



LA CONTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS FORESTALES NO MADERABLES EN EL DESARROLLO RURAL

Art.2.1 – Marzo 2013

Desde los inicios de la humanidad, las antiguas civilizaciones descubrieron la importancia de los productos forestales no maderables “PFNMs” para obtener los distintos productos necesarios para su supervivencia. Durante las últimas décadas, diferentes agencias de desarrollo, gobiernos y organismos de protección ambiental han promovido la comercialización de los PFMNs como un mecanismo para generar proyectos de mejora sustentable para las comunidades rurales que viven en situaciones de pobreza^{1,2}. El presente artículo incluye algunos de los principales enfoques acerca de la comercialización de los PFMNs así como sus experiencias y contribuciones.

Los recursos naturales han sido la principal fuente de provisiones, medicina y albergue para la humanidad desde la antigüedad. Antes que el hombre cambiara sus conductas de vida nómada y apareciera la agricultura, las antiguas civilizaciones aprendieron la importancia de los PFMNs así como su manejo racional y preservación. Durante las últimas décadas distintos organismos de desarrollo, instituciones de gobierno y ambientalistas comenzaron a promover la comercialización de PFMNs como un medio para generar proyectos de desarrollo sustentable en comunidades rurales en condiciones de pobreza^{1,2}.

A la fecha, existe una gran variedad de proyectos exitosos que se han generado alrededor del mundo, así como algunos con resultados menos favorables que han causado controversia acerca de las implicaciones del proceso. Sin embargo, como cada caso tiene características y situaciones muy particulares, parece no haber un punto de vista definitivo acerca de sus efectos. De cualquier forma, en lo que respecta a los beneficios que esto crea en las comunidades rurales, la balanza parece inclinarse hacia el lado positivo.

Con sustento en la experiencia generada a través de distintos casos de estudio, para poder considerar como “exitoso” a un proyecto de desarrollo basado en la comercialización de PFMNs, varios autores⁵ consideran como imperativo tomar en cuenta las percepciones de cada uno de los actores relacionados al proceso. Para tal fin, es necesario integrar a todas las personas clave “stakeholders” de la cadena de valor para identificar el criterio que defina el éxito del proceso, así como negociar lo que las partes estarían dispuestas a otorgar con el propósito del bien común. Adicionalmente como el nivel de “éxito” puede variar en la percepción de los distintos actores, es necesario fijar el nivel de éxito considerando los intereses de cada actor involucrado (comunidades rurales, gobierno, iniciativa privada, organismos de desarrollo, ambientalistas, etc.), siguiendo una filosofía de negocio sustentable a través de la preservación del medio ambiente, el

desarrollo social y la generación de los recursos económicos suficientes para garantizar el buen desempeño del proceso.

México, como la mayoría de los países de Latinoamérica, cuenta con una biodiversidad muy extensa, al igual que un área de oportunidad en su utilización. Sin embargo existen actualmente proyectos muy prometedores que están generando beneficios importantes a través de la comercialización racional de los PFMNs, a la par de crear oportunidades de desarrollo para las comunidades rurales con la colaboración de organismos como CONAFOR y FIRA, los cuales promueven el desarrollo de modelos de negocio sustentables mediante asociaciones productivas y la integración de los actores en la cadena de valor.^{6,7}



Picture © Instituto de la Candelilla: PFMNs del Desierto de Chihuahua

Referencias:

1. Arnold, J.E.M., Ruiz Pérez, M. (1998) “The role of non-timber forest products in conservation and development”. In Wollenberg, E. and Ingles A. (Eds.) Methods for the Development and Conservation of Forest Products for Local Communities. CIFOR/IUCN, pp.17-42
2. Belcher, B., Ruiz-Pérez, M., Achdiawan, R. (2005) “Global Patterns and Trends in the Use and Management of Commercial NTFPs: Implications for Livelihoods and Conservation”. World Development Vol. 33, No. 9, pp. 1435-1452.
3. Sheil, D., Wunder, S. (2002) “The Value of Tropical Forest to Local Communities: Complications, Caveats and Cautions”. Conservation Ecology Vol. 6 No. 2, Art. 9.
4. Belcher, B., Schreckenberg, K. (2007) “Commercialization of Non-timber Forest Products: A Reality Check”. Development Policy Review, Vol. 25 No. 3, pp. 355-377
5. Marshal, E., Schreckenberg, K., Newton A.C. (Eds.) (2006) “Commercialization of non-timber forest products. Factors influencing success: Lessons learned from Mexico and Bolivia and policy implications for decision-makers”. UNEP-WCMC.
6. CONAFOR (2009) “Catálogo de recursos forestales maderables y no maderables árido, tropical y templado”. SEMARNAT.
7. FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura), Cadenas Productivas: www.fira.gob.mx