

Estudio de mercado Productos de madera con valor agregado en la Región Huetar Caribe

Luis Martínez Wilson*
Henry Binns Hernández**
Luis Diego Camacho Cornejo***
Alejandro Meza-Montoya****
almeza@itcr.ac.cr
Verónica Villalobos-Barquero*****

Palabras clave:

Mercado, productos forestales, valor agregado, Caribe.

El proyecto de extensión *Modelos de negocios basados en el manejo silvicultural para pequeños y medianos productores forestales en la región Huetar Caribe de Costa Rica*, es desarrollado por la Escuela de Ingeniería Forestal del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) con el apoyo financiero del Programa de Regionalización Universitaria.

El objetivo de esta iniciativa es brindar apoyo técnico en la solución de problemas de los (as) pequeños (as) productores (as) afiliados a la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Región Atlántica (ASIREA) en la región Huetar Caribe (RHC) en la provincia de Limón, tanto en manejo silvicultural de sus plantaciones forestales como en la aplicación de modelos de negocio rentables que hagan atractiva su permanencia en esta actividad. Este artículo está dentro del componente 3 en demanda de productos forestales.

La situación actual del mercado de productos forestales de maderas plantadas es una de las interrogantes que se analizan en este proyecto; por tal motivo, en el primer semestre del año 2021 se realizó un estudio de mercado de la demanda de productos de madera con valor agregado, su rentabilidad, procedencia y las especies de madera más comercializadas en la región. Para tal efecto se definió una muestra de 68 puntos de venta distribuidos geográficamente desde Cariari en Pococí hasta Bribri en Talamanca, con una encuesta elaborada en formato de Google, de fácil y rápida aplicación.

En las figuras 1 y 2 se presenta la ubicación de las empresas entrevistadas por distrito y el tipo de empresa evaluada.

Se consultó la demanda de varios productos específicos de madera como: madera aserrada, molduras de madera, puertas de madera y sus partes, muebles para diversos espacios, ataúdes y la categoría de otros; para cada uno de los tipos de productos se consultó por la especie de madera utilizada para su construcción, el precio de venta y el costo de producción, lo que arrojó los siguientes resultados:



Fotografía 1. El estudiante Luis Martínez en visita a ferretería en Valle La Estrella, Limón.

Madera aserrada

Para el caso de la madera aserrada la demanda de las empresas se presenta en la figura 3.

Un 36,76% de la muestra afirma comercializar madera aserrada; este porcentaje está conformado por todas las empresas que son ferreterías y aserraderos de la muestra; el restante 63,24% corresponde a empresas como almacenes, mueblerías y funerarias en las que no se comercializa madera aserrada pues no es su actividad económica.

El precio de venta final para este producto es analizado en la figura 4, y constituye un dato promedio, es decir, en pedidos de cuántos miles de colones comúnmente venden madera aserrada ya que en precios individuales las especies tienen diferencias interesantes. Por ejemplo, el precio del laurel cepillado en tablilla de 1/2 x 3 pulgadas está entre ₡500 y ₡2 300 por vara (83,6 cm); pero también hay presentaciones de laurel en tableros

de un metro a precios de ₡9 995, mientras que las reglas de pino chileno de 1/2 x 3 pulgadas en 3,20 metros de longitud rondan precios alrededor de ₡2 000.

La Figura 4 muestra que los precios de venta final de 23 de los comerciantes de madera aserrada generalmente están entre los ₡50 001 a los ₡100 000; es importante aclarar que estos precios son debido a que la madera aserrada se vende de dos formas: por pulgada maderera tica (pmt), o por varas, y dependiendo del tipo de madera estos precios varían.

Los empresarios afirman que los pedidos que superen los ₡200 000 se presentan cuando un cliente desea construir desde el principio algún edificio, algo que no es tan común. La línea de tendencia termina de confirmar que los pedidos de madera aserrada entre los ₡50 000 y los ₡100 000 son los más concurridos en el mercado limonense.

La periodicidad de venta de la madera aserrada es ilustrada en el gráfico de pastel de la figura 5.

Como se observa en el gráfico, la madera aserrada es un producto de una alta rotación mensual. Un 36% de las empresas que la venden afirman suplir de dos a cinco pedidos mensuales; un 28% afirma que recibe entre 6 y 10 pedidos; y el último 36% afirman vender hasta más de 10 pedidos de madera aserrada al mes. Lugares como las ferreterías El Colono Construcción y los aserraderos encabezan la lista de los comercializadores de madera en esta presentación.

Molduras de madera

Por su parte, el mercado de las molduras de madera presenta una demanda que está representada gráficamente en la figura 6.

En el caso de las molduras de madera, un 32,35% de las 68 empresas afirman vender este producto, siendo las ferreterías las principales empresas en comercializarlo; el 67,65% restante no lo comercializa porque su empresa no se dedica a venderlos.

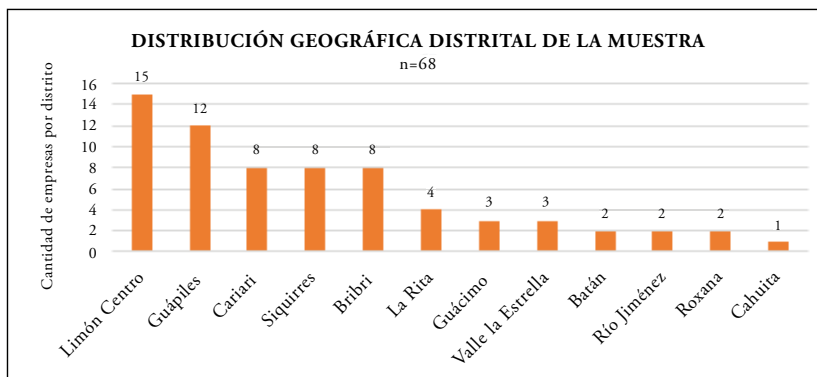


Figura 1. Distribución por distrito de las empresas de la muestra.

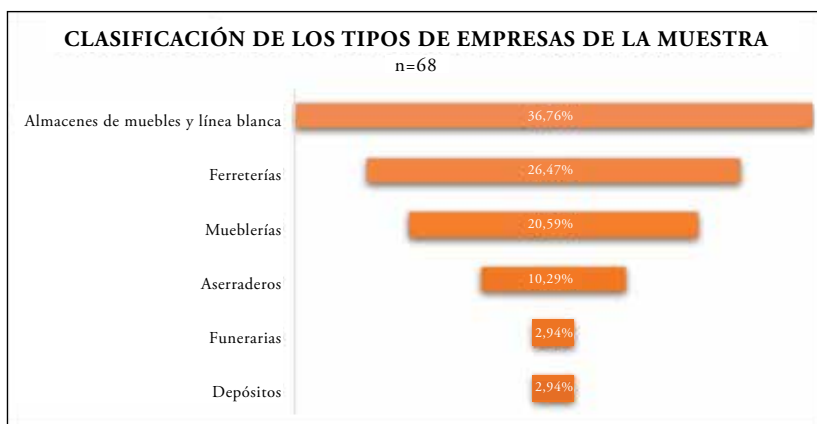


Figura 2. Clasificación de los tipos de empresas de la muestra.

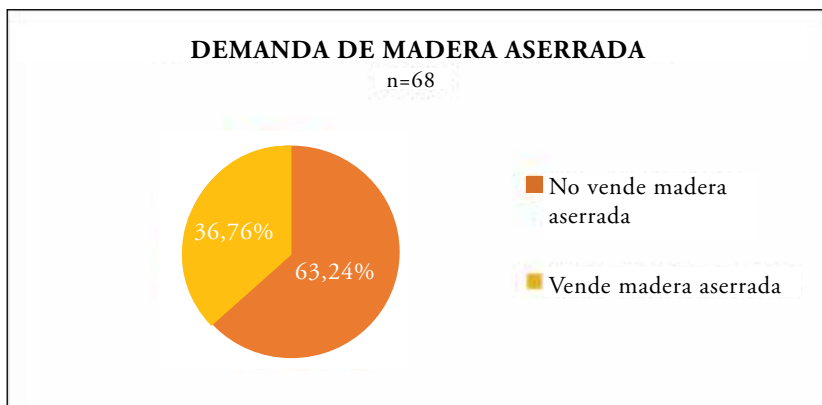


Figura 3. Demanda de madera aserrada en la RHC.

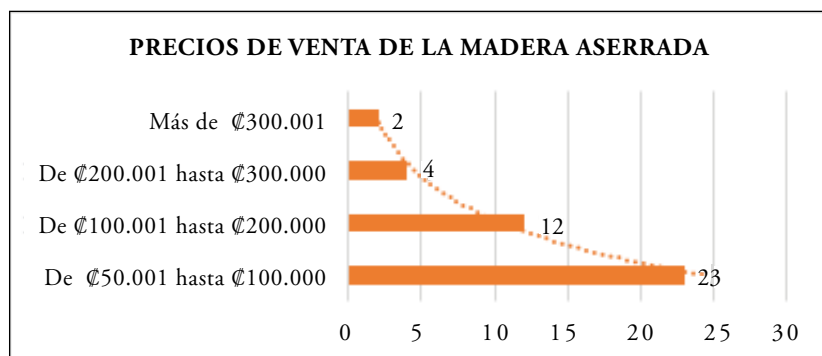


Figura 4. Rangos de precios de venta de los pedidos de madera aserrada.



Figura 5. Periodicidad de venta de la madera aserrada.

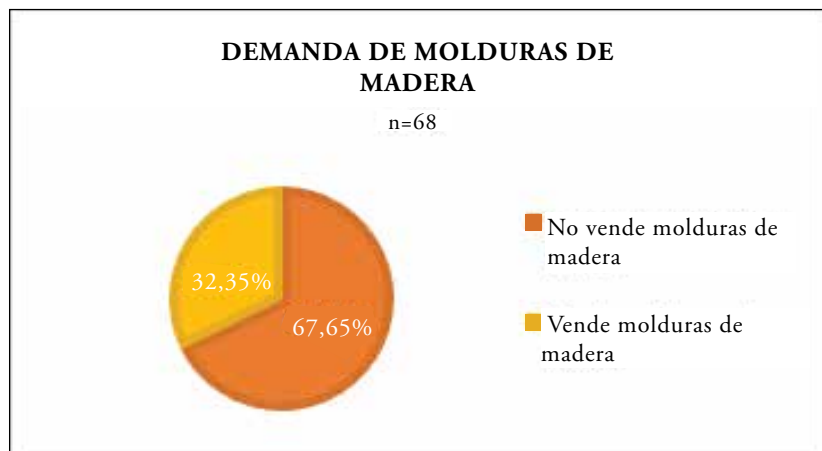


Figura 6. Demanda de molduras de madera.



Fotografía 2. Almacenamiento de madera aserrada nacional e importada, Limón.

El precio de venta de las molduras de madera es en miles de colones al mes, porque de manera unitaria rondan precios desde los €600 por vara hasta los €15 000 la más cara, por lo que de esta forma no podía ser clasificado en las categorías de precio de venta final que se estipularon en la encuesta. De manera gráfica los rangos de precios de venta se muestran en la figura 7. El precio unitario de este artículo no es muy elevado, por lo que para poder obtener una buena ganancia hay que vender en cantidades grandes mensualmente. Sin embargo, algo interesante es que la mayoría de las molduras son producidas con madera de laurel y los encuestados afirmaron que el laurel es una especie de madera que encuentran muy a menudo en la Región Huetar Caribe.

La figura 8 explica la periodicidad de venta mensual de las molduras.

El 50% de la población que comercializa molduras (ferreterías ubicadas en las distintas ciudades de cada cantón) afirma suplir de dos a cinco pedidos al mes; un 18% afirma vender entre seis y 10 pedidos al mes (dentro de este porcentaje se encuentran ferreterías ubicadas en el centro de cada ciudad); el segundo 18% afirma vender más de 10 pedidos al mes (dentro de este 18% se pueden mencionar los tres almacenes de Colono Construcción entrevistados y un aserradero en Siquirres); y el restante 14% solo lo hace una vez al mes. Este último porcentaje corresponde a ferreterías que no están ubicadas en las cabeceras de cantón, sino que más bien se localizan en barrios alejados del centro de la ciudad o en ciudades no tan pobladas.

Puertas

En la figura 9 se presenta la familia de las puertas y sus componentes; se muestra la demanda del consumidor en estos negocios; un 58,82% de la muestra (28 locales) afirma venderlas, mientras un 46,67% no tiene consumidores demandantes de las puertas, razón por la cual no las venden.

La figura 10 muestra los rangos de precios de venta general de las puertas. Estos varían mucho porque las puertas son un bien que se puede adquirir como un producto terminado o como un producto hecho a la medida; cuando este es el caso, el precio de la puerta se eleva, haciendo que resulte difícil brindar un precio promedio al producto.

Las puertas, según la especie con la que es fabricada, pueden tener precios muy diferentes; por ejemplo, las puertas de laurel de cinco tableros, que son las más comunes de encontrar en el mercado, rondan precios que van desde los €75 000 a los €100 000; las puertas de MDF y melamina tienen precios entre los €19 000 y los €22 500; las de cenízaro tienen precios entre los €150 000 y los €300 000, dependiendo del diseño y el tamaño; y para las puertas de pino se encontraron precios entre €32 000 y €55 000.

Como se mencionó anteriormente los precios más comunes en la venta de puertas son los inferiores a los

€100 000, ya que las puertas fabricadas con especies de madera como el laurel, el pino chileno, MDF y melamina son las más vendidas y sus precios varían desde €19 000 hasta €100 000. Estos precios se pueden incluso duplicar cuando son diseños hechos a la medida con acabados finos y otros valores agregados. Cuando se habló con los encuestados y se les consultó sobre la periodicidad de venta mensual de puertas en su local, indicaron que desde que inició la pandemia provocada por la covid-19 ha disminuido considerablemente; indicaron que las personas no construyen como antes. En la figura 11 se observa gráficamente.

Se puede observar que 17 de los 28 empresarios que venden puertas (65%), afirman hacerlo en una cantidad de dos a cinco veces al mes; el 18% afirman vender entre seis y 10 puertas al mes; el 11% corresponde a las tres sedes del Colono Construcción entrevistadas y son las únicas que afirman vender más de 10 puertas al mes; y solo tres empresas afirman vender una puerta al mes. Estas últimas son empresas de un solo empleado o máximo dos.

Mercado de muebles

El mercado de muebles es el de mayor demanda y los resultados se pueden observar en el gráfico de la figura 12.

Los muebles son vendidos en 41 empresas de la muestra. Este mercado a su vez es el más difícil de penetrar pues existe bastante estandarización a nivel de proveedores en las diferentes cadenas de almacenes como Gollo, Tiendas Monge, Artelec y Tiendas M Express. También trabajan en este mercado las mueblerías que a su vez son fabricantes en algunos casos. La figura 13 muestra el comportamiento del precio de venta de los muebles.

En la mayoría de los casos el precio de venta se comporta de manera similar pues existe una gran variedad de muebles en casi todos los locales. Cabe recalcar que los muebles aumentan su valor de venta final dependiendo de la especie empleada en su construcción, su tamaño y la cantidad de detalles que tengan. En cuanto a la periodicidad de venta también es muy recurrente, como se puede observar en la figura 14.

Los muebles se venden con mucha frecuencia pues en 17 empresas (40%) se venden más de 10 veces al mes; el 36% dicen no llegar a las 10 ventas por mes e indican que la pandemia ha afectado mucho las ventas y aún no se recuperan del todo; este también es el caso de los empresarios que conforman los segmentos del 7% y 17% en la gráfica.

Ataúdes

La demanda de ataúdes analizada en el estudio es baja y no existen muchos oferentes; algunos de los resultados obtenidos pueden observarse en la figura 15.

Un total de dos funerarias fueron entrevistadas, siendo estas las únicas en comercializar ataúdes de todas las empresas de la muestra.

El precio de venta de los ataúdes varía principalmente por los tamaños de la caja, pues esta tiene que ser de un tamaño adecuado para el usuario final; por ello, en las funerarias se suelen encontrar precios muy variados, como se muestra en la figura 16.

El tema de los precios de los ataúdes no es lo relevante porque los precios se ajustan muy bien a los costos de producción; lo relevante y realmente desalentador, hablando en materia de mercadeo, es la periodicidad de venta, tal como se muestra en la figura 17.

La periodicidad es muy baja debido principalmente a que la demanda de este producto es incierta. La funeraria que respondió que hace más de una venta de ataúd al mes afirma que en un mes muy bueno en ventas se llega a la venta de cinco ataúdes. Los precios de venta al consumidor son bajos para una de las funerarias y para la otra es más elevado porque se enfoca en vender ataúdes con acabados más finos.

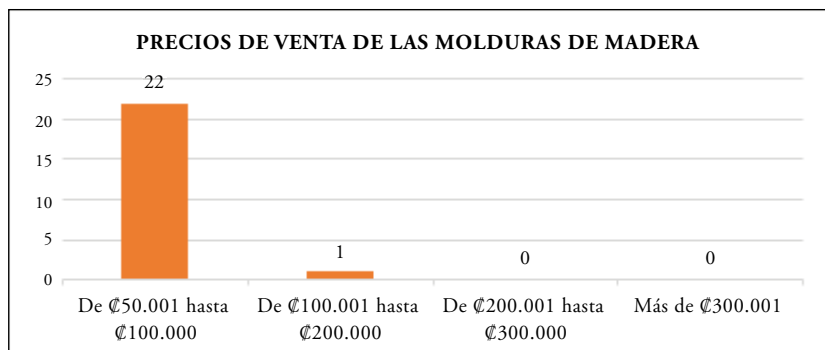


Figura 7. Rangos de precios de venta de las molduras por metro lineal de madera.

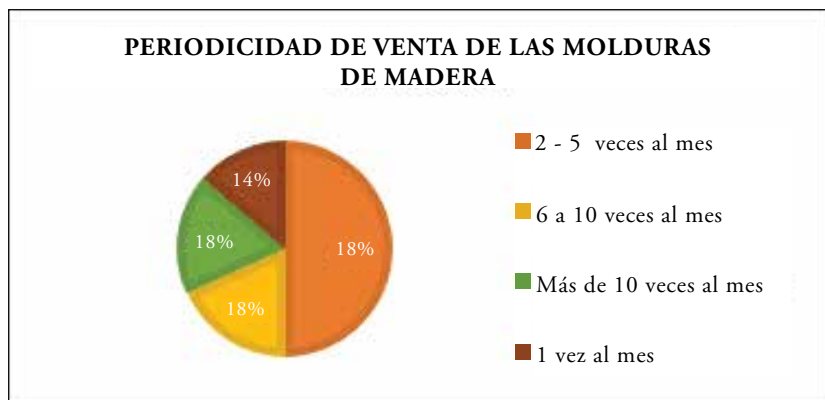


Figura 8. Periodicidad de venta de las molduras de madera.

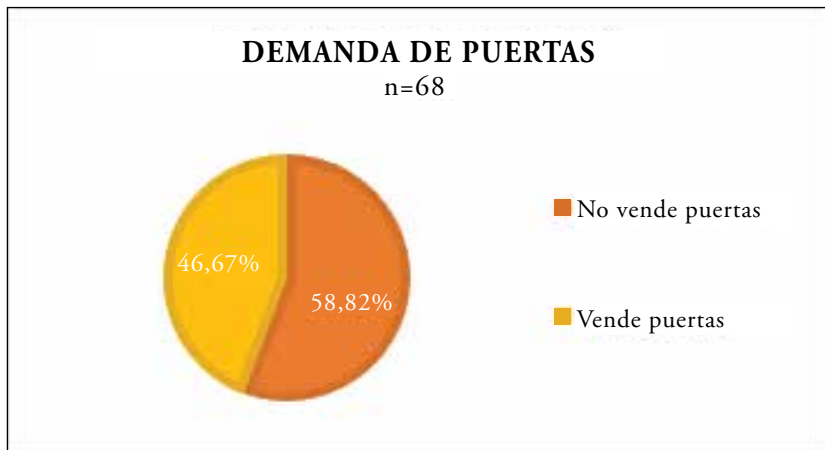


Figura 9. Demanda de puertas.

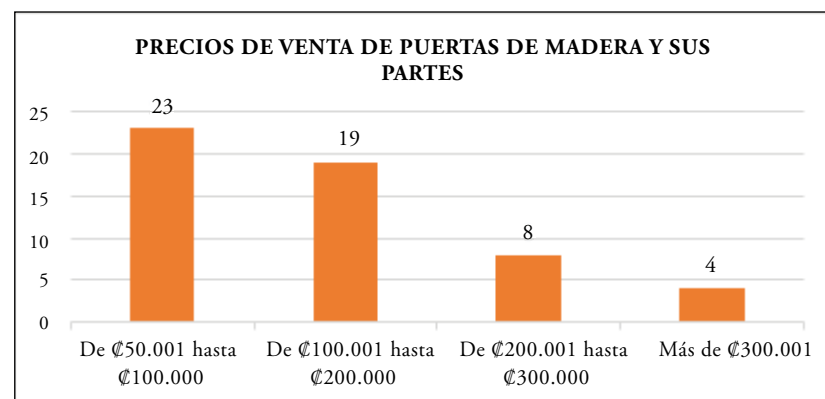


Figura 10. Rangos de precios de venta de puertas de madera y sus partes.

PERIODICIDAD DE VENTA DE LAS PUERTAS DE MADERA Y SUS PARTES



Figura 11. Periodicidad de venta de puertas de madera y sus partes.

DEMANDA DE ATAÚDES

n=68

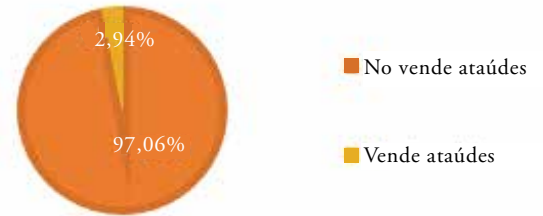


Figura 15. Demanda de ataúdes.

DEMANDA DE MUEBLES

n=68

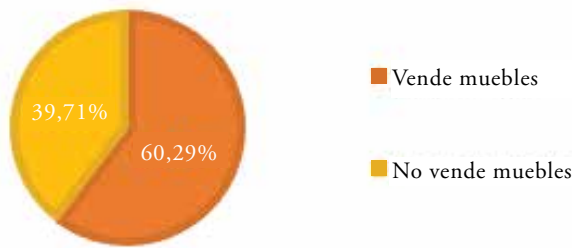


Figura 12. Demanda de muebles para sala, cocina, dormitorio y oficina.

RANGOS DE PRECIOS DE VENTA DE ATAÚDES

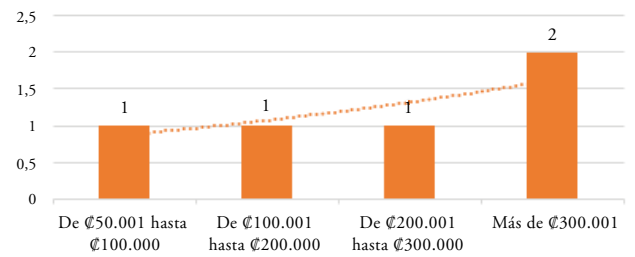


Figura 16. Rangos de precios de venta de ataúdes.

PRECIOS DE VENTA DE MUEBLES

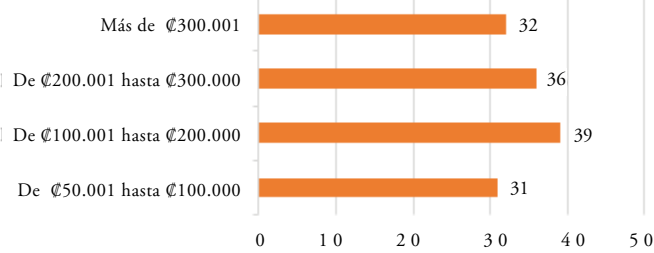


Figura 13. Rango de precios de venta de muebles.

PERIODICIDAD DE VENTA DE ATAÚDES

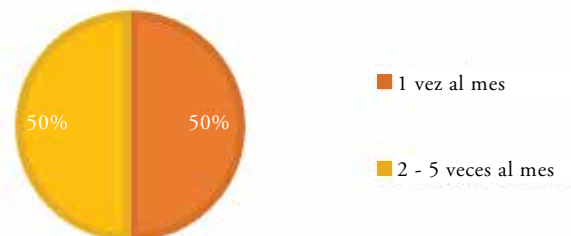


Figura 17. Periodicidad de venta de ataúdes.

PERIODICIDAD DE VENTA DE MUEBLES

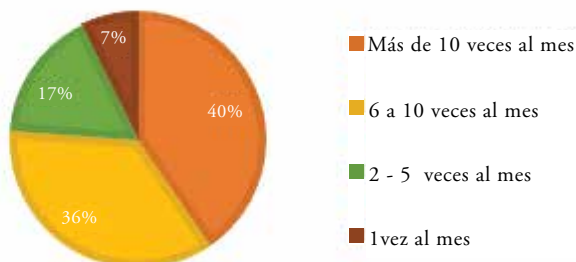


Figura 14. Periodicidad de venta de muebles.

ESTADO EN EL QUE ADQUIERE LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA

n=68

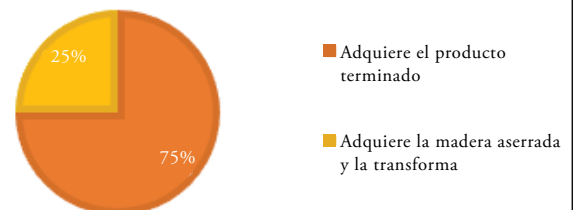


Figura 18. Estado en el que adquiere los productos que comercializa.



Fotografía 3. Sobre de mesa en madera de guanacaste, mueblería en Limón.

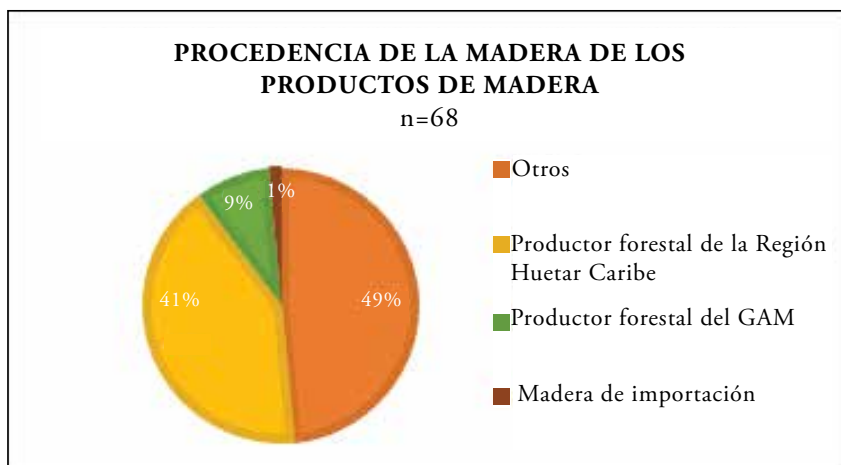


Figura 19. Procedencia de la madera para elaborar los productos.

Estado de la mercancía

El estudio analizó también la forma en que el encuestado se siente cómodo al adquirir la mercancía que vende. El resultado se ve en la figura 18.

En este gráfico se entiende que el vendedor de productos de madera no es fabricante y, por tanto, prefiere obtener el producto terminado; por ello, el productor forestal de la Región Huetar Caribe debe poner sus esfuerzos en desarrollar un modelo de negocio enfocado en fabricar varios productos acabados y ponerlos a una buena disposición del cliente. Del 25% que adquiere la madera aserrada y la transforma, ellos son mueblerías o aserraderos y afirman estar dispuestos a comprarle madera a productores forestales de la región.

Es importante mencionar que ninguna de las empresas adquiere la madera y la ensambla pues no están especializados en esa labor.

Al estudiar la procedencia de la madera se quería definir con claridad si esta era adquirida de proveedores forestales de la Gran Área Metropolitana, de la Región Huetar Caribe o si era madera de importación; la figura 19 explica mejor la procedencia de la madera.

Como se puede observar, un 49% de la muestra obtiene sus productos de madera de proveedores de muebles que no son productores forestales propios de la Región Huetar Caribe. Como se mencionó anteriormente, este porcentaje es elevado porque en las cadenas de almacenes y mueblerías se tiende a comercializar estos

productos ya listos para la venta porque resulta más rentable que producirlos; y en el caso de los almacenes estos deben tener una estandarización en los productos que venden por lo que generalmente tienen un solo proveedor de muebles para todas las tiendas del país. Sin embargo, es positivo notar que otra gran parte de la muestra (un 41%) sí usa madera de productores de la zona, lo que muestra que sí existe un nicho que podría servirle al productor regional.

Conclusión

Existe una demanda de productos de madera con valor agregado en la Región Huetar Caribe en almacenes de muebles y línea blanca, ferreterías, mueblerías, aserraderos y funerarias; el producto de madera más demandado son los muebles, especialmente elaborados con madera de pino y laurel, seguido por las puertas en las mismas especies; en tercer lugar, la madera aserrada; y en cuarto lugar están las molduras de madera.

La mejor rentabilidad está en los muebles para sala, cocina, dormitorio y oficina, su margen de utilidad fue de 59,09%; pero a la vez, es el mercado más difícil de penetrar en el corto plazo debido a la estandarización a nivel de proveedores en cadenas de almacenes.

Este estudio da información para generar un estudio de factibilidad para un nuevo modelo de negocio para los socios beneficiarios de ASIREA, que es resultado final del proyecto de extensión. ||

*Luis Martínez Wilson, estudiante de la carrera de Administración de Empresas del TEC en el Centro Académico de Limón. luigillio310@gmail.com

**Henry Binns Hernández, profesor del TEC en el Centro Académico de Limón. hbinns@itcr.ac.cr

***Luis Diego Camacho Cornejo, profesor del TEC en la carrera de Ingeniería Forestal, Campus Central de Cartago. dicamacho@itcr.ac.cr

****Alejandro Meza-Montoya, profesor del TEC en la carrera de Ingeniería Forestal, Campus Central de Cartago. Coordinador del proyecto. almeza@itcr.ac.cr

*****Verónica Villalobos-Barquero, profesora del TEC en la carrera de Ingeniería Forestal, Campus Central de Cartago. vvillalobos@itcr.ac.cr