

MEJORA EN LA GESTIÓN COMERCIAL



ENTRENAMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRESARIALES EN LA CADENA DE VALOR DE LA MADERA

Compras responsables

Rafael Venegas Deza

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Organización Internacional para Maderas Tropicales (ITTO), el World Resources Institute (WRI) y el Programa FAO-UE FLEGT. Siendo desarrollado por el Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica de la Madera – CITEmadera del ITP.

El contenido de este material es de exclusiva responsabilidad del autor y en ningún caso debe considerarse que refleja las opiniones de USAID, WRI, ITTO, la FAO, la Unión Europea, el Departamento de Reino Unido para el Desarrollo Internacional o la Agencia Sueca de Cooperación.

ÍNDICE

Abreviaturas	1
Glosario	2
Contexto	4
1 Tendencias Actuales.....	4
2 Evolución del consumidor.....	5
3 Marco normativo.....	5
4 Iniciativas Globales.....	7
El Recurso: Madera	11
1 Beneficios de la madera.....	11
2 Industria de la madera en el Perú.....	11
3 Acceso al bosque y sus recursos.....	13
4 Gestión del Aprovechamiento.....	13
Regulaciones Internacionales	15
1 Regulación FLEGT.....	15
2 La Ley Lacey.....	17
3 Otras normativas.....	17
Compras Responsables	17
1 ¿Qué son las compras responsables?.....	18
2 ¿Por qué comprar madera responsablemente?.....	18
3 ¿Cómo comprar responsable?.....	21
4 Declaración Oficial.....	22
5 "Política de Compra Responsable".....	23
6 "Plan de Acción".....	25

ABREVIATURAS

AVA	Acuerdos Voluntarios de Asociación
CITES	Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres
EUTR	Reglamento de la Madera de la Unión Europea
FLEGT	Forest Law Enforcement, Governance and Trade
FSC	Forest Stewardship Council
ITP	Instituto Tecnológico de la Producción
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OIMT	Organización Internacional de las Maderas Tropicales
OSINFOR	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
RENIEC	Registro Nacional de Identificación y Estado Civil
RRNN	Recursos Naturales
SERFOR	Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre
SUNARP	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
SUNAT	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y de Aduanas
UE	Unión Europea
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
WRI	World Resources Institute
WWF	World Wildlife Fund

GLOSARIO

Diligencia Debida

La 'diligencia debida' se refiere al proceso de investigación que debe realizarse para evaluar una transacción antes que pueda completarse. El tiempo y esfuerzo necesarios para realizar la verificación están justificados por la identificación de los riesgos; especialmente en casos de grandes y complicadas transacciones de negocios, la parte compradora debe ejecutar la diligencia debida de forma detallada. La diligencia debida permite instalar un procedimiento para verificar que el acuerdo no tenga riesgos ocultos que pudieran afectar los resultados esperados; la información obtenida permite que la parte que compra evalúe diferentes aspectos del negocio.

LACEY ACT

Ley de los Estados Unidos para combatir el tráfico ilegal de la vida salvaje, los peces y las plantas

Política de Compra Responsable

La PCR es el documento que establece el marco de referencia dentro del que se desarrollará el "Plan de Acción". Representa uno de los mejores mecanismos para motivar e implementar la compra de productos provenientes de fuentes sostenibles

Procedimiento

Documento en la cual se describe en forma detallada la ejecución de un proceso

Proceso

Conjunto de actividades, dispuestas en una secuencia con la finalidad de obtener un objetivo, tienen entrada y salida

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Responsabilidad administrativa

Es la obligación de cumplir con la sanción impuesta por las autoridades administrativas, nacida de la culpa por transgredir normas de la administración pública o de un ramo gubernativo, en especial las relacionadas con el servicio público

Contexto

En esta sección se presenta información referente a la evolución de los mercados y consumidores a nivel global y local.

1 Tendencias Actuales

Los ministros de Asuntos Exteriores de los quince países miembros de la Unión Europea firmaron en 1997 el **Tratado de Ámsterdam** en cuyo artículo 6 se especifica “Las exigencias de protección del medio ambiente deberán integrarse en la definición y en la realización de las políticas y acciones de la Comunidad a que se refiere el artículo 3 (mercado interior, libre circulación, entre otras), en particular con objeto de fomentar un desarrollo sostenible”.

En mayo del año 2001 aparece la iniciativa “Una Europa sostenible para un mundo mejor, estrategia de la Unión Europea para el Desarrollo Sostenible”; para hacer que los Estados Miembros consideren cómo pueden hacer un mejor uso de la compra pública para así favorecer los productos y servicios verdes.

Aquí en Perú, durante los últimos años hemos visto las 3R de “Reusar, Reciclar y Reducir” cada vez con mayor frecuencia. Las discusiones sobre Cambio Climático dejaron los espacios científicos y se instalaron en los medios de comunicación masiva. La comida orgánica, el comercio justo y la certificación de origen son aspectos que se tratan todos los días a nivel global y en diferentes sectores productivos.

El mundo está cambiando a pasos agigantados y el Perú no es ajeno a esta realidad.

El 18 de diciembre del año pasado se promulgó la Ley que regula el plástico de un solo uso y los envases descartables. El Ministerio de Educación ha incluido la educación ambiental de forma transversal y bastante agresiva en las escuelas públicas. La Responsabilidad Social Corporativa ya no es más una iniciativa exclusiva de los países del norte. Nuestro país está evolucionando y este camino no tiene vía de regreso.

Silvia Noriega (Gerente de Reputación y Responsabilidad Social del BCP) cuenta en una reciente entrevista para el diario El Comercio que “esta necesidad de cambio tiene que ver con el contexto internacional y cómo este va permeando poco a poco la realidad peruana”. Dice textualmente que “el 87% de los líderes en todo el mundo son conscientes que deben resolver problemas ambientales y sociales para obtener ventajas competitivas” y que “el riesgo reputacional está en la cabeza de los CEO como uno de los top tres riesgos que se les vienen a la mente”.

2 Evolución del consumidor

Paralelamente, los consumidores presentan ahora características diferentes en comparación a unos años atrás. El consumidor de hoy usa el INTERNET como fuente de información primaria y prioriza comentarios en lugar de hacer caso a la publicidad. Asimismo, disfruta compartiendo sus experiencias en medios masivos.

El consumidor actual recibe información detallada sobre la degradación del planeta y reconoce que sus acciones derivan en consecuencias; por lo que la tendencia es creciente en número y profundidad hacia los productos sostenibles. Hoy hablamos de un consumidor digital, participativo e hiper-informado.

Un ejemplo interesante es el de Nintendo Labo. Una innovación de alto riesgo que generó que las acciones de Nintendo subieran 2,4%: un valor añadido de 1400 millones de dólares para Nintendo.

El mundo se está moviendo tan rápido que mientras una marca dice “esto no se puede hacer”; otra ya lo está haciendo.

3 Marco normativo

La ley peruana incide directamente sobre temas relacionados a la sostenibilidad y las compras públicas responsables. A continuación se presenta algunas de las normativas más representativas.

Constitución Política del Perú

Se refiere directamente a la sostenibilidad en el capítulo II, Artículo 67.

CAPÍTULO II: DEL AMBIENTE Y LOS RECURSOS NATURALES

Artículo 66°.-Los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación. El Estado es soberano en su aprovechamiento.

Artículo 67°.-El Estado determina la política nacional del ambiente. Promueve el uso sostenible de sus recursos naturales.

Artículo 68°.-El Estado está obligado a promover la conservación de la diversidad biológica y de las áreas naturales protegidas.

Artículo 69°.-El Estado promueve el desarrollo sostenible de la Amazonía con una legislación adecuada.

Política Nacional Forestal

La Política Nacional Forestal se refiere a la sostenibilidad en varias ocasiones:

Ejes de Política:

1. Institucionalidad y Gobernanza
- 2. Sostenibilidad**
3. Competitividad
4. Inclusión Social e Interculturalidad
5. Conocimientos, Ciencia y Tecnología Lineamientos de Política

Principios:

1. Gobernanza Forestal
2. Enfoque Intersectorial.
- 3. Sostenibilidad en el Aprovechamiento**
4. Enfoque Ecosistémico
5. Competitividad y productividad
6. Equidad e inclusión social
- 7: interculturalidad
8. Participación
9. Enfoque de género

Objetivo General:

Contribuir al Desarrollo Sostenible del país.

Objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Garantizar un **marco institucional que asegure una gestión ecológicamente sostenible**, económicamente competitiva, social y culturalmente inclusiva, del Patrimonio Forestal y de Fauna Silvestre de la Nación, en un marco de gobernanza, gobernabilidad, confianza y cooperación entre todos los actores.

Objetivo específico 2: **Asegurar la conservación y el aprovechamiento sostenible de los bienes y servicios de los ecosistemas forestales**, otros ecosistemas de vegetación silvestre y de la fauna silvestre, fomentando una gestión integrada que respete: el ordenamiento forestal; la seguridad sobre los derechos adquiridos; el monitoreo, la supervisión y la fiscalización; así como la información oportuna, transparente y veraz para la toma de decisiones.

Objetivo específico 3: **Propiciar negocios competitivos** a nivel nacional e internacional, socialmente inclusivos y **ambientalmente sostenibles**, que prioricen la generación de alto

valor agregado y ofrezcan una duradera rentabilidad a los usuarios del bosque y al país, a la par que desalienten el cambio de uso de las tierras forestales.

Objetivo específico 4: Fortalecer y promover el manejo forestal comunitario realizado por los Pueblos Indígenas y otras poblaciones locales usuarias de los bosques, respetando sus derechos e identidad cultural, y promoviendo la inclusión social, la equidad y la igualdad de género en la conducción y aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre.

Política Nacional del Ambiente

La Política Nacional del Ambiente se refiere a la sostenibilidad en su eje de política 1: Conservación y **aprovechamiento sostenible** de los recursos naturales y de la diversidad biológica.

Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los RRNN

Se refiere a la sostenibilidad en el Artículo 7:

Es responsabilidad del Estado **promover el aprovechamiento sostenible** de los recursos naturales.

Ley Forestal Fauna Silvestre N° 29763

Hace hincapié en las compras responsables dentro del Reglamento para la gestión Forestal:

Artículo 182.- **Beneficios e incentivos** a la Certificación y Buenas Prácticas.

Artículo 183.- **Origen legal** de los productos forestales en los procesos de contrataciones del Estado.

Ley de Contrataciones del Estado

Habla sobre la sostenibilidad en el Artículo 2:

Principios que rigen las contrataciones: Principio h: **Sostenibilidad ambiental** y social.

4 Iniciativas Globales

A continuación se apunta dos de las más grandes iniciativas a nivel global sobre desarrollo sostenible:

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Los Objetivos están interrelacionados, con frecuencia la clave del éxito de uno involucrará las cuestiones más frecuentemente vinculadas con otro.

Los ODS conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general.

Los ODS son una agenda inclusiva. Abordan las causas fundamentales de la pobreza y nos unen para lograr un cambio positivo en beneficio de las personas y el planeta.

Tres de sus 17 objetivos tienen que ver directamente con la sostenibilidad:

Objetivo 11: Lograr q las ciudades sean inclusivas, seguras, resilientes y **sostenibles**.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y **producción sostenible**.

Objetivo 15: **Gestionar sosteniblemente los bosques**, luchas contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

Pacto Global

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar Diez Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de derechos humanos y empresa, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Con más 12,500 entidades adheridas en más de 160 países, es la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial en el mundo.

Respaldado por los CEOs de las empresas que lo componen, el Pacto Mundial es un marco práctico para desarrollar, implantar y divulgar políticas y **prácticas de sostenibilidad empresarial**, ofreciendo a sus miembros (signatories) una amplia gama de recursos y herramientas de gestión para ayudarles a implementar modelos de negocio y desarrollo.

Tres de sus diez principios hacen referencia al medio ambiente:

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que **favorezca el medio ambiente.**

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor **responsabilidad ambiental.**

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las **tecnologías respetuosas con el medio ambiente.**

A continuación se muestran empresas que utilizan madera y mantienen políticas de responsabilidad ambiental con un alcance muy interesante. Ver Ilustración 1

EMPRESA, AÑO DE POLÍTICA	ALCANCE	CUMPLIMIENTO Y REQUISITOS DE LEGALIDAD
B&Q (bricolaje y minorista de jardín, una parte del Kingfisher Group Europe, 1991, actualizada en 2017)	Todo producto y embalaje que contiene maderos, madera, fibra de madera o papel que están bajo el control directo de Kingfisher y sus compañías	Todo producto cubierto por la política debe cumplir con ciertos criterios: la certificación FSC con plena cadena de custodia; o la certificación PEFC con plena cadena de custodia, cuando materia prima origina fuera de los países tropicales; o la verificación independiente como materiales reciclados o reusados; o el apego a sistemas aceptados, incluso TFT, GFTN de WWF y la Rainforest Alliance, cuando se han realizado avances demostrables hacia la certificación FSC. Además de cumplir con los requisitos del EUTR, Kingfisher también realizará auditorías aleatorias anuales de sus proveedores
IKEA (mobiliario, mundial, 2006)	Materiales de tabla hechas de madera sólida, enchapado, contrachapado, de capa pegada y a base de madera, y caña de bambú	Todo material cubierto por la política, debe provenir de orígenes conocidos. La meta a largo plazo de IKEA es aprovisionar el 100% de sus productos madereros de materiales reciclados, o de un sistema de certificación de "fuente preferida" lo cual hasta la fecha incluye solamente el manejo forestal y cadena de custodia FSC. IKEA requiere que sus proveedores cuenten con un certificado válido de cadena de custodia de FSC, o que presenten planes de adquisición y evidencia de tener la capacidad de implementar dichos planes, los cuales serán evaluados por los especialistas forestales de IKEA. Los proveedores, además deben mantener un Registro de Madera, el cual incluye fechas de entrega, tipos de materiales, especies, orígenes y volúmenes. La política de IKEA requiere que sus proveedores regularmente presenten informes, y que IKEA a un tercero realice auditorías regulares y no anunciadas
Kimberly-Clark (productos de papel de cuidado personal, mundial, 2007, actualizada en 2009)	Fibra de madera, incluso pasta de celulosa, troncos, astillas de madera y remanentes de aserraderos	La política de Kimberly—Clark, requiere que la compañía y los proveedores de la compañía de rollos duros de pañuelo desechable y de productos acabados de pañuelo desechable no adquieran o sabiendas libra de madera cosechada en violación de requisitos gubernamentales de manejo forestal, o de otra legislación o reglamentación aplicable. La compañía busca comprar el 100% de su fibra de madera de proveedores que han recibido una certificación bajo el FSC (el régimen preferido), SFI, CSA, CERFLOR, PEFC o cualquier otro régimen de certificación que cumple con ciertos criterios especificados
Staples (productos de oficina, mundial, actualizada en 2010)	Productos de papel completamente compuestos de papel de todo grado	Staples abrumadoramente prefiere aprovisionarse de proveedores certificados por el FSC. Bajo ciertas condiciones, Staples reconocerá y aceptará productos certificados bajo los estándares de PEFC, SFI y CSA. La compañía, además les pide a sus proveedores que confirmen las fuentes de su fibra, y que indiquen si su fibra de madera haya sido aprovechada y comerciada legalmente. La política además requiere que terceros realicen auditorías sobre muestras aleatorias de proveedores, y requiere que Staples periódicamente verifique el progreso de los proveedores y la fiabilidad de los datos
3M (bienes de consumo, 2015)	Productos de papel y embalaje	Los proveedores de pasta de celulosa, papel y embalaje de 3M, deben asegurar que la madera o la fibra de origen vegetal haya sido legalmente aprovechada, aprovisionada, transportada y exportada de su país de origen. La fibra, debe ser rastreable a la fuente del aprovechamiento. Los proveedores de 3M, deben mantener registros, incluso el género, la especie y el país de origen de la madera o fibra de origen vegetal, junto con la certificación externa de los materiales y operaciones en la cadena de suministro. Los proveedores de 3M, están obligados a contar con políticas y sistemas de debida diligencia para aprovisionar la pasta de celulosa y el papel, y deben requerir que sus proveedores hagan lo mismo. 3M continuará trabajando con proveedores a través de capacitaciones y comunicación directa, para ayudarles a entender los requisitos y conceptos de la política

Notas: Siglas en la Tabla B: FSC = Forest Stewardship Council; PEFC = Programme for the Endorsement of Forest Certification; TFT = The Forest Trust; WWF = World Wildlife Fund; GFTN = Global Forest and Trade Network; EUTR = European Union Timber Regulation; SFI = Sustainable Forestry Initiative; CSA = Canadian Standards Association [Asociación Canadiense de Estándares]; CERFLOR = Brazilian Forest Certification Programme [Programa Brasileño de Certificación Forestal].

Fuentes: Kingfisher 2017; IKEA 2012, 2017a y 2017b; Kimberly—Clark 2009; Staples 2010; 3M 2015.

Ilustración 1

Aterrizando a nivel nacional se puede hacer referencia a los resultados obtenidos por MERCO en función a su evaluación del año 2018. Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) es uno de los monitores de referencia en el mundo. Se trata de un instrumento de evaluación reputacional lanzado en el año 2000, basado en una metodología multistakeholder compuesta por seis evaluaciones y veinticinco fuentes de información con presencia en 12 países (ver: <http://www.merco.info/la/que-es-merco>).

Independientemente de los resultados, en esta evaluación se puede apreciar el avance de algunas empresas en función de evaluaciones anteriores; lo cual indica que sus políticas de Responsabilidad Social – Corporativa generan cambios significativos y las personas lo perciben.

El recurso: madera

Es pertinente resaltar las virtudes de la materia prima que empleamos y mencionar algunas características de su industria.

1. Beneficios de la madera

Los beneficios de la madera son infinitos, pero se anotan algunos de ellos a continuación:

- Proceso industrial de bajo impacto
- Menos intensiva en consumo de energía
- Reciclable
- Biodegradable
- Contribuye a reducir el cambio climático
- Material de construcción renovable
- Aislante térmico y eléctrico
- Aislante acústico
- Dúctil, maleable y tenaz
- Texturas, colores y vetas diferentes
- Flexible
- Densidad

2 Industria de la madera en el Perú

Se presentan algunas cifras de interés para graficar el movimiento del capital y los productos de madera.

El mercado interno consume el 90% de la madera producida en el Perú.

Existen 24,495 empresas formales; de las cuales el 14.5% se dedica al Manejo Forestal, el 8.7% a la primera transformación y el 77% a la segunda transformación.

El 96% son microempresas pero son responsables solo del 29% de la facturación. Las regiones más representativas son:

- Lima 39%

- Ucayali 6%
- Cusco 6%
- Loreto 5%
- Arequipa 4.5%

Más información en: <http://www.fao.org/3/l8335ES/i8335es.pdf>

Cuando se habla de madera, se hace referencia diferentes especies y productos. Los productos que se encuentran en el mercado han pasado por diferentes procesos de cortes sucesivos y tratamientos específicos antes de llegar a los compradores. Sin embargo, todos provienen de bosques. Si el objetivo es establecer un programa de compras responsables, es necesario ahondar en la procedencia de la materia prima.

A continuación se presenta la Ilustración 2, la cual hace referencia al ordenamiento territorial de los bosques en el Perú:

- Bosques de Reserva (BR)
- Bosques de Producción Permanente (BANP)
- Bosques en Áreas Naturales Protegidas (BANP)
- Bosques en Comunidades Nativas (PP)
- Bosques en Predios Privados (PP)

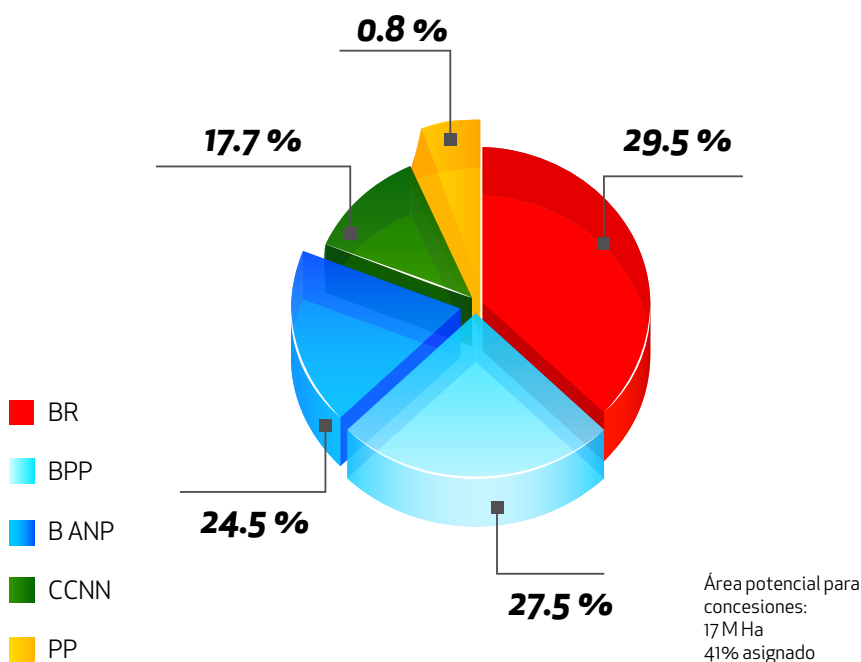


Ilustración 2: Ordenamiento de los bosques

3. Acceso al bosque y sus recursos

Existen diferentes modalidades de acceder a los recursos del bosque:

- Concesiones forestales.
- Comunidades nativas y campesinas.
- Permisos en predios privados.
- Bosques locales.
- Cesión en uso.

4. Gestión del Aprovechamiento

La gestión del aprovechamiento se realiza con diversos documentos de gestión (Plan General de Manejo Forestal, Plan Intermedio, Declaración de Manejo y Plan Operativo), basados en diversos parámetros:

- Extensión del área de aprovechamiento (m²).
- Intensidad de cosecha (m³/Ha).
- Nivel de impacto de las operaciones.
- Nivel de mecanización.
- Continuidad de las intervenciones.

En la ilustración siguiente se detalla qué documentos de gestión se aplica en función de los parámetros del aprovechamiento.

Nivel	Documento de Gestión	Concesiones	Predios	Comunidades	Bosques Locales	Cesión en uso
Alto	PGMF	S: Área mayor a 5000 ha I: Más de 10 m ³ /ha P: Manejo y aprovechamiento continuo M: Uso de la maquinaria pesada y mecanización	No aplica	S: Más de 5000 ha I: Más de 10m ³ /ha P: Aprovechamiento continuo M: Mecanizado y maquinaria pesada V: Más de 2500m ³ /año		No aplica
Medio	PMFI	No aplica	Encima de los límites de DEMA	S: Hasta 5000 ha I: Hasta 10m ³ /ha M: Intermedia o mixta división administrativa V: Hasta 2500m ³ /año		
Bajo	DEMA	No aplica	S: Área máx. 100ha I: Volumen máx. 20 m ³ P: Vigencia máx. 5 años 1 DEMA / cada 5 años No continuo Impactos: No mecanizados o maquinaria pesada Ejecución Directa No cedro, No caoba o shihuahuaco Otros: Georreferenciación de arboles, base de datos de permisos, inspección previa	I: Hasta 5m ³ /ha, volumen máx 400 ha Impactos: No mecanizados o maquinaria pesada Ejecución Directa No cedro, No caoba	No aplica	S: Área máx. 100ha I: Complementario y máx. 1m ³ /ha. P: No continuo con rotación Impactos: No mecanizados o maquinaria pesada Ejecución Directa Otros: Inspección previa, georreferenciación de arboles
Alto	PO	Igual a PGMF	Para el PMFI (solo si no se ha realizado el censo para toda el área)	Escala Alta (si) y para PMFI (solo si no se hace el censo para toda el área)	Para el PGMF (si). Para el PMFI (solo si no se hace el censo para toda el área)	No aplica

Ilustración 3: Documentos de gestión vs. Parámetros de aprovechamiento

Regulaciones internacionales

A continuación se presentan algunas de las regulaciones internacionales más importantes a nivel mundial en el comercio de madera.

1. Regulación FLEGT

FLEGT (el programa de la Unión Europea para la Aplicación de Leyes, Gobernanza y Comercio Forestales), es una iniciativa de la UE establecida en 2003, cuyo objetivo es mejorar la gobernanza y reducir la tala ilegal mediante el fortalecimiento de gestión forestal legal y sostenible, la mejora de la gobernanza y la promoción del comercio de madera producida legalmente.

En respuesta a las preocupaciones globales sobre los impactos de la tala y el comercio ilegal, la Comisión Europea adoptó en 2003 el Plan de Acción de la UE para la Aplicación de Leyes, Gobernanza y Comercio Forestales.

El Plan de Acción describe un paquete de medidas para influir simultáneamente tanto en la demanda como en la oferta de madera producida sosteniblemente. Las medidas tienen el objetivo de incrementar la demanda de madera verificada legalmente y producida sosteniblemente e incluyen:

- Fomentar en el sector privado de la UE la adopción de políticas de compra que aseguren únicamente madera legal en sus cadenas de suministro.
- Que los Estados Miembros de la UE adopten políticas de compras públicas que requieran en sus contratos de suministro la verificación de que la madera es producida legalmente.
- Exclusión de la madera ilegal del mercado de la UE mediante la nueva Normativa sobre
- Madera Ilegal de la UE (diligencia debida: Ver Ilustración 4).
- Medidas que animen a evitar la inversión en actividades que fomenten la tala ilegal.
- Entre las medidas dirigidas a apoyar la creación de capacidades en países en desarrollo para que produzcan madera legal sostenible están:
- El apoyo técnico y financiero de la UE para una mejora de la gobernanza y la creación de capacidades en actores gubernamentales y no gubernamentales.
- El apoyo a gobiernos de países productores a combatir la tala ilegal impidiendo el acceso de madera legal a mercados de la UE mediante acuerdos de comercio bilaterales llamados Acuerdos Voluntarios de Asociación (AVA). (Proforest, 2011a).

Como parte de las acciones de tipo legislativo, se incluye el Reglamento de la madera de la Unión Europea "EUTR" (por su sigla en inglés) el cual tiene como objetivo establecer las obligaciones de los agentes que comercializan por primera vez en el mercado interior madera y productos de madera, así como la obligación de trazabilidad para los comerciantes.

Entre las obligaciones se establece que:

- Estará prohibida la comercialización de madera aprovechada ilegalmente o de productos derivados de esa madera,
- Los agentes ejercerán la diligencia debida cuando comercialicen madera o productos de madera.

Áreas legislativas	Ejemplos
Derechos de aprovechamiento de madera dentro de límites legalmente definidos	Documentación sobre propiedad, derechos de uso, contratos para la administración de la tierra o acuerdos de concesión. Documentos generalmente disponibles en copia impresa o electrónica
Tributos sobre los derechos del aprovechamiento de madera relacionados a la tala y extracción	Contratos, notas bancarias, documentos del pago de impuestos, comprobantes de pagos oficiales, entre otros. Documentos generalmente disponibles en copia impresa o electrónica
Derechos de extracción, movilización, transporte y acopio, incluidos en la legislación forestal, además de la legislación ambiental	Informes oficiales de auditoría, certificaciones ambientales, planes de manejo aprobados, planes de cierre, cumplimiento de buenas prácticas, información pública disponible que demuestre supervisiones efectivas, sistemas de trazabilidad rigurosos, documentos oficiales emitidos por la autoridad competente en el país de origen
Uso y tenencia legal de terceros afectandos por el aprovechamiento de madera (ej. comunidades nativas)	Documentos oficiales de reconocimiento sobre la tenencia y uso de la tierra. Informes oficiales de posesión y uso. Planes de relacionamiento comunitario. Actas que incluyan acuerdos de responsabilidad social. Evaluaciones de impacto ambiental. Planes de gestión. Informes de auditoría.
Gestión comercial y legislación aduanera (referida a la madera)	Contratos, notas comerciales, notas bancarias, comprobantes de pago, licencias comerciales (Importación o exportación), derecho (cuotas), supervisiones de carga, entre otros. Documentos generalmente disponibles en copia impresa o electrónica.

Ilustración 4: Diligencia Debida

2. La Ley Lacey

Ante el reconocimiento del papel de EEUU como un gran consumidor de madera ilegal, en el 2008 el gobierno del país enmendó la Ley Lacey, que había sido originalmente promulgada en 1900 pero que sólo se aplicaba a animales. Al extenderla a plantas y productos vegetales, los EEUU se transformaron en el primer país en el mundo a prohibir la importación de madera obtenida en violación a las leyes del país de origen.

La ley enmendada tiene dos elementos clave:

- Es un delito importar, exportar, transportar, vender, recibir o adquirir cualquier planta que haya sido obtenida ilegalmente dentro o fuera de EEUU.
- Importadores de la mayoría de los productos madereros tienen que declarar con exactitud el país de extracción de la madera y las especies que entran al país.

Estas provisiones entraron en vigor en mayo de 2008. Empresas o individuos flagrados con madera, plantas o productos vegetales ilegales pueden ser procesados o tener sus bienes confiscados. Posibles puniciones incluyen la pérdida de productos y embarcaciones, multas y hasta penas de prisión.

3. Otras normativas

Existen también regulaciones similares en Australia (Ley de prohibición de madera ilegal) y Japón (Ley sistema de madera legal "Goho Wood") que, sumadas a las iniciativas legales de Estados Unidos y la Unión Europea representan una gran oportunidad para las empresas que actualmente comercian sus productos en el ámbito nacional pero tienen intereses en la exportación de madera de origen legal.

Compras Responsables

La actual coyuntura exige que las organizaciones realicen cambios transversales en su cadena de valor, de manera que puedan reducir al máximo su impacto en el planeta. Esta transformación puede representar ciertos sacrificios, pero la preocupación por el entorno es una tendencia que viene asentándose en los consumidores cada vez con mayor ímpetu. La procedencia de la materia prima, los procesos productivos, el empaque y el destino final de los residuos derivados son casi tan importantes como la calidad y el precio del producto.

El desarrollo sostenible dejó de ser un lujo para convertirse en una necesidad y así lo demuestran varias compañías que decidieron implementar sus estrategias de marketing orientadas hacia sus compromisos ambientales. TetraPak, SONY, Volvo, Hp, IBM y Nike son algunos de los ejemplos más conocidos de empresas que decidieron mejorar sus prácticas en beneficio del ambiente.

En consecuencia -ya sea por motivos éticos o económicos-, la evolución del sector corporativo es prácticamente una obligación. El mercado está cambiando rápidamente y las organizaciones deberán interpretar el mensaje ágilmente para seguir creciendo.

1. *¿Qué son las compras responsables?*

Una compra responsable es aquella acción realizada por el comprador mediante la cual expresa -fácticamente- su preferencia por la adquisición de productos elaborados de forma sostenible; en contraste con otros cuya procedencia pueda ser desconocida, dudosa o no sostenible. A través de estas decisiones el comprador envía mensajes claros y directos a los demás actores del mercado; demostrando su compromiso con el bienestar común.

Con la finalidad de lograr la correcta implementación en la práctica, este manual propone abordar el proceso de forma gradual, facilitando así que las organizaciones alcancen los objetivos establecidos en el menor tiempo posible, pero de una forma estratégica y disminuyendo los riesgos. Esto implica un compromiso sincero con las compras responsables, el cual debería comunicarse mediante una "Declaración Oficial" (interna y externa) y aterrizarse a través de una "Política de Compras Responsables" y su respectivo "Plan de Acción".

Este reto deberá ser coherente con las capacidades de la empresa en términos de recursos humanos y financieros. Por ello es importante establecer los límites dentro de los cuales la organización deberá trabajar, de modo que se pueda asegurar el cumplimiento de los objetivos trazados públicamente.

2. *¿Por qué comprar madera responsablemente?*

Los consumidores desempeñan un papel importante en el estado de conservación de los bosques. Sus preferencias de consumo son las que determinan finalmente cómo se explotarán los recursos naturales. Por lo tanto, la responsabilidad de cuidar el patrimonio natural no recae solamente en las autoridades ambientales de un país, sino también en todas aquellas empresas y personas que intervienen a lo largo de la cadena productiva hasta llegar al mercado final. Por ello se debe priorizar a los productos forestales cuyo origen legal esté garantizado y -en la medida de lo posible- respaldado por certificados de tercera parte.

● **Beneficios potenciales**

Las compras responsables derivan en múltiples beneficios a nivel económico, social y ambiental. A continuación se presentan algunos de los más representativos.

Mejora de imagen

El éxito de gran parte de las organizaciones y su posicionamiento en el mercado dependen de la imagen que proyectan ante la sociedad. Hoy en día se cuenta con consumidores cada vez más exigentes, informados y preocupados por las repercusiones derivadas de las actividades comerciales de las empresas. Por lo tanto, la mejora de la imagen de una determinada marca puede representar incrementos en el volumen de ventas. Adicionalmente, las compras responsables suelen mejorar el espíritu de equipo de los empleados.

Diferenciación

Las empresas que comunican su compromiso con el ambiente -y mantienen un comportamiento coherente- se diferencian inmediatamente de aquellas que son indiferentes a la coyuntura actual. Exponiendo sus objetivos -y posteriormente los resultados obtenidos-, las empresas pueden lograr un posicionamiento más profundo en la mente de los consumidores.

Nuevos mercados

Durante los últimos años diversos países vienen implementando regulaciones comerciales y políticas cada vez más estrictas en relación al origen de la madera. Por ello, solo aquellas organizaciones que logren garantizar el origen legal de sus productos podrán mantenerse y acceder a estos mercados.

Nuevos nichos

Paralelamente a la apertura de mercados en otros países, la tendencia actual se dirige hacia mercados cada vez más responsables, por lo que el crecimiento es prometedor también en los mercados locales. Consecuentemente, se generan oportunidades para la introducción de nuevas especies y un potencial incremento de los precios de venta.

Disminución de riesgos

Manejar estándares de legalidad similares o inclusive más exigentes que los incluidos en la normativa nacional disminuirá considerablemente los riesgos de las empresas. Prescindir de la normativa vigente puede acarrear sanciones tales como decomisos y multas; además de afectar negativamente la imagen de marca.

Disponibilidad del recurso

Garantizar el aprovechamiento sostenible de los recursos renovables que consume una organización promoverá su disponibilidad en el largo plazo, lo cual permitirá la continuidad de las actividades empresariales.

Biodiversidad y servicios

El aprovechamiento sostenible de recursos forestales –como consecuencia de la demanda de los mercados responsables- permite la recuperación constante del bosque; manteniendo casi intacta la diversidad de especies que estos ecosistemas presentan. Adicionalmente, se aseguran los beneficios derivados de los servicios ecosistémicos tales como aprovisionamiento de agua, captura de carbono y mejora de la calidad del aire.

Impacto social

Las compras responsables aseguran que los bienes adquiridos han sido producidos sin vulnerar los derechos de las poblaciones locales y evitando conflictos por el uso de los recursos. Por el contrario, implican mayores oportunidades de empleo y desarrollo local. Igualmente verifican el cumplimiento de los derechos laborales y la salud ocupacional de los colaboradores.

• Riesgos

Comprar productos de madera de procedencia desconocida puede representar serios riesgos para una compañía. A continuación se mencionan algunos de ellos.

- Decomiso de la carga adquirida
- Multas
- Sanciones administrativas
- Deterioro de la imagen de marca
- Disminución del mercado (el consumidor cada vez más informado no querrá comprar de empresas que no comulgan con sus principios)

3. ¿Cómo comprar responsable?

El primer paso es tomar la decisión de adoptar un “PROGRAMA DE COMPRA RESPONSABLE DE MADERA” a nivel de gerencia. Esta medida representa un proceso formalizado mediante el cual una organización establece –de forma voluntaria- un protocolo específico para la adquisición de madera a través del cual se garantice la procedencia legal y sostenible de la materia prima.

Después de aceptado el reto se deberá crear el “Comité de Compras Responsables”; liderado por el Director designado y –en función del tamaño de la empresa- apoyado por un determinado número de colaboradores. Este equipo deberá diseñar la estrategia de implementación del programa de compra responsable de madera.

La primera comunicación oficial del Comité deberá ser la “Declaración de Intención”, de la que se desprenderá la “Política de Compra Responsable” y posteriormente el “Plan de Acción”.

Idealmente, el objetivo debería ser eliminar completamente las compras de productos de madera provenientes de fuentes desconocidas, en un horizonte temporal determinado. Por ende, se recomienda elegir proveedores que tengan la capacidad de demostrar la procedencia de sus productos mediante certificación de tercera parte. Sin embargo, este tipo de etiquetados representa un porcentaje mínimo en algunos países. En consecuencia, es importante solicitar los documentos que el Estado emplea para verificar las fuentes.

Cuadro 1: Consejos para verificar la legalidad de un proveedor

Verificar la legalidad no es un proceso simple, por lo que se sugiere tomar en cuenta los siguientes consejos:

- Recopilar información sobre el historial del proveedor –y sus apoderados- en instituciones públicas como Reniec, Sunarp, Sunat, Serfor u otras según necesidad y disponibilidad.
- De ser posible, solicitar la certificación de tercera parte sobre la procedencia de los productos a adquirir.
- Evitar la adquisición de especies que figuren en el Apéndice II de CITES (en caso de adquirirlas, seguir rigurosamente el procedimiento que indica la ley).
- Solicitar –según necesidad y disponibilidad- los documentos formales que aseguren la procedencia legal de los productos (resolución de aprobación del “Plan General de Manejo Forestal” y copia del documento de gestión; resolución de aprobación del “Plan Operativo” y copia del documento de gestión, Guías de Remisión, Guías de Transporte

Forestal (de bosque y planta), listas de trozas y cuaderno de operaciones de planta. Es importante verificar la sucesión correcta de documentos según línea de producción, asegurando las referencias y la veracidad de la información consignada (especies y volúmenes aprobados, placas de rodaje de los vehículos de transporte, fechas, etc.).

- Emplear las herramientas disponibles en línea para contrastar la información referente al origen de los productos adquiridos (el Sistema de Información Gerencial del Osinfor por ejemplo).

A continuación se presentan los aspectos más importantes de cada uno de estos documentos.

4. Declaración Oficial

La “Declaración Oficial” debe expresar el interés de la organización por mejorar sus procedimientos de compra en términos de responsabilidad social y ambiental. Debe ser de acceso público y comunicarse oportunamente a clientes y proveedores a fin de asegurar el cumplimiento de los propósitos allí anunciados (las intenciones expresadas en este documento deberán estar en completa armonía con la “Política de Compra Responsable” y su respectivo “Plan de Acción”).

Ejemplo:

Declaración Oficial

“LA BUENA TROZA”, en calidad de consumidor de productos forestales, es consciente de su impacto en los bosques del planeta.

Por ello, “LA BUENA TROZA” se compromete a implementar una **“Política de compra responsable”**.

A fin de contribuir eficientemente a la conservación de estos ecosistemas, “LA BUENA TROZA” establecerá un plazo de tiempo determinado para que todos sus proveedores ofrezcan las garantías mínimas indispensables que puedan asegurar el origen legal y sostenible de sus productos.

En este sentido, “LA BUENA TROZA” apuesta por la responsabilidad social y ambiental corporativa; y hace público el presente comunicado a fin de informar a sus clientes y proveedores sobre este compromiso irrevocable.

5. “Política de Compra Responsable” (PCR)

La PCR es el documento que establece el marco de referencia dentro del que se desarrollará el “Plan de Acción”. Representa uno de los mejores mecanismos para motivar e implementar la compra de productos provenientes de fuentes sostenibles. Sin embargo, es importante considerar las consecuencias de la adopción de una PCR, pues establecer objetivos muy estrictos podría derivar en costos imposibles de afrontar y políticas muy blandas podrían socavar la credibilidad de la organización.

Una buena PCR debe establecer los objetivos concretos que representen los parámetros dentro de los cuales se acotará las metas y actividades del “Plan de Acción”. Aunque su objetivo principal de comunicación es interno, se recomienda la publicación del documento en los canales que la empresa emplea normalmente con clientes y proveedores.

Se trata de un elemento que aporta transparencia a la institución y contribuye a la mejora de la gestión interna. Por ello, para que una “Política de Compra Responsable” sea exitosa deben considerarse los siguientes factores:

- La organización debe tener un **compromiso real** con el proceso de cambio.
- La organización debe asumir el reto de forma **voluntaria**.
- Es recomendable conseguir el **apoyo** de alguna organización no gubernamental.
- Es fundamental **involucrar** al personal interno de la organización y motivarlo constantemente para que se identifique con la causa y la apoye.
- La organización deberá comprometer los **recursos** humanos y financieros necesarios para garantizar el cumplimiento de la política y su integración en la cultura corporativa.

Asimismo, antes de elaborar una PCR deben tenerse en consideración los siguientes elementos:

- **Normativa** forestal vigente.
- Análisis de los procedimientos actuales de la organización de para **adquisiciones** de madera, considerando roles y funciones.
- Procedimientos operativos que aseguren la identificación de la **procedencia** de los productos.

- Otras **alternativas** sostenibles.

Adicionalmente se recomienda identificar aquellas actividades en las que el uso de productos forestales podría disminuir el impacto ambiental de la organización para considerarlas en el “Plan de Acción”.

Política de Compra Responsable

- “La Buena Troza” trabajará con todos sus proveedores para identificar el origen de los productos de madera que adquiere actualmente.
- Se determinará dónde fueron comprados los productos y cuál es la fuente de a materia prima; tomando en cuenta los mecanismos de verificación existentes.
- La Buena Troza” solicitará a todos sus proveedores que demuestren el cumplimiento de todos los requerimientos legales exigidos por las autoridades.
- Se verificará que no existan ventajas de mercado por parte de organizaciones que trabajen fuera de la ley.
- “La Buena Troza” reducirá y hasta el año 2021 eliminará la compra de madera proveniente de áreas consideradas “controversiales”, incluyendo áreas con violaciones de derechos indígenas, áreas de conflictos sociales y el uso de árboles genéticamente modificados.
- No se apoyará prácticas que impliquen impactos perjudiciales sobre el ambiente o las personas. “La Buena Troza” adoptará un enfoque preventivo en relación al origen de sus productos.
- La empresa “La Buena Troza” priorizará los productos con certificación de tercera parte y aquellos de proveedores comprometidos con la causa.
- “La Buena Troza” promoverá el crecimiento del mercado de productos sostenibles a través de la compra de productos forestales de origen legal.
- “La Buena Troza” mantendrá sus canales de comunicación abiertos y fomentará la relación de colaboración con los actores interesados en su desempeño ambiental.
- “La Buena Troza” distribuirá un informe anual a clientes y proveedores, donde publicará sus avances en la implementación de esta política.

A continuación se presenta un cuadro comparativo entre la “Declaración Oficial” y la “Política de Compra Responsable” a fin de facilitar su comprensión.

“Declaración de Intención”	“Política de Compra Responsable”
Una página como máximo	Dos páginas como máximo
Registra las intenciones generales de la empresa y constituye los lineamientos dentro de los que se establecerá la “Política de Compra Responsable”	Establece el marco de referencia dentro del que se desarrollará el “Plan de Acción”
Su objetivo principal es la comunicación iexterna	Su objetivo principal es la comunicación interna
Debe incluir la identidad de marca de la organización (brandeo)	Debe incluir la identidad de marca de la organización (brandeo)
No incluye objetivos concretos	Incluye objetivos concretos
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore	Puede definir horizontes temporales, roles, responsabilidades y procedimientos (de no hacerlo estos deberán incluirse necesariamente en el Plan de Acción)

6. “Plan de Acción”

El “Plan de Acción” deberá detallar las actividades que la empresa está obligada a implementar para conseguir los objetivos mencionados en la “Política de Compra Responsable”.

Este documento debería contener los siguientes aspectos:

a) Objetivos estratégicos.

Las metas a establecer deben cumplir los siguientes principios:

Específicas

Deben ser lo más concretas posibles de modo que con una sola leída se pueda entender exactamente cuál es el reto y cómo se va a conseguir.

Realistas

Basados en un análisis profundo del mercado, los proveedores y las capacidades de la empresa.

Medibles

De modo que se pueda hacer un seguimiento permanente del proceso y cuantificar los avances en el tiempo.

Alcanzables

Los retos deben suponer cierto grado de compromiso, pero no más allá de lo realmente posible en un horizonte de tiempo determinado.

Progresivas

De modo que permitan un proceso gradual de adaptación por parte de los proveedores, priorizando acciones en función de los objetivos y capacidades de la empresa.

b) Designación de recursos humanos.

Después de haber aterrizado las intenciones de la organización en una "Política de Compra Responsable" y de preferencia antes de publicar la "Declaración Oficial"; se debe haber designado al personal encargado de implementar las diversas actividades y sus respectivas funciones.

El número de personas designadas dependerá del tamaño, capacidad y grado de compromiso de la organización. Sin embargo, es imprescindible incluir ciertas áreas de la empresa como los departamentos de "Logística" y "Marketing" –además de la gerencia-, para asegurar el diseño adecuado del cronograma y la implementación eficiente de las acciones.

Adicionalmente se recomienda capacitar y sensibilizar constantemente a todo el personal a fin de garantizar el éxito de la operación.

c) Evaluación de riesgo de proveedores.

El proceso empieza por identificar exhaustivamente a los diferentes proveedores. Existen plataformas públicas como la Sunarp (personas jurídicas) y la Reniec (personas naturales) y organismos privados como Infocorp para obtener información confiable sobre las empresas, sus representantes legales y el historial crediticio respectivamente.

Asimismo deberá existir una persona de contacto por cada proveedor de manera que el proceso de adaptación a las nuevas políticas sea veloz y expedito.

Después de validar la información oficial de cada proveedor y su representante legal respectivo, se deberá proceder a la categorización de sus fuentes. Para ello, se requerirá trabajar muy de cerca con la persona de contacto.

El objetivo de categorizar las fuentes de cada proveedor es establecer una estrategia de mejora que permita acercar a los proveedores –gradualmente- hacia las compras responsables. Para ello se recomienda crear un archivo según proveedor donde se incluya –y actualice- toda la información referente al proveedor y sus fuentes.

Existen diversas formas de categorizar a las fuentes de materia prima. En esta guía recomendamos la siguiente:

Fuente
desconocida
(no deseable)

Es aquella que no puede demostrar el origen legal a través de la documentación exigida por el Estado ni dispone de un sistema de trazabilidad hasta el bosque.

Fuente
legal

Es aquella que puede demostrar el origen legal a través de la documentación exigida por el Estado. En el Perú existen diversas formas de aprovechar los recursos del bosque legalmente. Las más representativas son las concesiones y autorizaciones -en bosques del Estado-; y permisos en predios privados y para comunidades nativas -en bosques con derechos otorgados-.

Fuente legal
verificada

Es aquella que además de demostrar el origen legal a través de la documentación exigida por el Estado, es capaz de comprobar su veracidad empleando mecanismos confiables.

Fuente en
progreso hacia
la certificación

Es aquella que ha asumido el compromiso de buscar una certificación de tercera parte con el objetivo de demostrar la sostenibilidad de sus operaciones en el bosque. Aún sin haber obtenido la certificación, demuestra su progreso mediante acciones concretas.

Fuente
certificada de
forma creíble

Es aquella que ha solicitado la evaluación constante de su operación en el bosque a una tercera parte que goza de independencia y credibilidad. En Perú el sistema de certificación forestal más difundido es el del Consejo de Manejo Forestal (FSC, por sus siglas en inglés), aunque la oferta de productos FSC todavía es escasa y está mayormente dirigida al mercado de exportación.

d) Estrategia de cambio de fuentes.

Al cabo de un horizonte de tiempo específico, idealmente el 100% de los productos adquiridos deberían provenir de bosques manejados bajo estándares de sostenibilidad. Existen tres maneras de conseguir dicho objetivo:

Mismos
proveedores,
mismas fuentes

Es preferible evitar el cambio de proveedores -y sus respectivas fuentes- pues conlleva a riesgos comerciales importantes. La confianza generada entre comprador y proveedor es un valor que merece ser respetado. Por ende, si el cambio de proveedores implica riesgos considerables, se recomienda mantener los proveedores habituales. Sin embargo, estos proveedores deberán demostrar su compromiso mediante el cumplimiento de los nuevos requisitos establecidos.

Mismos
proveedores,
otras fuentes

En caso los proveedores estén comprometidos con las nuevas disposiciones de la empresa, pero sus fuentes no muestren interés en el proceso gradual de adaptación a las nuevas reglas, se recomienda motivar a los proveedores a buscar nuevas fuentes.

Otros
proveedores

En caso ninguna de las opciones anteriores sea viable no quedará más remedio que implementar el cambio total de los canales de suministro. Esto podría incrementar considerablemente los riesgos del negocio si los nuevos proveedores no cumplen con las expectativas de la empresa a nivel de costos, tiempos de entrega o calidad de los productos. Sin embargo, también podría conducir a beneficios derivados tales como la oportunidad de negociar las condiciones desde el principio, el acceso a nuevos mercados, especies y productos o la disminución potencial de costos al analizar las nuevas propuestas.

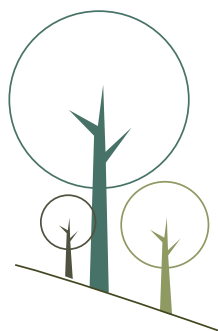
Es importante recalcar que el éxito en este tipo de iniciativas depende en gran medida del involucramiento de todos los actores (personal encargado de las compras, proveedores, evaluadores de procesos y otros colaboradores). Por ello, el plan de acción deberá incluir acciones dirigidas a alcanzar este objetivo.

e) Mecanismos de verificación

Como mecanismos de verificación se sugiere en primer lugar la certificación forestal voluntaria y, de no ser posible, realizar una Diligencia Debida (ver ilustración 4).

A continuación se apuntan los aspectos que suelen cubrir los diferentes tipos de certificación forestal voluntaria:

- Cumplimiento de las leyes
- Derechos de los Trabajadores y Condiciones de Empleo
- Derechos de los Pueblos Indígenas.
- Relaciones armoniosas con las Comunidades
- No amenazar los beneficios del Bosque
- Mitigar los Impactos Ambientales.
- Planificación del Manejo forestal
- Monitoreo y Evaluación
- Respeto a los Altos Valores de Conservación
- Ejecución de las Actividades de Manejo



www.citemadera.itp.gob.pe

Jirón Solidaridad Cdr.3 Parcela II Mz. F, Lt11-A
Parque Industrial Villa El Salvador - Lima
citemadera@itp.gob.pe | 288-0941 / 288-0931