

Comunicación
**Implementación de una Red de Comercio Forestal
Responsable en Argentina**

Implementing a responsible forest commercial web in Argentina.

Bissio, M. A.¹

RESUMEN

Se pierde en Argentina aproximadamente 280.000 hectáreas por año de bosques nativos, que equivalen a 685 hectáreas por día. La Zona de lanzamiento de la Red son las Yungas -en el NOA del país, porque se autorizaron desmontes por más de la mitad de lo que se desmonta por año en todo el país.

La Red será el referente del sector foresto industrial, dedicada a desarrollar un sistema de comercialización responsable para productos de especies provenientes de bosques con manejo forestal sustentable.

El Objetivo de la Red es Definir, implementar y monitorear el “Comercio Responsable” de Productos forestales. Se conforma de tres grupos: de Productores; de Compradores; Organizaciones responsables de la Red.

La metodología consiste en un abordaje gradual que implica el Compromiso de los participantes a incrementar de manera progresiva la proporción de madera utilizada como materia prima sus productos finales que provengan de fuentes designadas como: *Legal; Legal Verificada; en Progreso a la certificación; Certificada por un sistema creíble*

Se concluye que para lograr una competitividad sostenible son cuatro las condiciones indispensables: alta productividad, equidad socioeconómica, sustentabilidad en el uso de los recursos naturales y rentabilidad para los inversores.

Palabras claves: Red; Comercio; Responsable.

1. INTRODUCCIÓN

Se pierden en Argentina aproximadamente 250.000 hectáreas por año de bosques nativos, que equivalen a 685 hectáreas por día, a 28 hectáreas por hora, o sea, 1 hectárea cada 2 minutos.

La formación Selva Tucumano-oranense o Yungas, con 4,5 millones de hectáreas, penetra en el noroeste de la Argentina desde Bolivia, como una expresión austral de la selva amazónica y llega al Sur de Tucumán, a modo de cuña en parches aislados ubicados sobre los faldeos serranos. En la medida que se extiende hacia el sur, se van empobreciendo notablemente en especies.

Las Yungas son básicamente selvas de montaña dentro de una interesante diversidad ambiental a lo largo del gradiente altitudinal: bosques de transición en la base, selvas en las laderas y bosques montano y pastizales en las cimas. Posee una intensa variabilidad según la

¹ Facultad de Ciencias Agrarias y forestales de la UNLP, Coordinadora del Programa de Comercio Forestal Responsable de la Fundación Vida Silvestre Argentina.
E-mail: marcela.bissio@vidasilvestre.org.ar

altura. En la zona baja, al pie de las montañas se desarrollan las selvas de transición, de tipo subtropical con presencia de especies del Chaco.

Se eligió como Zona de impulso de la Red a las Yungas -en el Noroeste Argentino -porque entre 1998-2002 se perdieron 92.943 hectáreas de superficie boscosa en los departamentos de Anta, Orán y San Martín en la provincia de Salta. En 2006 se desmontaron 77.612 hectáreas. Y en el primer trimestre de 2007 se autorizaron desmontes por 135.579 hectáreas. En sólo 3 meses en la provincia de Salta se autorizó casi el doble que el año 2006 y más de la mitad de lo que se desmonta por año en todo el país.

El *Objetivo* es desarrollar un sistema de comercialización responsable para productos de especies provenientes de bosques con manejo forestal sustentable, socialmente digno, económicamente factible y ambientalmente satisfactorio y monitorear el “Comercio Responsable” de Productos forestales.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La concreción de la Red tiene una secuencia basada en:

1. Recopilación bibliográfica: se realizó en bibliotecas, abstracts, investigación de despacho., datos secundarios de costo bajo.
2. Búsqueda de datos estadísticos referentes a: volumen (m³) de corte por especie, características de obrajeros, tipo de bosque (piso).
3. Relevamiento del estado actual de los bosques en el área piloto y toma de datos macroeconómicos de la actividad productiva en el sector primario.
4. Entrevistas con los referentes involucrados directamente en el proceso de producción y de deforestación.

Entrevistas personales a Empresarios madereros (análisis de la oferta) y a Arquitectos (análisis de la demanda) en el Lugar de trabajo. Se utilizaron formularios semiestructurados.

Entrevistas telefónicas en conjunción con encuestas por correo electrónico. Formularios estructurados.

5. Relevamiento y análisis de legislación forestal vigente a nivel nacional y regional.
6. Formulación de los Procedimientos y documentos para concretar las membresías de la Red.

3. RESULTADOS

Se espera alcanzar los siguientes resultados

La Red será el referente del sector foresto industrial, mediante la promoción de condiciones de mercado que ayuden a conservar los bosques y aseguren beneficios sociales, ambientales y económicos para las personas y empresas que dependen de ellos.

Todos los miembros deben comprometerse a explicitar una declaración de políticas y prácticas para la promoción del manejo responsable y su verificación. Desarrollar un plan de acción para implementar sus políticas y prácticas con metas acotadas en el tiempo e informar

periódicamente del progreso en sus planes de acción. Para lo cual se formaliza la firma de los documentos y compromisos de membresía.

La permanencia de los miembros en la Red esta vinculada a una revisión periódica conjuntamente con los veedores de la Red.

Se consideró a la Red como un Sistema compuesto por tres Subsistemas:

- Recurso forestal. Análisis cualitativo y cuantitativo de las existencias forestales en el área núcleo.
- Técnicas de Manejo del Recurso y Sistemas de aprovechamiento.
- Mercado Posibles: Caracterización del Comercio Forestal Mundial y del Mercado, componentes y evolución.

Se conforman de tres Grupos:

- De Productores con Empresas de toda la cadena foresto- industrial: Producción primaria, procesamiento y comercialización siempre que aporten al manejo forestal sustentable. Son Propietarios y arrendatarios de Fincas que realizan aprovechamientos forestales (individuos o empresas). Industrias de transformación primaria y secundaria (aserrado, remanufacturas).
- Grupo de Compradores con Empresas constructoras, estudios de arquitectura, Organizaciones que consumen productos forestales, Cadenas o comercios minoristas, Empresas distribuidoras y proveedoras de productos forestales.
- Grupo observador: Las Organizaciones responsables de la transparencia y buen funcionamiento de la Red. Deben difundir los logros alcanzados por La Red en medios masivos y en puntos de venta. Facilitar el contacto entre Productores y Compradores Responsables.

Como estrategia se decidió un proceso continuo que implica el compromiso de los participantes a incrementar de manera gradual la proporción de madera utilizada como materia prima sus productos finales que provengan de fuentes designadas internacionalmente como: Legal; Legal Verificada (con Cadena de Custodia); en Progreso a la certificación; Certificada por un sistema creíble.

4. CONCLUSIÓN

Para lograr una competitividad sostenible son cuatro las condiciones indispensables a cumplir: alta productividad, equidad socioeconómica, sustentabilidad en el uso de los recursos naturales y rentabilidad para los inversores.

Y de este modo, evitar la entrada en el mercado de madera procedente de fuentes ilegales o insostenibles.; asegurar el abastecimiento sostenible de madera a las generaciones futuras; garantizar la conservación y la biodiversidad de los bosques. La propuesta es: Producir sin Desmontar.

Entidades consultadas

Secretarías Nacionales forestales
Direcciones y autoridades forestales provinciales
Cámaras regionales de madereros y forestadores
Empresarios madereros
INTA-Instituto de Tecnología agropecuaria