

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**POTENCIAL COMERCIAL DE LA EXPORTACIÓN DE
MADERA DE CIPRÉS COSTARRICENSE HACIA EL
MERCADO CHINO AL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2018**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

ZI YING ZHANG WEN

TUTOR: LIC. FERNANDO NAVARRETE ANGULO

SEDE CENTRAL

ABRIL, 2018

Contenido

Tablas.....	7
Figuras	8
Gráficos.....	9
Dedicatoria	10
Agradecimiento.....	11
Resumen Ejecutivo	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	14
Planeamiento del Problema	14
Objetivos de la Investigación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Justificación de la Investigación.....	17
Antecedentes de la Investigación.....	20
Proyecciones de la Investigación	24
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	25
La Madera de Ciprés.....	25
Exportación de Madera Alrededor del Mundo	26
El Perfil de China	27
Sistema política.....	27
Economía	28
Sociedad	29
Transformación de la industria	29
El Perfil del Consumidor Chino	30
El Mercado Comercial Chino	31
El Perfil de Costa Rica	32
Importación de Madera de Ciprés en China.....	37

Demanda de Madera de Ciprés en China	38
Exportación de Madera de Ciprés en Costa Rica.....	39
Relación Comercial entre China y Costa Rica.....	39
Potencial Comercial.....	41
Variables de Proceso	44
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	45
Enfoque de la Investigación	45
Método de la Investigación	46
Fuentes de Información de la Investigación.....	46
Muestra	46
Fuentes de información	49
fuentes primarias.	49
fuentes secundarias.	49
Unidades de Análisis.....	50
Potencial comercial	50
Variables del proceso	50
Instrumentos Utilizados en la Investigación	51
Cuestionario.....	51
Entrevista.....	51
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos	52
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	54
Unidad de Análisis 1: Potencial Comercial	55
Categoría 1: Demanda del producto.	56
Categoría 2: La industria de madera.	59
Categoría 3: La política de la protección al medio ambiente.....	60
Categoría 4: El incentivo a la importación de materia prima.	62
Categoría 5: Producto apreciado.....	64
Categoría 6: El uso del producto.	65
Categoría 7: La escasez del producto.....	67

Unidad de Análisis 2: Variables del Proceso	69
Categoría 1: El perfil del producto	70
Categoría 2: El precio	72
Categoría 3: El idioma como barrera	73
Categoría 4: La barrera de entrada	75
Categoría 5: El tiempo y la cultura	77
Categoría 6: Las exigencias	78
Categoría 7: La búsqueda de cliente	80
Interpretación de Datos	81
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
Conclusiones de la Investigación	84
Recomendaciones de la Investigación	86
REFERENCIAS	88
APENDICES	92

Tablas

Tabla 1. Precio de la madera de Ciprés en Costa Rica.....	34
Tabla 2. Desglose de entrevistados.....	49
Tabla 3. Unidades y categorías de análisis.....	52
Tabla 4. Los primeros importadores de madera a nivel mundial.....	54

Figuras

Figura 1. Árbol de Ciprés en Costa Rica.....	22
Figura 2. Madera de Ciprés aserrada para exportar.....	24
Figura 3. Mapa de China.....	27
Figura 4. Mapa de Costa Rica.....	29

Gráficos

Grafico 1. El flujo comercial en el sector industrial entre Costa Rica y China.....	37
---	----

Dedicatoria

A Dios, el señor Jesucristo, todos mis logros y éxitos gracias a él.

A mi querida familia, quienes siempre han velado y sacrificado por mí, para poder seguir cumpliendo sueños, convertir lo soñando en hechos.

"Nos convertimos en lo que pensamos."

-Earl Nightingale

Agradecimiento

En primer lugar, infinitas gracias a Dios, quien creó el mundo, quien me da las fuerzas y valores en todo momento para culminar una etapa más en mi vida.

Agradezco a mi madre, la más querida, quien desde mi niñez me ha impulsado a seguir adelante, no dejar de estudiar, ser estricta con mis errores, pero celebramos juntos los triunfos, nos apoyamos uno entre el otro y sin duda alguna en el trayecto que me ha podido acompañar siempre ha demostrado su gran amor de una madre a la hija.

A mi amado padre, quien desde mi niñez me entrena a ser una persona independiente, nunca me ha abandonado, la presencia en cualquier situación y sé que está muy orgulloso de mí, por la persona en que me he convertido.

A mi tía (Mei Qiong) en Costa Rica y mis tías (Mei Chan, Li Ming, Mei Zhen, Mei Lian, Xiao Yan) en Hong Kong, por los saludos, apoyos, cariños desde lejos y comprensiones que me han dado, todas ustedes han formado una parte fundamental de mi vida.

A mis abuelitos (Wen Ba, Zhang Huo Wang y Zhong Jiao Mei) por sus chineos incondicionales y esos abrazos que le llena a uno de energías.

A Carlos Koo Chan, por compartir aquellos momentos de alegría, estrés y tristeza, agradezco su gran apoyo durante este transcurso de mi carrera profesional universitaria y demostrarme que siempre puedo contar contigo para cualquier situación.

A Doña Julia Chan y Don Raymond Koo, por aquellos bellos mensajes positivos y enseñanzas de la vida que me han dicho, además de los apoyos en todo sentido cuando necesito ayuda.

A mi compañero y amigo desde el inicio de la carrera universitaria, Roger Padilla Ureña; una persona llena de buenas vibras, eso me ha contagiado y motivado a mantener una mente positiva en todo instante, que todo lo imposible es posible.

A todos mis queridos profesores de la Universidad Internacional de Las América, ustedes han marcado profundos pasos en mi formación académica; además de brindarnos conocimientos del área, también nos enseña cómo ser una mejor persona y cómo desenvolverse cada vez más profesional. Un especial agradecimiento para el director MBA Carlos Vega, la Licenciada Ruth Barrientos, el Licenciado Fernando Navarrete quien es mi tutor también.

A todos mis compañeros de la universidad (en especial Daniela, Cesar, Gabriel, Andrea Dávila, Andrea Garita, María José, Aquiles, Dayana y Ana Irene) por sus compañerismos y la cooperación cuando teníamos que estudiar o realizar proyectos.

A todos mis amigos y primos (en especial Amanda, Imperia, Liza, Alex, Si Min y Oscar) por sus amistades y ser tan comprensivos conmigo en momentos críticos, se les aprecia montones.

Finalmente, a todos y todas (en especial las compañías y fabricas que aceptaron la entrevista), quienes tuvieron mucha amabilidad en ayudarme, aportando sus valiosas opiniones para que esta tesina se haga en realidad.

Mis sinceros agradecimientos para todos ustedes.

Resumen Ejecutivo

La presente investigación de enfoque cualitativo se basa en las opiniones, conocimientos y las experiencias de profesionales expertos sobre el potencial comercial de la exportación de la madera de ciprés costarricense al mercado chino al año 2018. Esto con el objetivo de examinar y determinar el potencial comercial de la exportación de esta madera al mercado chino e identificar las variables del proceso de comercialización de la madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino.

Se logra examinar y determinar que China es un mercado potencial para comercializar la madera de ciprés, debido a que es un país (sus consumidores; empresas y personas) que aprecia mucho la materia prima, además del bajo costo en la fabricación de diversos tipos de productos hechos de madera y grandes construcciones que surgen diariamente. Esta idea surge debido a que la producción de madera interna del país no logra satisfacer la demanda y, en segundo lugar, el propio gobierno impulsa y apoya a los empresarios en importar madera desde el exterior, mediante bajos aranceles para fortalecer su mejor potencial, la fabricación, y permitir la reforestación local.

En la investigación se logra identificar variables presentes en el proceso de comercialización con China, tales como: el perfil del producto, el precio, el idioma como barrera, la barrera de entrada, el tiempo y la cultura, las exigencias y la búsqueda de clientes que se deben de considerar para concretar una negociación.

Se concluye que la demanda de la madera de ciprés en el mercado chino posee gran potencial; esto representa una oportunidad significativa para Costa Rica, siempre y cuando se vuelva competitiva en la oferta del producto. Por esto, se debe fortalecer el sector de exportaciones de productos no tradicionales, en este caso de la madera de ciprés.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planeamiento del Problema

Según Castillo (2014), el comercio internacional implica la realización de intercambios entre los diferentes países. La idea de las ganancias derivadas del comercio constituye uno de los conceptos fundamentales de la economía. Las diferentes personas o países tienden a especializarse en determinadas áreas y a intercambiar voluntariamente lo que producen por lo que necesitan.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que en la actualidad la mayoría de los países alrededor del mundo recurren al intercambio de bienes y servicios, así como a prácticas comerciales con otros socios o aliados comerciales; esto con el fin de obtener mayor beneficio o rentabilidad posible a bajo costo. Costa Rica es un país que posee diversos tipos de materia prima, muchas de ellas son comercializadas mediante exportación; sin embargo, por diversas razones, muchos de ellos no se han podido potencializar.

Un ejemplo de esas materias primas es la madera de ciprés costarricense, un producto no tradicional en el ámbito de exportación, su clasificación arancelaria se ubica en el sector de maderas coníferas o, como se le llama vulgarmente, maderas blandas; según la Universidad de Málaga (2012), la palabra conífera deriva del griego: “conus” y “ferre”, que se traduce en “llevar conos”, hace alusión a la principal característica de las Coniferópsidas; que posee estructuras reproductivas denominadas conos o, más comúnmente, pino.

De acuerdo con una charla impartida por la Dirección de Inteligencia Comercial de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica [PROCOMER] (2017), se indica que:

Costa Rica posee una producción estimada de 966 mil metros cúbicos de madera en el año 2016 provenientes en su mayoría de plantaciones forestales que aportan el 77% del total, además de terrenos de uso agropecuario (18%) y bosques (5%). Estos tres orígenes muestran una tendencia decreciente en la última década, donde

las plantaciones forestales poseen la tasa menos agravada (-0.8%), seguido de bosques (-2,6%) y terrenos de uso agropecuario, los más afectados con -4%. Este sector posee un comportamiento productivo inestable con ligeras disminuciones e incrementos interanuales. (párr. 8)

La falta de información y el desconocimiento de la demanda potencial que posee dicho producto a nivel internacional, la carencia de estudios de mercado y el poco apoyo por parte del Estado, la minería ilegal, la falta de una política sectorial, los tropiezos logísticos y la administración forestal de los gobiernos regionales, la cual genera atrasos y sobrecostos, entre otros inconvenientes o razones que también fueron mencionados en la charla, se han unido como argumentos en contra por los cuales se ha limitado el esfuerzo de comercializar o potenciar dicho bien en el ámbito de comercio (PROCOMER, 2017).

China es uno de los principales consumidores de madera a nivel mundial, esto se debe a su veloz crecimiento económico en el sector de construcción y mueblería; especialmente con la expansión de las industrias de fabricación de contrachapados en las provincias de He Bei, Zhe Jiang y Shan Dong, así como la fabricación de muebles en Guang Dong y otras provincias costeras de dicho país durante los últimos diez años; por lo tanto, la demanda de la madera ha tenido un aumento moderado por los cambios del país, lo que ocasiona fuertes demandas del bien (Algarra y Alzate, 2013).

Actualmente, en Costa Rica, únicamente se registran seis empresas activas en la exportación de madera de ciprés hacia diferentes zonas de China. Entre esas se encuentran: Inversiones BP Acacia, CB Costa Rica trading, López Brenes Pablo, América Wood S&L, e Importaciones y Exportaciones Logistic. Sin embargo, en los registros de la Oficina Nacional Forestal (ONF) y PROCOMER de Costa Rica, hay alrededor de ciento diez industrias y productores de madera de ciprés, aunque no todos ellos están registrados como exportadores o comercializadoras de su producto en los mercados extranjeros (PROCOMER, 2014).

Por todo lo mencionado anteriormente, se considera que existen posibles oportunidades de comercialización en el mercado asiático chino para los comerciantes o productores de madera

de ciprés costarricense, esto podría ayudar en incrementar las ventas internacionales de las empresas y a expandir su negocio en el exterior para aquellas compañías que todavía no cuenta con este tipo de servicio o a quien quisiera involucrarse en la exportación y comercialización de madera o tiene interés en iniciar una relación comercial con el mercado chino.

Con base en las manifestaciones expuestas, nace el interrogante y la necesidad de realizar la presente investigación, la cual queda delimitada de la siguiente manera:

¿Cuál es el potencial comercial de la exportación de madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino al primer cuatrimestre del año 2018?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Examinar el potencial comercial de la exportación de la madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino al primer cuatrimestre del año 2018.

Objetivos específicos

Mostrar el potencial comercial de la madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino.

Identificar variables del proceso de comercialización de la madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino.

Justificación de la Investigación

Cada día, la rivalidad a causa de la globalización, las nuevas prácticas comerciales y las nuevas tendencias del comercio internacional se hacen más robustas. Por ende, aquel país que no esté preparado para entrar a establecer su economía mundialmente, quedará atrás. Ante tal panorama, la presente investigación genera estudios de mercado en el ámbito de comercio internacional y la divulgación del conocimiento, con el anhelo de transmitir a los exportadores, importadores y estudiantes del comercio internacional, información sobre el potencial comercial de las exportaciones de madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino. Por consiguiente, este estudio podría significar una oportunidad de crecimiento para los empresarios y productores del sector maderero costarricense; por otro lado, se fortalece un sector industrial de producto no tradicional de Costa Rica con la generación de un estudio, que se suma a los existentes para tener más referencias sobre el tema.

Según una investigación llamada “Producción y consumo de los productos forestales”, hecho por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, conocida por sus siglas como FAO (2018); se indica que, en el 2016, los principales consumidores de productos forestales a nivel mundial buscan lo siguiente según el perfil del producto:

Perfil de producto	País	Porcentaje
Madera en rollo industrial	Estados Unidos de América	18 por ciento
	China	11 por ciento
	Federación de Rusia	9 por ciento
Madera aserrada	China	24 por ciento
	Estados Unidos de América	22 por ciento
	Alemania	4 por ciento
Tableros de madera	China	49 por ciento
	Estados Unidos de América	11 por ciento
	Alemania	3 por ciento

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la investigación hecho por la FAO.

Esta investigación se dirige a los exportadores costarricenses de madera de ciprés al mercado maderero chino; debido a que China es una nación asiática con un alto consumo de madera por su elevada fabricación de mueblería, tarimas, construcción y materiales de construcción, entre otros productos hechos de madera; lo cual se suma a su mano de obra barata, reconocida a nivel mundial; se favorece la comercialización de madera en diferentes formas de venta simples, en rollo industrial, tablero y aserrada, estos son los perfiles más comercializados. Por todo esto, los fabricantes prefieren la madera como materia prima para que ellos lo modifiquen según su necesidad.

Se debe resaltar que Costa Rica es un país dedicado más a las importaciones en comparación con las exportaciones; por lo tanto, un estudio que brinda conocimientos y consideraciones para introducirse con profundidad a un mercado potencial, permite aplicarlas en una negociación de este prototipo, evitando muchos errores que suelen cometerse; por ejemplo: problemas de carga, precio, documentos necesarios, entre otros. La finalidad de esta tesina es fortalecer las exportaciones nacionales, buscando más oportunidades para los productos no tradicionales y qué alternativas tomar, ya que una balanza comercial óptima de un país, siempre ha sido que las exportaciones estén por encima de las importaciones.

El impacto generado en este proyecto es trascendente por dirigirse a familias y empresas productoras y exportadoras de la madera de ciprés en todo el territorio nacional costarricense, a quienes tienen interés en comercializar en el exterior, incrementar ventas o expandir su producto en otros países como China; también para quienes desean incursionar en el ámbito forestal con proyección en exportar a nivel internacional o específicamente al país asiático. Existen muchas razones por las cuales la madera de ciprés es tan cotizada, en relación con otros tipos de madera, esto porque es una materia prima muy utilizada para distintas actividades comerciales a nivel mundial.

El proyecto ayudaría al brindar información de referencia para entender cómo se examina y determina un mercado potencial; también sobre cómo identificar variables que puede suceder en un proceso de comercialización y exportación a un mercado potencial como el de China. Además, saber que aparte de los negocios ya existentes con el mercado chino existen otras

oportunidades, permite el crecimiento económico del sector específico de la madera. El fin es que se pueda crear más conocimiento sustancial de la cultura china, sus costumbres a la hora de negociación, la diferencia que hay entre ambos países y las condiciones para concretar un contrato de compra venta, con el propósito de buscar nuevas alternativas en ese país.

Los resultados de la investigación no solo son aplicables en la comercialización de la madera de ciprés para empresas y productores costarricenses de otros tipos de madera con interés en comercializar al país asiático; esto por diferentes razones como el olor, la resistencia y las características particulares que tiene la madera de ciprés. Se debe recordar que, para muchas industrias, la madera es un producto o materia prima de consumo diario, su producción se toma un periodo relativamente largo, así que no se trata de competir con los grandes proveedores de esta madera, sino para complementar una necesidad del mercado en estudio, por lo que se ha construido esta investigación.

El aporte de esta investigación se divide en dos secciones: lo académico y lo social. Primero, como aporte académico, esta investigación está direccionada hacia los estudiantes de la carrera de Comercio Internacional, también a investigadores, docentes y profesionales del mismo ámbito que busquen enriquecer nuevos conocimientos y aspectos sobre cómo es el mercado chino en concepto de negocios de madera de ciprés costarricense; también ejercer de ejemplo para sustentar trabajos, mejorar personal y funciona de guía para futuras investigaciones similares o relacionadas con potencial comercial, oportunidades comerciales e, incluso, exportaciones a China y servir como datos de referencia para instituciones académicos público o privados.

Segundo, como aporte social, al aumentar las exportaciones nacionales, permitirá que la capacidad de producción se incremente al haber un mercado potencial con interés en la compra; como consecuencia, todo ello generará fuentes de empleo en diferentes áreas relacionadas, ya que un aumento de exportación significa también un incremento en el capital del gobierno mediante impuestos y más oferta de empleo para la población; también habrá mejoras en la calidad de vida de algunos ciudadanos, además funcionar como guía para personas y comerciantes que ejercen en el sector maderero costarricense.

Según la metodología de investigación, la solución de problemas debe ser de manera científica, pues así proporcionará a los profesionales de comercio internacional una serie de herramientas teórica-prácticas. Dicho estudio se hará con una recopilación de varios documentos, entre ellos son: la guía para elaborar tesina y tesis de la Universidad Internacional de las Américas de Costa Rica, el apoyo de diversas páginas de internet que hace referencia al tema, entrevistas aplicadas a las empresas dedicadas a exportación y producción de la madera de ciprés e instituciones estatales que regula y orienta el proceso de exportación de madera; por otro lado, un grupo de directrices que orienta el desarrollo tomando en cuenta el tipo de enfoque, diseño de investigación, instrumentos de recolección de datos y los procesos de análisis de resultados.

Antecedentes de la Investigación

En la presente investigación, para tener una mayor comprensión y visualización más amplia del tema, se consulta a distintos aportes históricos relevantes realizados por diferentes autores con tema relacionada a potencial comercial del mercado chino o exportaciones de madera al mercado chino. La exportación de madera en Costa Rica tuvo un descenso del 2015 al 2016, pasó de exportar 47,6 millones de dólares a 41,4 millones de dólares, una diferencia de 6,5 millones de dólares (plataforma digital Central América Data, abril 2017). A continuación, se demuestra un resumen de cada investigación consultada, las cuales sirvieron de apoyo y referencia para este proyecto de investigación.

En los últimos años, la exportación de madera ha tenido crecimiento constante a nivel mundial, por diferentes auges que ha venido surgiendo, como: la demanda de energías renovables en la región de Europa (aumento en la producción de pallets), el crecimiento de los tableros de virutas alargadas orientadas llamados O.S.B. (orientes strandboard) un cambio en los materiales de construcción ecológico en Europa y preparado para llegar a los mercados asiáticos, y el comercio de pasta de papel y de papel recuperado desde el 2013 según distintos reportes (Mobarek, 2016).

Estas son las investigaciones consultadas sobre la comercialización o potencial comercial de la madera de ciprés y otros tipos de maderas blandas o coníferas que posee características similares al ciprés:

El proyecto elaborado por Daniel Henao Villamil y Juan Luis Tobar Ospina (2010) para obtener el grado de ingeniería administrativa en la Universidad EIA (Escuela de Ingeniería de Antioquia) en Medellín, Colombia, titulado: “Plan de negocios para la producción y comercialización de madera”, muestra entre sus principales objetivos estructurar un plan de negocio para la producción y comercialización de la madera, así como realizar un análisis del mercado, técnico, administrativo, legal, ambiental, social, financiero, riesgos e intangibles, además de diseñar el plan de puesta en marcha (p. 11). Entre sus conclusiones se indica que a pesar del inmenso potencial que tiene Colombia en tierras aptas para la reforestación de diversas especies, países como Perú y Chile con menores ventajas competitivas han desarrollado este sector en mayor cuantía y los clientes del proyecto son empresas aserradoras y transformadoras de la madera en pulpa y estructural, de mediano y gran tamaño, ubicados en la región Caribe Colombiana (p. 86).

Xochilt Emely Aguilar Lazo (2011) realizó su tesis para optar el título universitario en Ingeniería Industrial en la Universidad Dr. José Matías Delgado en El Salvador, con el título: “Estudio de factibilidad técnica financiera para la fabricación de muebles rústicos en Chalatenango, tomando como base la madera de Leucaena para su comercialización a nivel nacional e internacional”. Dentro de sus objetivos, se destaca conocer las condiciones del mercado actual de la demanda, la oferta, los precios, los procesos de comercialización y distribución de muebles rústicos de madera de leucaena y la proyección para los próximos años; además, establecer por medio de un análisis financiero la viabilidad y rentabilidad del proyecto para una posible inversión; e identificar por medio de las generalidades del estudio los diferentes factores o causas que servirán en el proceso de fabricación de muebles rústicos de madera de leucaena (p. 4). En sus conclusiones indica que: “En el estudio económico se determinó todo lo que la empresa que fabrica muebles de madera necesita para empezar a producir, desde los costos de salarios del personal, la maquinaria, inventario, así como también el capital de trabajo necesario para sus operaciones; entre otras” (p. 144).

El ministerio de Agricultura de Perú (2011) realizó un estudio denominado: “Plan de Negocio para la organización económica productiva de madera de la comunidad nativa pueblo nuevo del Caco”; el cual tiene como objetivo principal, lograr un aprovechamiento sostenible de diferentes especies maderables proporcionadas por el bosque de la comunidad, obteniendo beneficios económicos y contribuyendo con la conservación de este ecosistema. Dentro sus conclusiones el Ministerio descarta:

Después de los resultados obtenido en los tres escenarios pesimistas, esperado y optimista, luego de la evaluación económica, se concluye que el negocio es atractivo, demostrado que hay rentabilidad económica y financiera. De acuerdo al VAN (valor actual neto) y TIR (tasa interna de retorno) observado se puede inferir que este giro de negocio puede soportar las variaciones del mercado y no perder su potencial de rentabilidad (p. 16).

Los ingenieros Alfonso Barrantes Rodríguez y Sebastián Ugalde Alfaro (2013) desarrollaron un estudio para la Oficina Nacional Forestal (ONF), llamado: “Balanza comercial y principales tendencias de las exportaciones e importaciones de madera y muebles de madera en Costa Rica”. En este informe se investigaron las principales tendencias de las exportaciones e importaciones de madera y muebles, excluyendo cartón y papel, con el fin de dar información de seguimiento y comportamiento del comercio internacional de bienes maderables que permite al sector forestal (p. 3). Dentro de sus conclusiones se menciona que los principales productos exportados fueron madera en bruto y aserrada, paletas, cajones, cajas y similares, sumado a obras de carpintería. Los principales destinos de las exportaciones fueron Estados Unidos, Singapur, India, Vietnam y China. Chile, China, Estados Unidos, Guatemala y España, los cuales destacan como principales países de procedencia de las importaciones de productos primarios de madera. Y los principales destinos de muebles costarricense fueron Estados Unidos, Panamá y Nicaragua, mientras que las importaciones de muebles de madera provienen de China, Estados Unidos y Brasil (p. 28).

Randy Antonio Umaña Picado (2010) del Instituto Tecnológico de Costa Rica realizó una tesis de graduación para optar el grado de Licenciatura en la Escuela de Ingeniería Forestal

denominado: “Incentivos y barreras para la inversión en plantaciones forestales en Costa Rica”. El objetivo del proyecto es elaborar una propuesta de mejoras a nivel de la legislación nacional según análisis de incentivos y barreras para la inversión en plantaciones forestales en Costa Rica, con la identificación de los factores dentro de la inversión y la opinión de diferentes actores del sector acerca de la situación de sistemas productivos, para con base en eso describir los incentivos y barreras de las plantaciones y además proponer mejoras para la inversión. Al final determinó en las conclusiones que se identificaron quince incentivos (el pago por servicios ambientales, la deducción del impuesto territorial y la producción de plántulas bajo mejora genética, como los principales) y veinticinco barreras (la desarticulación de la producción hacia la comercialización, la mayor rentabilidad en otras actividades que compiten por el suelo y la planificación de desarrollo forestal de políticas muy cambiantes, como las principales) para la inversión en plantaciones forestales en Costa Rica, donde el marco económico fue el mayor peso en los incentivos y las barreras.

La Dirección de Inteligencia Comercial con el representante Erick Apuy de PROCOMER (2017) realizó un estudio sobre el “Mercado mundial de la madera y tendencias para productos de valor agregado”. Entre los objetivos menciona: Identificar tendencias en el uso de la madera en productos de valor agregado y el tipo de subsectores con potencial en que se podría participar a nivel internacional, por otro lado, también comprender las características productivas del sector maderero en Costa Rica, analizar la composición y tamaño de la demanda internacional de cada sector e identificar las principales tendencias en el uso de la madera en productos con valor agregado en el mercado internacional. De acuerdo a sus conclusiones por capítulo, las maderas Teca y Melina representan las especies más importantes en términos de reforestación en plantaciones forestales y el Ciprés es la tercera especie en importancia que se distribuye en menor medida en zonas de más altitud. La región de mayor participación es Asia con grandes compradores como India, Singapur y China. El crecimiento de la producción global de madera estuvo impulsado por la expansión económica en el sudeste de Asia, la recuperación del mercado inmobiliario en América del Norte y el mayor consumo de bioenergía en países de la Unión Europea.

Proyecciones de la Investigación

La presente investigación persigue el objetivo principal de determinar el potencial comercial de la exportación de la madera de ciprés hacia el mercado chino, pues este es uno de los países con el consumo de madera más grande a nivel mundial. China, además de ser un país rico debido a su gran desarrollo económico, también es uno de los mayores centros productivos del mundo; de igual forma es un importante y gran consumidor que ofrece grandes posibilidades para el establecimiento de empresas extranjeras. Por lo mencionado anteriormente, se pretende visualizar nuevas oportunidades para empresas pequeñas y medianas que buscan nuevos caminos en productos no tradicionales de exportación, como la madera de ciprés, en este caso.

Asimismo, se espera identificar variables del proceso de comercialización de la madera de ciprés costarricense hacia el mercado chino, se quiere aportar un estudio con información más a fondo al comercio internacional, específicamente en la exportación de madera ciprés costarricense hacia el mercado chino, para aquellos empresarios que buscan expandir su negocio del ámbito forestal en el exterior o bien los productores de la madera de ciprés que quieren exportar o se encuentra en crisis de búsqueda de clientes y necesitan una guía. Dicha información, servirá para analizar los beneficios y perjuicios que pueden resultar y consideraciones a tomar en cuenta, así como competidores alrededor del mundo y las oportunidades óptimas que presenta.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

La Madera de Ciprés

Según Arkiplus (2011), el nombre científico de Ciprés es “*Cupressus sempervirens L*” y pertenece de la familia Cupresaceas. Esta madera posee un color amarillo con grano fino y compacto; además, es muy duradera, por lo tanto, se considera una madera eterna. Por otro lado, tiene un aroma singular, por lo cual nunca se carcome ni cría gusanos y si no se fuerza, no se hiende. Por sus características particulares, en la antigüedad la utilizaban para la industria naval, pero actualmente se emplea más en la construcción, ebanistería y carpintería. Sin embargo, de esta especie de madera se puede encontrar en las siguientes variantes: ciprés blanco, para la construcción de muebles (Australia), ciprés calvo, para la construcción de intemperies, tanques para productos químicos, traviesas y piquetes (Sur de Estados Unidos y México), ciprés de las guaitecas (Chile), ciprés de los Andes, fácil de trabajar (Chile) y ciprés de monterrey (Norteamérica Occidental).

Figura 1: Árbol ciprés en Costa Rica.



Fuente: Periódico La Nación 2016.

Exportación de Madera Alrededor del Mundo

De acuerdo con el periódico El Comercio (2014), la exportación de madera es uno de los productos con mejor desempeño en el 2014 en Ecuador, aunque no presenta un gran peso en el comercio exterior, sí hubo un aumento de 29% en relación con el 2013 y se debe a las ventas de madera en bruto. El gerente forestal de Aglomerados Cotopaxi menciona que ellos exportan alrededor del 50% de la producción total de sus dos líneas y se ha mantenido estable en los últimos cinco años debido a la capacidad instalada de la planta industrial. También indica que el principal impulso y factor que ha reactivado el crecimiento de la demanda se debe al sector energético en China, ya que las paletas de las turbinas eólicas para generar electricidad en Asia son fabricadas con madera ecuatoriana.

Para la industria forestal canadiense, las empresas miembros de la Asociación de Productos Forestales de dicho país en el 2012 han estado haciendo mucho para poder reinventarse y garantizar la supervivencia y prosperidad dentro del sector. Las empresas han reducido costos, limitar el exceso de capacidad y lograr productividad. Ellos opinan que, en vez de esperar el regreso del mercado inmobiliario de los Estados Unidos, se re direccionó con nuevos mercados como Asia y eso ha ayudado a Canadá a convertirse en el lugar número uno de los productos forestales de la exportación a China e India, esto según Vancouver sun (2011).

Por otro lado, la exportación de madera en Uruguay tuvo un crecimiento de 16% en el 2011, debido a la exportación de rollizos de coníferas hacia China fueron 12 veces más que en el 2010; en cuanto a la madera aserrada de eucalipto, se registró un importante crecimiento en destinos como: Corea del Sur, Estados Unidos, Vietnam, Indonesia, China, Bélgica, Taiwán y Reino Unido; y los chips duplicó la cantidad hacia Suecia y Portugal. El encargado del sector forestal, Atilio Ligrone, indicó que a través de analizar indicadores como extracción de madera, producción industrial, comercio internacional y empleo mostró un crecimiento permanente hasta el 2009, que produjo una caída de todos los indicadores por la crisis financiera mundial y el sector inmobiliario en los Estados Unidos y luego en el 2010 mostró síntomas de recuperación, por lo tanto, el debido crecimiento.

Figura 2: Madera de ciprés aserrada para exportar



Fuente: Mercado Forestal de Costa Rica 2015.

El Perfil de China

China, uno de los países ubicado en el este del continente asiático, tiene una superficie territorial de 9.562.911Km², con una población aproximada de 1.382.710.000 personas y un porcentaje de inmigración bajo. Es el país más poblado y la mayoría de los habitantes son de la etnia Han; sin embargo, existen alrededor de 55 minorías o grupos étnicos. Por otro lado, la capital de este país se llama Bei Jing, su moneda oficial es el Yuan Chino y el idioma oficial es el chino-mandarín, aunque existen más de 250 de dialectos provenientes de diferentes regiones. Sin embargo, es uno de los lugares que desarrolló la civilización más temprana, en comparación con otros países del mundo, por eso se le llama la cuna de la civilización y también es uno de los focos culturales más antiguos de la humanidad (China consulate, 2016).

Sistema política

De acuerdo con el Gobierno Central de la República de China, este se denomina un Estado Comunista Socialista, que es centralizado unitario, administrado de su totalidad por el

Partido Comunista Chino, el único partido político de China, con una gran burocracia nacional que se necesita de todo, y autoritario tanto de su estructura como de su ideología que propuso el ex presidente Deng Xiao Ping para definir la evolución del país, la frase “socialismo de mercado”.

El Estado se divide en dos poderes: el poder ejecutivo y el poder legislativo. El poder ejecutivo, o sea, el presidente del Estado, está supervisado por el Consejo de Asuntos del Estado. Según la Constitución, el Consejo de Asuntos del Estado es el órgano administrativo supremo del Estado Chino, encabezado por el Primer Ministro y los cuatro vice primer-ministros, que controla la acción del gobierno y ocupa un lugar importante en el campo económico. Pero la mayoría de las decisiones importantes las toma el Partido Comunista Chino. Por otro lado, el poder legislativo es unicameral, es el órgano supremo de poder del Estado, constituido por aproximado 3000 diputados que son elegidos cada cinco años; en efecto su función es representar a las 23 provincias, las 5 regiones y los 4 municipios autónomos del país.

Economía

Históricamente su economía se ha basado en la agricultura y en la ganadería, como muchos otros países del mundo; pero en los últimos años ha tenido una industrialización muy elevada hasta convertirse en una de las naciones industriales económicamente más activas, logrando ser el primer país exportador del mundo, en cuanto a la cantidad de sus productos, a países asiáticos, europeos, africanos, americanos y Oceanía; ha hecho que su economía crezca al recibir grandes cantidades de divisas, siendo el país con mayores reservas de divisas en la actualidad, no tiene deuda externa, razones por las cuales en las recientes crisis económicas no ha sido tan afectado como otros países tradicionalmente más potentes económicamente como Europa o Japón. Además de las divisas y movimientos económicos consecuentes a su industrialización y la exportación de productos, en las últimas décadas, una parte de la población china ha migrado a otras naciones, iniciando así un flujo continuo de capitales al país. (China consulate, 2016)

Se destaca que China, a pesar de ser un país comunista, posee una política económica “de un país dos sistemas”, es decir, cuenta con regiones que están abiertamente en el sistema capitalista, como lo Hong Kong y Macao, tan solo por mencionar algunas, lo que le permite continuar con el sistema económico socialista (en especial en cuanto al régimen interior), así como el capitalista, esto ha desembocado en que buena parte de la población obtenga mayores ingresos, por ello es uno de los países en que la tasa de millonarios ha ido en aumento muy rápidamente, aunque también ha desembocado en el empobrecimiento de buena parte de la población. (China consulate, 2016)

Sociedad

La sociedad china es típicamente tradicionalista, conserva usos, costumbres y tradiciones milenarias; aunque la reciente apertura comercial al mundo ha influido en cambios socioculturales de tendencias similares a las de los países occidentales, en especial en cuanto al consumismo. Sin embargo, la gran mayoría de la población (tanto Han como las demás etnias), conservan sus tradiciones y costumbres, tal es el caso de los mongoles de la provincia china de Mongolia interior, los tibetanos de la provincia del Tíbet, los coreanos de la zona fronteriza con Corea, así como las tradiciones de los demás pueblos de este país, las cuales han sido estudiadas y fomentadas por los gobiernos recientes luego del desastroso intento de aculturación comunista de la “revolución cultural”; aunque, se observa siempre por parte del gobierno que no perduren algunas tradiciones inhumanas, como la esclavitud que existía en el Tíbet, que fue prohibida por el gobierno comunista, cuando sucedió la revuelta de la provincia China del Tíbet. (China consulate, 2016)

Transformación de la industria

Durante siglos, el país fue azotado por diversos fenómenos ambientales que provocaban hambrunas, por ello las administraciones imperiales alentaban la producción agropecuaria y pesquera, así como la construcción de canales para irrigar. Luego de la caída del imperio y de la guerra fratricida e invasión japonesa, muchos sistemas quedaron destruidos, por lo que cuando se hicieron cambios tendientes a la colectivización de las tierras, favoreció que las hambrunas

resurgieran de manera más virulenta, matando a millones de personas, por lo que el gobierno optó por iniciar varios proyectos a largo plazo para evitar dichas catástrofes (sequías, inundaciones, entre otros.), uno de esos proyectos a largo plazo es la reciente presa de las tres gargantas, que además de ayudar al agro chino, genera electricidad con lo que aumenta la industrialización de la zona, lo que ha contribuido al crecimiento económico. Esta industrialización ha sido desmedida, por lo que, en muchas zonas de china, la contaminación es muy elevada (China consulate, 2016).

Figura 3: Mapa de China.



Fuente: Wiki media Commons 2015

El Perfil del Consumidor Chino

Mazars (2012) describe las siguientes características para informarse sobre los consumidores chinos:

- Personalización: Buscan lo diferente e innovador, millones de nuevos diseñadores aprovechan el fácil acceso de las materias primas para diseñar sus propios productos.
- Exclusividad: Muchos consumidores gustan las marcas de lujo y lo diferenciador, por lo tanto, siempre buscan en diversas plataformas, productos no comunes dentro del propio país.

- Desconfianza: Los chinos son desconfiados por cultura y naturaleza; sin embargo, las marcas chinas tienen un bajo nivel de confianza dentro de la propia población.
- Negociación de precio: Dentro del proceso de compra, pedir descuento o negociar precios es una parte esencial y cultural de cualquier comprador.
- Comprar desde cualquier lugar: Actualmente en China cualquier producto, desde una fruta hasta un cargador de celular, se puede comprar en línea (online) y recibirse en la casa o la dirección que se desea en cuestión de horas, de hecho, es el segundo país con potencial en comercio electrónico(e-commerce).
- El efectivo: A pesar del auge de ventas en línea, el pago en efectivo todavía sigue siendo la forma de pago preferido de los consumidores.
- El poder de la recomendación: Los consumidores chinos antes de tomar la decisión de comprar un producto, tienen la costumbre de buscar opiniones de expertos sobre ese producto en los foros o blogs independientes.

El Mercado Comercial Chino

De acuerdo con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Cantón (2017), China es el punto en el mundo donde se puede fabricar todo tipo de productos, además de ser la mayor potencia industrial y exportadora de bienes a nivel global. China decidió iniciar su sistema económico permitió que el país tenga un crecimiento moderado de 10% anual desde 1978; pero, actualmente su mayor motivo ya no se debe a su bajo costo en producción, sino al creciente mercado interno que posee.

También indicó que las principales barreras existentes para acceder al mercado son las sanitarias y fitosanitarias o exigencias de certificación; sin embargo, cuenta con el estudio de mercado que permite conocerlo mejor y un asesoramiento apropiado. Si estas barreras se superan,

se posibilita explotar oportunidades comerciales. Se aconseja dar el inicio de operación en ciudades con mayores facilidades como: Hang Zhou, Nan Jing y Guang Zhou.

El mismo gobierno chino mencionó que la reforma en el sector financiero es para dinamizar la economía a través de políticas de protección al medio ambiente, el desarrollo de energías limpias y el proceso de urbanización; así como el reequilibrio en la distribución de la renta para elevar el consumo y la modernización de la agricultura y de la industria. Por otra parte, la lucha contra la corrupción es también fundamental e indispensable para el éxito en el cambio de modelo.

El Perfil de Costa Rica

Costa Rica es uno de los países ubicado en Centroamérica, cuenta con una extensión de 51.060 km², limita al norte con Nicaragua, al sur con Panamá, al este con el Mar Caribe y al oeste con el Océano Pacífico. El país se divide en 7 provincias (San José; la capital, Cartago, Heredia, Alajuela, Guanacaste, Puntarenas y Limón), 81 cantones y 449 distritos; su población es de aproximadamente de cuatro millones de personas y más del 50% viven en el Valle Central. El sistema político es democrático, pero el Estado se divide en tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial (En Costa Rica, 2015).

Figura 4. Mapa de Costa Rica



Fuente: Aleksalescure 2015

Costa Rica posee un clima definido como tropical y subtropical húmedo, con doce zonas de vida según la clasificación de Holdrige (el sistema de zonas de vida que clasifica las diferentes áreas terrestres según su comportamiento global bioclimáticos). Para efectos prácticos, el país se puede agrupar en cuatro regiones climáticas, según la FAO (2000):

- El Pacífico Sur: Tiene un clima tropical húmedo, es la segunda zona con mayor precipitación del país (3450mm anual) con una temperatura promedio anual de 25 a 29°C, pero el suelo es arenoso con drenaje inadecuado. Sin embargo, un 20% de la tierra es apta para cultivos permanentes, 8% para cultivos en limpio y la mayor parte del territorio para actividades forestales.
- El Pacífico Norte y Centro: Su clima es tropical y estación seca bien definida, es la zona con menor precipitación (2100mm anual) con una temperatura promedio anual de 25 a 26°C. Pero un 11% de los suelos tiene aptitud para agricultura intensiva y gran parte para cultivos permanentes, no obstante, existe un factor de riesgo, la estación seca, y eso causa falta de agua, incendios entre otros para las actividades agrícolas y forestales, como el caso de Hojancha (último cantón de Guanacaste, ubicado en el extremo sur de península de Nicoya).
- La Región Central: Tiene un clima templado, la calidad de suelo es diversa entre el cual se encuentra los suelos volcánicos que son muy fértiles. La precipitación anual es de 2400mm, la temperatura ronda alrededor de los 18 y los 26°C, con una estación seca de cinco meses. En esta zona se concentra la mayor parte de la población y la actividad económica.
- La Región Atlántica y Norte: Su clima es tropical húmedo, es la zona con mayor precipitación del país (4100mm anual) y la temperatura media de 24°C. Los suelos de esta región son frágiles y con peligro de deterioro ambiental al ser removida la cobertura vegetal. Un 10% de la tierra presenta condiciones aptas para la agricultura intensiva, un tercio tiene aptitud ganadera, otro tercio aptitud para cultivos permanentes

y el resto para uso forestal.

En resumen, el 11,6% es clasificado apta para la agricultura intensiva, el 5% para uso agrícola menos intensivo, el 25,5% para cultivos permanentes o pasturas, el 30,1% para uso forestal y el 27,8% corresponde a áreas de protección. Con esta descripción de diferentes zonas del país, se puede observar que cada una posee gran cantidad de suelos aptos para el uso de cultivo permanente y de uso forestal.

En la segunda mitad del siglo XX, se empezó un intenso crecimiento en la industria de Costa Rica, en particular la agroindustria, la industria textil, el metal mecánico, la alimenticia, la de productos plásticos, de productos farmacéuticos, de artículos de cuero y de bebidas, entre otros; pero al inicio de los ochenta, las inversiones y la producción decayeron. Desde ese momento, y con mayor énfasis en los últimos años, el turismo ha asumido un papel significativo de gran relevancia en la economía, actualmente ocupa un lugar privilegiado como principal fuente de ingresos del país, sustituyendo el ingreso que trae el banano y el café.

Por otro lado, han percibido un especial estímulo en productos no tradicionales o de reciente introducción, como frutas, hortalizas, verduras, tubérculos, flores, maderas y plantas ornamentales, entre muchos otros, que se exportan a países como Canadá, Estados Unidos, Países del Caribe, Europa y Japón. Esta producción no tradicional constituye una manera para eliminar la dependencia de los productos tradicionales y de esta forma conseguir la estabilidad económica. La economía costarricense ha evolucionado en gran medida, debido a la estabilidad política que ha tenido; sin embargo, ha sufrido una fuerte evolución en su economía, pasando de ser un país eminentemente agrícola a una economía de servicios.

Los costarricenses son conocidos como “ticos”, nombre que se cree proviene de su costumbre de utilizar la terminación “tico” para formar los diminutivos. El tico es amante de la paz; siempre trata de quedar bien, en especial con el extranjero y aunque mantiene un profundo apego a la tradición cultural latinoamericana, muestra cierto orgullo de ser diferente o de haberlo sido, por su arraigo sentido de libertad, derecho y bienestar. Parte de esa distinción, es su larga

tradición democrática, que lo ha mantenido apartado de las lamentables consecuencias, como los problemas políticos que han sufrido los países vecinos. Sin embargo, el profundo sentido de la solidaridad del pueblo costarricense, le ha permitido dar albergue a cientos de miles de refugiados centroamericanos, producto de las guerras civiles que azotaron esas naciones hermanas (En Costa Rica, 2016).

Costa Rica es en gran medida un país agrícola, un 40% del territorio nacional se emplea en la agricultura, principalmente de café y banano. Otros productos de suma importancia son: las verduras orgánicas, frutas, cacao, caña de azúcar, maíz, arroz, sorgos, granos, papa, piña, tabaco, algodón, frijoles, habas, carne de res, pejibaye, zanahoria, tomate, pasto, palma aceitera, melón, mango, fresas, hortalizas, flores ornamentales, chile, cebolla, aguacate y madera para la construcción. Entre sus productos industriales están: microprocesadores, dispositivos médicos, procesamiento de alimentos, textiles y ropa, materiales de construcción y productos plásticos, entre otros (Caribe Insider, 2018).

Según las estadísticas de PROCOMER del 2013 a 2014, los primeros diez países donde se exportan más los productos costarricenses, en orden son: Estados Unidos, Holanda, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Hong Kong, Malasia, Bélgica, China y Honduras. Y los primeros diez productos más exportados son: circuitos integrados y micro estructuras electrónicas, banano, piña, otros dispositivos de uso médico, equipos de infusión y transfusión de sueros, otras agujas y catéteres, cánulas e instrumentos similares, prótesis de uso médico, los demás jarabes y concentrados para la preparación de bebidas gaseosas, café de oro y cables eléctricos. De lo cual, se observa que la madera se encuentra hasta la posición 47.

En la parte del sector maderero, registra 57 productos derivado de madera, 38 destinos distintos y 115 empresas activas de este tipo de negocio; las exportaciones de madera, según región en el 2014, indica que: el 62% es hacia Asia, el 31% hacia América del Norte, el 4% hacia América Central, 2% hacia Unión Europea y el 1% hacia otros países del mundo. Y los principales destinos son: Estados Unidos, Singapur, China, India, Vietnam y otros. Los perfiles de la madera más exportada son: Madera en bruto, paletas y demás plataformas para carga,

madera aserrada o devastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, otras manufacturas de madera y herramientas, monturas y mangos de cepillos, brochas o escobas, de madera. Sin embargo, el 99% de las exportaciones madereras son del régimen exportación definitiva y el 1% es del régimen zona franca. Exportaciones de madera en bruto específicamente a China es de 2,1%.

Las principales empresas exportadoras del sector maderero son: Multiservicios la Sabana S.A., Outspan Costa Rica S.A., Panamerican Woods S.A., Fortune Global Trading S.A., Importaciones y Exportaciones La Mina S.A., Maderas Preciosas Costa Rica S.A., Repremar Shipping Services S.A., Gs Teak Exports S.R.L., Wam Logistics S.A. y Regenteak S.R.L. Sin embargo, la mayoría de ellas son intermediarias y no proveedores directos, sino que son los famosos tradings que comercializan productos a exterior.

Para la exportación de madera de ciprés se requiere una certificación de servicio fitosanitaria con base en exportadores de plantas y productos agrícolas no tradicionales, emitida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Estado Costarricense; así como el certificado de origen, Nota Técnica 265 (certificado fitosanitario).

A continuación, se muestran los precios más recientes de la madera de ciprés costarricense en diferentes perfiles de venta, según la Oficina Nacional Forestal:

Tabla 1. Precio de la madera de Ciprés en Costa Rica

Cuadro 1. Precios 2013			
De madera en pie en troza puesta en patio de aserradero y aserrada			
Expresada en colones por pulgada maderera (colones/pmt)			
Especie	En pie	En troza	Aserrado
Ciprés	80	182	433
Fuente: Encuestas a industrias forestales. Junio, 2013. Notas:			
<ul style="list-style-type: none"> • Una pulgada maderera tica (pmt) equivale a una pieza de 1" x 1" x 4 varas (2.54cm x 2.54cm x 3.36m). • En madera en rollo (en pie y en troza): 1m³ equivale a 362pmt. • En madera aserrada: 1m³ equivale a 462pmt. 			

Fuente: Elaboración propia con datos de la Oficina Nacional Forestal, 2013.

Importación de Madera de Ciprés en China

Troncos importados de China también pueden ser vistos como instrumentos eficaces de política social, en particular para aumentar las oportunidades de empleo. Para China, absorber la fuerza de trabajo, tanto como sea posible a lo largo de la cadena de valor de la demanda de procesamiento de productos de madera, dio lugar a un exceso de capacidad de exportación por sus planes agresivos. Los esfuerzos para aumentar el procesamiento de productos de madera en bruto interno, se considera una estrategia nacional para aliviar la presión del desempleo, mientras que el desempleo es la razón principal para la formación de la urbanización, el cambio demográfico. Y el aumento de la productividad agrícola. El procesamiento de la madera (especialmente la fabricación de muebles) se considera una de las industrias más intensivas en mano de obra, por lo que se aprecia mucho (zhong guo da xue mao yi zhong xin, 2010).

Demanda de Madera de Ciprés en China

Según una noticia de El Observador (2016), los representantes de la Agencia Forestal en China hicieron una visita a Uruguay con él con el ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay, debido al interés de adquirir la producción de madera blanda de los uruguayos.

Representantes de la Agencia Forestal China manifestaron interés en comprar producción de madera blanda en Uruguay, durante la reunión mantenida este jueves en ese país con una delegación encabezada por el ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), Tabaré Aguerre e integrada además por autoridades oficiales uruguayas y empresarios. Los funcionarios chinos valoraron y reconocieron la protección del bosque nativo junto al desarrollo de la forestación artificial con destino a la industria –celulosa, tableros y madera rolliza– que lleva adelante Uruguay, destacó el ministro en contacto telefónico con la Secretaría de Comunicación Institucional de la Presidencia (El Observador 2016).

De acuerdo con El País (2012), las exportaciones a China tienen un doble fin: satisfacer la demanda interna y abastecer a la industria dedicada a la conversión de la madera en bruto en muebles y otros productos con valor agregado, que luego son reexportados a Europa y Norteamérica. El sector maderero mundial mueve 250.000 millones de dólares anuales; de los cuales, el 60 por ciento corresponde a los 56 países de la UNECE (todos los de Europa Occidental y Oriental, además de Estados Unidos y Canadá, así como los que resultaron de la desintegración de la Unión Soviética). Las exportaciones netas de ese conjunto de países a China crecieron el 28% entre 2010 y 2011, con Rusia, Estados Unidos y Canadá como los mayores abastecedores. El grupo de países de la UNECE reúne el 42 por ciento del área forestal del mundo, produce el 59 por ciento de la madera y consume el equivalente al 56 por ciento del total, según los datos del informe anual del organismo que analiza el mercado de productos madereros y sus tendencias.

El sobre- stock de productos forestales en China ha llevado a una pequeña disminución en algunas exportaciones de la industria desde Chile hacia país asiático. Sin embargo, los

especialistas señalan que sigue siendo un destino atractivo y que no ha perdido sus características de “potencia”. Desde 1978, cuando China abrió su economía al mundo, comenzó a crecer rápidamente; con el tiempo, se ha convertido en el primer país importador de madera industrial, empujada en parte por el desarrollo de la infraestructura en el área occidental y, además, por la protección de los bosques naturales, lo que limita la extracción de árboles dentro de su territorio. “China continúa siendo muy deficitaria en madera de coníferas y prácticamente el 100% de esa necesidad debe importarse”, dice Ernesto Wagner, general manager (Administrador) de Forestal Tromen (Lignum, 2015).

Exportación de Madera de Ciprés en Costa Rica

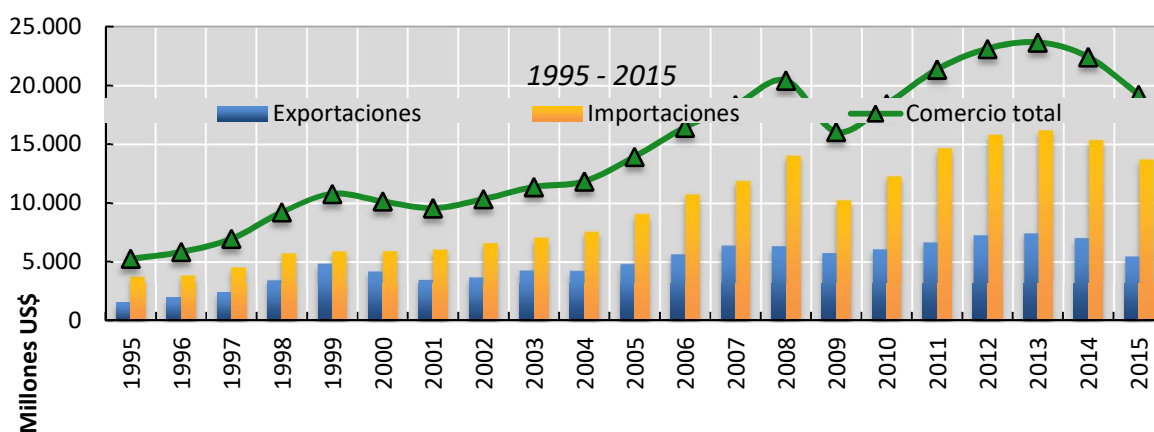
Según las estadísticas de PROCOMER (2014), en el sector maderero de Costa Rica, los perfiles de madera que más se producen son: tablillas de madera de coníferas, tableros denominados blockboard, laminboard y battboard, paletas, paletas caja y demás plataformas para carga, otras obras y piezas de madera para construcciones, otras manufacturas de madera, madera en bruto, madera aserrada o devastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, las demás tablillas de madera distinta a las coníferas y al bambú, estatuillas de madera y artículos de mesa o de cocina de madera. Dentro todos estos perfiles de producto, el más exportado a China, es la madera en bruto, de seguida la estatuilla de madera y otras manufacturas de madera, además se puede observar que la cantidad de toneladas para la exportación a China es creciente año tras año.

Relación Comercial entre China y Costa Rica

De acuerdo a la página web del ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX), el tratado de libre comercio (TLC) entre el gobierno de la República de Costa Rica y el gobierno de la República de China entró en vigencia desde el 1 de agosto de 2011. También indica que, antes del tratado libre entre ambas partes, Costa Rica y China ya han tenido intercambios comerciales desde los años 90, pero fue desde que China se incorporó a la Organización Mundial de Comercio (OMC), que hubo crecimientos comerciales de esta relación.

En 2007, se dio el primer anuncio por parte de Costa Rica sobre el establecimiento de relaciones diplomáticas con China, debido a la mayor vinculación económica y comercial que tienen ambos. Luego en 2008, se dio inicio la negociación, la cual se prolongó hasta seis rondas para llegar a la conclusión en el 2010. El comercio entre Costa Rica y China ha crecido en cifras significativas durante los últimos cinco años, de tener intercambio comercial por \$1.483,5 millones (2012) pasó a \$2.128,6 millones (2016), por lo cual ha asumido el segundo lugar de socio comercial de Costa Rica, después de Estados Unidos.

Gráfico 1. El flujo comercial en el sector industrial entre Costa Rica y China



Fuente: COMEX con base en cifras de PROCOMER y BCCR. Datos preliminares sujetos a revisión para 2015.

En el gráfico, se puede observar que la balanza comercial entre ambos países siempre ha sido desequilibrada, las exportaciones siempre son menores que las importaciones. Y en las cifras del 2016 reveladas recientemente por el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, las exportaciones suman un valor de \$46,4 millones, los productos principales son: carne de bovino; dispositivos médicos, pieles y cueros en bruto o equino, desperdicios y desechos de cobre y aluminio; madera; y cables eléctricos. Mientras que las importaciones suman un valor de \$2.082,2 millones y los productos principales son: celulares; vehículos automóviles, televisores; motocicletas; computadoras; grupos electrógenos y convertidores rotativos electrónicos; triciclos, patinetas y coches de pedal; llantas; circuitos integrados; y productos laminados de hierro o

acero.

El incremento de las inversiones de capital chino en Costa Rica es una de las principales razones por las que se firmó el TLC, además se crea una gran oportunidad para establecer reglas claras, transparentes y estables que permitan el dinamismo en el intercambio comercial entre ambos países. Desde el punto de vista de China, lo que querían era enfatizar la negociación en los aranceles, eliminar barreras y promover una dinámica de intercambio comercial, Costa Rica se puso más rigurosa y con justa razón, sabía que las reglas tenían que ser muy claras, dada la amenaza que representaba China para el sector industrial local, por ejemplo. El marco de la cooperación entre Costa Rica y China, se dará prioridad a las pequeñas y medianas empresas, a la promoción de la innovación en ciencia y tecnología, promoción de las exportaciones, atracción de inversiones, intercambio de conocimiento en el área agrícola, manejo de desastres naturales y promoción de mecanismos para la solución privada de controversias. (López, 2011)

Potencial Comercial

El mercado potencial está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprándole a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca (Rodríguez, Santoyo y Adolfo, 2008).

El potencial es el poderío o la fortaleza que existen en un ámbito o sector, también puede referirse a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta con la virtud de algo diferente (Pérez y Merino, 2012). El termino comercial se refiere al ámbito del comercio, es decir, todo aquello inherente a este y a sus representantes, los comerciantes. Asimismo, también se refiere a cuando algo o alguien consigue una importante aceptación dentro del mercado en el cual se desarrollan y que les es propio (Ucha, 2009).

El potencial comercial le permite identificar el potencial de compra del cliente al comparar su comportamiento de compra con el comportamiento de compra de clientes en un grupo de pares. Puede centrarse entonces en campañas para esos clientes en función del potencial comercial identificado (El sistema de SAP,2013).

Los elementos que determinan el potencial comercial según el Banco de Desarrollo Nacional Financiera (2016), hablan de que este tema ayuda a identificar las variables a considerar para la determinación del potencial del mercado y aclara que la investigación del mercado es un trabajo sistemático que consiste en diseñar, indagar, recoger y analizar la información básica relacionada con los problemas de ventas de un producto o servicio, además el termino de mercado no se refiere a aquel lugar tradicional donde la gente se reúne a vender y comprar producto, sino en su expresión más amplia, el mercado es un lugar indefinido que se utiliza para representar una área geográfica indeterminada donde en alguna forma están presentes los consumidores reales o potenciales del producto o servicio.

Algunos pasos que indica el Banco de Desarrollo Nacional Financiera son los siguientes:

1. Definir la razón del análisis del mercado.

Por ejemplo: Para identificar las necesidades del producto o servicio en mercados nuevos o existentes, desarrollo de una estrategia de venta, pronosticar la tendencia de ventas, estudiar las adquisiciones de materias primas y materiales, analizar las actitudes de los consumidores, programar producción, ventas y distribución entre otras razones.

2. Determinar la información básica realmente necesaria.

Por ejemplo: Quiénes pueden ser mis clientes, el tamaño del mercado potencial, cómo alcanzar al mercado, si presenta demanda por el bien o servicio y tomar en cuenta si es alto o bajo, si tiene poder adquisitivo alto, el precio establecido será accesible para la mayoría de los posibles clientes, el capital disponible para el mercadeo será de forma económica y eficiente, estas son una serie de preguntas que deben auto consultarse o investigar.

3. Diseñar la forma para obtener la información requerida.

Por ejemplo: Por correo, teléfono, entrevistas personales, publicaciones, encuestas entre otras formas para recolectar información.

4. Llevar a cabo la investigación.

5. Analizar los datos y establecer los resultados de la investigación.

En Wi-libro Proyectos de Negocio (2012) se indican algunos métodos de mediciones de la demanda futura más usuales, son los siguientes:

- Las expectativas del usuario:

Es un método para saber la intención de los consumidores, o sea, lograr conocer las necesidades anticipadas de los usuarios y así medir las oportunidades disponibles.

- La opinión del personal de ventas:

Los vendedores estiman la cantidad de ventas durante el período de previsión.

- El panel de ejecutivos:

Es un sondeo de opiniones de expertas por parte de los Directivos de la empresa acerca de las ventas futuras y se le consulta a cada uno por separado con cuestionarios.

- La técnica DELPHI:

Se trata de un método de repetición y realimentación controlada en donde cada individuo prepara su propia previsión, un coordinador realiza un resumen, se reenvía a todos los participantes, ellos mismos reconducen sus previsiones y ajustan sus opiniones extremas y por último se vuelve a hacer un resumen.

- Las pruebas de mercado:

Se trata de situar un producto determinado en distintas ciudades representativas de un territorio para hacer comprobaciones sobre sus ventas y la experiencia se proyecta para el resto del territorio considerado.

- Los análisis de series temporales:
Se basa en los datos históricos del pasado para desarrollar las predicciones futuras, se debe descomponer la información en factores de análisis que influye en los resultados como: tendencias, factores estacionales, ciclos, entre otros, para así establecer combinaciones.
- El análisis estadístico de la demanda:
Se establecen relaciones entre las ventas y los factores más importantes que afecta a las ventas para prever las intenciones del futuro.

Variables de Proceso

Según Stanton, Etzel y Walker (2007): “Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor, el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”. El producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor (Kerin, Hartley y Rudelius, 2009).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Una investigación consiste en un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno. De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), se puede interpretar que una investigación es un proceso complejo y ordenado para estudiar un problema de carácter científico y así obtener nuevos conocimientos. A través de un enfoque cualitativo, se analiza el estudio mediante la ejecución de entrevistas a expertos y conocedores acerca del tema, también utilizando la información de distintos libros y autores para brindar un apoyo bibliográfico.

En este tipo de enfoque se utiliza la recolección de datos sin contenido numérico para descubrir y analizar las respuestas en el proceso de investigación de las interrogantes propuestas. Según Hernández et al. (2014), manifiesta que el enfoque cualitativo “se guía por áreas o temas significativos de investigación...utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p.7). En ese mismo sentido, el fin de la investigación es obtener la mayor cantidad de información oportuna acerca del potencial que se tiene en Costa Rica para comercializar madera de ciprés en el mercado chino al año 2018.

El diseño está basado en el enfoque cualitativo, dado que es un abordaje general que se utilizara en el proceso de investigación. Estos estudios no presentan un plan estandarizado, sino que cada investigador traza un esquema del curso de la exploración (Hernández et al, 2014, p.470).

Un investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, revisión de documentos, discusión en grupo, entrevistas abiertas, registro de historias de vida, evaluación de experiencias personales e interacción e introspección con grupos o comunidades (Hernández et al., 2014 p.9).

La presente investigación posee un enfoque cualitativo, por cuanto se buscan las opiniones, experiencias, hallazgos y conocimientos de las personas. Asimismo, es un planteamiento abierto y expansivo; se fundamenta en la revisión de la literatura, pero igualmente en la experiencia del contexto y la intuición; se orienta hacia el aprendizaje de experiencias y puntos de vistas de los individuos que tienen conocimientos en el tema. Además, valora el proceso para generar teorías fundamentales en las perspectivas de los participantes.

Método de la Investigación

Hernández et al. (2014); mencionan que este tipo de investigaciones posee varias realidades por descubrir, construir e interpretar, esto varía en la investigación de acuerdo a su contenido y forma de los individuos, culturas o grupos. La investigación cualitativa parte de la idea de que puede ser entendido desde la perspectiva de los entrevistados.

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo y asimismo se plantea un paradigma fenomenológico naturalista, dado que se busca determinar las alternativas para la comercialización de la madera de ciprés y especificar el potencial comercial que presenta en el mercado chino. Además, la investigación se emplea en temas que no cuentan con los suficientes estudios. El tema de la exportación de la madera de ciprés a China no presenta grandes cantidades de exportadores, por lo que se desea explorar las ventajas que se tienen para que exista una guía de apoyo dirigida hacia aquellos posibles productores que deseen expandirse o integrarse al mercado chino.

Fuentes de Información de la Investigación

Muestra

En un estudio cualitativo, el tamaño de muestra no es lo más importante desde una perspectiva probabilística, ya que el interés de una investigación con este enfoque está dirigida a la profundidad; calidad más que cantidad, es decir, no es generalizar los resultados a una población más amplia. Lo fundamental son las aportaciones de las personas, participantes,

organizaciones, eventos, hechos, entre otros, que ayudan a entender el fenómeno de estudio, así como a responder a las preguntas de investigación planteadas.

La población, según Hernández et al. (2014) citando a Selltiz et al. (1980): “Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174).

Se determina, por medio del concepto anteriormente mencionado, que la población del estudio de la presente investigación está conformada por todas las empresas dedicadas a la exportación de madera de ciprés hacia el mercado chino, así como de las instituciones públicas o privadas, tales como: la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER), organismo que vela por la promoción de exportaciones y el comercio internacional del país; la Embajada de China en Costa Rica, el departamento comercial ayuda a establecer contactos e identificar socios adecuados en la región; el Servicio Fitosanitario del Estado (SFDE), quien proporciona los permisos fitosanitarios para la exportación de madera; el Banco de Costa Rica en el departamento de comercio exterior (BCR), que ofrece financiamiento y el servicio de pagos internacionales a empresas que realizan este tipo negocio; a las empresas exportadoras de madera de ciprés en Costa Rica: Cote K International, Inversiones BP Acacia, Grupo Liang; y a las empresas importadoras de madera de ciprés en China: Sen Yuan Gong Si, Bao Sai Mu Ye, y Mu Yi Mu Ye.

Hernández et al. (2014) definen la población de la siguiente manera: “Un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.175). Esta investigación cuenta con una totalidad de diez entrevistas realizadas a diferentes participantes de distintas empresas o instituciones mencionadas anteriormente; todas ellas se consideran expertas en el tema y cuentan con las personas indicadas para dar sustento e información importante en el desarrollo de la investigación. La muestra para este estudio es no probabilística-discrecional, esto porque los entrevistados son elegidos por conveniencia con base en el conocimiento y criterio del autor; por ende, son muestras representativas y de fácil acceso.

La muestra se selecciona intencionalmente debido a que no es un estudio probabilístico, sino que es de participación activa de los expertos con amplio conocimiento de diversas ramas de comercio internacional, de manera que brindan sus respectivas opiniones sobre el tema de investigación. Según Hernández et al (2014), “el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador. Por lo tanto, la elección por conveniencia sobre las muestras permite analizar de forma más detallada y específica la población seleccionada mediante diferentes elementos que aporta información necesaria” (p. 176).

Tabla 1: Desglose de entrevistados

Número de Entrevistado	Institución o empresa entrevistada	Razón
1	Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)	Organización que realiza estudios sobre mercados posibles y potenciales para la exportación costarricense.
2	Servicio Fitosanitario del Estado de Costa Rica (SFDE)	Institución del Estado encargado en ejecutar los permisos fitosanitarios y notas técnicas de exportación de madera.
3	Banco de Costa Rica (BCR)	El banco más utilizado en realizar transferencias internacionales y ofrecer créditos a exportación de madera.
4	Cote - K - International	Empresas exportadoras de la madera de ciprés hacia distintos países; incluso China, quienes conocen la accesibilidad y comportamiento del mercado asiático.
5	Inversiones BP Acacia	
6	Grupo Liang Costa Rica S.A	
7	Embajada de China en Costa Rica, el departamento comercial	El departamento que ayuda a brindar contactos y socios confiables, además posee muchos conocimientos del área comercial de la zona.
8	Guang Dong Sen Yuan Mu Ye S.L. 广东森远木业有限公司	Empresas importadoras de la madera de ciprés provenientes de diferentes países alrededor del mundo, quienes además de saber el

9	BaoSaiMu Ye S.A. 宝赛木业有限公司	comportamiento del mercado maderero en China han tenido mucha experiencia en importaciones de madera.
10	GuangZhouSaiLei S.L. 广州赛磊有限公司	

Fuente: Elaboración propia con datos de la presente investigación, San José 2018.

Fuentes de información

El perfil en el que se fundamentan los diferentes tipos de fuentes de información, ayuda a dar una descripción clara de las entrevistas y a la vez sustentar o dar respaldo de los temas relacionados a la investigación, asimismo a obtener una visión de las respuestas y conseguir finalizar a través de una comparación de la información recolectada; por lo cual, existen diversas formas para una recolección de datos eficaz. Para el presente estudio se tomará en cuenta dos tipos de fuentes, las cuales se explicarán a continuación.

fuentes primarias.

La presente investigación se basará principalmente en fuentes primarias; debido que será información necesaria obtenida de primera mano mediante una entrevista diseñada personalmente con los funcionarios de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, la Embajada de la República de China en Costa Rica, el departamento de Servicio Fitosanitario del Estado y empresas en las cuales comercializan madera de ciprés en Costa Rica. Esto ayudará a conocer el criterio de cada uno de los expertos sobre la exportación de madera de ciprés hacia China y las valiosas experiencias que han tenido. Por lo tanto, se visitará a cada una de las empresas para realizar las entrevistas, lo que conlleva al intercambio de información sobre la comercialización de la dicha madera en pequeña, mediana o grande empresa costarricense (Hernández et. al.2014).

fuentes secundarias.

Para efecto de esta investigación, como fuentes secundarias se utilizan diversos artículos publicados, libros, tesis nacionales e internacionales, noticias alrededor del mundo, charlas

impartidas por instituciones públicas, normas, entre otros; ellas poseen información relacionada con la comercialización y/o exportación de madera de ciprés, así como su uso comercial. De esta manera se podrá obtener información confiable y precisa para lograr hacer un análisis amplio con la información obtenida en la fuente primaria y, por consiguiente, cumplir con los objetivos establecidos en el estudio. Se debe enfatizar que esta investigación es de tipo cualitativo, por lo tanto, la información teórica no es lo fundamentalmente necesario, dado que lo más eminente es la muestra seleccionada intencionalmente para el tema en estudio (Hernández et. al. 2014).

Unidades de Análisis

Potencial comercial

Potencial se refiere a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta con la virtud de algo diferente. El término comercial se refiere a lo vinculado con el comercio o con las personas dedicadas a comprar y vender bienes o servicios. Además, puede hacer mención a la actividad o al espacio físico donde se desarrolla (Porto y Merino, 2012).

El crecimiento industrial y económico de China es resultado de una planificación cuidadosa, orientada deliberadamente al desarrollo de industrias con alta densidad de mano de obra. Una de las industrias escogidas por los planificadores chinos es la de productos hechos de madera y, en particular, el segmento de productos de maderas duras (muebles, molduras, pisos, componentes de cocina y productos de papel y fibra). Como la cubierta forestal de China es relativamente escasa y gran parte de ella no es apta para la recolección, el país ha recurrido a la importación masiva tanto de frondosas como de coníferas, así como de papel viejo para alimentar la creciente industria de productos de la madera (FAO, 2016).

VARIABLES DEL PROCESO

Una exportación o comercialización no pierde de vista los factores que conlleva el perfil de un producto, tales como: precios, competitividad, el flete interno, el flete internacional, los

costos de manejo, porcentaje de impuesto entre otros. También se precisa tomar en cuenta las respectivas regulaciones por seguir, como, por ejemplo: los permisos fitosanitarios, notas técnicas, certificación de origen, entre otros trámites que significa tiempo y dinero.

Según Stanton, Etzel y Walker (2007): Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor, el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea." El producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor (Kerin, Hartley y Rudelius, 2009)

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Según Galán (2009), el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos.

De acuerdo con lo anterior, se entiende que el cuestionario es un instrumento para la recolección de datos necesarios para cumplir con la misión de los objetivos establecidos, pues este elemento permitirá un registro veraz y confiable de las respuestas realizadas a los profesionales y expertos en el área de comercio. Además, las preguntas planteadas en el cuestionario serán de respuestas abiertas y no cerradas, con el fin de saber opiniones y experiencias, con esto se logrará obtener información pertinente al propósito de investigación.

Entrevista

La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio con fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto (Galán, 2009).

Se pretenden realizar diferentes entrevistas que, para efectos de esta investigación, serán la técnica por utilizar en la recopilación de la información necesaria y así desarrollar el estudio de manera verídica. Por ende, se aplicará el cuestionario mencionado anteriormente, en las entrevistas. El objetivo de realizar las entrevistas es la recaudación de información, tanto de los sujetos entrevistados, como las experiencias que han experimentado durante las diversas negociaciones, ya sean exitosas o fracasadas que han tenido.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

Se toman en cuenta dos tipos de fuentes de información para la recolección de datos, tales como: fuentes primarias que son entrevistas personales a profesionales expertos desde diferentes instituciones y fuentes secundarias que se refiere a las consultas en libros, páginas web, leyes, referencias de los estudios similares entre otros.

Para llevar a cabo lo anterior, se entrevistará a un representante de cada empresa o institución. El objetivo es conversar e intercambiar información basada en los aspectos que se desea conocer sobre el tema de estudio, ya que son una incógnita del trabajo de investigación. Este proceso iniciará desde el contacto con las personas de las distintas instituciones y empresas. Para ello, se solicitarán citas para la entrevista, la cual será llevada a cabo por el medio que se considere más adecuado. También se procurará grabar cada una de las entrevistas con el fin de tener la información más certera, para así, una vez finalizado este proceso analizar de forma correcta la información recopilada.

En relación con el método para analizar los datos recolectados, primero es preciso obtener toda la información que sea posible mediante las diferentes técnicas; las respuestas de los entrevistados, se examinarán de forma cuidadosa, con el fin de obtener los datos complementarios para la investigación. La información se ordenará por categorías de análisis y cada una se relacionará con la teoría correspondiente.

Luego, se procederá a seleccionar los aspectos más importantes de las entrevistas aplicadas y se analizará cada uno de ellos; posteriormente se comprenderá con mayor claridad y respuesta a las incógnitas de la indagación. Además, en el mismo orden de la observación anterior, se procederá a generar el resultado de los temas tratados en la entrevista, con el fin de plasmar los resultados finales.

Una vez obtenido ese resultado, se confrontará con la teoría relacionada con el tema de estudio; dicha teoría se encuentra contenida en esta misma investigación. Luego, una vez examinada la información con base en la teoría estudiada, se realizará un análisis final por medio de categorías de análisis, para una mejor explicación y obtención de resultados. Posteriormente, se establecerán las conclusiones del estudio realizado para así brindar las recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo de la investigación se demuestran los resultados obtenidos después de completar el proceso de aplicación del instrumento a la muestra seleccionada. La estructura de este apartado se organiza de la siguiente manera: primero se expone una tabla que expresa las categorías que surgieron de cada unidad de análisis examinada, estas unidades corresponden a los objetivos específicos establecidos en el capítulo inicial. En la segunda parte se desarrolla la descripción y determinación de cada una de las categorías, en ella se verifica la información suministrada por las fuentes y con comparación con la teoría que le brinda sustento al estudio. Para finalizar, se interpretan los resultados con el fin de dar respuesta al problema de la investigación.

Las unidades de análisis surgen a partir de los objetivos específicos, de estos se toman las palabras que represente lo sustancial de lo que se pretende obtener. La primera se refiere al potencial comercial que tiene la madera de ciprés costarricense en el mercado asiático chino. La segunda a las variables en el proceso de comercialización en el mercado chino sobre la madera de ciprés.

El origen para la elaboración de las preguntas del cuestionario de la entrevista a la muestra son las unidades de análisis. Las respuestas obtenidas de los entrevistados constituyen las categorías resumidas en la tabla dos. Y con las categorías se procura comparar la teoría con las prácticas que suelen tenerse en el sector maderero, en especial del ciprés.

Tabla 3: Unidades y Categorías de Análisis

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda del producto. 2. La industria de madera. 3. La política de la protección al medio ambiente. 4. El incentivo a la importación de materia prima. 5. Producto apreciado. 6. El uso del producto. 7. La escasez del producto.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. El perfil del producto. 2. El precio. 3. El idioma como barrera. 4. La barrera de entrada. 5. El tiempo y la cultura. 6. Las exigencias. 7. La búsqueda de cliente.

Fuente: Elaborado por el autor, datos extraídos de la investigación.

Unidad de Análisis 1: Potencial Comercial

La primera unidad de análisis se refiere al potencial comercial que presenta el mercado maderero chino. Con esto se indica si en este mercado existe o no oportunidades para exportar el producto, en especial el sector maderero conífera, particularmente la madera de ciprés costarricense. Se tomarán en cuenta todas las cualidades de los entrevistados y se analizarán junto con las referencias del capítulo II, ya que en la actualidad no se cuenta con un estudio específico para este producto hacia este mercado.

El potencial comercial permite identificar el potencial de compra del cliente, esto gracias a la comparación de su comportamiento de compra con el comportamiento de compra de clientes en un grupo de pares. Así, se puede centrar entonces en campañas para esos clientes, en función del potencial comercial identificado (SAP, 2013).

A continuación, se indican las categorías señaladas por los entrevistados, siete, las cuales corresponden a las cualidades que compone o determina el mercado definido como potencial:

1. Demanda del producto.
2. La industria de madera.
3. La política de la protección al medio ambiente.
4. El incentivo a la importación de materia prima.
5. Producto apreciado.
6. El uso del producto.
7. La escasez del producto.

Posterior a cada categoría, se procede a describiré indicar las respuestas señaladas por la muestra de la investigación. El análisis se realiza comparando la teoría con las expresiones indicadas, esto con el fin de determinar si lo dicho por las entrevistas se ajusta a las bases teóricas o si existen atributos que no se acoplan.

Categoría 1: Demanda del producto.

De acuerdo con la información obtenida de las personas de PROCOMER, SFDE, BCR y demás participantes de la entrevista; se determina la primera categoría de la unidad de análisis, referente a la demanda existente de madera conífera. Lo anterior se puede confirmar con lo

expresado por la muestra:

- *“Como puede ver en las estadísticas de importación (obtenidas de Trade Map) de la partida 4403.20 a nivel mundial, China es el primer importador del mundo. Yo diría que es muy buen cliente, más tomando en cuenta que en las estadísticas de exportación se ve que China no exporta este tipo de producto” (Entrevistado 1).*

Tabla 4: Los primeros importadores de madera a nivel mundial

Importadores	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Cantidad importada en 2016
Mundo	8.201.676	0
China	4.052.764	28.136.653
Japón	712.920	5.582.592
Austria	617.980	6.258.311
Alemania	557.753	5.708.425
República de Corea	523.540	3.120.551
Suecia	244.967	4.059.632

Fuente: Elaboración propia con datos de la respuesta de PROCOMER.

- *“No sabría decirte, la verdad, pero según mi experiencia por el grosor y dureza que presenta distintos tipos de madera, se exporta más teca y melina, la madera de ciprés se ve poco. Sin embargo, la exportación de ciprés a China se ha aumentado en los últimos 3 años, anteriormente se exportaba más a India” (Entrevistado 2).*
- *“A nivel mundial se puede decir que los chinos son devoradores de madera, ya sea ciprés, como usted lo mencionó, a como también otros tipos: teca, melina, cocobolo y muchos otros. En mi trabajo he notado que casi todos los trámites de madera de ciprés que pasa por aquí son enviados a China.” (Entrevistado 3).*

- *“China es un gran consumidor de todo tipo de madera y de hecho ellos importan madera desde muchos otros países, de eso se puede observar que existe cierta demanda. Pero según lo que yo sé, en Costa Rica la producción de ciprés no es tanta como la melina y la teca” (Entrevistado 4).*
- *“Efectivamente en China hay una gran demanda por esta madera, y de otros tipos también; pero hasta donde he logrado averiguar, la producción de ciprés costarricense es relativamente limitada” (Entrevistado 5).*
- *“La verdad los chinos compran todo tipo de madera y en grandes cantidades mientras el precio sea aceptable o rentable para ellos, eso se debe a que ellos tienen esa necesidad interna, por lo tanto, la demanda es alta” (Entrevistado 6).*
- *“Solo sé que ellos compran bastante, me imagino que allá se demandan mucho estos tipos de bienes” (Entrevistado 7).*
- *“El mercado de madera en China es muy grande y el ciprés es bastante solicitado, de hecho, nosotros además de importar ciprés de Costa Rica, también importamos de otros países como Brasil y Chile” (Entrevistado 8).*
- *“El ciprés en sí se cotiza mucho, ya sea de Costa Rica o de otros países, por lo tanto, se importa mucho, más que todo es por las características de esta madera y su precio es cómodo” (Entrevistado 9).*
- *“Si mal no recuerdo, China es el mayor importador de la madera de ciprés. Y el ciprés costarricense es reconocido en el mercado maderero de aquí (China), yo diría que en comparación con cipreses que vienen de otros países, sí es competente, ya que la calidad del producto en sí, no se puede decir que es el mejor, pero supera la calidad de muchos otros” (Entrevistado 10).*

Análisis

Conforme lo expresado por los entrevistados, se puede manifestar que existe una gran demanda o demanda potencial de la madera de ciprés en general, sin especificar el país de origen en el mercado maderero chino, es decir, que presenta muchas oportunidades para los productores de madera costarricense para exportar madera de ciprés e, incluso, otros tipos de madera para complementar esta demanda; también, se da a entender que además de las exportaciones existentes actualmente, en Costa Rica todavía se presentan más oportunidades en este sector.

Según el funcionario del Servicio Fitosanitario del Estado en Costa Rica, el grosor y dureza del ciprés pone este tipo de madera como desventaja para exportar. Por otro lado, el embajador costarricense del departamento de comercio en China y el encargado de la empresa exportadora Cote-K International indican que la producción de madera de ciprés en Costa Rica es muy limitada, en otras palabras, muy poca. Sin embargo, conforme a la estadística de PROCOMER (2014) se registra ciento diez productores de madera, con lo cual podría convertir esta desventaja en una ventaja gracias a este estudio.

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). En este mercado la cantidad del producto que se demanda puede variar, dependiendo de varios factores, fundamentalmente su precio, su disponibilidad y la riqueza y necesidad de quien desea adquirirlo (Porto y Gardey, 2013).

Categoría 2: La industria de madera.

De acuerdo a lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conformó la segunda categoría de la primera unidad de análisis; referente a la industria que posee la madera en el mercado chino, los señalamientos son los presentados a continuación:

- “(...)la demanda de madera en general, también se debe a que China es uno de los principales exportadores mundiales de muebles” (Entrevistado 8).
- “(...)la madera es muy cotizada en China, debido que se fabrica mucha cantidad de todo tipo de manufacturación hecha con madera” (Entrevistado 9).
- “(...) las fabricaciones de madera se han ido convirtiendo en una industria en China, por lo que las maderas han tenido mucho auge y demanda” (Entrevistado 10).

Análisis

Por lo mencionado por los entrevistados, se puede observar que la gran demanda de la madera en China se debe a que es un país que ocupa un lugar significativo en la industria de madera, al punto de abarcarlo hasta nivel mundial. Por lo tanto, se reafirma la demanda potencial que posee dicho producto en el mercado maderero chino.

La industria de muebles en China sigue teniendo el auge fuerte de crecimiento, introduce tecnología de producción mejorada y muchas empresas grandes han estado introduciendo nuevos equipos y tecnologías para lograr una capacidad de fabricación de clase mundial (Revista Porte, 2017).

Categoría 3: La política de la protección al medio ambiente.

La tercera categoría de análisis, destaca un tema interesante y también surge como otra respuesta que reafirma el porqué de la demanda potencial y gran consumidor del producto que representa la madera de ciprés en el mercado chino; la protección al medio ambiente. Los entrevistados mencionaron lo siguiente al respecto:

- “(...) otra razón del porqué China importa tanta madera, es que el gobierno de aquí, aproximadamente desde hace 15 años, enfatiza mucho en el tema de protección de los

bosques para evitar deforestación, yo creo que muchos saben que en China muchos bosques se han destruido para construir o establecer fábricas, que es lo fuerte de China: fabricar” (Entrevistado 8).

- *“(…) bueno además de mucha fabricación con la madera, pues el gobierno protege mucho la zona de bosques, eso se debe que últimamente en China hay cada vez más edificios y fábricas, la contaminación también es cada vez más elevada. Sin embargo, aquí también hay plantaciones de árboles, pero no satisfacen la demanda que presenta a nivel nacional” (Entrevistado 9).*
- *“(…) aquí hay bosques y plantaciones también, de hecho, nosotros también comercializamos con las plantaciones de la zona rural, pero la cantidad es poca y no hay mucha variación de tipos; por lo tanto, la compra es más al exterior que la de interna. Por otro lado, los bosques son protegidos por el gobierno para mantener un equilibrio en el ambiente ecológico del país” (Entrevista 10).*

Análisis

Según el conocimiento de la muestra, se permite determinar que la gran demanda del ciprés se presenta por otro factor, la protección del medio ambiente o, mejor dicho, el gobierno chino acentúa en mantener un equilibrio ecológico para su propio país y población. Un detalle que solo mencionaron los importadores de China, por lo que se deduce que los proveedores o comercializadoras de Costa Rica no han sido informados de la política reciente.

La política china de reforzar la prevención de contaminación, junto con la protección y la construcción ecológica, ha acelerado la defensa y el desarrollo del medio ambiente en China, 1227 reservas naturales han sido construidas, cubriendo 98.21 millones de hectáreas y el 9.85 % del territorio nacional. El gobierno central aprobó el inicio de construcción de 4 provincias ecológicas y más de 200 áreas ecológicas a nivel nacional. Las montañas chinas han estado cerradas para facilitar la plantación de 5.1 millones de hectáreas de bosques. Cortar bosques

naturales ha sido prohibido completamente en 13 provincias, regiones autónomas y municipios subordinados al gobierno central. Y la tasa de cobertura forestal del país ahora alcanza el 16.5 %.

China ha enmendado la “Ley de Prevención y Control de Contaminación Atmosférica”, la “Ley de Prevención y Control de Contaminación de Agua”, y la “Ley de Protección de Ambiente Marítimo”. Asimismo, ha elaborado la “Ley sobre Prevención y Control de Contaminación Sonora”, “Disposiciones Detalladas para Puesta en Práctica de la Ley de Prevención y Control de Contaminación de Agua” y “Reglamentos de Protección Medio ambiental de Proyectos de Construcción”. Hasta la fecha, China ha promulgado 6 leyes de protección medioambiental, 10 leyes relacionadas con la protección de recursos, más de 30 reglamentos, más de 90 reglas al respecto, 430 normas nacionales de protección medioambiental y 1020 pedazos de reglamentos regionales al respecto (zhong guo bai ke, 2013).

El gigante asiático ha anunciado que prolongará y ampliará su programa de protección forestal en los próximos diez años. La decisión se ha tomado con el objetivo de reforzar la salvaguarda de la seguridad ecológica nacional y la lucha contra el cambio climático. Este programa de protección forestal, iniciado en 2000 en las regiones del curso superior del río Yangtsé, los cursos medio y superior del río Amarillo y las zonas nororientales del país; ha mejorado considerablemente los ecosistemas locales, reduciendo la erosión del suelo y protegiendo la biodiversidad de las áreas. La presentación de los datos del programa tuvo lugar en una reunión presidida por el primer ministro Wen Jia bao en la que, además, se acordó poner en marcha la segunda fase del programa, que se desarrolla entre 2011 y 2020. Así mismo, se añadieron once ciudades y distritos de los alrededores del embalse de Dan jiang kou al plan (David Sanz, 2011).

Categoría 4: El incentivo a la importación de materia prima.

Otro aspecto importante que compone este mercado maderero chino, es el incentivo que da el gobierno a sus importadores de madera; de ellos se mencionan en esta cuarta la unidad de análisis, conforme lo dicho por los entrevistados, lo cual se detalla a continuación:

- *“(…) desde el momento en que el gobierno implementó la política de protección al medio ambiente y para no afectar ciertos sectores comerciales en relación con la madera y otros bienes, tomó la decisión de disminuir los costos mediante bajo porcentaje de impuesto para las empresas o fabricas que importan madera y demás” (Entrevistado 8).*

- *“(…) nosotros antes solo trabajamos en lo que es fabricaciones de muebles a medidas que nos soliciten y le comprábamos la madera a unos proveedores en Guang Dong. Pero desde el momento en que el gobierno bajó los impuestos de importación y la política de protección al medio ambiente, causó que varios proveedores de teníamos tuvieran que cerrar su negocio, seguramente por no cumplir los requisitos con la nueva política o era tala ilegal. La cuestión es que nos quedamos sin materia prima y hubo órdenes que no se pudieron cumplir a tiempo, entonces el gerente general en aquel momento tomó la decisión de importar madera desde el exterior” (Entrevistado 9).*

- *“(…) la demanda de madera importada tuvo un aumento significativo, fue cuando nació la política de la protección al medio ambiente y, luego de eso, los impuestos bajaron para motivar a los importadores, pero las fabricaciones y construcciones seguían aumentando, me acuerdo muy bien porque fue en ese entonces que empecé a laborar para esta empresa” (Entrevistado 10).*

Análisis

Con lo detallado anteriormente, se puede observar que por una política de protección al medio ambiente nació un incentivo motivador para todos los importadores de madera y aquellos que trabajan con madera, por lo cual la demanda aumentó y las puertas de negocios internacionales se abrió cada vez más, todo como una cadena, uno conllevó al otro. Además, se observa que solamente los entrevistados internacionales indicaron significativo detalle que compone esta demanda potencial en el mercado maderero chino, un punto importante del cual ya los productores nacionales de Costa Rica se han enterado a partir de esta investigación.

De acuerdo con la estructura simplificada de la estructura del tipo impositivo del IVA determinada por la Junta Ejecutiva del Consejo de Estado el 19 de abril de 2017, a partir del 1 de julio de este año la tasa del IVA se reducirá al 17% al 11% y al 6%, además se canceló el 13%. Un tipo impositivo del IVA para los productos agrícolas, madera, gas natural, entre otros, se redujo del 13% al 11% (China Timber, 2017).

Categoría 5: Producto apreciado.

Conforme a lo indicado por los entrevistados, se presenta la quinta categoría de la unidad de análisis uno; que trata sobre la calificación que tienen los importadores de madera de ciprés en China, este es un factor determinante en el mercado maderero chino. Entre las frases señaladas se encuentran:

- *“Para los chinos todo es caro y siempre piden descuento, siento yo que eso ya es parte de la cultura que ellos tienen, pero para un país consumista de materia prima como China, la madera de ciprés u otras maderas como la teca y el cocobolo es oro, para ellos es un producto muy apreciado” (Entrevistado 4).*
- *“(…) comercialmente hablando, la madera de ciprés y también otras maderas de acá, son muy valiosas para un país como China. Es un país que consume mucha materia prima por la cantidad de producción de las fabricas porque la mano de obra es relativamente barata, no es que en China no tiene materia prima, sino que no es suficiente para lo que se necesita” (Entrevistado 6).*
- *“(…) de lo que yo sé, y de haber trabajado tantos años en este sector de exportación específicamente a China, puedo decir que la madera de ciprés, y los otros tipos de madera que nosotros comercializamos a China también, es un producto muy querido por los chinos. Como me había comentado una vez un cliente nuestro, que la madera es muy necesitada en China y espera que la negociación entre ambos sea a largo plazo” (Entrevistado 7).*

Análisis

Con lo previsto se puede contemplar que la madera de ciprés es un producto apreciado por parte de los importadores porque se dice que son consumistas de materia prima, esto por la cantidad de fábricas con mano de obra barata y por la insuficiencia de materia prima; estas son las razones mencionadas por parte de los entrevistados nacionales. Por lo tanto, se observa que los comerciantes nacionales sí saben acerca del mercado maderero en China, pero no se han actualizado de otros detalles que se hizo en los análisis anteriores.

Como productor y consumidor de productos de madera, China es un jugador importante en el comercio mundial de productos de madera. El mercado de consumo de materiales industriales, pulpa y productos de papel hacen que China ocupe el segundo lugar en el mundo, solo superado por el enorme mercado en los Estados Unidos. Los recursos forestales de China tienen problemas de cantidad total insuficiente, baja calidad y estructura irrazonable. En los últimos años, la política de protección integral para los bosques naturales ha sido grave y el potencial para aumentar el consumo de madera y productos de papel es enorme. Desde la perspectiva del futuro, los productos de madera de China seguirán escaseando, pero seguirán requiriendo grandes cantidades de madera importada dentro de un cierto período, por lo cual la madera es muy apreciada y peleada (zhong guo mu ye xin xi, 2017).

Categoría 6: El uso del producto.

Esta categoría hace mención al uso que se le da el producto en China, esto se evidencia con lo que se menciona en el capítulo dos, sobre la fabricación de muebles y otros artículos con la madera de ciprés en China, por las características esenciales que posee este tipo de madera. Lo anterior se respalda por las siguientes respuestas:

- *“(…) se importa mucho el ciprés, porque se usa para fabricar muebles como roperos de clase alta porque el ciprés tiene una fragancia especial, muebles de cocina por su resistencia y entre otros artículos” (Entrevistado 8).*

- *“(…) China importa muchos tipos de madera, porque aquí se fabrican muchos muebles de todo tipo como de cocina, roperos, sillas, mesas, camas entre otros; también las herramientas para la construcción, por lo que la madera es muy cotizada, ya sea de ciprés o de otros tipos, porque cada uno tiene características diferentes, por lo tanto, se usa para cosas diferentes” (Entrevistado 9).*

- *“(…) nosotros solo importamos las maderas en troza y la vendemos localmente, pero el ciprés costarricense o de otros países es muy solicitada aquí, especialmente se les vende a muchos fabricantes de mueblerías” (Entrevistado 10).*

Análisis

Con lo expresado por los entrevistados internacionales, se puede decir que China cuenta con mucha producción industrial de ciprés en artículos como mueblerías y herramientas de construcción, principalmente por su fragancia particular en caso de muebles y por resistencia en general. Sin embargo, se evidencia de nuevo la demanda del sector específico en la presente categoría. Sin embargo, ningún entrevistado nacional mencionó el uso específico que se le da a este tipo de madera.

El término industrial ostenta dos usos básicos relacionados. Por un lado, industrial refiere a todo aquello que es perteneciente o relativo a la industria. Una industria, será aquel conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad primera transformar las materias primas en productos elaborados de manera masiva (Flores, 2009).

El auge en el mercado del mueble se debe al continuo crecimiento de la economía china que se ha producido en los últimos 30 años. Este crecimiento económico ha aumentado el poder adquisitivo del pueblo chino y lo ha llevado a una mejor calidad de vida; así, la demanda de suministros de muebles ha aumentado más que nunca. Aunque entre el 2010 y 2013 el mercado de muebles local en China experimentó ciertas caídas, siguió siendo el principal fabricante de

muebles en todo el mundo.

A pesar de las noticias en torno a la caída del comercio de China, el sector del mueble de madera orientado a la exportación del país sigue vivo. Conocida desde hace más de una década como el “taller de madera del mundo”, China sigue siendo el principal fabricante y exportador mundial de muebles de madera, capturando alrededor del 40% de un mercado global de US\$ 57.000 millones. (Revista Porte, 2016)

Según las estadísticas aduaneras chinas, tanto el volumen como el valor de las exportaciones de muebles de madera de China alcanzaron un máximo histórico en 2015 por un valor estimado en 23.000 millones de dólares. Esto es más del doble del valor reportado en 2008 y un 3,4% de más que el año anterior 2014.

Categoría 7: La escasez del producto.

De acuerdo con los entrevistados de China, se deduce la séptima y última categoría de la presente unidad de análisis que hace referencia a la disponibilidad interna de la madera de ciprés, que también es un factor vital para conocer si hay posibilidades de comercialización del producto y si en realidad ya sea la demanda y el mercado maderero en sí es potencial o no. A continuación alguna de las opiniones:

- *“(…) como dije anteriormente, sobre la política de la protección al medio ambiente hay muchas reglas que se debe cumplir y ha causado que muchas plantaciones o comerciantes de madera tomen la de decisión de concluir el negocio; aunque viendo las estadísticas, es relativamente baja los que decidieron cerrar el negocio, pero si ha bajado muchísimo la producción de madera en general, de manera que ha llevado a mucha madera a la escasez, tal como el ciprés y otras maderas” (Entrevistado 7).*
- *“(…) en realidad aquí, localmente hablando, no existe mucha variedad de madera para comercializar, solo como dos tipos de maderas blandas” (Entrevistado 8).*

- “(...) la producción de madera local es muy poca acá, primero no hay mucha gente que se dedica a eso y segundo es complicado cumplir con los requisitos de la política al medio ambiente.” (Entrevistado 9)

Análisis

Acorde con lo indicado por los participantes de la entrevista, se logra entender que la madera de ciprés se encuentra bajo una disponibilidad escasa dentro de la producción interna en China, principalmente debido al cierre de negocios locales por no cumplir con la política de protección del medio ambiente; lo cual es otro punto vital que solo se mencionó por los importadores chinos, comprobándose comprueba una vez más que los proveedores costarricenses no están actualizados con el mercado maderero reciente de China.

Desde un punto de vista económico, la velocidad de reacción del mercado es mucho mayor que el ciclo de producción de madera a largo plazo; eso ha conducido a que quienes tienen menos capital no estén dispuestos a invertir en producción forestal. Además, si no se controla la deforestación mediante una política, las plantaciones controladas por la economía entrarán en una escena crítica de deforestación. Algunas de las razones de la falta de madera son:

1. La política del Gobierno causa insuficiencia forestación artificial.
2. Inadecuada comprensión de la importancia del capital privado para la silvicultura.
3. Demasiada dependencia de la madera.
4. Aumentar las importaciones es beneficiosa para la recuperación de madera doméstica (zhi hu, 2015).

Unidad de Análisis 2: Variables del Proceso

La segunda unidad de análisis señalada como las variables del proceso, hace referencia al conjunto de factores que se puede presentar en el proceso de comercialización de la madera de ciprés, los requisitos, tratamientos necesarios y fuentes de obtención para su exportación. Se tomarán en cuenta los datos ofrecidos por los encuestados que se refieren a este apartado.

A la palabra variable es posible diferenciarla en distintas clases según el contexto. En la clase cualitativa son aquellas que permiten la expresión de una característica, una categoría, un atributo o una cualidad (Pérez y Merino, 2016).

De acuerdo a Definición mx (2017), un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Además, son mecanismos de comportamiento que diseñan las personas para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

La demanda de la madera de ciprés en el mercado chino está presente, como se mencionó en la primera unidad de análisis; sin embargo, esta demanda se mueve de acuerdo con ciertos factores del mercado. La segunda unidad de análisis define cuáles son los factores que los exportadores con interés en exportar madera de ciprés o las empresas activas con tendencia en expandir o incrementar sus ventas a este mercado deben tomar en consideración, con el fin de determinar si están clasificados para abarca a esta porción de mercado.

Seguidamente se detallan las categorías señaladas que pertenecen a la unidad de análisis dos:

1. El perfil del producto.
2. El precio.
3. El idioma como barrera.
4. La barrera de entrada.
5. El tiempo y la cultura.
6. Las exigencias.
7. La búsqueda de cliente.

Consecutivamente se procede a describir las categorías de análisis de la segunda unidad de análisis según lo mencionado por los profesionales entrevistados y, finalmente, se analizan los datos obtenidos en comparación con lo mencionado en el capítulo dos.

Categoría 1: El perfil del producto.

Una de las variables más relevantes del proceso la conforma la primera categoría de la segunda unidad de análisis referente al perfil del producto; o sea, las características o el perfil que tiene que llevar el producto para satisfacer la demanda adecuada o al importador. Esto se evidencia a continuación con las siguientes frases por parte de los entrevistados:

- *“Se envía como el cliente lo pida, en bruto, aserrada, en leña, entre otros” (Entrevistado 1).*
- *“Hay de todo tipo, como: en bruto, el perfil que más se exporta; aserrada también se ve mucho. Pero es según la necesidad o lo que el cliente solicite” (Entrevistado2).*
- *“Normalmente se manda en bruto o troza, como le dicen, y también aserradas, pero es más en bruto y obviamente con las medidas correspondientes, a como nos piden, porque si no se cumple, el cliente no aceptará la mercadería y tiene todo el derecho de hacerlo”*

(Entrevistado3).

- *“En bruto. Y le voy a decir por qué, bueno se le llama en troza, porque es más barato para los chinos aserrarlas allá que aquí, porque aquí hay muchos impuestos y carga sociales, y la madera no puede estar podrida, con gambas, termitas u hongos, además su corte tiene que ser recto” (Entrevistado 4).*
- *“En troza. A nosotros siempre nos piden en troza, bueno en la clasificación se dice en bruto” (Entrevistado 5).*
- *“Esto varía mucho, es según la necesidad del cliente; pero de los perfiles que yo más he visto es en bruto y aserrada” (Entrevistado 6).*
- *“En troza y aserrada, cada cliente es diferente, pero nosotros solo trabajamos con estos dos perfiles” (Entrevistado 7).*
- *“En troza. Nosotros sólo compramos el ciprés en troza, porque para hacer muebles es más fácil de trabajar” (Entrevistado 8).*
- *“En troza y pocas veces aserradas. Porque la aserrada resulta ser muy caras, es mejor buscar una fábrica aquí y pagar la mano de obra para aserrarlas, pero para aserrarla aquí tiene que ser a grandes cantidades para que sea con precios baratos, entonces cuando son cantidades pequeñas es mejor que nos lo mande aserradas. No obstante, se trabaja más en troza” (Entrevistado 9).*
- *“En troza. Un 99% de nuestros clientes nos compra y nos cotizan la madera de ciprés en troza y raramente nos llegan a pedir madera aserrada, pero solo importamos en troza y el trabajo de aserrar la madera se contrata a una fábrica aquí” (Entrevistado 10).*

Análisis

Según lo mencionado por los entrevistados nacionales e internacionales, se pueden observar los siguientes puntos claves de la categoría:

- Los perfiles preferentes de la madera para el mercado maderero chino son: bruto/en troza y aserrada dependiendo de la solicitud del cliente.
- El perfil más exportado es el de bruto/en troza, por la facilidad en el manejo del producto para el fin deseado.
- Además de cumplir con la cualidad solicitada por el cliente, las medidas tienen que ser exactas.

Sin embargo, se da a entender que, aunque presente una demanda potencial en este mercado, también hay que saber cuál es el perfil correspondiente para satisfacer la demanda y el porqué, para estar preparados para negociar; por lo que no todos los entrevistados de Costa Rica están informado sobre estos puntos.

El producto es un conjunto de elementos tangibles, intangibles, y psicológicos en una determinada forma, fácil de reconocer, que el cliente desea adquirir para satisfacer sus necesidades (Muñoz, 2009).

Categoría 2: El precio.

De acuerdo con lo indicado en las entrevistas realizadas a la muestra, se conformó la segunda categoría de la segunda unidad de análisis, las razones señaladas por los entrevistados son los que se presentan a continuación:

- *“En bruto. Y le voy a decir por qué, bueno se le llama en troza, porque es más barato para los chinos aserrarlas allá que aquí, porque aquí hay muchos impuestos y carga sociales, y la madera no puede estar podrida, con gambas, termitas u hongos, además su corte tiene que ser recto” (Entrevistado 4).*

- *“(…) la aserrada resulta ser muy caras, es mejor buscar una fábrica aquí y pagar la mano de obra para aserrarlas, pero para aserrarla aquí tiene que ser a grandes cantidades para que sea con precios baratos, entonces cuando son cantidades pequeñas es mejor que nos lo mande aserradas. No obstante, se trabaja más en troza” (Entrevistado 9).*

Análisis

Con las respuestas obtenidas de las entrevistas, se puede contemplar que otra razón por la cual prefieren comprar la madera de ciprés en bruto/en troza es por el precio, debido a que, para los importadores, el perfil aserrado tiene un costo muy elevado por los impuestos y cargas sociales que tiene Costa Rica, en el caso de una pequeña porción no afecta, pero ya en grandes cantidades les resulta más rentable aserrar la madera en China.

El precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. El precio es fijado por la Ley de la oferta y la demanda. Bajo esta ley, el precio no solo representa el costo del producto o el servicio y la rentabilidad esperada por el inversionista, sino que es afectado por el exceso o defecto de oferta-demanda, puesto que cuando la oferta excede la demanda, los precios tienden a disminuir debido a que el productor debe bajar el precio para poder colocar en el mercado sus inventarios (Gerencie, 2011).

Categoría 3: El idioma como barrera.

En la categoría tres, los entrevistados destacaron el idioma como una barrera para acceder al mercado maderero chino, de lo cual se expone en las siguientes frases:

- *“(…) yo diría que sería la diferencia de idioma. De hecho, aquí fue cuando un chino trabajaba para nosotros, ahí fue donde se dio la apertura de negocios con China” (Entrevistado 3).*
- *“(.) yo considero que es el idioma, ellos no todos hablan inglés y nosotros no hablamos mandarín ninguno, siempre tiene que ser mediante un intérprete, pero a veces suele haber malentendidos, entonces no permite una comunicación fluida” (Entrevistado 5).*
- *“El idioma más que todo. Porque para buscar proveedores o en el momento de negociación para concretar la compra o incluso cuando la mercadería llega mal y tiene que ser mediante un intérprete, o sea, uno no se puede contactar directamente y a veces hay situaciones urgentes, entonces es un poco complicado” (Entrevistado 8).*
- *“En este tema pienso que entra todo lo que es diferencia de idioma, de tiempo, porque aquí estamos de día y allá están de noche, y cultura (me refiero a la forma de pensar). Bueno idioma porque nosotros hablamos en mandarín y ellos hablan español; sin embargo, aquí hay que contratar un intérprete para que entre ambos puedan una comunicación clara, pero, aun así, siempre suele tener malos entendidos. El tiempo, porque a las veces cuando pasa alguna emergencia o se necesita comunicarse urgentemente hay que esperarse como medio día o incluso un día por la diferencia de horas; y cultura, que te dije ahora, es porque nosotros como orientales hablamos de una forma muy directa y a las veces solemos levantar la voz y la otra parte puede sentirse ofendida, pero que en realidad no lo estamos haciendo con esa intención” (Entrevistado10).*

Análisis

Por lo anterior, se puede percibir que aunque se esté en un mundo sumamente globalizado, en el sector comercial todavía se presenta problemas de comunicación por la diferencia de idioma debido que en China el idioma oficial es mandarín y en Costa Rica el idioma

oficial es el español, con el problema de que no ambas partes saben un idioma universal como el inglés; sin embargo, esto se puede solucionar contratando intérpretes, que en casos urgentes es incómodo o incluso con ellos pueden presentarse malos entendidos por fallos de traducción.

Se entiende por barreras impuestas a la comunicación, todos aquellos factores que la impiden, deformando el mensaje u obstaculizando el proceso general de esta (Juárez, 2012).

“Los problemas más comunes que atendemos tienen que ver con la falla de precisión a la hora de la compra. Las barreras del idioma son los obstáculos a los que se enfrentan los comerciantes cuando no logran ponerse de acuerdo, es aquí donde se interviene. Hemos logrado atender conflictos que comprometen hasta 100 millones de yuanes (párr. 3)” (Paula Yu, 2017).

Categoría 4: La barrera de entrada.

Con el fin de determinar cuáles son los factores que limitan el acceso al mercado chino o las barreras sobre la madera de ciprés costarricense en este mercado, se genera la categoría las barreras que limitan la entrada al mercado. Lo anterior mencionado se sustenta con lo siguiente:

- *“No que se sepa hasta el momento, puesto que en 2016 se exportaron 842 mil dólares de Estados Unidos a este país y, con respecto al 2015, hubo un crecimiento de un 0,13%. (Puede revisar estadísticas de exportación en nuestro Portal Estadístico de Comercio Exterior)” (Entrevistado 1).*
- *“Siento yo que es por el tipo de grosor y dureza de la madera de ciprés, por eso no se exporta tanto” (Entrevistado 2).*
- *“La verdad no siento que haya barreras para expandirse o incrementar ventas por parte de nosotros, porque nuestras ventas se han ido incrementando poco a poco cada año, aunque no presenta incremento, se mantiene o decae muy poco” (Entrevistado 3).*

- *“Ya cuando se cumple con los permisos, ya no hay barreras” (Entrevistado 4).*
- *“Por mi parte, te diría que no hay barreras, mi negocio ha estado estable y se mantiene un crecimiento constante” (Entrevistado 7).*
- *“No considero que haya barreras, mientras el producto sea como nosotros lo queremos y cumple con los requisitos necesarios de exportación y los permisos” (Entrevistado 9).*

Análisis

De acuerdo a lo indicado por los integrantes de la muestra, se examinan los siguientes puntos que compone esta categoría:

- Como mencionó el entrevistado uno, presenta crecimiento entonces no existe barreras.
- Por tipo de grosor y dureza por lo cual es una madera que se exporte frecuentemente y lo considera como una barrera de crecimiento.
- Para otros el negocio ha estado constante por lo que tampoco considera barreras en el medio, mientras se cumple con los requisitos de exportación.

Por lo que se observa que para ambas partes no presenta barreras que impide el crecimiento en este tipo de negocios, mientras se cumple con las regulaciones de exportación y los permisos necesarios. Aunque el entrevistado dos insiste en que por las cualidades de la madera de ciprés no ayuda en el crecimiento, pero los importadores de China nunca indicaron este problema.

Categoría 5: El tiempo y la cultura.

Conforme con lo indicado por la muestra en las entrevistas, constituye la quinta categoría de segunda unidad de análisis sobre las horas de diferencia y la cultura propia que existe entre ambos países, la frase señalada por el consultado indica lo siguiente:

- *“El tiempo, porque a las veces cuando pasa alguna emergencia o se necesita comunicarse urgentemente hay que esperarse como medio día o incluso un día por la diferencia de horas; y cultura, que te dije ahora, es porque nosotros como orientales hablamos de una forma muy directa y a veces solemos levantar la voz y la otra parte puede sentirse ofendida, pero que en realidad no lo estamos haciendo con esa intención” (Entrevistado 10).*

Análisis

Se observa que el único entrevistado que mencionó este tipo de variable ha tenido una experiencia no muy agradable. Pero de esta opinión indica dos detalles importantes por tomar en cuenta a la hora de una negociación, primero calcular bien la hora que se va a contactar al cliente y segundo conocer un poco sobre la cultura en el ámbito comercial que tiene los chinos antes de iniciar una negociación. De esta manera genera una buena primera impresión que le da a entender que es una empresa seria y profesional.

Costa Rica tiene 14 horas menos, en otras palabras, está atrasado en relación con China. (diferencia horaria, 2018).

Según el diario del exportador (2015), para tener más oportunidades de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo con un país asiático como China, se deben tener conocimientos sobre la cultura del país, porque es un signo de respeto y suele ser apreciado por la otra parte.

Categoría 6: Las exigencias.

Según lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conforma la sexta categoría de la segunda unidad de análisis, referente a las exigencias para exportar la madera de ciprés, las frases expresadas se señalan a continuación:

- *“El exportador debe tener un registro ante el MAG y el cumplimiento de la Nota Técnica 265; además deben realizar la consulta ante el Sistema Nacional de Áreas De Conservación, en caso de que el producto sea una madera preciosa. En términos aduaneros se debe enviar la certificación de origen realizada por la Unidad de Origen de PROCOMER. Además, en China se debe presentar un “after inspection certificate” en el puerto de ingreso; sin embargo, esto corresponde al importador. La producción de madera se apoya a nivel nacional con instituciones como la Oficina Nacional Forestal, Sistema de Información de Recursos Forestales (SIREFOR) y el Fondo de Financiamiento Forestal de Costa Rica (FONAFIFO). A nivel de exportación en PROCOMER ofrecemos servicios de asesoría, capacitación, búsqueda de clientes internacionales, participación en ferias, licenciamiento Marca País y otros” (Entrevistado 1).*

- *“Primero debe estar inscrito como exportador y estar al día con la Caja Costarricense Seguro Social. Luego para la exportación de la madera de ciprés es necesario realizar una fumigación al producto por la empresa privada OIRSA (Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria) bajo la inspección de SFDE (Servicio Fitosanitario Del Estado), se debe llenar el formulario de solicitud y completar los pagos correspondientes previamente para obtener esta certificación. Esta certificación se debe solicitar cada vez que se exporta, pero en una certificación puede contener más de un contenedor. El Estado tiene varias instituciones que ayudan y facilitan a los exportadores, como PROCOMER, CADEXCO y COMEX; y si es por cuestión de crédito o capital está el FONAFIFO” (Entrevistado 2).*

- *“Siempre son los mismos documentos: el permiso fitosanitario, certificado de origen y la Nota Técnica 265” (Entrevistado 3).*
- *“Siempre hay muchos permisos, como el permiso fitosanitario de que la madera puede estar podrida, con gambas, termitas o hongos; permiso forestal para cargar la madera, si fuera madera preciosa que tiene restricciones de exportación; fumigación. Pero este tema le podría explicar mejor en PROCOMER” (Entrevistado 4).*
- *“Bueno se necesita estar al día con la Caja Costarricense Seguro Social (CCSS) para solicitar el permiso fitosanitario y realizar la fumigación del producto, después solicitar la Nota Técnica 265, el certificado de origen y se manda el producto; entonces la agencia logística se encarga de lo que es la DUA (Declaración Única Aduanera), el conocimiento de embarque y demás detalles” (Entrevistado 5).*
- *“Se necesita la Nota Técnica 265, el permiso fitosanitario, certificado de origen y los demás documentos para enviar el producto como: conocimiento de embarque y la declaración aduanera” (Entrevistado 7).*
- *“Aquí pasa por inspección de la aduana, se presentan los documentos, se pagan los impuestos que son aproximadamente un 11% y luego se hace la fila para la fumigación que es alrededor de 30 minutos” (Entrevistado 8).*
- *“Es muy simple, se presentan los documentos, luego se pagan los impuestos y se hace fila para fumigar el producto” (Entrevistado 9).*
- *“Cuando la mercancía llega, casi siempre pasa por una inspección, ya sea documental o físicamente, después se presentan los documentos, se pagan los impuestos, es relativamente poco impuesto porque el gobierno apoya mucho en la importación de materia prima, ya que aquí, internamente, son escasos o no satisface la demanda; bueno al final se hace fila para fumigar la madera y esto es todo el proceso” (Entrevistado 10).*

Análisis

Conforme con lo mencionado por los entrevistados, las exigencias para proceder a una exportación de madera de ciprés en bruto o aserrada, son: el permiso fitosanitario, la Nota Técnica 265, el certificado de origen y el permiso forestal si fuese una madera preciosa. Además, ya sea para exportar o para recibir una importación se ocupa fumigación en el lugar de origen y en el lugar de destino, como medida de seguridad de alguna bacteria que puede afectar al ser humano. Por otro lado, mencionaron algunas instituciones del estado que además de emitir los requisitos, da apoyo a los exportadores costarricenses, como: PROCOMER, ONF, SIREFOR, FONAFIFO, COMEX y CADEXCO.

La intervención gubernamental se da por medio de una política pública (puede ser una norma, ley, control de precios) cuyo objetivo es modificar la conducta de los participantes en una actividad económica específica. La aplicación de una regulación, supone el aumento del bienestar social o evitar la pérdida de este al corregir la falla de mercado a la cual se dirige la acción gubernamental (Ramírez, 2010).

De la referencia anterior, se entiende que las exigencias tienen como fin el establecer orden, mantener un control y avalar los derechos de todos los integrantes de una actividad económica específica, en este caso es la exportación de madera de ciprés costarricense, tal como se indicó por los entrevistados sobre el apoyo de las diferentes instituciones del Estado y los trámites a realizar con el Estado para proceder a una exportación de madera de ciprés.

Categoría 7: La búsqueda de cliente.

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se compone la séptima y última categoría de la segunda unidad de análisis, es sobre la búsqueda de cliente en el extranjero, las frases señaladas indican lo siguiente:

- *“(…) conseguir comprador es difícil, porque es todo un estudio con PROCOMER, pero el hecho de tener comprador, no significa que son buenos clientes, buen cliente que consuman seguidamente y que pague bien y a tiempo” (Entrevistado 4).*
- *“(…)la dificultad en búsqueda de cliente” (Entrevistado 6).*
- *“(…)lo arduo para buscar proveedores” (Entrevistado 8).*

Análisis

De acuerdo a lo anterior, se observa que para ambas partes es complejo buscar un buen proveedor o un buen comprador y solo el entrevistado 4 mencionó el apoyo que da PROCOMER en estos tipos de dificultades. De cual se puede observar la falta de apoyo de los intermediarios como las instituciones del Estado que se encargan promover el comercio al exterior.

Interpretación de Datos

El potencial comercial de la madera de ciprés costarricense en el mercado chino se determina por varias razones. En la presente interpretación se realizará un macro análisis de los puntos mencionados por los entrevistados.

Según los conocimientos de los entrevistados, la demanda de madera en China es grande y presenta oportunidades para exportar y comercializarla, primero por ser uno de los países que más importa dicho producto y segundo por tener la industria de madera más importante a nivel mundial.

Además de lo anterior, por otro lado, han surgido varios puntos que reafirman la demanda potencial de la madera en China; son los siguientes: la política de la protección al medio ambiente, con el fin de mantener un equilibrio ecológico dentro del país, ya que el estado ve la necesidad de reforestación dentro del país para mejorar el tema de climático y la fuerte

contaminación que posee actualmente.

El incentivo a la importación de materia prima que nace a través de la política de protección; debido a ella ha bajado la producción de madera local, muchos de los que se dedicaban a la selvicultura, se dieron por vencidos y, para no afectar al sector comercial, el gobierno decidió incentivar la importación mediante reducción de impuestos, así se da principalmente la reforestación local a un largo plazo, por un lado, y por otro lado se soluciona el problema de escasez del producto provocado de manera indirecta por la política nueva. Por lo tanto, la madera de ciprés se ha convertido en un bien apreciado tras varios el surgimiento de varios asuntos mencionados.

El uso que se le da a este tipo de madera es la fabricación de muebles, específicamente roperos y muebles de cocina, por las particularidades que posee la madera; otra parte se utiliza para fabricar herramientas utilizadas en la construcción. Este detalle evidencia de nuevo la demanda potencial del mercado maderero chino junto con lo mencionado en el párrafo dos del presente apartado; China se ha convertido en una industria de mueblería por la fabricación del mismo y dedicado a la exportación.

En la segunda unidad de análisis se examinaron varias variables cualitativas por considerar en un proceso de comercialización de madera de ciprés, las cuales son: el perfil del producto, el precio, el idioma como barrera, la barrera de entrada, el tiempo y la cultura, las exigencias y la búsqueda de cliente. No obstante, el mercado maderero chino presenta una demanda potencial de ciprés, pero se debe recordar que también hay que saber cómo dar ofertas o cuáles son los cumplimientos para intervenir al mercado.

Sobre el perfil de producto, para los consumidores chinos es preferible en bruto/en troza, porque dependiendo el uso, es más fácil de trabajarlo; la aserrada, según el perfil, el precio cambia también y este último perfil resulta ser caro para los compradores, entonces cuando es mucha cantidad les resulta más rentable ir aumentando de forma directa el margen de ganancia, importar la madera en bruto/en troza y adquirir el servicio local para aserrarla. Por lo tanto, el perfil más solicitado es el de bruto, debido a que en Costa Rica la mano de obra es más caro por

sus impuestos y cargas sociales.

Se mencionó también, sobre las barreras, que una es el idioma y otra el crecimiento. La primera se debe a que son dos países muy diferentes, Costa Rica en el continente americano y China en el continente asiático, por lo tanto, se interpone problema de comunicación por cuestión del idioma, aunque está la solución de un intérprete o traductor que maneja ambos lenguajes, siempre suele haber confusiones. Además del idioma, también muestra diferencia en el tiempo y la cultura. El tiempo, en caso de alguna emergencia que necesite una respuesta inmediata, ya que en China está catorce horas de adelantada a Costa Rica; y la cultura, entre otros motivos por la gran diferencia en la forma de expresarse, los chinos acostumbran decir las cosas de manera directa al tema, lo cual para los costarricenses aparenta ser un poco ofensivo o irrespetuoso por parte del comprador, aunque, no tiene esa intención.

La barrera de entrada, se refiere a que impide la expansión de las exportaciones de ciprés al mercado chino. La mayoría de los consultados dieron la respuesta de ninguno, ya que mientras se cumple con las exigencias de requisitos y permisos, como la Nota Técnica 265, certificado de origen, el certificado de fumigación y estar libre de gambas, termitas u hongos; no existe ningún otro factor insoluble que restringe el crecimiento. Sin embargo, la búsqueda de clientes resulta ser un proceso difícil para ambas partes, aun teniendo el apoyo de las instituciones del Estado.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se establecen las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la presente investigación. En la primera parte predominan los resultados obtenidos con el fin de dar respuesta a los objetivos y contestar a la pregunta del estudio. En la segunda parte se crea las recomendaciones que se encontraron luego de realizar la búsqueda.

Para el desarrollo de la presente investigación se proyectó un lineamiento que iba desde el planteamiento del problema, justificación, antecedentes, objetivos generales y específicos. Se desarrolló, bajo un esquema de tipo cualitativo, en donde se un cuestionario que funciona de guía para la realización de entrevistas con los diferentes profesionales que conformaron la muestra del estudio. De esas respuestas se extrajeron las categorías de análisis, las cuales se sujeta a una comparación con la teoría en el segundo capítulo de la misma investigación.

Se debe indicar que durante el proceso de investigación se presentaron limitantes relacionadas con la negatividad de algunas empresas e instituciones estatales en ofrecer información referente a las labores que desarrollan. Varias de estas situaciones se dieron con tres compañías dedicadas a la exportación de madera de ciprés, las cuales por políticas internas no emiten ningún tipo de información a personas particulares ni estudiantes.

Conclusiones de la Investigación

El mercado maderero chino posee una demanda potencial sobre todo tipo de madera, incluyendo la de ciprés proveniente de diferentes regiones del mundo.

El sistema político de China motiva a sus importadores nacionales a importar materia prima para satisfacer la demanda interna.

La demanda de productos se debe a la industria de madera que tiene el país importador, además de la política de la protección al medio ambiente, el incentivo de bajo impuesto y la

escasez del bien por la política mencionada.

La madera es un producto apreciado en un país que implementa la reforestación a largo plazo y que carece de la disponibilidad del bien.

Costa Rica, por su posición geográfica y condiciones climáticas, aventaja en el sector forestal por la velocidad de crecimiento de los cultivos.

La diferencia de idioma, el tiempo y la cultura son factores que se debe de tener mente con información a mano para que no se conviertan un obstáculo en la comercialización.

La Nota Técnica 265 emitida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el permiso fitosanitario que compruebe la fumigación del bien emitida por el departamento de Servicio Fitosanitario del Estado, el certificado de origen emitido por la Unidad de Origen en la Promotora del Comercio Exterior, son los requisitos primordiales para exportar desde Costa Rica y para que el producto sea recibido en China.

En Costa Rica el precio varía según el perfil del producto y los importadores varían de perfil dependiendo del precio; por lo tanto, la compra venta entre las dos partes depende del precio y no tanto del perfil.

Se concluye que los comerciantes y exportadores de madera en Costa Rica no se han informado a fondo sobre el comportamiento que tiene el mercado maderero chino.

Los productores nacionales ocupan ser incentivados con más apoyo por parte del Estado para poder contar con más recursos a la hora de una negociación.

La búsqueda de cliente es una circunstancia con alto nivel de dificultad para ambas partes, pese a contar con el apoyo del Estado a la hora de querer expandirse con el fin de tener más

compradores o vendedores.

Recomendaciones de la Investigación

Se le recomienda a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica lo siguiente:

Impartir capacitaciones o charlas informativas sobre la demanda de madera, el comportamiento del mercado maderero y oportunidades comerciales en China, para que los productores de madera costarricenses se informen y conozcan con claridad sobre el mercado y las oportunidades que tiene su negocio.

Realizar un documento en el cual se muestren todos los productores de madera costarricense con información detallada, con disponibilidad de consulta en línea para el departamento comercial de la embajada de Costa Rica en China y viceversa, esto facilitaría la búsqueda de cliente en ambos países.

Se le recomienda a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y el Ministerio de Comercio Exterior capacitar o acreditar traductores e intérpretes de mandarín-español o viceversa para que se especialicen en vocabularios técnicos de comercio internacional y así evitar problemas de comunicación confusa.

Se les recomienda a los productores de madera costarricenses unirse, hacer equipo, y no competir entre ellos mismos cuando el importador pide una cantidad incumplible por uno solo, así no se cerraría la puerta a una oportunidad que puede traer más negocios, porque China es un mercado tan grande que no se trata de satisfacer toda la necesidad, si no complementarla entre todos.

Se les recomienda a todas las instituciones que emiten los permisos relacionados con la exportación de madera de ciprés, agilizar los trámites reduciendo el tiempo de espera. Esto permitirá que se disminuyan los atrasos de los empresarios que detiene la actividad comercial

para cumplir con los requisitos necesarios y, por otro lado, aumentan la posibilidad de perder un trato por la demora en trámites.

REFERENCIAS

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Daniel H. y Juan Luis T. (2010). Plan de negocios para la producción y comercialización de madera. Tesis de graduación. Universidad EIA, Colombia.

Xochilt A. (2011). Estudio de factibilidad técnica financiera para la fabricación de muebles rústicos en Chalatenango, tomando como base la madera de Leucaena para su comercialización a nivel nacional e internacional. Tesis de graduación. Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.

Ministerio de Agricultura de Perú. (2011). Plan de Negocio para la organización económica productiva de madera de la comunidad nativa pueblo nuevo del Caco. Investigación de mercado.

Alfonso B. y Sebastián U. (2013). Balanza comercial y principales tendencias de las exportaciones e importaciones de madera y muebles de madera en Costa Rica. Investigación de mercado. Oficina Nacional Forestal, Costa Rica.

Randy U. (2010). Incentivos y barreras para la inversión en plantaciones forestales en Costa Rica. Tesis de graduación. Instituto Tecnológico, Costa Rica.

Erick A. (2017). Mercado mundial de la madera y tendencias para productos de valor agregado. Investigación de mercado. Dirección de inteligencia comercial de la Promotora del comercio exterior, Costa Rica.

Barrero Ch. Ivonne G. Violeta S. y Mónica. (2011). Plan de negocios de una empresa comercializadora de muebles para departamentos. Universidad de Ciencias Aplicadas, Perú.

La guía para elaborar tesina y tesis III cuatrimestre 2017 de la Universidad de las Américas.

Páginas Web

Cambios en los mercados del sector forestal. (S.F.). Recuperado de: www.fao.org

Cultura de negocios en China. (2015). Recuperado de:
<http://www.diariodelexportador.com/2015/07/cultura-de-negocios-en-china.html>

Información sobre Costa Rica. (S.F.). Recuperado de:
<http://www.encostarica.co.cr/informacion/index.html>

El mercado de la madera en el mundo. (2011). Recuperado de:
http://infomadera.net/uploads/articulos/archivo_5729_2756580.pdf

Informe sobre usos y aportes de la madera. (2012). Recuperado de:
http://www.elfinanciero.com/negocios/Informe-Usos-Aportes-Madera_ELFFIL20121213_0001.PDF

Interés de China en compra de madera. (2016). Recuperado de:
<http://www.elobservador.com.uy/china-tiene-interes-comprar-madera-pino-uruguay-n986170>

Exportaciones forestales a China. (2015). Recuperado de:
<http://www.lignum.cl/reportajes/exportaciones-forestales-a-china-las-expectativas-de-la-industria/>

La madera en Costa Rica. (2012). Recuperado de: http://www.nacion.com/opinion/foros/madera-Costa-Rica_0_1312668828.html

Precios de la madera en Costa Rica. (2015). Recuperado de:

<http://www.onfcr.org/media/uploads/documents/precios-de-la-madera-en-costa-rica-y- tendencias-de-las-principales-especies-comercializadas-mayo-2015.pdf>

Anuario estadístico de exportaciones en Costa rica. (2016). Recuperado de: <http://www.procomer.com/uploads/downloads/anuario-estadistico-2016.pdf>

La industria del mueble en China. (2016). Recuperado de: <http://www.revistaporte.com/2017/02/23/la-industria-del-mueble-en-china-al-2016/>

Exportación de madera a China. (2015). Recuperado de: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2010_MADERA_CHINA.pdf

China, el gran mercado del presente siglo. (2011). Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/promo/Loreto-China-Jorge-Chian.pdf>

Mercados externos para productos específicos. (S.F.). Recuperado de: <https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea19s/ch009.htm#TopOfPage>

Organizaciones acreditadas en la Oficina Nacional Forestal. (S.F.). Recuperado de: <https://www.onfcr.org/organizaciones/organizaciones-acreditadas>

Características del consumidor chino. (2012). Recuperado de: <https://mazarschinadesk.wordpress.com/2012/11/23/siete-caracteristicas-del-consumidor-chino-a-tener-en-cuenta/>

Preguntas para entender al mercado chino. (2017). Recuperado de: https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/documentacion/@int/@CHINA/documents/documento/mde2/njm5/~edisp/DAX2017714760.pdf?utm_source=banner-inicio&utm_medium=icex-es&utm_campaign=50-preguntas&utm_content=319-319

Razones del por qué se da el comercio internacional. (2012). Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Negocios/RAZONES-DE-POR-QUE-SE-DA-EL-COMERCIO/327911.html>

Cifras del sector maderero costarricense. (2016). Recuperado de: http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Costa_Rica_Cifras_del_sector_madera_y_muebles_al_2016

Plan de negocio de madera. (S.F.). Recuperado de: http://www.itto.int/files/itto_project_db_input/2929/Technical/Technical%20report%20-%20Plan%20de%20Negocios%20CCNN%20Pueblo%20Nuevo.pdf

Balanza comercial y principales tendencias de las exportaciones e importaciones de madera y muebles de madera en Costa Rica. (2015). Recuperado de: <https://www.onfcr.org/media/uploads/documents/balanza-comercial-2015.pdf>

Comercialización de la madera. (S.F.). Recuperado de: http://www.almamater.edu.co/Memorias.PDF/5.Comercializacion.de.Madera_Cesar.Polanco_Refocosta.pdf

Demanda de la madera en China. (S.F.). Recuperado de: http://www.lesprom.com/ru/members/Beijing_Orient_Agribusiness_Consultant_26968/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81_%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D1%8B/2001322269264082644838656277143732722823_368272147526408264483_855

El aumento de importación de madera en China. (2011). Recuperado de: <http://www.yunfeng.com/news1.php?id=438>

APENDICES

Apéndice 1

Estimado entrevistado,

Mi nombre es Zi Ying Zhang Wen, y me encuentro actualmente realizando mi trabajo final de graduación, para optar por el grado académico de Bachiller en Comercio Internacional, en la Universidad Internacional de las Américas, bajo el título “Potencial comercial de la exportación de madera de ciprés hacia el mercado chino al año 2018”, para lo cual le agradeceré si sirva llenar de modo claro y conciso lo que se le solicita en el presente cuestionario, teniendo en cuenta que la información brindada en el mismo, será de carácter confidencial y los datos se usarán exclusivamente para el análisis de la presente investigación.

Se le agradece la colaboración.

Pregunta 1: De acuerdo a su criterio, ¿tienes conocimiento sobre la demanda o oportunidades que posee la madera de ciprés en el mercado?

Pregunta 2: De acuerdo a su experiencia, ¿sabe usted el perfil del producto que maneja sus competidores nacionales o el más preferido del país importador China?

Pregunta 3: Qué regulaciones o exigencias tiene la madera de ciprés en el proceso de la exportación?

Pregunta 4: Según su opinión, ¿considera que el precio de la madera ciprés costarricense es competitivo con los demás exportadores a nivel internacional en el mercado chino?

Pregunta 5: Según sus conocimientos, ¿cuáles son las barreras que limita la ampliación o

expansión en la exportación de madera de ciprés hacia China?

Pregunta 6: Siente usted el apoyo del Estado para los exportadores en la exportación de madera?

En caso de si, ¿cuáles son? En caso de no, ¿qué espera del Estado como apoyo?