

Comercialización de productos forestales:

algunas consideraciones desde la perspectiva de la forestería social

Ronnie de Camino V.



Foto: A. Vera.

La forestería social que busca el desarrollo forestal sostenible con pequeños productores y comunidades, ha dejado de ser en América Central una colección de pequeños proyectos, para transformarse casi en un estilo de desarrollo rural. Su objetivo es mejorar la renta de las familias rurales a través del uso sostenible y financieramente factible de los recursos forestales. Además de ser equitativa y ambientalmente adecuada, la forestería social debe ser rentable. Los conceptos de rentabilidad deben ser definidos por la comunidad, ya que la rentabilidad en una familia o comunidad campesina no tiene muchas veces el mismo significado que para un empresario comercial tradicional o para un banco.

La población de América Central ya supera los 30 millones de personas, lo que implica una demanda creciente de trabajo y de productos, y una presión mayor sobre los recursos naturales. Los problemas asociados a los recursos naturales no tienen solución si el bosque, tanto natural como plantado, el árbol y los productos madereros y no madereros, no tienen valor para las comunidades locales. El valor se logra a través de políticas que no discriminen al sector, pero también a través de la organi-

zación para el manejo y comercialización de los productos.

En este contexto se hace útil compartir visiones sobre la comercialización de los productos forestales, pues es un problema que hay que enfrentar hoy, ya que en el futuro puede tener un fuerte impacto en el desarrollo rural sostenible de la Región. En este artículo, el Dr. Ronnie de Camino presenta algunos de los problemas relacionados con la comercialización, así como sugerencias para superarlos. El enfatiza en la importancia de cooperación horizontal entre los productores.

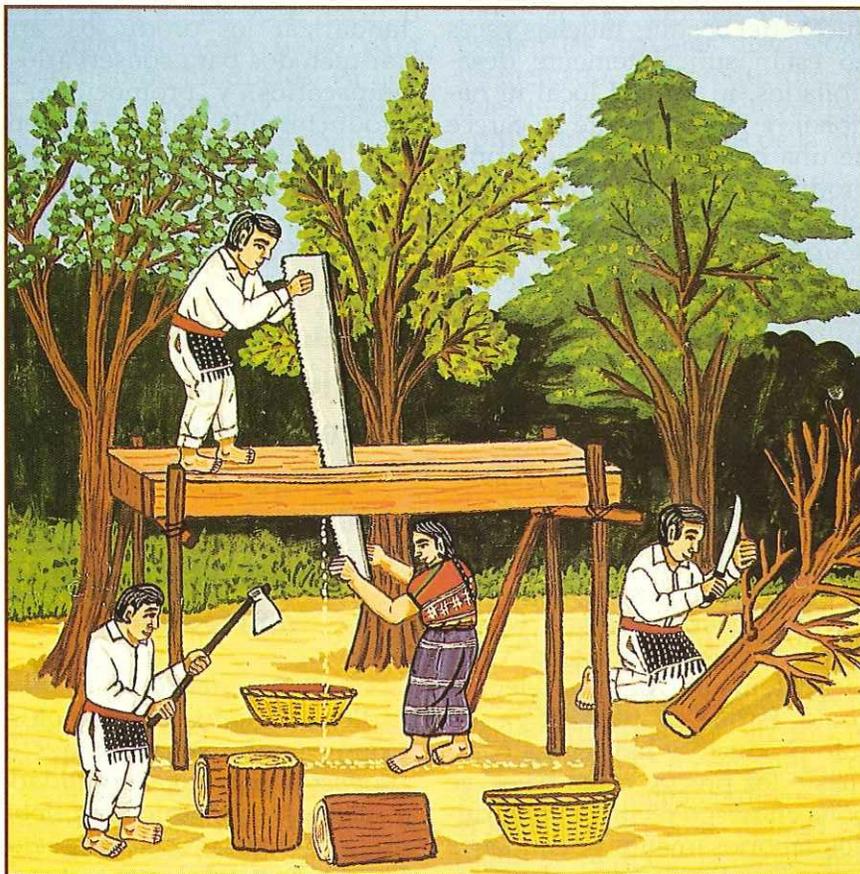
Necesidades de las comunidades

A fines de abril de 1995, se realizó en Guyana un taller sobre alternativas de uso de la tierra en las comunidades amerindias. La idea del evento era discutir problemas de estas comunidades y exponer a los líderes comunales y extensionistas agrícolas, alternativas de solución, especialmente en el campo forestal y agroforestal. El objetivo era identificar proyectos dentro del contexto de las tecnologías y alternativas discutidas.

La reacción de los representantes de las comunidades no fue favorable, debido a experiencias anteriores con proyectos identificados y no cumplidos por parte del Gobierno, de los líderes políticos, de los funcionarios y de los donantes. Sin embargo, los representantes sí expresaron ideas con respecto a proyectos que no se orientaban a ninguna tecnología específica, sino a la búsqueda de soluciones para los problemas centrales que enfrentan sus pueblos. Los problemas seleccionados para plantear iniciativas comunes de solución fueron:

- 1) dificultades de transporte de personas y productos;
- 2) mercados inestables, precios bajos y en general la comercialización de los productos de las comunidades;
- 3) la retención de la población joven en las comunidades por la falta de opciones económicas rentables.

mitan un aprovechamiento eficiente y económico de los productos y servicios que la forestería social ha generado. En este sentido, la comercialización cobra mucha importancia.



La forestería social busca mejorar la renta de las familias rurales mediante un uso sostenible y rentable de los recursos forestales. Los ingresos familiares aumentan al darle mayor valor agregado a la materia prima en la misma comunidad. (Dibujo: artesano guatemalteco).

Los problemas identificados podrían ser los mismos en cualquier comunidad más o menos remota y rural de América Central. Por lo tanto, carece de sentido continuar tratando de identificar proyectos para proteger los recursos naturales a través de las comunidades rurales. Lo que parece más razonable es la formulación de proyectos que per-

Obstáculos

A continuación se presentarán algunas de las dificultades más frecuentes experimentadas por las comunidades y pequeños productores con relación a la comercialización de sus productos.

En general, los proyectos forestales sociales tienen un volu-

men de producción reducido y demoran en alcanzar la sostenibilidad. Es común que los pequeños productores forestales tengan costos de producción y de transporte más altos que los productores llamados "comerciales" (Warner y Coutinho, 1994).

Los mercados para los productos del bosque, muchas veces no están suficientemente desarrollados, ni a nivel local ni nacional, y generalmente se carece de una organización que acopie producción para eliminar la limitante de volumen de producción (Current y Juárez, 1992). Son muchos los proyectos que terminan con una producción que nadie quiere o puede comprar. Por otro lado, no se conocen los mercados consumidores y existe gran dependencia de intermediarios, que pagan generalmente precios bajos.

Los pequeños propietarios y las comunidades difícilmente pueden generar reservas, ya sea de productos o financieras. Consecuentemente, si se ha elegido como estrategia productiva un solo producto y hay malas cosechas o los precios están bajos, se pone en riesgo recursos construidos laboriosamente por muchos años. Por otro lado, la planificación se dificulta por la falta de conocimientos para saber si la operación es verdaderamente rentable, ya que se desconocen los mecanismos para valorar todos los costos e ingresos.

Obstáculos externos

La forestería social, con contadas excepciones, carece de sistemas estables de financiamiento de actividades de establecimiento, manejo, cosecha, industrialización y comercialización de productos. En general, el finan-

ciamiento se ha manifestado en proyectos de apoyo a una comunidad específica y por tiempo limitado, y no en sistemas generalizados de libre acceso y aún menos en manejo de bosque natural.

Además, existe gran carencia de tecnologías de procesamiento y comercialización para estandarizar los productos, aplicar métodos para conservarlos y empacarlos, y promocionar el producto, entre otros. En general, la utilización integral de los productos y desechos es un aspecto que no ha recibido la importancia que merece.

El desarrollo sostenible tiene implícita una rentabilidad suficiente aunque no máxima, además de consideraciones ambientales.

Por otro lado, los promotores externos parecen pensar que los proyectos para las comunidades y pequeños productores deben estar orientados ecológicamente. En ello hay un elemento fundamental de injusticia, ya que los grandes productores están motivados por el lucro, pero se quiere exigir que los pequeños productores estén motivados por el ambiente. En realidad, la motivación de ambos grupos debería ser el desarrollo sostenible, que tiene implícita una rentabilidad suficiente aunque no máxima, además de consideraciones ambientales.

La mayoría de las economías de mercado tiene un número enorme de regulaciones públi-

cas (Gregersen, 1992), de las cuales varias afectan de manera desigual a los pequeños propietarios: encarecen los costos, dificultan el acceso a los incentivos y a los mercados, y regulan en forma discriminatoria los créditos, entre otros. Hay situaciones en que no existe libertad de cosecha de algunos productos forestales y hay que solicitar permisos que cuestan dinero y tiempo. Los Servicios Forestales tienen una larga historia de regulaciones. Si se aplicaran regulaciones similares a la producción y comercialización de productos agrícolas, lo más probable es que no habría producción de alimentos.

En algunos países existen organizaciones fuertes que agrupan a los productores y proyectos sociales forestales, pero generalmente los productores no están organizados para solucionar problemas de mercado. Además, en la mayoría de casos, el grado de organización de los campesinos forestales y agroforestales es muy bajo, lo cual dificulta la cooperación horizontal entre los productores.

Asumiendo el desafío

A continuación se harán algunas consideraciones para la superación de los problemas planteados. Muchas de las posibles soluciones se cruzan, puesto que los problemas están interrelacionados.

Integración horizontal

La integración horizontal, es decir, la unión de varios propietarios que generen el mismo tipo de producción, es una medida que debería tomarse urgentemente. La integración horizontal permite no sólo un mayor volumen de producción, sino delinear mejores estrategias de co-

mercantilización y negociación de los precios. Por otro lado, si se consigue la verdadera integración, se puede llegar a formar una estructura monopólica u oligopólica en el mercado de materias primas o productos finales, pero esta vez en favor del pequeño productor.

Producción orientada a la demanda

Se deben producir bienes y servicios que un determinado agroecosistema pueda producir, pero además de la factibilidad biológica, debe existir mercados para la producción (Andrade y Fausto, 1994). Si en un momento determinado no hay mercados, se debe crearlos mediante promoción. En otras palabras, no hay que trabajar sólo con el lado de la oferta, como se ha hecho tradicionalmente en la forestería social, sino principalmente con el lado de la demanda. Y para orientar la producción a la demanda, se necesita una práctica rutinaria para realizar estudios de mercado, de canales de comercialización y de posibles competidores, además de considerar aspectos como almacenamiento, preservación y épocas de consumo.

Es necesario destacar que muchos productos del bosque tienen una demanda derivada de otros productos y estos tienen generalmente un fuerte componente estacional y regional, por ejemplo la demanda de madera para las tabacaleras es derivada de las superficies cultivadas de tabaco y la demanda de la madera aserrada depende de la construcción y su coyuntura. Consecuentemente, estos aspectos deben ser tomados en cuenta en los estudios de mercado (Reiche, 1995).

Economía de la variedad

En el mejoramiento de la rentabilidad y para superar el problema de tamaño, otra posibilidad es cambiar el concepto de la economía de escala por el concepto de economía de la variedad y la empresa flexible. Esto disminuye también el riesgo. En términos prácticos, esto puede significar ir a mercados nicho, o sea, mercados específicos para cierto tipo de productos, ya que se podría maximizar la existencia del producto o la contribución de los servicios especializados, por ser únicos en la región. En este contexto no deben excluirse los productos complementarios, como son los productos verdes certificados, turismo ecológico y otros (Muheim, Salant, 1994).

La producción de la forestería social debe orientarse más a la demanda.

Sistema financiero

Es también de urgente necesidad promover conjuntamente reformas a los sistemas financieros nacionales. Parece razonable que el sistema bancario internacional y nacional de la mayoría de los países empiece a eliminar los subsidios al crédito, sin embargo, las actividades orientadas a los recursos naturales han sido por tanto tiempo discriminadas, que para recuperar el interés en ellas sería necesario un sistema de incentivos al crédito, al menos de carácter temporal. En el caso de pequeños propietarios y comunidades, sería necesario que los bosques naturales y plantados puedan servir de garantía de los créditos. Por otra parte, el esquema de integración horizontal

permitiría la formación de fondos rotativos, con ahorros en los momentos de buen precio, o bien la constitución de garantías solidarias.

Integración vertical

La mayor parte de la renta se ubica en los segmentos del mercado que están más cerca del consumo final y es también allí donde existen las mayores distorsiones de mercado. Los productores rurales tienen dos alternativas para aprovechar las ventajas de la integración vertical:

- 1) Entrar al proceso de inversión industrial y comercialización de los productos hasta el consumidor final. Esa sería una situación ideal, pero requiere tiempo, conocimientos y capital para poder lograrse.
- 2) Establecer acuerdos en la cadena de producción para llegar, si es necesario, a asociarse con etapas ulteriores de la cadena.

Retener la mayor parte del excedente rural, tanto agrícola, como forestal y de otros recursos naturales, en el campo, en vez de transferirlo al sector urbano industrial, permitiría dinamizar un sector de pequeñas industrias en el ámbito rural, que contaría con mano de obra local y bajos insumos importados. El ingreso familiar en el campo debe provenir del encadenamiento de la producción agrícola y forestal o de la integración vertical, es decir, de la redistribución de los beneficios a lo largo de la cadena de comercialización (Janvry y Glikman, 1991; Ruiz *et al.*, 1993, Warner y Coutinho, 1994).

En muchos casos, para poder integrarse verticalmente en el proceso productivo, es necesario también la integración horizontal.

Información

Por otra parte, es importante encontrar mecanismos que hagan disponible la información sobre nuevas tecnologías en los aspectos de procesamiento y comercialización de productos. Es necesario también la sistematización de la información y la creación de centros nacionales o regionales a los que puedan recurrir todos los productores y potenciales productores en búsqueda de información sobre características de diferentes especies y productos para poder ampliar la gama de productos utilizados.

En este sentido, los proyectos de cooperación técnica y las asociaciones gremiales, deben seguir trabajando en el campo de información y capacitación relacionadas con tecnologías tanto para nuevos productos como para productos tradicionales. Asimismo instituciones como el CATIE y el Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial (ICAITI), deben continuar cumpliendo y mejorando su papel en generación y divulgación de información en estos aspectos.



Finalmente, consideramos que es de vital importancia también conocer las disposiciones legales y reglamentarias que dificultan la comercialización, para poder proponer una serie de reformas y buscar caminos para hacerlas llegar a los niveles gubernamentales que correspondan.

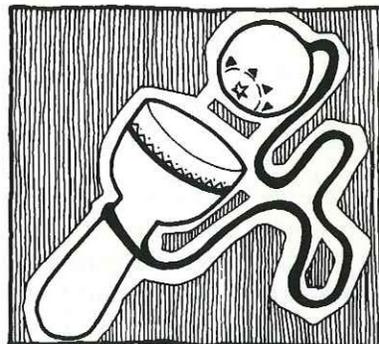


El autor propone como una solución para superar el problema del pequeño tamaño de producción, la economía de la variedad, que puede significar ir a mercados específicos, como por ejemplo artesanía. La caja de la gráfica está hecha en Guatemala. (Foto: R. Jiménez).

Conclusiones

El mejoramiento de la comercialización de los productos de la forestería social, se concentra en realidad, según lo presentado, en pocos elementos:

- integración horizontal de los productores para lograr un tamaño más grande de producción, para acceder a los mercados y para tener fuerza de negociación en los mercados y ante las autoridades;
- combinación del concepto de economía de escala con el concepto de economía de la variedad y empresa flexible;
- diversificación de la producción para disminuir el riesgo;



- adecuación del sistema financiero;
- análisis de los mercados para orientar la producción hacia la demanda;
- integración vertical para captar una mayor proporción de la renta del proceso completo y
- organización de la información tecnológica y de mercado.

Las medidas anteriores presuponen una organización fuerte de los productores. Sin esta integración es difícil pensar que se logre una comercialización racional, que es un requisito para lograr un desarrollo forestal sostenible.

Ronnie de Camino
Profesor de la Universidad para la Paz
Miembro Junta Directiva CIFOR
Apdo. 282, San Pedro
San José
Costa Rica
Tel/fax: (506) 282 6257

Literatura citada

- ANDRADE, E.; FAUSTO, C. 1994. Ventajas de formar grupos de productores en el parcelamiento La Máquina. Turrialba, Costa Rica, CATIE. Informe consultoría. 87 p.
- CURRENT, D.; JUAREZ, M. 1992. Estado presente y futuro de la producción y consumo de leña en El Salvador. San Salvador, El Salvador, CATIE/USAID. 134 p.
- GREGENSEN, H. 1992. Building a strong forest-based sector in a market economy: issues to consider in the transition. In IUFRO International Conference on Integrated Sustainable Multiple-Use Forest Management Under Market System (1992, Moscow). Proceedings. Copenhagen, Denmark, Kandrup. p. 43-61.
- JANVRY, A.; GLIKMAN, P. 1991. Encadenamientos de producción en la economía campesina en el Ecuador. San José, Costa Rica, FIDA/IICA. No. 1. 529 p.
- MUHEIM, P.; SALANT, P. 1994. Capturing the value of rural assets. The OECD Observer (R.U.) No. 190:19-22.
- REICHE, C. 1995. Mercado de madera rolliza para pequeños diámetros para la producción de cultivos agrícolas. Turrialba, Costa Rica, CATIE. 10 p. Sin publicar.
- RUIZ, M.; SAYER, J.; COHEN, S. 1993. El extractivismo en América Latina. Gland, Suiza, IUCN/CCE. 99 p.
- WARNER, P.D.; COUTINHO, A. 1994. Manual de comercialização de produtos florestais. Rio de Janeiro, Brasil, Genesys/The Futures Group. 111 p.