

**"Conocimiento, Aceptación y Pre-Condiciones  
Para la Implementación de la Certificación Forestal :  
Los Casos de Costa Rica y Honduras**

RECIBIDO  
5 AGO 1998

Presentado por:

**Juan Antonio Aguirre, Ph.D.**

Director de Educación y Decano de la Escuela de Postgrado.  
Profesor Investigador en Economía Forestal y Ambiental.  
Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. CATIE.  
Turrialba, Costa Rica. E-mail: [jaguirre@computo.catie.ac.cr](mailto:jaguirre@computo.catie.ac.cr)  
Fax 00506-556-0914 y Teléfono 00506-556-1016.

**Carolina Soihet, M.Sc.**

Investigador Asociado  
Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. CATIE.  
Turrialba, Costa Rica.

**Richard P. Vlosky, Ph.D.**

Profesor Investigador  
Louisiana Forest Products Laboratory  
Louisiana State University, Agricultural Center  
Baton Rouge, Louisiana, EUA

Agosto 1998

5 AGO 1999

**Conocimiento Aceptación y Pre-Condiciones para la Implementación de la Certificación Forestal, Elementos que Resaltan: Los Casos de Costa Rica y Honduras**

RECIBIDO

El trabajo en ambos casos fue realizado a nivel nacional, en el caso de Costa Rica se incluyó una muestra de consumidores, organizaciones no gubernamentales, dueños de aserraderos, dueños de bosques y funcionarios gubernamentales y en el caso de Honduras se incluyeron dueños de aserraderos, consumidores, organizaciones no gubernamentales, funcionarios públicos y dueños de mueblerías. En cada caso se realizó un muestreo probabilístico y se analizó el material utilizando; estadísticas descriptivas, análisis de chi cuadrado y análisis discriminante canónico.

Los resultados obtenidos se resumen a continuación: en Costa Rica el conocimiento de la certificación era del orden entre todos los grupos del 40.4 y en Honduras del 40.8. Con el menor porcentaje entre los consumidores de 0% en Costa Rica y de 9.5% en Honduras. En Costa Rica el 76% de todos los entrevistados dijo estar dispuesto a pagar un precio mayor por los productos certificados y en Honduras solamente fue el 54%. Los consumidores en Costa Rica estaban dispuestos a pagar en promedio un 17%, mientras que en Honduras el % adicional era de solo el 10%.

Con respecto a los % específicos encontrados en lo que respecta a los consumidores, se observó que en Costa Rica los consumidores de ingresos altos estaban dispuestos a pagar hasta un 18% máximo, mientras que en Honduras sólo aceptaban pagar un máximo de 14%. En ese mismo orden de cosas, los de ingresos medio decían aceptar pagar hasta un máximo de 16% en Costa Rica y del 11% en Honduras. En el caso de los productores de ingresos bajos, en Costa Rica aceptarían pagar hasta un 17% más, mientras que en Honduras solo aceptaban pagar un 6%. En general, la disposición parece ser mayor en Costa Rica que en Honduras y es hasta cierto punto coherente con los niveles de desarrollo e ingreso de ambos países.

En el caso de las ONG es de resaltar que en ambos casos en general al ser estas financiadas en su mayoría por fondos y donaciones externas, no parece haber un interés especial en el tema, aunque en Honduras el 42% dijo no tener interés en la certificación contra un 78% en Costa Rica. En ambos casos, el mayor impedimento era que los donantes y financiadores de tales actividades por el momento no tenían mucho interés en el tema y que además no podían desviar recursos de una actividad para otra.

Por otra parte se observó en ambos países que en general las pre condiciones más importantes para involucrarse en el proceso eran información clara y transparente y que el sistema debía de ser de cobertura nacional y obligatorio. En ambos casos habian serias dudas sobre el desinterés económico del sector privado para hacerse cargo del proceso y el tercer elemento en importancia eran la relación entre costos y beneficios adicionales. Existe en ambos países el temor de que los incrementos adicionales en precio de los productos certificados no cubran los costos adicionales de implementación del proceso.

**Con respecto a quien debía de ser el certificador, en Honduras parecía haber interés especial por que fuese la Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal, en Costa Rica por el contrario solo un 20% de todos los encuestados se apuntaba abiertamente por el gobierno, lo cual sin embargo, no quiere decir que entregasen el proceso en manos del sector privado sin ningún tipo de cuestionamiento.**

**En general los resultados obtenidos apuntan a tres conclusiones centrales: a) la información que existe a nivel general del sector forestal y de los consumidores, no es lo suficiente para que quienes se verán afectados puedan entender el proceso y apoyarlo, b) las diferencias entre países en los temas centrales del proceso, parecen hacer necesario la necesidad de desarrollar estrategias que se acomoden al país evitando importar sin adaptación procesos e ideas de otras culturas y sistemas y c) la transparencia del proceso, la participación de todos los involucrados y la rentabilidad real del proceso son elementos centrales de cualquier proceso que en futuro se plantee y son preguntas y temas que deberán ser evacuados con claridad antes de iniciar el proceso.**

**En ambos países la opinión generalizada entre un 70 y 80% de los entrevistados de los sectores productores e industrializadores de madera, es de que la certificación puede ayudar a mejorar el manejo actual de los bosques pero que no es la única solución para lograr lo anterior, como algunos quieren dar a entender y que si la certificación se incorpora a los actuales planes de manejo como un ingrediente central, tiene más posibilidades de ser aceptada más fácilmente por la industria y el sector productor que creando un mecanismo paralelo como se está planteando en la actualidad.**

**Finalmente, parece importante que antes de iniciar el proceso se lleven a cabo esta clase de estudios sobre conocimiento, aceptación y precondiciones ya que ayudarán a entender mejor el entorno del proceso y facilitarán la planeación y ejecución del mismo dentro de cánones más acordes a la realidad nacional de cada país.**

## **INTRODUCCION**

La certificación del manejo forestal de los bosques y el consecuente etiquetado que de los productos que de la madera proveniente de tales bosques se fabriquen, no es una condición necesaria o suficiente para garantizar el manejo sostenible de los bosques, pero puede llegar a ser un instrumento de política muy valioso para lograr dicho objetivo.(Baharuddin y Simula,1998). Una afirmación como la anterior de boca de dos pioneros en el tema, muestra claramente la evolución que los procesos de certificación de manejo forestal han sufrido desde que hace poco menos de una década se comenzó a hablar del tema.

Un elemento central para poder entender que serán los posibles problemas que enfrentaran los países del mundo tropical en la medida que se muevan hacia la certificación del manejo de sus bosques, radica creemos en el análisis del conocimiento aceptación, voluntad de pago, y del papel de las instituciones publicas y privadas en el proceso de parte de los actores principales del proceso.

Los trabajos aquí comparados fueron realizados en Costa Rica y Honduras a nivel nacional. En el caso de Costa Rica se incluyo una muestra de consumidores, organizaciones no gubernamentales, dueños de aserraderos, dueños de bosques y funcionarios gubernamentales y en el caso de Honduras se incluyeron dueños de aserraderos, consumidores, organizaciones no gubernamentales, funcionarios públicos y dueños de mueblerías.

En cada caso se realizo un muestreo probabilistico y se analizo el material utilizando; estadísticas descriptivas, análisis de chi cuadrado y análisis discriminante canónico. La comparación aquí presentada se basa en solo cinco elementos que se consideraron esenciales de cara a la puesta en practica en un proceso de certificación en los países respectivos y se comparan los % de respuesta de cada una de las muestras por categoría de participante en la actividad forestal.

### **Objetivos del Estudio**

Como resultados de lo anterior los objetivos del análisis comparativo realizado fueron los siguientes:

1. Establecer el grado de conocimiento del tema.
2. Determinar el % de incremento o disposición de pago por productos certificados por nivel de ingreso entre los consumidores.
3. Establecer el posible interés que las organizaciones no gubernamentales tendrían de participar en el en proceso.
4. Identificar cuales podrían ser algunos elementos básicos que requeriría tener el proceso para que los actores del proceso participen activamente en el proceso y que esto garantice el éxito del mismo.

## **Revisión de Literatura**

En términos generales los costos de la certificación se pueden clasificar en cinco categorías: (1) el costo inicial de la auditoría para certificación, (2) los costos de los esfuerzos en el manejo para llegar a un nivel aceptable de manejo para certificación, (3) los costos de mantenimiento de la certificación y monitoreo periódico de parte del certificador, (4) el costo de la cadena de custodia de los productos certificados a través de la cadena de distribución (5) los costos de mercadeo y promoción. Los datos específicos de los costos de la certificación en general son muy difíciles de obtener debido a que estos arreglos son estrictamente bilaterales entre cliente y certificador y en el fondo representan la ventaja competitiva real de cada certificador.

Los costos relacionados con la inspección inicial son extremadamente variables. De acuerdo a Donovan (1994), los costos globales de operación fluctúan entre \$5,000-\$75,000 dependiendo del tiempo de la consultoría y los costos del viaje. Heaton (1994) reporta costos que fluctúan entre \$3,000-\$4,500 por operación mientras que SGS Silviconsult, un certificador, reporta costos de \$31,000 anuales para operaciones grandes en ultramar. La OIMT (1995) estima que los costos son mayores en bosques tropicales que en bosques templados y en plantaciones donde existe una base informacional inicial.

Los costos de inspección en países en desarrollo han sido estimados entre US\$0.30 y US\$0.60 por hectárea si esta se lleva a cabo por especialistas locales, y se cuenta con mapas y datos de inventarios forestales.(Vázquez y Royó 1996).

Los costos anuales de auditoría varían entre US\$0.20\$ y 0.33\$/ha ((Hansen 1997). Estos costos resultan mayores si se requieren consultores externos para desarrollar trabajos adicionales en el campo (Baharuddin y Simula 1995).

Los costos de seguimiento de la madera a través del proceso de transformación son usualmente cobrados como un porcentaje del valor de la madera vendida (Vázquez y Royó 1996). Se ha estimado que este monto fluctúa alrededor de un 1% del precio de frontera de la madera. (Baharuddin y Simula 1995).

En 1995, Ozanne y Vlosky propusieron un sistema de código de barras denominado Sistema de Información para Certificación el cual utilizado en conjunción con sistemas de alta tecnología de comunicaciones los cuales podrían facilitar el manejo de inventarios y la entrega de madera certificada a los usuarios en forma muy eficaz. (Ozanne y Vlosky 1995). El costo estimado solamente para el sistema fue del orden de los \$150,000 incluyendo hardware y software.

La certificación solo será exitosa si los beneficios son superiores a los costos.(Vasquez y Royó 1996). Los estudios de voluntad de pago son ampliamente utilizados para valorar los % de sobre precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por productos certificados.

Sin embargo, algunos autores argumentan que estos estudios no tienen mucho valor ya que el entrevistado sabe que no tiene en realidad que pagar más. (MacKillop citado por la Society of American Foresters, 1995). No obstante estudios del Banco Mundial indican que los consumidores modifican sus hábitos cuando obtienen información ecológica de los productos sobre los cuales se les está pidiendo una opinión. (American Society of Foresters 1995).

Los estudios de voluntad de pago y percepción de los consumidores en realidad son relativamente recientes. Un estudio realizado por el World Wide Fund for Nature (WWF) reporta que los consumidores estaban dispuestos a pagar en promedio hasta un 13.6% más por madera proveniente de bosques certificados (Read 1991).

Otro estudio reporta que un 56% de consumidores de altos ingresos, o sea hogares con ingresos superiores a \$50,000 dijeron que estaban dispuestos a pagar entre un 1 y 10% más por productos certificados; 19% dijeron que pagarían entre 11 y 20%; y 3% dijeron que pagarían más del 20%. Un 19% dijo que no estaba dispuesto a pagar un sobreprecio por madera certificada para garantizar la sostenibilidad de los bosques. (Winterhalter and Cassens 1993).

En el Reino Unido la WWF reportó en un estudio en 1991 que los tres principales factores que determinaban la compra de producto de madera eran la calidad, el precio y el estilo. En el mismo estudio se reportó que el 33% de los consumidores aceptarían pagar precios más altos por productos forestales certificados si realmente se les podía garantizar que la madera provenía de bosques ubicados en países que protegen sus bosques. Otro 30 % dijo estar dispuesto a pagar hasta un 13% más por productos certificados si esta era producida en forma sostenible (Baharuddin y Simula 1994).

En los Estados Unidos, Vlosky y Ozanne (1995) reportan que los consumidores de ese país estaban dispuestos a pagar en promedio hasta un 19% más por sillas certificadas, 14% más por sillas listas para armar, 14% más por un juego de comedor, 11% más por un trabajo de remodelación de los gabinetes de cocina de \$5,000 que utilice material certificado y 4% más por una casa de \$100,000 hecha con madera certificada.

Por otra parte, muchos psicólogos sociales cuestionan la relación que existe entre la palabra y la acción como una forma de explicar el comportamiento de los consumidores. (Wicker 1969; Heberlein 1981; Eagly 1992). y O'Riordan 1976). Las teorías psicológicas originales asumen que basado en la creencia se puede predecir lo que harán las personas. En 1969, Wicker planteó después de una extensa revisión de literatura que aproximadamente alrededor del 10% de las mediciones de comportamiento es explicada por datos de carácter actitudinales (Wicker 1969).” En otras palabras falta todavía por ver si lo reportado como voluntad de pago se convertirá en realidad en pago real. No obstante las críticas existentes de momento esta es la única opción existente, mientras no se realicen mediciones controladas experimentalmente que traduzcan la voluntad de pago en pago real.



En la actualidad, en un estudio reciente realizado en varios países de Europa, (European Commission, 1998) la participación de la madera certificada en el volumen total de madera consumida en fue: 15% en el Reino Unido, 1% en Holanda, Alemania y Suiza y 50% en Bélgica. Se estima en 1997 un total de 2 millones de M3, en un mercado total estimado de 9 millones de M3 de madera de acuerdo a expertos en el tema. Por otra parte es, muy importante resaltar que en la actualidad en realidad no existen estadísticas precisas sobre este tema. Los principales resultados por categoría de análisis a nivel Europeo del estudio fueron:

### **CONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD**

- El 27.7% de los entrevistados afirmaron estar satisfechos con el estado de salud de los bosques de sus países, el 58% dice estar disatisfecho y el 14.3% dice no saber lo suficiente para poder opinar.
- El 21% de los entrevistados en los mercados estudiados manifestó que había oído hablar del termino "manejo forestal sostenible del bosque (MFS).Específicamente en el Reino Unido este indicador llega al mas alto nivel con un 50% y en Francia y Italia al mas bajo nivel con un 10%.

### **TRIBUTOS BASICOS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS FORESTALES**

- En el mercado Europeo los atributos más importantes que los consumidores buscan al comprar productos forestales son por orden de importancia los siguientes: calidad, durabilidad, apariencia del material y precio. Las consideraciones ambientales aparecen solo en grupos de población con edades superiores a los 50 años o muy jóvenes.

### **CALIDAD DE LA INFORMACION DISPONIBLE**

- El 58% de los entrevistados estuvo de acuerdo en que la información sobre certificación en las etiquetas de los productos certificados es confusa y de difícil comprensión.

### **VOLUNTAD DE PAGO POR PRODUCTOS CERTIFICADOS.**

- Con respecto al % que los consumidores europeos parecen estar dispuestos a pagar por encima del precio "normal del mercado" por madera certificada la situación fue la siguiente: Alemania 3.37%, Francia 1.4%, Italia 2.4%, Reino Unido 1.56% y Austria 4.90%. En general el 43% de los consumidores, no estaría dispuesto a pagar mas por madera y productos certificados y el 87% no estaría dispuesto a pagar mas del 10% en promedio.

### **OPINIONES DE LOS PRODUCTORES DE MADERA SOBRE LA CERTIFICACION.**

- ✓ Los productores finlandeses manifestaron que estarían dispuestos a pagar no más de un incremento de 2% en sus costos de producción actuales por causa de la certificación. El 35% de los productores de madera estaban interesados en participar en el sistema y el 52% no estaba interesado del todo en el sistema.

- ✓ En el Reino Unido, el 40% de los dueños de bosques indico que no había oído hablar de la certificación o de lo que esta era. El restante 60% manifestó que había oído algo. El conocimiento fue encontrado totalmente insuficiente.
- ✓ Los dueños de bosque en el Reino Unido en un 86% expresaron que necesitarían un incremento importante en el precio para motivarse a certificar su bosque y el 14% manifestó que bajo ninguna circunstancia certificaría su bosque.
- ✓ En Alemania el 40% de los expertos entrevistados estaban en contra de cualquier tipo de certificación. Solo el 14% opinaba que los consumidores estarían dispuestos a pagar mas por producto certificado.

### **OPINIONES DE LA INDUSTRIA SOBRE LA CERTIFICACION**

- ✓ En Finlandia solo el 18% de los comerciantes y aserraderos habían recibido solicitudes de madera certificada de parte de los clientes.
- ✓ El 70% de los aserraderos, industriales y comerciantes de madera manifestaron que ellos creían que era, entre muy difícil e imposible segregar los productos certificados de los no certificados en la cadena de mercado.
- ✓ En Inglaterra, solo el 23% de las compañías ha experimentado un interés fuerte de parte de sus clientes por productos certificados.
- ✓ El 62% de las industrias manifestó que si la materia prima existiese ellos considerarían comprarla ya que esto era bueno para su posicionamiento en el mercado.
- ✓ En Alemania, el 50% de las empresas manifestó que en los próximos 5 años la certificación como concepto influenciaría sus decisiones de compra pero de momento no era muy importante.
- ✓ El 25% de los entrevistados manifestó creer que se pagaría un premio especial por productos certificados. El 40% cree que no se pagara ningún premio y el 35% cree que se pagara pero que este fluctúa entre 1 y 5 % y no más de estos niveles.

### **RESPONSABLES DEL SISTEMA**

Los productores de Madera de Finlandia manifestaron en forma mayoritaria en orden de importancia, que el ente certificador debería de ser, primero el gobierno y después una organización científica. Las ONG y organismo relacionados no son considerados muy confiables.

Los industriales y comerciantes de la madera del mismo país en un 62% dijeron que preferían que el ente certificador fuera la International Standard Organisation, un 25% se expuso en favor de un sistema liderado generado por la Unión Europea y solo el 9% se declaró en favor de organizaciones del tipo del FSC.

Los productores de madera del Reino Unido, señalaron que preferían que el ente certificador fue una organización de productores en primer lugar, en segundo lugar una organización privada y en tercer lugar una organización científica.

Los industriales y comerciantes del mismo país manifestaron que su primera preferencia era el International Standard Organization y su segunda preferencia era por un esquema liderado por la Comunidad Europea.

Los expertos alemanes tienen serias dudas de que en su país sistemas manejados por organismos privados tengan éxito o puedan implementarse y citaron específicamente los mecanismos del FSC y de ISO.

Los estudios existentes con respecto a este tema en Canadá reportados en la literatura disponible no son abundantes. El que aquí se resume fue llevado a cabo en 1997 y fue realizado en la zona de la Columbia Británica (Forsyth, et al, 1997)

En relación con los atributos que influyen la compra de productos forestales de parte de los consumidores, se valoraron 11 atributos calidad, precio, apariencia dureza, ubicación y tamaño de los nódulos, especie, patrón del grano, impacto ambiental, certificación, imagen ambiental del comercio y marca. En una escala de 1 a 5, siendo el 1 un atributo sin importancia y 5 un atributo extremadamente importante. Calidad presentó un valor promedio superior a 4 y precio un valor entre 3.9 y 4, siendo estos dos atributos los más importantes.

Con respecto a los elementos ambientales estos se clasificaron en el octavo, noveno y décimo lugar con valores 2.95, 2.87 y 2.69 respectivamente. En otras palabras al menos por el momento, las consideraciones ambientales no parecieran ser importantes.

La voluntad de pago, fue estimada en 4.67% para un ingreso promedio ponderado de CD\$53,970 dólares canadienses, repartida de la siguiente manera: entre 1 y 5% de premio se ubicó el 63%; entre 5 y 10% se ubicó el 24% y en más de 10% el 13%. Como se observara estos resultados son muy parecidos a los obtenidos por Vlosky y Ozanne en los Estados Unidos (Vlosky et al, 1995) y a los resultados de las recientes encuestas europeas. (EC-FAIR, 1998).

Esto se refleja en los resultados de la pregunta sobre si compraría productos certificados si fueran de igual precio que los no certificados y el 94% respondió que sí. Pero cuando se le dijo que no serían de igual precio solo el 6% afirmó que estaría dispuesto a pagar un premio por producto certificado.

## RESULTADOS Y DISCUSION

Costa Rica y Honduras representan los extremos del espectro social, económico, político e institucional en Centro América, es por eso que de la comparación de algunos de los resultados obtenidos en los estudios aquí resumidos, podríamos tener una idea más clara de los problemas que sería posible esperar y de las acciones necesarias si es que se desea avanzar con éxito en el proceso de la certificación del manejo de los bosques de ambos países y por que no en el resto de la región.

Los estudios aquí comparados cubren una amplia gama de temas asociados a la certificación, sin embargo, después de un cuidadoso análisis se han elegido cinco elementos que se han considerado esenciales. Ellos son:

1. Grado de conocimiento del tema (cuadro 1)
2. La disposición a pagar un precio mayor y/o comprar el producto certificado (cuadro 2).
3. % de disposición al pago por nivel de ingreso entre los consumidores (cuadro 3)
4. Posible participación de las organizaciones no gubernamentales; en proceso (cuadro 4 y 5)
5. Elementos básicos del proceso para que sea exitoso (cuadro 6)

Para discutir los resultados hemos decidido manejar simultáneamente los cuadros 1, 2 y 3 ya que solo así tienen sentido los argumentos y relaciones. Cabe señalar que en Costa Rica no se incluyeron en el estudio las mueblerías y en Honduras los dueños de bosques, por razones de tiempo, recursos y particularidades que en cada caso lo hacía imposible.

Con respecto al grado de conocimiento y disposición a comprar producto certificado cuyos resultados se presentan en los cuadros 1 y 2, tenemos que a pesar de que en Honduras el 32.5% de los dueños de aserradero, sabía que era el 71%, dijo no estar dispuesto a comprar madera certificada, argumentando para ello que esto les complicaría el manejo de sus empresas, les restringiría la explotación de los bosques y añadiría otro estamento burocrático a los trámites relacionado con la exportación de madera.

**Cuadro 1. Grado de conocimiento de la certificación**

<b>SECTORES INVOLUCRADOS</b>	<b>COSTA RICA SABIAN QUE ERA %</b>	<b>HONDURAS SABIAN QUE ERA %</b>
Dueños de aserraderos	11	32.6
Dueños de mueblerías	NSH	32.5
Consumidores	0	9.5
Dueños de bosques	17	NHS
ONG	89	53.9
Funcionarios de Gobierno	85	75

## **Cuadro 2. Disposición a comprar producto**

<b>SECTORES INVOLUCRADOS</b>	<b>COSTA RICA (%)</b>	<b>HONDURAS (%)</b>
Dueños de aserraderos	86	29
Dueños de mueblerías	NSH	55
Consumidores	91.3	79
Dueños de bosques	50	NHS

NSH.No se hizo.

En el caso de Costa Rica, aunque solo el 11% sabía que era la certificación, cuando se les explicó, el 86% estuvo de acuerdo con comprar madera proveniente de los que certificado, eso si siempre y cuando, los beneficios adicionales de la certificación fueran superiores a los costos. Este emergió como un tema central que requiere respuesta en ambos, ya que en ambos países, el 90% de los entrevistados dijo no estar convencido de que las cifras disponibles de costos y beneficios eran muy convincentes y algunos de los entrevistados las tildaron de arregladas.

En el caso de las mueblerías, aunque solo se obtuvieron datos para Honduras, debido a que algunas de las mueblerías eran parte de complejos industriales que exportaban muebles, el 32.5% sabían que era y el resto cuando se les explicó manifestó haber oído el tema, pero la mitad lo confundía con lineamientos de calidad.

Es interesante que el 55% de las mueblerías en Honduras estaban dispuestas a comprar producto certificado, de estos casi la totalidad exportaba a Europa, y manifestaron que con un producto que cumplía ese requisito aseguraban, un mejor nicho de mercado y se les abrirían otras oportunidades. Sobre el tema de un mejor precio, en realidad no estaban tan seguros ya que hasta ahora no habían obtenido mejor precio en los pocos ensayos hechos.

Quienes por otra parte aseveraban que no estaban dispuestos a pagar más por el producto certificado, que fue el 45%, manifestaron que hasta la fecha en realidad sus compradores a nivel internacional en particular, no les exigía que el producto estuviese certificado y que por lo tanto ellos no veían la necesidad de hacerlo, al menos en el futuro previsible

Si bien es cierto que en Costa Rica no se entrevistaron formalmente las mueblerías, en seis ocasiones se ha conversado con posterioridad sobre tema con las seis empresas más grandes del país y las respuestas fueron idénticas a las obtenidas en Honduras. “Si hay mercado y hacerlo paga, lo haremos, si no es así, no interesa”. Solo una de seis manifestó que un cliente en los Estados Unidos parecía interesarse, pero que la cantidad que ofrecía comprar de momento, en realidad no valía la pena.

Los consumidores nacionales de Honduras y Costa Rica en realidad, poco o nada sabían del tema, lo cual extrañó pero no sorprendió. En el caso de Honduras, aún después de que se les explicó que era el tema, el 21 % dijo claramente que no compraría producto certificado, el que consistía mayoritariamente de muebles, puertas, marcos y molduras de puertas y ventanas.

Los consumidores de Costa Rica reaccionaron a la explicación sobre la certificación más positivamente que los de Honduras, ya que después de que se les explicó, que era la certificación y que pretendía, el 91.3% dijo estar dispuesto a comprar producto certificado. Lo anterior tiene su explicación según creemos. Primero, en general Costa Rica desde hace unos cinco años, el país se ha visto sometido a un proceso de concientización en materia ambiental, que Honduras no ha sufrido y que ha convertido al ciudadano común en un ser humano bastante permeable al medio ambiente y sus problemas y el otro elemento es el nivel de ingreso per capita del país donde Costa Rica casi duplica el nivel de Honduras.

Lo anterior fue confirmado a través del cuadro 3, donde se observa que el porcentaje que los diferentes estratos de consumidores estaban dispuestos a pagar, era muy superior en Costa Rica, que los niveles observados en Honduras donde en general, el consumidor tiene además de restricciones de ingreso a nivel medio y bajo con respecto a Costa Rica, presenta niveles educativos comparativamente inferiores.

Es importante señalar que en general en ambos países y particularmente en Honduras, se asocia la certificación, no sólo con el ambiente y el manejo del bosque, sino también y muy particularmente con una madera y muebles de mejor calidad. Esto es un elemento muy interesante, dado que si un producto es hecho con madera certificada y en consecuencia se pretende cobrar más por él, si esto no va aunado a un producto de mejor calidad, nos parece que será aún más difícil el lograr convencer al consumidor nacional de los países de la región, que paguen más, solo con base en el argumento de la protección ambiental.

**Cuadro 3. Porcentaje de disposición al pago por nivel de ingreso: consumidores**

<b>SECTOR INVOLUCRADO</b>	<b>COSTA RICA (%)</b>	<b>HONDURAS (%)</b>
Ingresos altos	18	14
Ingresos medios	16	11
Ingresos bajos	17	6

**Cuadro 4. Voluntad de pago por madera certificada**

<b>PAIS</b>	<b>% DE PREMIO</b>
Alemania	3.37
Francia	1.4
Italia	2.4
Reino Unido	1.56
Austria	4.9
Canadá	4.67
Estados Unidos	10
Promedio Aritmético	4.04

Fuente: Elaboración Propia.

Si se comparan los resultados de Honduras y Costa Rica con los de Europa y Estados Unidos es curioso observar como en general en los países en desarrollo parecería haber entre los consumidores una mayor disposición a pagar por madera certificada que en los países en los cuales tradicionalmente se había creído que estaban en la mayor disposición de pagar por esta clase de productos. Este es un resultado interesante ya que podría estar indicando que los consumidores en los países en desarrollo una vez concientizados son tan responsables como cualquier consumidor. Cuadro 4.

Un comentario que nos pareció interesante fue el de algunos consumidores en Honduras, en relación con la secuencia: manejo de bosque certificado-madera certificada-muebles certificados. Para ellos, lo que interesa más que sean certificados son los productos que están más cerca del acto de consumir. Los entrevistados podían entender el beneficio directo que ellos derivarían de un mueble certificado, si éste era de mejor calidad; en su construcción y terminado y además era certificado. Para muchos de ellos el bosque estaba demasiado lejos de los muebles y donde el bosque y su certificación era problema de otros o al menos así se percibía.

En materia de quien o quienes serán los que deben estar involucrados y certificar el sector privado o el gobierno, el campo de este tema está dividido y es más complejo, a pesar de lo cual es similar en ambos países lo que nos sorprendió. En ambos países el 79 y 80% de los fondos que financiaban las actividades de los ONG, provenían de fondos originados en donaciones y/o proyectos financiados por gobiernos, agencias y/ entidades privadas de países desarrollados. Lo anterior hacía y hace que los fondos sean entregados con destinos muy específicos y se reiteró un y otra vez que no había posibilidad de desviarlos hacia la certificación sin previa autorización y que además la certificación era un tema muy complejo y que de momento el expertise local en el tema era muy limitado. Lo anterior incidió claramente en el hecho de que en Costa Rica el 78% y en Honduras un 42% de las

ONG entrevistadas dijeron no estar interesadas en el tema como actividad de la organización. A pesar de lo cual el 58% de los ONG en Honduras, mostraron interés en convertirse en certificadores muy probablemente por la importancia en la economía nacional del sector forestal y del bosque.

Por otra parte se observo en ambos países que en general las pre condiciones más importantes para involucrarse en el proceso eran; información clara y transparente y que el sistema debía de ser de cobertura nacional y obligatoria. En ambos casos habían serias dudas sobre el desinterés económico de las ONG para hacerse cargo del proceso y el tercer elemento en importancia eran la relación entre costos y beneficios adicionales, existe en ambos países el temor de que los incrementos adicionales en precio de los productos certificados no cubran los costos adicionales de implementación del proceso.

Cuadro 5

**Cuadro 5. Criterios básicos comunes a los dos países. Porcentaje de entrevistados a favor**

<b>CRITERIOS MAS IMPORTANTES</b>	<b>COSTA RICA (%)</b>	<b>HONDURAS (%)</b>
Criterio de sostenibilidad claramente definido	60	80
Información clara y transparente	100	100
Rentabilidad (Ingresos >costos)	50	84
Sistema Nacional y Obligatorio	100	100
Gobierno debe participar	85	100
Mercado nacional e internacional asegurado	60	75
Gobierno debe ser el certificador	20	63

Con respecto a quien debía de ser el certificador en Honduras parecía haber interés especial por que fuese la Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal, en Costa Rica por el contrario solo un 20% de todos los encuestados se apuntaba abiertamente por el gobierno aunque el 72% afirmaba que el gobierno debía participar.

Lo cual sin embargo no quiera decir que entregasen el proceso en manos del sector privado sin ningún tipo de cuestionamiento o pusiesen condiciones a los posibles responsables. En ambos casos creemos que no hay duda sobre si el gobierno debe o no participar lo que nadie parece tener claro es como debe este participar en el proceso, este tema debe ser de central importancia de cara al futuro y pareciera no estársele dando el pensamiento que merece.

## **CONCLUSIONES GENERALES**

En general los resultados obtenidos apuntan a tres conclusiones centrales:

- a) la información que existe a nivel general del sector forestal y de los consumidores no es lo suficiente para que quienes se verán afectados puedan entender el proceso y apoyarlo,
- b) las diferencias entre países en los temas centrales del proceso parecen hacer necesario la necesidad de desarrollar estrategias que se acomoden al país evitando importar sin adaptación procesos e ideas de otras culturas y sistemas y
- c) la transparencia del proceso, la participación de todos los involucrados y la rentabilidad real del proceso son elementos centrales de cualquier proceso que en futuro se plantee y son preguntas y temas que deberán ser evacuados con claridad antes de iniciar el proceso.

### **Literatura Citada**

- Baharuddin, H. G. 1995.** Timber Certification: An Overview. Unasyuva 183, Vol. 46, 18-24.
- Baharuddin, H.G and Simula. M. 1994.** Wood Products Certification: Who Will Pay? Applied Tropical Forestry. 2(5): 3-5.
- Baharudin. H.G y Simula. M.1998.** Timber Certification:Progress and Issues. Report Prepared for the Tropical Timber Organization.Kuala Lumpur-Helsinki.117 pag.
- Donovan, R.Z. 1994.** Strategic Options for Initiating Voluntary and International Forest Management Certification in Bolivia. Proyecto BOLFOR. Santa Cruz.
- Eagly, Alice .1992.** Uneven Progress: Social Psychology and the Study of Attitudes. Journal of Personality and Social Psychology. 63(5). 693-710.
- European Commission.1998.**Potential Markets for Certified Forest Products in Europe.Abstracts.Results of Extensive European Market Research Project Conducted in the Context of an EC-FAIR Research Project. Bruxelles. 24 pag.
- Forsyth, Keith; Haley, David y Kozak, Robert. 1997.** Customer Attitudes Towards Environmentally Sound Wood Products in the British Columbian Home Improvement Market.Department of Forest Resource Management. Vancouver. 12 pag.
- Hansen, E. 1997.** Forest certification and its role in marketing strategy. Forest Products Journal. (EE.UU.) 47(3): 16-22.
- Heaton, K. 1994.** Perspectives on Certification from the SmartWood Certification Program. New York.
- Heberlein, Thomas A. 1981.** Environmental Attitudes. Journal of Environmental Policy. 2. 241-270.

- McKillop, W. 1992.** Use of contingent valuation in Northern spotted owl studies: A critique. *Journal of Forestry*. 90(8). 36-37.
- OIMT. 1995.** Los beneficios inciertos de la certificación de maderas. *Actualidad Forestal Tropical*. (Japón) 3(4): 8-9.
- O’Riordan, T. 1976.** Attitudes, Behavior, and Environmental Policy Issues, in *Human Behavior and Environment: Advances in Theory and Research*. eds. I. Altman and J.F. Wohlwill. vol. 1. 1-26.
- Ozanne, Lucie K. and Richard P. Vlosky. 1996.** Wood products environmental certification: The United States perspective. *The Forestry Chronicle*. 72(2). 157-165.
- Ozanne, Lucie K. and Richard Vlosky. 1995.** “The Certification Information System: A Chain-of-Custody Framework for Environmentally Certified Wood Products”. Working Paper #3. Louisiana Forest Products Laboratory. Louisiana Agricultural Center. Louisiana State University. Baton Rouge, LA
- Read, M. 1991.** An assessment of claims of ‘sustainability’ applied to tropical wood products and timber retailed in the UK, July 1990 - January 1991.” World Wide Fund for Nature. London.
- Simula, M.: Baharuddin, H. G. 1996.** La certificación en estado de transición. *Actualidad Forestal Tropical*. (Japón) 4(4): 20-22.
- Society of American Foresters. 1995.** Forest Certification: An SAF study group report. *Journal of Forestry* (EE.UU.)93(4): 6-11.
- Vazquez, M.. T.; Royo, P. X. 1996.** La certificación como instrumento para la gestión sostenible de los bosques del planeta: Propuesta del FSC. AITIM, Boletín de información técnica. (Espana) no. 180: 65-73.
- Vlosky, Richard P. and Lucie K. Ozanne. 1995.** "Wood Products Environmental Certification: Customer Perceptions and Willingness-to-pay". Final Report To Sponsors. 200 pp. Louisiana Forest Products Laboratory. Louisiana Agricultural Center. Louisiana State University. Baton Rouge, LA
- Wicker, A.W. 1969.** Attitude versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*. 25(4). 41-78.
- Winterhalter, Dawn and Cassens Daniel .1993.** Telling the Sustainable Forest from the Trees. *Furniture Design and Manufacturing*. August. 101-106.