. Bajo este concepto, son productos no maderables del bosque las plantas ornamentales, flores, recursos para artesanía (bejucos, mimbre, madera, tejidos), productos comestibles obtenidos de frutos o sangrado del árbol.

Esta guía no tratará el tema de la organización comunitaria ya que se parte de la base de que la comunidad tiene un grado de organización que le permite interactuar con los técnicos y no de individuos aislados.

Los técnicos ya sea que pertenezcan a alguna ONG, organismo del Estado o internacional, pueden estar trabajando con la comunidad por diversos motivos (extensionismo rural, programas de desarrollo social, estudios de investigación tendientes a la conservación de la biodiversidad) pero desean que la comunidad y requieren comercializar productos no maderables del bosque. Para tal efecto se detallan los pasos necesarios.

## METODOLOGIA PARA LA COMERCIALIZACION

### IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD Y DE SU ACTITUD FRENTE AL BOSQUE

En este primer paso deben identificarse cuáles son las necesidades o expectativas de la comunidad (económicas, de promoción social, de ayuda legal, de conservación de los recursos naturales).

Además se debe analizar cuál ha sido tradicionalmente la actitud de la comunidad frente al bosque (de utilización racional, de eliminación para habilitar tierras para agricultura o ganadería, de respecto o ignorancia).

En el caso de que algunas necesidades o expectativas de la comunidad puedan satisfacerse con la comercialización de productos no maderables del bosque se podrá continuar adelante. Esto implica que en el caso en que la comunidad ha considerado el bosque como fuente de madera o para habilitar nuevas tierras, se dé una explicación y convencimiento sobre las posibilidades del uso y manejo racional sostenible de los productos no tradicionales del bosque. Se deberá ser cuidadoso en no despertar en la comunidad falsas expectativas sobre lo que puede obtenerse de la comercialización. Asimismo, ser claro en las dificultades a encarar, pero también claro en las posibilidades que esa comercialización puede ofrecer a la comunidad.

### IDENTIFICACION PRELIMINAR DE LOS PRODUCTOS

Es evidente que los técnicos que están trabajando con la comunidad tienen cierto conocimiento de los productos no maderables del bosque, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional.

a. La identificación debe ser hecha en conjunto con la comunidad no debe ser hecha, sugerida o impuesta por los técnicos a la comunidad.

b. Los técnicos deben recordar que en la mayoría de los casos, la comercialización de productos no maderables del bosque es una actividad nueva y no tradicional para una comunidad rural, y que por ser nueva presentará dificultades. Por lo tanto, se debe tratar de identificar productos cuya comercialización sea o por lo menos aparente ser más sencilla y que pueda satisfacer las necesidades de la comunidad.

c. Puede ser que por razones de investigación y/o conservación de especies (animales o vegetales) exista interés por parte de los técnicos en la comercialización de algún producto novedoso o poco conocido. En este caso, estos productos evidentemente no contarán con un mercado fácil y presentarán dificultades adicionales en su comercialización. Si bien este interés es totalmente legítimo, no debe ser el punto de interés primordial en la identificación del producto. Lo que puede hacerse en este caso es seleccionar algunos productos simples, con mercado establecido y algún otro recurso que se desee proteger, conservar o investigar que acompañe a los otros productos.

d. Se debe identificar una gama amplia de productos, pues esta identificación es preliminar, antes de seleccionar los más prometedores. Será necesario elegir por lo menos 15 productos disponibles en el bosque de la comunidad.

e. Es conveniente que la comunidad tenga algún grado de conocimiento empírico o práctico de los productos seleccionados, por ejemplo plantas medicinales conocidas por tradición. Este conocimiento aumentará el interés de la comunidad en los productos identificados.

## SONDEO PRELIMINAR DE MERCADO

Esta etapa no consiste de un estudio de mercado, sino un sondeo que tiene por finalidad realizar una primera selección de los productos identificados.

Este sondeo debe ser hecho en conjunto con miembros de la comunidad, no solamente por los técnicos. De esta manera aumentará el conocimiento y el interés de la comunidad en el proceso. Conocerán ligeramente un tipo de comercialización y mercado que no es común.

En este sondeo deben visitarse a los posibles compradores de los productos no maderables y determinarse:

- a. Posible precio de compra del producto
- b. Precio de venta al público o al consumidor final
- c. Forma o calidad de presentación del producto
- d. Volúmenes de compra de cada producto
- e. Periodicidad de las compras
- f. Cantidad de los compradores interesados en cada uno de los productos identificados
- g. Formas de pago más comunes en el mercado (al contado, 30 días, 60 días)
- h. Disposiciones legales que dificultan o facilitan la comercialización de algunos productos, entre ellas regulaciones que prohíben la comercialización de alguna especie o incentivos que la promueven por ejemplo, la fabricación de artesanías por pequeñas comunidades

### Plantas ornamentales y flores

Visitar viveros que abastezcan al mercado nacional o que exporten

### Plantas medicinales

Visitar laboratorios que produzcan medicinas o empresas que produzcan te de uso medicinal, a partir de recursos ya identificados

### Artesanías

Visitar cámaras o mercados de artesanías

### Carbón

Visitar empresas consumidoras de carbón, almacenes y pulperías

### Productos comestibles

Visitar los acopiadores o compradores de estos productos

Es muy posible que para realizar este sondeo sea necesario llevar muestras de los distintos productos.

Con estas visitas se podrán determinar precios y volúmenes de venta, y lo que es importante, la calidad de presentación del producto. En el caso de las plantas ornamentales y flores la calidad estará determinada por el tamaño de la planta o flor, la falta de defectos, si se pueden vender en bolsa plástica, en pote o a raíz desnuda. Para el carbón el tamaño y el tipo de empaque, en las artesanías la calidad y terminación.

Por la cantidad de productos identificados previamente (unos quince), es conveniente que para no gastar mucho tiempo, dinero y esfuerzo en este sondeo, se limite a pocos compradores potenciales de cada producto. Pues como se dijo anteriormente, la función de este sondeo es ayudar a preseleccionar los productos más prometedores y aumentar el conocimiento de la comunidad en una actividad poco conocida.

## PRESELECCION DE LOS PRODUCTOS

Con base en la información obtenida en la etapa anterior es necesario seleccionar ahora los productos que mejor satisfagan las necesidades de la comunidad, de la manera más fácil y simple posible.

En esta etapa todavía no se conocen los costos de operación de los productos, ni los volúmenes que puede producir la comunidad. Sin embargo con base en el conocimiento de los técnicos y de la comunidad, puede tenerse una idea de la facilidad con que la comunidad los produciría .

Esta selección deber ser hecha entre la comunidad y los técnicos, teniendo en cuenta que la comunidad tendrá en algún momento que realizar la comercialización, pues los técnicos se retirarán en algún momento.

La participación de la comunidad en esta etapa es sumamente importante, pues debe sentirse participe y conductora del proceso. Los técnicos pueden ayudar, pero la comunidad es la principal interesada y beneficiaria de la futura actividad de comercialización.

Para esta selección se deben tener en cuenta:

- a. Precios de compra de los productos frente a la facilidad de fabricación
- b. Volúmenes de compra, son muy altos o difíciles de alcanzar por la comunidad
- c. Cercanía o lejanía de los compradores. Mientras los técnicos estén ayudando a la comunidad es posible que el transporte de los productos se facilite, pero cuando la comunidad esté sola quizás sea (o no) muy difícil transportar los productos a compradores lejanos
- d. Regulaciones que dificulten o faciliten la comercialización de algunos productos
- e. Grado de esfuerzo y recursos que la comunidad debe dedicar a la elaboración de determinados productos. Por ejemplo, construcción de un vivero y atención directa al público para la venta.

De esta evaluación es posible identificar el mercado de los productos seleccionados: local, regional, nacional o internacional; si el comprador es el consumidor final, como podría ser el caso de un mercado de productos populares donde se vendan al público plantas ornamentales, artesanías, flores o plantas medicinales, o una empresa que consuma carbón, si el comprador es un intermediario como podría ser un vivero que venda plantas ornamentales o flores al público o que exporte, o un acopiador de productos comestibles.

De la evaluación es conveniente hacer una selección y quedarse con siete u ocho de los productos más prometedores.

## OBTENCION DE INFORMACION TECNICA Y COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS PRESELECCIONADOS

Es conveniente que la comunidad y los técnicos consigan toda la información disponible sobre los productos, tanto técnica como que facilite la comercialización y venta:

### Plantas ornamentales y flores

Investigación sobre períodos de floración o fructificación, crecimiento, manejo en vivero, fertilización, reproducción, listas de viveros y exportadores (pueden ser conseguidos en cámaras de exportadores o en los ministerios que tienen que ver con recursos naturales, agricultura y ganadería).

### Carbón

Estudios sobre distintos métodos de carbonización (fosa, parva, horno), rendimientos de madera/carbón, mejores maderas para fabricar carbón.

### Artesanías

Con artesanos o cámaras de artesanos observar los tratamientos para los distintos tipos de artesanías (madera, bejucos, tejidos).

### Plantas medicinales y productos comestibles

Estudios sobre tratamientos para plantas tradicionales para darles algún valor agregado, hechos por la comunidad.

Asimismo, se debe buscar toda la información legal sobre la comercialización de los productos preseleccionados. Por ejemplo en el caso de las plantas ornamentales, medicinales y flores se debe buscar toda regulación nacional o internacional (por ejemplo CITES) que pudiera trabar la comercialización. En el caso de que existiera existiera, averiguar qué pasos deben darse para eliminar esa traba y si es necesario comenzar los trámites necesarios, (debe recordarse que ese trámite puede ser largo, por lo que conviene comenzar lo antes posible).

## CALCULO DEL VOLUMEN DE PRODUCCION POSIBLE POR PARTE DE LA COMUNIDAD DE CADA UNO DE LOS PRODUCTOS PRESELECCIONADOS

En este caso estamos hablando del volumen máximo posible a elaborar de acuerdo con la capacidad y disponibilidad de los recursos y de la ayuda que pueden brindar los técnicos.

Para poder calcular este volumen de producción es necesario saber con qué recursos se cuenta. Si no existe un conocimiento suficiente, es posible que sea necesario realizar un preinventario, o inventario ligero de los recursos en el bosque.

En esta etapa se deberá definir si los recursos se tomarán directamente del bosque, en cuyo caso será necesario elaborar un cuidadoso plan de manejo, para evitar su agotamiento por cosecha excesiva, o si el bosque actuará como un generador de materia prima para el vivero.

En esta etapa se definirán también los esfuerzos, trabajos y recursos que debe invertir la comunidad para la elaboración y producción de los distintos productos, por lo que es imprescindible una amplia participación. La comunidad debe estar al tanto de los trabajos y esfuerzos a realizarse en el futuro, pues de no ser así podrían presentarse problemas cuando estos trabajos sean necesarios.

## CALCULO DEL COSTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS

Es posible que no se tengan todos los datos para realizar un cálculo exacto del costo de elaboración y comercialización de cada uno de los productos preseleccionados, pero por lo menos debe realizarse un cálculo aproximado de cada uno. Si no se tiene por lo menos un valor aproximado, es imposible determinar si la actividad será rentable para la comunidad.

Para el cálculo de costos se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- a. Costo de la mano de obra a nivel local. Este valor debe fijarlo la comunidad, pues es el valor que sus miembros consideran razonable por su trabajo.
- b. Costo de la cosecha en el bosque. Si el producto se tomara del bosque, debe saberse el tiempo necesario para la recolección o cosecha.
- c. Costo de construcción del vivero, si es necesario.
- d. Costo de elaboración del producto, por ejemplo si son artesanías será el costo de los materiales y la mano de obra; si son plantas ornamentales o flores cultivadas en viveros será el costo de fertilización, el costo de mano de obra, la amortización del costo del vivero; en el carbón será el costo de la mano de obra en la carbonización más el costo de la obtención de la madera; en las plantas medicinales será el costo de cosecha en el bosque o de su cultivo en vivero.

En todos los casos se deberá agregar el costo del empaque, y de la mano de obra si el empaque es necesario.

## ESTUDIO DE MERCADO

Hasta el momento se tiene un estudio somero del mercado de unos siete u ocho productos. Para encarar la comercialización de los productos que finalmente se decidan, es necesario realizar un estudio de mercado más profundo.

Este estudio de mercado tiene dos finalidades, por un lado definir las condiciones de mercado para los productos y por otro lado, ayudar a la selección final de los productos que se van a comercializar.

En este estudio se deben definir los siguientes puntos:

- a. Compradores: locales, regionales, nacionales o exportadores y tipo de compradores (consumidor final, intermediario o acopiador).
- b. Precios de compra: si deben obtener valores seguros para cada uno de los productos.
- c. Volúmenes mínimos y máximos de compra de cada uno de los productos de un sólo comprador o la suma de varios compradores.

d. Periodicidad necesaria para las ventas: definir si el producto debe ser entregarse en forma semanal, mensual, semestral

e. Formas de pago: al contado, a treinta o sesenta días.

f. Calidad y forma de presentación del producto: de él depende el éxito en las futuras ventas. Como ya se ha dicho anteriormente, este punto es totalmente diferente para los distintos productos, como podría ser:

-en el caso de las plantas ornamentales y flores, será el tamaño y ausencia de defectos, si se debe entregar a raíz desnuda, en bolsas de plástico o pote

-en el caso de las artesanías será la terminación y acabado

-en el caso de las plantas medicinales será si se entregan frescas o secas, en paquetes, bolsas, o con algún grado de preparación como podría ser moliéndola

-en el caso de los productos comestibles, sería si los mismos se entregan a granel o empaquetados o envasados.

-en el caso del carbón sería el tamaño de las lozas de carbón, el peso de los sacos. Pueden presentarse otros casos referentes a la calidad del producto que no estén contemplados en esta guía.

g. Seguridad del mercado: el grado de seguridad o estabilidad del mercado consiste en definir si es un mercado nuevo o ya está establecido desde hace tiempo, los precios han sido estables o están sujetos a cambios fuertes y se dependerá de un sólo comprador o de varios.

Este punto es importante pues el mercado de un producto puede parecer atractivo por los precios. Pero si no tiene cierto grado de seguridad, puede en el futuro provocar que el esfuerzo de la comunidad termine en un fracaso.

Para realizar este estudio es imprescindible un trabajo conjunto de la comunidad y de los técnicos. La comunidad de esta manera tendrá una idea mucho más clara del mercado y podrá decidir con seguridad sobre los productos que finalmente se comercializarán.

Para este estudio será necesario llevar muestras de calidad, las cuales deberán prepararse con anticipación.

Una vez terminado el estudio de mercado la comunidad y los técnicos deben tener definido:

-Compradores: categorizarlos en función de los precios que estén dispuestos a pagar, los volúmenes de cada producto que quieran comprar, la periodicidad necesaria de las entregas, la distancia a que se encuentran, si se les debe enviar el producto o lo recogerán en la comunidad y las formas de pago.

-Calidad y forma de presentación de cada uno de los productos

-Haber establecido ciertos contactos comerciales

-Riesgo de cada uno de los productos de acuerdo a la seguridad de mercado del mismo

## DEFINICION FINAL DE LOS PRODUCTOS

Antes del estudio de mercado la comunidad y los técnicos tenían preseleccionados unos siete u ocho productos no maderables del bosque. Terminado el estudio de mercado conviene decidir ahora que se tiene mejor información, cuántos de esos productos se comercializarán. Puesto que es conveniente centrar los esfuerzos de la comunidad en aquellos más rentables y de más fácil comercialización.

Para ello es conveniente analizar los siguientes factores:

a. Costo estimado contra precio de compra: para obtener el margen de ganancia del producto

b. Producción posible contra la producción solicitada por los compradores. También hay que analizar si eliminando algún producto se puede aumentar la producción de otro. Los medios de la comunidad son limitados, al descartar algún producto, se pueden dedicar más esfuerzos a otro.

c. Recursos necesarios que debe invertir la comunidad para elaborar cada uno de los productos. Cuando hablamos de recursos, no es sólo dinero, sino también tiempo, esfuerzos y tierra.

d. Seguridad del mercado: en función de estos factores, la comunidad y los técnicos decidirán que productos conviene comercializar. En general no sería práctico tener más de cuatro productos.

## INVESTIGACION

Se podría pensar que esta etapa debería haber sido realizada anteriormente. La investigación es un proceso en el que se debe invertir dinero, esfuerzos y tiempo, por lo que se consideró conveniente realizarla cuando se habían definido los productos. De esta manera la investigación estará más orientada para que se gaste la menor cantidad de dinero y tiempo posible.

En esta etapa la comunidad y los técnicos deben investigar todo lo necesario para producir los productos no maderables en forma sostenible sin agotar el recurso con la calidad exigida por el mercado.

Sobre los técnicos recaerá el mayor peso de la investigación. Esto no quiere decir que la comunidad no deba participar en este proceso, sino todo lo contrario. Sus miembros tienen conocimientos sobre los recursos del bosque que pueden ser muy útiles para la investigación.

Los pasos para la investigación son los siguientes, y pueden ser simultáneos si los medios disponibles lo permiten.

### a. Inventario

Anteriormente se evaluó el volumen posible de producción con base en los conocimientos de los técnicos y de la comunidad. Quizás se ha realizado un preinventario, pero ahora es necesario tener un dato lo más exacto posible de los recursos existentes en el bosque. No importa que sean plantas ornamentales, medicinales, flores, productos comestibles, carbón, artesanías. Este dato más preciso se conseguirá mediante un inventario de los recursos del bosque.

Es muy importante que en el inventario participe activamente la comunidad y no sea hecho exclusivamente por los técnicos. La comunidad conoce mejor el bosque y a través del inventario tendrá una mejor idea de sus recursos.

Debe recordarse que el producto final podrá ser obtenido del bosque mediante un plan de manejo, o desde un vivero. En este último caso el bosque actuará como generador de materia prima para el vivero.

### b. Investigación técnica

La investigación técnica tiene por finalidad determinar todos los factores necesarios para la elaboración de los productos. Si bien los técnicos y la comunidad tienen conocimientos de distinto tipo sobre cada uno de los productos, es posible que sea necesario afinar esos conocimientos para poder producirlos de manera segura y sostenible.

Este tipo de investigación para los distintos tipos de productos podría ser:

-Plantas ornamentales o flores, determinar tipo de suelo y luz, período de floración o fructificación, o un mejor método de propagación, si se producirán en vivero, período de aclimatación, tipo de fertilización, número de hijos a obtener de cada planta madre. Estos datos son fundamentales para poder planear el tamaño y periodicidad de la cosecha. También se deberá investigar la resistencia de las plantas al empaque y a distintas temperaturas,.

-Artesanías: por ejemplo si la artesanía es de bejucos o mimbres, se deberá saber el período de crecimiento y el tratamiento, si son artesanías en madera, qué tipo de maderas son las mejores y más vistosas, qué tipo de secado deben tener (si es necesario) y las herramientas necesarias.

-Plantas medicinales: se deberá conocer el período de crecimiento, época de cosecha, si se les puede dar algún proceso simple que aumente su valor, período de floración, métodos de propagación, ya sea que se obtengan del bosque o de vivero.

-Carbón: se debe hacer ensayos de carbonización con distintos tipos de madera y distintas formas (foso, parva, horno).

-Productos comestibles: en el caso de productos que se obtienen a partir de sangrado de árboles (chicle, siropes) se deberá conocer la época del año de mayor producción, rendimientos por árbol, descansos que se le dan a los árboles.

Los puntos antes mencionados se citan como ejemplos. No significa que no pueden existir otro tipo de productos no maderables, o que no exista otro tipo de investigación.

Es muy posible que la investigación sobre algunos productos demande más tiempo que la de otros. Esto significará que algunos productos se comercializarán primero.

Además de la investigación técnica, se deben investigar a fondo las regulaciones de tipo legal que afectan la comercialización. Por ejemplo, alguna planta ornamental que caiga dentro de CITES, o regulaciones sobre plantas medicinales o comestibles.

## **ASIGNACION DE RESPONSABILIDADES DENTRO DE LA COMUNIDAD**

La comunidad está por entrar en una etapa de producción y comercialización de productos que no son tradicionales, además lo está haciendo como una comunidad y no como individuos aislados. Es importante que las diversas tareas que se deberán encarar, por ejemplo construcción de vivero, recolección de plantas o semillas en el bosque, se distribuyan entre los miembros de la comunidad.

Esto implica en cierta medida que estas personas dejarán de hacer, por lo menos ocasionalmente, algunas de sus tareas tradicionales de tipo agrícola o ganadera. Por esta razón es muy importante que haya acuerdo entre los miembros de la comunidad sobre los trabajos que realizará cada uno.

## **PASOS LEGALES NECESARIOS PARA PODER REALIZAR LA COMERCIALIZACION**

Es muy probable que haya que realizar algunos trámites legales para producir y comercializar los productos no maderables. Por ejemplo presentación de planes de manejo del bosque o de ciertas especies a la Dirección Forestal (o a quien corresponda), permisos de CITES, formalizar legalmente la organización de la comunidad si no la tiene (cooperativa, junta vecinal, asociación de fomento y desarrollo). Estos pasos legales deben ser realizados por la comunidad y los técnicos en conjunto.

## **PRODUCCION**

En esta etapa la comunidad empieza la producción de los productos no maderables elegidos, ya sean artesanías, plantas ornamentales, y medicinales.

Las actividades necesarias para esta producción serán diferentes para cada tipo de producto y según su procedencia (bosque o vivero).

Es seguro que en esta etapa se deben realizar gastos como construcción del vivero, sistema de riego, recolección de plantas y semillas en el bosque, fertilizantes y herramientas.

También se deben comenzar a establecer compromisos de venta con los compradores identificados.

## **DISTRIBUCION Y VENTA**

En esta etapa la comunidad comienza la distribución y venta de los productos no maderables, no necesariamente todos al mismo tiempo.

La experiencia que la comunidad va a ir adquiriendo en este proceso, debe servir de retroalimentación para efectuar las correcciones a la calidad de los productos que el mercado requiere, o para mejorar el proceso de comercialización poco a poco.

## **SEGUIMIENTO**

Es conveniente que los técnicos efectúen un seguimiento del proceso de producción y comercialización, durante un cierto tiempo luego de que la misma se inicia, para asegurar el éxito del proceso, ante problemas de cualquier tipo que pudieran surgir.