

# La construcción de un mercado de madera dentro de un comercio justo

Duncan Macqueen

A diferencia del café y del algodón, la madera aún tiene que entrar en la esfera del comercio justo. Pero ya llegó el momento. Con mayor frecuencia se les están asignando los derechos sobre recursos forestales a pequeñas empresas forestales comunitarias (EFCs) ya que el corte industrial de árboles a gran escala está en gran medida desacreditado en el contexto del desarrollo sostenible. El énfasis que le otorga el comercio justo a la asignación correcta de precios para los productores más pobres es lo que los EFCs necesitan como incentivo para invertir en gestión sostenible de bosques y asegurar al mismo tiempo beneficios ambientales y de reducción de pobreza.

Con madera de comercio justo, las EFCs pueden aumentar su capacidad empresarial usando modelos comerciales democráticos que hayan sido concebidos con responsabilidad social y ambiental. La Organización Internacional para el Etiquetado de Comercio Justo y el Consejo Regulador de Bosques están explorando maneras de colaborar en una nueva alianza, aunque se necesita un mayor esfuerzo. Los consumidores tienen que ser conscientes de que es clave pagar precios más altos para la creación de incentivos para las EFCs para una gestión forestal sostenible y la reducción de la pobreza. Se necesita tiempo y dinero para educar a los consumidores y para incluir la madera de consumo justo en las políticas forestales de países productores, en la segregación de mercados y políticas de contratación a todo nivel.

## El uso y abuso de los bosques

Los bosques juegan un papel vital y de largo alcance en el desarrollo sostenible. Más allá de su importancia para los pobres que dependen localmente de ellos, su uso también es crucial para los objetivos globales de biodiversidad y de conservación.

El corte industrial de bosques está totalmente desacreditado dentro del contexto del desarrollo sostenible, con muy contadas excepciones, las cuales están certificadas por el Consejo para el Liderazgo Forestal (FSC en inglés; ver recuadro). A través de este

## Hacia una justicia en el bosque: el FSC y la FLO

El Consejo para el Liderazgo Forestal (FSC) se fundó en 1993 como una asociación sin ánimo de lucro. Ahora cuenta con casi 700 miembros que se dividen en cámaras económicas, sociales y ambientales y supervisa un esquema de etiquetado para productos forestales provenientes de bosques gestionados en forma sostenible.

La Organización de Etiquetas para un Comercio Justo (FLO, en inglés) se estableció en 1997 como una asociación de 20 iniciativas de etiquetas (15 en Europa, mas una en los Estados Unidos, una en Canadá, una en Japón, una en Australia y una en Nueva Zelanda). Estas iniciativas promueven el mercadeo y el comercio justo de productos con etiquetas de comercio justo, pero aún no se incluye la madera. La FLO complementa a la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT, en inglés) la cual supervisa las etiquetas de organizaciones de comercio justo, pero no productos.

## MENSAJES CLAVES:

- Ya existen muchas empresas forestales comunitarias de pequeña escala que reducen la pobreza y sostienen los bosques.
- Su éxito radica usualmente en inversiones que aseguran el derecho a recursos y crean un activo forestal comercializable, establecen estructuras comerciales responsables, construyen un acceso a los mercados y vínculos a los proveedores de servicios y canalizan el poder adquisitivo de los consumidores hacia productos CFE.
- Los certificados del Consejo para el Liderazgo Forestal no distingue productos CFE de otras alternativas, ni garantiza un precio justo para los productores de CFE. Sin embargo, una nueva asociación con el movimiento para el comercio justo puede cambiar la situación y la madera de comercio justo puede ayudar a garantizar derechos comunitarios sobre los recursos forestales.

Consejo, los pobres que dependen de los bosques pueden aspirar a algo más que trabajos nimios, dádivas caprichosas de inversionistas y migajas provenientes de impuestos mal recaudados y mal distribuidos. Muchos países están buscando modelos alternativos. En los últimos 15 años se han doblado las áreas de bosques controladas o gestionadas por comunidades. El objetivo es que los empresarios comunitarios que poseen credibilidad ambiental y social a nivel local se beneficien de incentivos para manejar los bosques de una manera sostenible y que ayude a disminuir la pobreza.

Ya existen buenos ejemplos de empresas forestales comunitarias (EFCs) que entregan el manejo y los beneficios directamente a los pobres y al mismo tiempo manejan los bosques de un modo sostenible. Algunos tienen certificados del FSC. Muchos están localizados en países de Sur y Centro América tales como Bolivia y Brasil, mientras que hay miembros potenciales en Asia y África.

Para establecer una EFC que funcione se necesita mucha inversión. Con frecuencia hay muchos retos por superar: uno es la adjudicación insuficiente o precaria de recursos forestales; otro es la desorganización de los productores comunitarios; otras son las deficiencias administrativas, técnicas y financieras que bloquean el acceso al mercado; además, está la falta de voluntad por parte de los consumidores de financiar una producción social y ambientalmente acertada.

### **Efectividad con dos objetivos**

Para que las EFCs puedan contribuir a la reducción de la pobreza y a la gestión forestal sostenible, ambos objetivos deben jugar un papel importante en el manejo de los derechos de los recursos forestales, en cómo se asignan y cómo se aseguran. Las EFCs deben tener acceso preferencial y garantizado a los bosques. Guatemala fue pionera en este enfoque en 1994 en la provincia de Petén, en donde se establecieron 13 comunidades y dos concesiones industriales que manejan 560.000 hectáreas de bosques a condición de que fueran certificadas por el FSC.

No todos los EFCs son efectivos en el cumplimiento de los dos objetivos, aunque estos proyectos son susceptibles de lograrse si los temas sociales y ambientales son una parte importante de su estructura. Una manera de lograrlo es ayudar a las comunidades a que establezcan y administren democráticamente EFCs que sean a su vez sostenibles y que posean claros mecanismos de reparto de beneficios. FORCET (en inglés) es una asociación sin ánimo de lucro, certificada por la IFAT, la cual le da certificación de EFCs y servicios de apoyo de mercadeo a 29 miembros productores independientes y siete unidades centrales independientes de mercadeo en Papua Nueva Guinea.

Para que los EFCs funcionen a largo plazo es fundamental vincular a las comunidades que están aisladas a mercados, a proveedores de servicios y a quienes toman las decisiones. La experiencia, los retos y los contactos son los que producen resultados comerciales con relación al diseño y al mercadeo. Es indispensable tener contactos con intermediarios dedicados. El Kenyan Good Woods Project, por ejemplo, vincula a los productores con artesanos, mercados, proveedores de servicios (quienes otorgan la certificación forestal) y con quienes toman decisiones a nivel gubernamental.

Este proceso sólo es viable si los consumidores les compran a los CFEs preferiblemente a un precio que les permita invertir en gestión forestal sostenible y repartir las utilidades dentro de la comunidad. La promoción de los productos de CFEs y la adjudicación de etiquetas así como la bonificación a los productores por su labor y beneficios sociales y ambientales es una prioridad que tanto el FSC como la (FLO) están empezando a tener en cuenta.

El FSC ha tenido mucho éxito en la certificación de gestiones forestales sostenibles, pero han sido principalmente las grandes industrias productoras que pueden pagar los costos de la certificación. El movimiento para el comercio justo ha podido ayudar a empresas agrícolas comunitarias, pero no al área forestal. En noviembre del 2007, tanto el FSC como la FLO se han comprometido a explorar conjuntamente un sistema de comercio justo de madera que esté a la altura de los retos.

### **Fomentar la conciencia del consumidor**

Un informe reciente del IIED sobre compradores de maderas en 21 países evaluó la demanda por un mecanismo que permita distinguir los productos forestales comunitarios de otros en el mercado. Los encuestados fueron distribuidos en tres grupos iguales entre firmas-nicho especializadas, comerciantes madereros y expendedores medianos tendiendo a grandes. Casi la mitad de ellos ya tenía acceso a productos de EFCs aunque en cantidades mínimas. Más de dos tercios estaban de acuerdo en principio en la introducción de un mecanismo que distinguiera los productos provenientes de EFCs. La mayoría deseaba que cualquier mecanismo nuevo se restringiera a etiquetas existentes como FSC o de comercio justo. También se percibieron ventajas comparativas potenciales para sus sectores, nuevas opciones para consumidores éticos y, lo más importante, más oportunidades para los productores comunitarios.

No obstante, todavía queda pendiente un tema fundamental: la conciencia del consumidor. El nicho de mercadeo para la madera de comercio justo será inicialmente muy pequeño, y será muy difícil lograr transformar el sector, por ejemplo,

en la consecución de espacios forestales y en políticas de derechos sobre recursos en países en vías de desarrollo.

En la encuesta del IIED, todos los encuestados percibieron algo de conciencia por parte de los consumidores sobre la gestión sostenible de los bosques, pero no lo suficiente como para que se tradujera en un deseo de pagar más. La conciencia acerca de las implicaciones de los diversos tipos de producción sobre la pobreza fue todavía menor. El conocimiento que tiene el público sobre estas implicaciones ha sido limitado en parte por el fuerte énfasis que ha puesto el FSCs sobre la gestión forestal sostenible (en lugar de la reducción de la pobreza) y en una estrategia para construir un caso de certificación de FSCs de negocio a negocio, en lugar de insistir en una mayor educación del consumidor.

En cambio, desde un comienzo el movimiento para un comercio justo organizó una campaña publicitaria de muy alto nivel que vinculaba el comercio justo con la reducción de la pobreza y reunía varias etiquetas nacionales en una sola. Desde el año 2000, la tasa de crecimiento del comercio justo en todos los bienes de consumo ha sido de un 20 por ciento y la marca ya goza de un reconocimiento amplio. Este es el tipo de educación que se requiere para que las industrias principales que van a utilizar un nuevo mecanismo desarrollado por las FLO y los FSC comuniquen los incentivos para llevar a cabo una gestión forestal sostenible y una reducción de la pobreza gracias a las CFEs.

### Implicaciones de política

Se sabe con razón que el apoyo a las CFEs es una manera de reducir la pobreza y promover una gestión forestal sostenible. Sin embargo, muchos se preguntan hasta qué punto tenga sentido apoyar esta ecuación. Con frecuencia el énfasis está en la ayuda a los productores en: instalar servicios de información de mercado; facilitar los servicios financieros, de sostenibilidad forestal y servicios de desarrollo empresarial; o tratar de mejorar el entorno empresarial de las CFEs. Hay una necesidad generalizada de recibir este tipo de inversión, especialmente para asegurar los derechos de los recursos forestales y organizar a los productores. Estas inversiones sólo podrán ser efectivas si existe un balance con inversiones de demandas que abran canales de mercados para que los consumidores escojan productos de CFEs. Hay que reflexionar al respecto en conjunto. En este momento, se necesita apoyo para una más estrecha asociación entre el FSC y la FLO. También la educación a los consumidores puede hacer que los productos de CFEs tengan precios más altos, lo cual tendría un efecto positivo tanto en la gestión forestal sostenible como en la reducción de la pobreza.

### Fuentes

Macqueen, D.J., Dufey, A. and Patel, B. (2006) Exploring Fair Trade Timber: A review of issues in current practice, institutional structures and ways forward. IIED Small and Medium Forestry Enterprise Series No. 19. IIED, Edimburgo, Gran Bretaña.

Macqueen, D., Dufey, A., Gomes, A.P.C., Nouer, M.R., Suárez, L.A.A., Subendranathan, V., Trujillo, Z.H.G., Vermeulen, S., Voivodic, M.de.A and Wilson, E. (2008) Distinguishing Community Forest Products in the Market: Industrial demand for a mechanism that brings together forest certification and fair trade. IIED Small and Medium Forestry Enterprise Series No. 22. IIED, Distinguishing Community Forest Products in the Market: Industrial demand for a mechanism that brings together forest certification and fair trade. IIED Small and Medium Forestry Enterprise Series No. 22. IIED, Edimbourg, RU.

#### CONTACTO: