

Hacia el fortalecimiento del comercio de la guadua en Colombia

Adrián Cardona¹

En Colombia, la guadua (*Guadua angustifolia* Kunth) ha acompañado el desarrollo de las culturas, los pueblos y las comunidades urbanas y rurales desde épocas prehispánicas. También conocida como “acero vegetal”, la guadua ha sido utilizada ampliamente como material estructural en la construcción y en un sinnúmero de utensilios para la actividad agropecuaria y la vida cotidiana. Igualmente, se reconocen a esta especie de bambú leñoso, importantes servicios ambientales que la convierten en un recurso natural estratégico para la regulación hídrica, la biodiversidad y el clima. Aunque se encuentra en casi todo el país, la guadua ha estado culturalmente ligada a la zona andina, especialmente a la ecorregión del Eje Cafetero que comprende cinco departamentos en las montañas y valles del centro-occidente del país.

Por mucho tiempo, la guadua se percibió básicamente como un material de construcción y uso doméstico en zonas rurales; en las ciudades era de uso marginal en la construcción de viviendas pobres en zonas de invasión y de riesgo. Se consideraba un producto de poco valor social y monetario; su aprovechamiento y comercialización eran poco controlados y no se generaba valor agregado. Por lo general, la extracción de los culmos en guaduales naturales, por parte de los

“guadueros” o de los mismos propietarios de las fincas, se hacía de manera artesanal y no planificada, y se vendía guadua rolliza y esterilla en los depósitos de madera.

Después del terremoto que asoló la zona cafetera en 1999, se iniciaron una serie de proyectos de reconstrucción, desarrollos arquitectónicos icónicos, acciones de agencias de cooperación internacional, investigaciones en las universidades e iniciativas públicas y privadas de emprendimiento. En este entorno, la guadua empieza a ganar interés como un producto potencial para el desarrollo productivo de la región; surgen así iniciativas de comercialización con valor agregado a nivel nacional e internacional que redundan en mejores precios y mayores utilidades².

En este contexto, las corporaciones autónomas regionales -en el marco de sus funciones de control del aprovechamiento de los recursos naturales- comienzan a regular la cosecha de la guadua con el propósito de darle un manejo sostenible. Posteriormente, esta iniciativa se complementa con aspectos de gobernanza forestal, legalidad en el aprovechamiento y comercio y certificación voluntaria, lo que da pie al surgimiento de normas para el manejo sostenible de los guaduales y la construcción con guadua.

De manera paralela, empezaron a crearse empresas y asociaciones alrededor de la guadua; se amplió

la oferta de formación técnica; aparecieron innumerables nuevos productos y aplicaciones (en construcción, muebles, laminados y artesanías principalmente), prestadores de servicios e investigadores en temas afines; se propiciaron acuerdos de competitividad, procesos de certificación y giras por países productores de bambú. Así arrancó el boom de la guadua, el cual impulsó la aparición de un gremio y de una cadena productiva, que todavía están en proceso de organización.

El mercado nacional e internacional del bambú y la guadua muestra cifras significativas y crecientes. La guadua, como ocurren en otros países con el bambú, bien podría ser un renglón importante dentro de la economía colombiana y un ejemplo de manejo y aprovechamiento sostenible de un recurso natural. Según el INBAR, el mercado mundial de diversos productos de bambú y ratán movió cerca de USD 3.200 millones en el 2011; China aparece como el principal productor, gracias a fuertes políticas públicas nacionales de incentivos al cultivo, cosecha y generación de valor agregado (Cabrera 2014).

De acuerdo con cifras del Proyecto Gobernanza Forestal, patrocinado por la Unión Europea, en el año 2013, las cinco Corporaciones Autónomas Regionales de la ecorregión del Eje Cafetero en Colombia (CARDER, CRQ, CORTOLIMA,

¹ Consultor. Experto en moderación de talleres participativos. MSc Planificación y administración del desarrollo regional. Universidad de los Andes. Esp. en gobierno y políticas públicas. Administrador Ambiental, UTP. adriancardona@utp.edu.co

² Más información al respecto en Mejía y Moreno (2013).

CORPOCALDAS y CVC), autorizaron el aprovechamiento de 99.561 m³ de guadua en no más de 2500 ha, que equivalen al 7% de los guaduales de la región³ (Moreno 2014). A partir del precio comercial promedio pagado en depósito de madera (guadua sin valor agregado), la comercialización del producto habría alcanzado no menos de USD 5,7 millones. Este monto, aunque considerable, significa apenas un poco más del 1% del valor estimado del comercio anual de madera en Colombia.

No obstante, el mercado de la guadua en el país es mayor si se tiene en cuenta que parte del producto se vende a precios superiores por contar con valor agregado (secado, inmunizado, laminado, etc.). Asimismo, no se ha considerado la producción y comercialización en otras regiones del país, ni la guadua ilegal. Según Mejía y Moreno (2013), en Colombia se estiman unas 56.000 ha de guadua -una extensión pequeña, en comparación con otras coberturas como las plantaciones forestales con fines comerciales (174.000 ha en 2002, según Acosta 2004), o la extensión boscosa que se estima en 61,2 millones de hectáreas (MADS 2012).

Ya han pasado más de 15 años desde aquel despertar de la guadua y, a pesar de las grandes expectativas, de las proyecciones de entonces y de las innegables buenas características del recurso, los productores, los empresarios y los diversos actores de la cadena consideran que el mercado de la guadua es el eslabón más débil y requiere consolidarse y ampliarse. La guadua en Colombia y en el entorno internacional es poco conocida; más allá del Eje Cafetero su uso y comercio sigue siendo marginal, lo cual denota un mercado pequeño, poco desarrollado e imperfecto. Esto ha causado

el cierre de empresas, la frustración del productor y un cierto ambiente de pesimismo ante el futuro de la comercialización de la guadua y sus productos derivados. Se evidencia la necesidad de impulsar acciones concertadas para mejorar la situación y convertir a la guadua en un renglón forestal realmente importante para el país, que contribuya al desarrollo rural sostenible.

En este contexto, la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) organizó un taller participativo para el análisis del mercado de la guadua y el diseño de un plan estratégico para los actores de la cadena. El evento tuvo lugar en la ciudad de Pereira, centro de la ecorregión del Eje Cafetero durante los días 12 y 13 de junio de 2014. El propósito del taller fue identificar líneas estratégicas de trabajo para el desarrollo del mercado de la guadua. Como resultados esperados se planteaban: (i) elaborar participativamente un diagnóstico de la cadena de la guadua y específicamente del mercado de este recurso; (ii) diseñar un plan estratégico para mejorar la situación de la cadena de la guadua y su mercado.

El taller fue una iniciativa auspiciada por el Proyecto “Innovación tecnológica para la optimización de procesos y la estandarización de productos en empresas rurales con base

en guadua”. Este proyecto se inició en el 2012, mediante un Convenio entre el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia (Colciencias), la empresa Yarima guadua y el grupo de investigación en Gestión de Agroecosistemas Tropicales Andinos (GATA) de la UTP.

En el taller participaron 35 personas entre funcionarios de instituciones regionales (CARDER), nacionales (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, CORPOICA y Sociedad Colombiana del Bambú), e internacionales (INBAR). Además de investigadores de la academia (SENA, UTP y Pontificia Universidad Javeriana) y diez productores y empresarios. La técnica utilizada para la visualización y moderación del taller fue el “Metaplan”, la cual hace uso de tableros especiales (paneles), tarjetas de colores, marcadores y preguntas orientadoras. Esta técnica fomenta la participación y la visualización de las ideas, así como la discusión para concretizarlas y alcanzar el consenso.

En el taller los asistentes analizaron diversos aspectos de la cadena productiva de la guadua, los cuales se condensan en la siguiente matriz DOFA:

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Dificultades con la regulación de las corporaciones autónomas regionales y falta de unidad de criterio entre ellas. • Ausencia de una agremiación sólida y de una cadena de la guadua funcional y articulada. • Falta de promoción a nivel nacional e internacional de los productos de guadua (mercado pequeño). • Ausencia de una política para el fomento de la guadua y de la consolidación de una cadena productiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Macroproyectos nacionales de vivienda, en los que la guadua se podría utilizar. • Mercado en expansión para los productos forestales (nacional e internacional). 	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial ambiental: auto-renovación, mitigación del cambio climático, regulación hídrica y servicios ambientales. • Multiplicidad de productos y versatilidad del recurso guadua. • Desarrollo de múltiples investigaciones acerca de la guadua (generación de conocimiento). 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulación de las corporaciones autónomas regionales. • Desconfianza sobre la guadua. • Comercio ilegal.

3 Según Mejía y Moreno (2013), en los cinco departamentos de la ecorregión Eje Cafetero existen 29.682 ha de guaduales naturales y 5347 ha de guaduales plantados, que representan el 62,5% de los guaduales del país.



El taller permitió el análisis participativo de diversos aspectos de la cadena productiva de la guadua

- Flexibilizar los trámites en las corporaciones autónomas regionales.
- Diseñar el Plan Nacional de Gestión de Asistencia Técnica.
- Promulgar una norma nacional para el manejo de guaduales naturales y plantados.
- Finalizar la norma técnica de “Estándares y criterios de selección para la comercialización de *Guadua angustifolia*” (para unificación de productos).
- Desarrollar una agenda nacional de investigación.
- Realizar inteligencia de mercado con sistemas de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva.

¿Y qué sigue a continuación?

A partir de lo expresado por los diversos actores, en las conclusiones del taller quedó claro que la cadena productiva de la guadua está poco consolidada debido, entre otros, a la baja agremiación nacional, la carencia de incentivos públicos específicos, la existencia de un mercado heterogéneo, espontáneo, poco desarrollado, desconocido e imperfecto y escasamente promocionado entre los consumidores potenciales, más allá del Eje Cafetero.

Igualmente, se denota una baja competitividad de los productos de guadua frente a otros productos forestales, u otros similares de bambú importado. En buena medida, esto se debe a la poca industrialización, la informalidad y falta de conocimiento en cuanto a la madurez del culmo (Camargo et al. 2011) y procesos de secado, inmunizado y estandarizado. Todo ello ha generado experiencias negativas y desconfianza en algunos consumidores. Además, los costos crecientes de producción relacionados con el transporte, la mano de obra y la estructura impositiva del país hacen de la guadua un negocio riesgoso y muy sensible. Finalmente, en el taller se reiteró la solicitud para que las Corporaciones Autónomas Regionales revisen, unifiquen y

En cuanto a los problemas específicos del mercado y la comercialización de la guadua, los participantes resaltaron como principales, los siguientes:

- El consumidor potencial desconoce los productos de guadua y sus fortalezas.
- Entre algunos consumidores existe desconfianza sobre el recurso, por experiencias negativas.
- Falta de estandarización de productos y procesos de producción (metrología).
- Desconocimiento del comprador potencial.
- La informalidad y la ilegalidad en una parte del aprovechamiento.

Construcción de un plan estratégico

A partir de los resultados anteriores, los participantes definieron las siguientes líneas, como fundamentales para un plan estratégico que ayude a fortalecer la cadena productiva de la guadua y, especialmente, del eslabón de comercialización.

- Creación y reconocimiento de la cadena de la guadua y bambú.
- Innovación de productos, desarrollo tecnológico e investigación (I+D+i).
- Visibilización de la guadua a nivel nacional e internacional para otros actores y sectores.
- Fortalecimiento de la asociatividad y articulación entre instituciones y sectores.
- Posicionamiento y ampliación del mercado de la guadua.
- Desarrollo de una estrategia de asistencia técnica.

Entre las acciones principales que se deben desarrollar a corto plazo, se plantearon las siguientes:

- Crear el Consejo Nacional del bambú guadua.
- Contar con una Cadena Nacional del Bambú guadua formalizada, reconocida y en funcionamiento.
- Diseñar una Política Pública Nacional para la guadua (tipo documento CONPES).

moderen los trámites y la regulación del recurso; solo así se logrará agilizar y facilitar la comercialización, el aprovechamiento sostenible y el desarrollo del mercado para los guaduales.

El taller evidenció el interés que aún persiste entre los diversos actores de la cadena guadua, después de más de una década de arduos esfuerzos. Igualmente, se nota un interés más real y un compromiso práctico por parte del gobierno nacional por

apoyar el desarrollo de la cadena productiva. Por otro lado, los resultados de las investigaciones de la academia empiezan a ser utilizados por el sector productivo, donde se identifican nuevos productos y aplicaciones y se tejen lazos de confianza entre los dos sectores.

A nivel nacional e internacional se siguen dando obras majestuosas con guadua, íconos de la arquitectura e innovaciones en el diseño y en multiplicidad de productos, que

siguen mostrando el potencial del recurso. Queda claro, también, que además de la exportación, existe un mercado nacional por desarrollar, más allá de las fronteras del Eje Cafetero. Mediante una política estatal de incentivo y expansión a otros territorios, la guadua se logrará concretizar como una posibilidad económica real y generadora de riqueza para el desarrollo rural sostenible del país. 🌿



Foto: Grupo GATA

Participantes en el taller para el análisis del mercado de la guadua y el diseño de un plan estratégico para los actores de la cadena

Literatura citada

- Acosta, I. 2004. Informe nacional Colombia. Roma, Italia, CONIF-FAO. <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/j4192s/j4192s00.pdf>
- Cabrera, A. 2014. El bambú, una mirada desde lo global a lo local. [Diapositivas de PowerPoint]. In Construyendo las bases para el desarrollo de mercados de la guadua: Reflexiones desde los actores [Taller, Pereira, CO, 12 y 13 junio, 2014]. UTP.
- Camargo, J.C.; Rodríguez, J.A.; Niño, J.; Mosquera, O.M.; Ríos, A.M.; Cortes, Y.J.; Quintero, H.; Henao, E.; Monroy, M.; Arango, A.M.; Suarez, J.D. 2011. Desarrollo tecnológico para optimizar la calidad de los productos obtenidos de bosques de guadua: definiendo la madurez de los culmos y mejorando los procesos de organización. Editorial Publiprint. Pereira, Risaralda. 137p.
- MADS (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible). 2012. Informe de gestión al Congreso, 2012. Bogotá. http://www.minambiente.gov.co/documentos/normativa/240712_informe_gestion_mads_original.pdf
- Mejía, N.; Moreno, R. 2013. Estado del arte de la cadena de la guadua en Colombia 2003-2012. Pereira, Colombia, Proyecto Gobernanza Forestal.
- Moreno, R. 2014. Aproximación al mercado regional de la guadua. [Diapositivas de PowerPoint]. En Construyendo las bases para el desarrollo de mercados de la guadua: Reflexiones desde los actores [Taller, Pereira, CO, 12 y 13 junio, 2014]. UTP.