

**IDENTIFICACIÓN DE NUEVOS MERCADOS PARA LA MADERA TECA
ROLLIZA DE LA EMPRESA TECFOR CONSTRUCTORES**

**ANTONIO CORREA RAMÍREZ
PAOLA VANESA MONTENEGRO TERÁN**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INGENIERÍA
INDUSTRIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. y C.**

2004

**IDENTIFICACIÓN DE NUEVOS MERCADOS PARA LA MADERA TECA
ROLLIZA DE LA EMPRESA TECFOR CONSTRUCTORES**

**ANTONIO CORREA RAMÍREZ
PAOLA VANESA MONTENEGRO TERÁN**

**Trabajo de Grado para optar al título de
Administrador de Empresas e Ingeniero Industrial**

**Asesor
JULIO CESAR SÁNCHEZ
Economista**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INGENIERÍA
INDUSTRIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T. y C.**

2004

ARTICULO 107

La institución se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos de grado aprobados, los cuales no deben ser explotados comercialmente sin su autorización.

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS	2
JUSTIFICACIÓN	3
1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1. Identificación del problema	4
1.2. Objetivos	5
1.3. Justificación	6
1.4. Antecedentes de investigación	6
1.4.1. Análisis del potencial exportador de las puertas en madera al mercado común centroamericano.	7
1.4.2. Demanda de la madera Teca a nivel Mundial. Estudios sobre mercados de madera para Bosques Naturales Tropicales S.A. 2002.	7
1.4.3. Gestión de la coordinación nacional de la cadena forestal madera, tablero y muebles de madera.	8
1.4.4. Ministerio de Agricultura - Programa de Oferta agropecuaria	9
1.5. tipo de investigación	9
1.6. Metodología de Trabajo	9
1.7. LOGROS ESPERADOS	11
1.8. PLAN DE TRABAJO	11
2. TECFOR CONSTRUCTORES	12

2.1.	GENERALIDADES	12
2.2.	ANÁLISIS DOFA DE LA EMPRESA TECFOR CONSTRUCTORES	18
2.2.1.	Fortalezas.	18
2.2.2.	Debilidades.	21
2.2.3.	Oportunidades.	22
2.2.4.	Amenazas.	23
2.3.	MATRIZ DOFA	24
3.	LA MADERA TECA	25
3.1.	HISTORIA	25
3.2.	SIEMBRA DE TECA	28
3.2.1.	Mantenimiento.	29
3.2.2.	Riesgos de la siembra de madera Teca	29
3.2.3.	CONTROLES POST SIEMBRA.	30
3.2.4.	Corte	33
3.2.5.	Calidades de la madera teca.	36
3.2.6.	Normas técnicas de la Teca	37
3.3.	TRANSPORTE	37
3.4.	PRINCIPAL USO DE LAS MADERAS TROPICALES	39
4.	PAÍSES CON POTENCIAL IMPORTADOR	41
4.1.	INDIA	43
4.1.1.	Generalidades.	44
4.1.2.	Economía.	46
4.1.3.	Logística	47
4.2.	HONG KONG	49
4.2.1.	Generalidades.	49
4.2.2.	Economía.	50
4.2.3.	Logística.	51
4.2.4.	Acuerdos Comerciales	54
4.2.5.	Tarifas arancelarias	55

4.3.	REPUBLICA POPULAR DE CHINA	57
4.3.1.	Generalidades.	59
4.3.2.	Economía.	61
4.3.3.	Logística	62
4.3.4.	Acuerdos Comerciales	67
4.3.5.	Tarifas Arancelarias	69
4.4.	TAILANDIA	71
4.4.1.	Generalidades.	71
4.4.2.	Economía.	73
4.4.3.	Logística.	74
4.4.4.	Acuerdos Comerciales	78
4.4.5.	Tarifas arancelarias	79
4.5.	ANÁLISIS DE LOS PAÍSES IMPORTADORES DE MADERA	81
4.5.1.	El PIB per capita.	81
4.5.2.	La población.	81
4.5.3.	Precio de venta.	82
4.5.4.	Tipo de gobierno.	82
4.5.5.	Exportaciones colombianas al país.	82
4.5.6.	Logística	82
4.6.	COMPARACIÓN ENTRE PAÍSES	83
5.	ESTRATEGIAS DE ENTRADA A MERCADOS EXTERNOS	87
5.1.	ESTRATEGIAS	87
5.1.1.	Actualización de datos y búsqueda de oportunidades de negocio.	87
5.1.2.	Utilización de agregados de negocios.	88
5.1.3.	Visita de potenciales compradores a Colombia.	88
5.1.4.	Visita de TECFOR a los países con compradores potenciales.	88
5.1.5.	Utilización de páginas WEB.	89
5.1.6.	Participación en ferias internacionales y ruedas de negocios.	89
5.1.7.	El establecimiento de una filial en el país destino.	89
5.2.	ALGUNAS MODALIDADES DE ENTRADA TENIENDO YA UN CLIENTE DEFINIDO	90
5.2.1.	Joint-Venture	90
5.2.2.	Licencias.	91

5.2.3. Franquicias.	91
5.2.4. Los contratos de administración.	92
5.2.5. Los contratos de manufactura.	92
5.2.6. La exportación.	92
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
BIBLIOGRAFÍA	96

LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	13
CUADRO 2. VOLÚMENES DE VENTAS DE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS.....	15
CUADRO 3. MATRIZ DOFA	24
CUADRO 4. PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE TECA.....	42
CUADRO 5. PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE TECA.....	43
CUADRO 6. DATOS SOCIOECONÓMICOS DE INDIA	45
CUADRO 7. BALANZA COMERCIAL DE INDIA	46
CUADRO 8. EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A INDIA POR MODALIDAD DE TRANSPORTE. 47	47
CUADRO 9. PRINCIPALES DATOS SOCIOECONÓMICOS DE HONG KONG.....	50
CUADRO 10. BALANZA COMERCIAL.....	51
CUADRO 11. EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A INDIA POR MODALIDAD DE TRANSPORTE.....	52
CUADRO 12. RANGOS DE FLETES DE ACUERDO AL TIPO DE EMBALAJE.....	53
CUADRO 13. DATOS IMPORTANTES DE LA CHINA, REPUBLICA POPULAR	60
CUADRO 14. BALANZA COMERCIAL DE CHINA.....	61
CUADRO 15. BALANZA COMERCIAL BILATERAL CON COLOMBIA	62
CUADRO 16. TARIFAS DE REFERENCIA	64
CUADRO 17. TARIFAS DE REFERENCIA.....	66
CUADRO 18. DATOS SOCIOECONÓMICOS DE TAILANDIA.....	72
CUADRO 19. BALANZA COMERCIAL TAILANDIA	74
CUADRO 20. EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A TAILANDIA POR MODALIDAD DE TRANSPORTE.....	74
CUADRO 21. ANÁLISIS COMPARATIVO DE PAÍSES IMPORTADORES DE MADERA.....	83
CUADRO 22. RESUMEN DE INFORMACIÓN POLÍTICA DE PAÍSES.....	84
CUADRO 23. ANTECEDENTES DE PRECIOS DE COMPRA DE LA MADERA TECA POR PAÍS	84
CUADRO 24. PUNTAJES DE REPUBLICA POPULAR DE CHINA.....	85
CUADRO 25. PUNTAJES DE HONG KONG.....	85
CUADRO 26. PUNTAJES DE INDIA.....	86
CUADRO 27. PUNTAJES DE TAILANDIA.....	86

LISTA DE FOTOS

	Pág.
FOTO 1. PLÁNTULAS LISTAS PARA SER SEMBRADAS.....	28
FOTO 2. ÁRBOLES DE TECA DURANTE LOS PRIMEROS TRES MESES	30
FOTO 3. ÁRBOL DE TECA	32
FOTO 4. TECA MAYOR DE 10 AÑOS.....	32
FOTO 5. AMARRE DEL ÁRBOL A LA GRÚA.....	34
FOTO 6. ACOMODACIÓN DE TRONCOS CORTADOS.....	34
FOTO 7. DESPERDICIO	35
FOTO 8. TROZAS DE MADERA LISTAS PARA SER EMBARCADAS EN LA TRACTOMULA.....	35
FOTO 9. ASEGURAMIENTO DE LAS TROZAS EMBARCADAS EN LA TRACTOMULA.	38
FOTO 10. TROZAS DE TECA LISTAS PARA EMBARQUE	38

LISTA DE MAPAS

	Pág.
MAPA 1. INDIA.....	43
MAPA 2. HONG KONG.....	49
MAPA 3. REPUBLICA POPULAR DE CHINA.....	57
MAPA 4. TAILANDIA.	71

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. COMPOSICIÓN DEL PIB REAL DE LA INDIA.....	46
FIGURA 2. COMPORTAMIENTO DEL PIB EN HONG KONG.....	51
FIGURA 3. COMPOSICIÓN DEL PIB REAL.....	61
FIGURA 4. COMPOSICIÓN DEL PIB POR GRANDES SECTORES.....	73

EPIGRAFE

El trabajo de investigación comienza con la descripción general de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES, seguida de un análisis DOFA donde salen a relucir todas sus fortalezas y debilidades en una matriz con estrategias para mitigar las debilidades y aumentar las fortalezas. Luego es descrita detalladamente la madera teca así como sus cualidades usos y aplicaciones, seguido de un recorrido por todo el proceso de siembra, post siembra, corte, transporte y embarque hacia su destino final. Después se pretende identificar nuevos mercados a nivel internacional, mediante una selección de países, y de variables características de cada país donde finalmente se llega identificar los nuevos mercados en los cuales se debería penetrar, en base al diseño de unas estrategias de entrada y se exponen algunos tipos de modalidades de negocio con se podría acceder a estos nuevos mercados. Para terminar con conclusiones y recomendaciones a implementar por parte de la empresa.

INTRODUCCIÓN

En Colombia actualmente el gobierno esta incentivando una cultura exportadora, con muchas facilidades para los nuevos empresarios. Es importante para TECFOR CONSTRUCTORES como empresa, que se exporte cada vez mas cantidades de teca a distintos países, ya que en estos momentos las plantaciones sembradas 22 años atrás están por ser aprovechadas y comercializadas, además, cuenta con la capacidad de producción requerida y un posicionamiento que tiene a nivel nacional, así el siguiente paso será orientarse hacia la identificación de nuevos mercados a nivel internacional. Puesto que la teca, una de las maderas más valiosas del mundo, se ha venido constituyendo en uno de los negocios más interesantes del sector reforestador en Colombia¹.

Es importante resaltar que la capacidad instalada de la empresa, no esta siendo utilizada en su totalidad, por esta razón la búsqueda de nuevos mercados entra a formar parte importante, ya que con la conquista de ellos vamos a aprovechar lo que se esta subutilizando en la empresa y elevar los niveles de productividad. La empresa TECFOR Constructores en este momento exporta la madera Teca rolliza sin ningún valor agregado, hacia la India, que es el único país que importa la madera de esa forma, aquí se identifica el problema mediante el cual, con este proyecto permitirá a la empresa identificar nuevas opciones de mercados o nuevas oportunidades de exportación para la madera teca rolliza.

¹ Dinero.com Edición No. 201 - MAYO 16, 2004

OBJETIVOS

General:

Identificar nuevos mercados para la madera teca rolliza de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES que le permita diversificar sus destinos, elevar su nivel competitivo y obtener mayores beneficios.

Específicos:

- Analizar las condiciones de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES, con el fin de observar las variables internas, identificando sus debilidades y fortalezas, que le permitan obtener un nivel competitivo en el entorno internacional.
- Analizar las condiciones de demanda mundial de la madera teca rolliza, determinando mercados destinos.
- Confrontar las condiciones de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES con las condiciones de demanda a fin de determinar la viabilidad de atacar nuevos mercados.
- Diseñar estrategias de ingresos a los nuevos mercados internacionales

JUSTIFICACIÓN

La identificación de nuevos mercados para la madera teca en troza de la empresa TECFOR Constructores, es indispensable para disminuir el riesgo de estancarse en un solo mercado, también permite prepararla para incluirse en el mercado mundial como lo exige la globalización de la economía, asegurando la existencia de la empresa a largo plazo.

De no hacerse no se podría afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional, dejando de aumentar los volúmenes de ventas y subutilizando la capacidad productiva de la empresa.

1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En Colombia actualmente el gobierno esta incentivando una cultura exportadora, con muchas facilidades para los nuevos empresarios. El trabajo de identificación de nuevos mercados, es importante realizarlo para la empresa TECFOR ya que en estos momentos las plantaciones sembradas 22 años atrás, están por ser aprovechadas y comercializadas, además, cuenta con la capacidad de producción requerida y un posicionamiento que tiene a nivel nacional, así el siguiente paso será orientarse hacia la penetración de nuevos mercados a nivel internacional.

Es importante resaltar que la capacidad instalada de la empresa, no esta siendo utilizada en su totalidad, por esta razón este trabajo investigativo, entra a formar parte importante ya que con la conquista de nuevos mercados vamos a aprovechar lo que se esta subutilizando en la empresa y elevar los niveles de productividad.

La empresa TECFOR CONSTRUCTORES en este momento exporta la madera Teca rolliza sin ningún valor agregado, hacia la India, país que importa la madera de esa forma, aquí se identifica el problema en la cual con este proyecto permitirá a la empresa identificar nuevas opciones de mercados o nuevas oportunidades de exportación para la madera teca rolliza.

1.2. OBJETIVOS

General:

Identificar nuevos mercados para la madera teca rolliza de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES que le permita diversificar sus destinos, elevar su nivel competitivo y obtener mayores beneficios.

Específicos:

- Analizar las condiciones de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES, con el fin de observar las variables internas, identificando sus debilidades y fortalezas, que le permitan obtener un nivel competitivo en el entorno internacional.
- Analizar las condiciones de demanda mundial de la madera teca rolliza, determinando mercados destinos.
- Confrontar las condiciones de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES con las condiciones de demanda a fin de determinar la viabilidad de atacar nuevos mercados.
- Diseñar estrategias de ingresos a los nuevos mercados internacionales

1.3. JUSTIFICACIÓN

La identificación de nuevos mercados para la madera teca en troza de la empresa TECFOR Constructores, es indispensable para disminuir el riesgo de estancarse en un solo mercado, también permite prepararla para incluirse en el mercado mundial como lo exige la globalización de la economía, asegurando la existencia de la empresa a largo plazo.

De no hacerse no se podría afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional, dejando de aumentar los volúmenes de ventas y subutilizando la capacidad productiva de la empresa.

1.4. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

La empresa TECFOR constructores no ha realizado investigaciones respecto al tema de la exportación de la madera teca rolliza debido a que están limitados a un solo mercado como son los clientes de la India.

Estos clientes de la India se han dado por medio de contactos de personas de otras empresas, gracias a las buenas referencias de la madera Teca y Guayacán sembrada en Colombia en las zonas de los departamentos de Córdoba y Tolima.

Algunas otras investigaciones y estudios relacionados con la exportación de madera son:

1.4.1. Análisis del potencial exportador de las puertas en madera al mercado común centroamericano.

Trabajo de grado. Universidad Tecnológica de Bolívar, 2003. 60 p. Realizado por: MORA HADDAD Claudia Patricia y POLO BULA José Rafael

Conclusiones: Los países de Centroamérica presentan una gran afinidad cultural con Colombia, en lo que respecta a idioma, religión costumbres, entre otros aspectos. Se tomó a Costa Rica como la mejor alternativa para las exportaciones de puertas de madera, marcos y contramarcos, ya que muestra los mejores indicadores entre los países que conforman el mercado común centroamericano, mostrando el mayor PIB per capita y el mejor acceso desde Colombia y en especial desde el puerto de Cartagena.

1.4.2. Demanda de la madera Teca a nivel Mundial. Estudios sobre mercados de madera para Bosques Naturales Tropicales S.A. 2002.

Estudio realizado por Jaime Custode que concluyo que los principales mercados para la madera teca aserrada lo constituyen Norteamérica, Europa y Japón en los que se usa esta madera para la construcción de casas sometidas a condiciones ambientales extremas, muebles lujosos, muebles de exteriores y en el recubrimiento de superficies exteriores e interior de yates, etc. Estudios sobre la madera teca argumentan que aunque su popularidad está siempre en ascenso, sus bosques naturales se reducen a un ritmo alarmante. La demanda mundial de la teca aumenta año tras año pero la oferta se ha reducido significativamente en los últimos años. La población mundial está creciendo a una tasa de 100 millones de personas por año. La Organización Alimenticia y Agrícola de las Naciones Unidas calcula que

aumentará la demanda de todos los tipos de madera en un 50% en menos de 15 años. Diversos grupos de conservacionistas indignados por el ritmo de la deforestación a nivel global, libran guerras ambientalistas. La industria maderera deberá efectuar cambios significativos en el futuro...

Disponible en la página:

<http://www.bosquestropicales.com/html/Espanol/mercados.html>

1.4.3. Gestión de la coordinación nacional de la cadena forestal madera, tablero y muebles de madera.

Desde el año 1995, el Gobierno Nacional ha promovido la suscripción de Acuerdos de Competitividad por Cadenas Productivas, y en particular para el sector forestal se han firmado los acuerdos de las cadenas Pulpa – Papel- Cartón y Artes Gráficas (1996) y de Tableros Aglomerados – Contrachapados y Muebles de Madera (1998). En el 2000 se firmó una estrategia exportadora para la Cadena de Tableros Aglomerados – contrachapados y Muebles de Madera.

El Programa de Desarrollo de las Cadenas Forestales productivas pretende convertir el sector forestal productivo en una fuente real de riqueza, que cree una base de recursos forestales de alta calidad y una industria transformadora competitiva, orientada a mercados externos, que dinamice la generación de empleos y la incorporación de tierras a la actividad productiva.

Disponible en la página:

http://www.agrocadenas.gov.co/forestal/Documentos/acuerdo_caldas.pdf.

1.4.4. Ministerio de Agricultura - Programa de Oferta agropecuaria

Objetivo del Programa:

Incrementar la producción agropecuaria competitiva de bienes de cadenas, Productivas como el sector maderero con capacidad de conquistar mercados internos y externos y de gran importancia en el desempeño sectorial y en el nivel de vida de los habitantes rurales.

Disponible en la página:

http://www.minagricultura.gov.co/politicas_agro8.htm

1.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es Descriptiva, puesto que la identificación de nuevos mercados, buscamos señalar y analizar las características, condiciones o fenómenos más sobresalientes que presenten algunos países o determinados mercados, tomándolos como objeto de estudio y como una posible oportunidad de negocio para presentar el producto.

1.6. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Etapa 1. Revisión de antecedentes.

Se realizaran reuniones con la gerencia y los jefes de comercio exterior para conocer los antecedentes de la coyuntura macroeconómica, y el porque la empresa toma la decisión de exportar.

Etapa 2. Recolección de la información

Es importante y necesario para la inteligencia de mercados fijar las metas de la empresa enfocadas a la exportación de la madera, en múltiples variables que pueden ser: financieras y de proyección en el tiempo, es decir, x (equis) numero de unidades vendidas en un tiempo determinado. Los cuales se verán reflejados en un esquema en donde se muestre una operación de exportación y los resultados que se obtendrían con este. Esto se hará a través de la recolección de información relacionada con clientes que nos permitirá crear una base de datos y estudios sobre la demanda de la madera teca a nivel mundial y todo lo relacionado con la exportación como acuerdos comerciales, que puedan existir entre Colombia y otros países con respecto a la exportación de la madera.

Etapa 3. Análisis de la información.

Por medio de procesos de tabulación y aplicando técnicas estadísticas, se construirán tablas y gráficos que permitan desarrollar el análisis de la demanda. Definiendo el mecanismo para el posicionamiento del producto internacionalmente, Analizando las barreras de entrada y salida de los distintos segmentos del mercado exterior, mediante una observación detallada de las oportunidades de venta ya existentes, analizando nuestra competencia, además, de los posibles mercados futuros.

Etapa 4. Elaboración del informe final.

Realizar la redacción del documento con toda la información que se recolecto en el transcurso de la investigación, sobre la empresa, e información acerca de ella, luego se detalla los datos del producto y sus especificaciones, después se destacan los términos en que se va a realizar la negociación y por ultimo la publicidad y promoción que se le dio al producto escogido y se expone el documento a la junta directiva.

1.7. LOGROS ESPERADOS

Se espera con este trabajo ofrecer un documento a la empresa TECFOR CONSTRUCTORES que le sirva como instrumento para diversificar su mercado a través de la consecución de nuevos clientes..

Se espera que este trabajo de identificación de mercados sirva como base de negociación para una operación de exportación rentable y duradera en el tiempo, al igual que para el desarrollo de este producto (madera teca en troza.)

Pero aún más importante, tener un documento que pueda ser muy útil para que TECFOR CONSTRUCTORES se ordene, planifique el futuro, prevea amenazas y oportunidades para la misma.

1.8. PLAN DE TRABAJO

	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Etapa 1	■	■	■	■												
Revisión de Antecedentes																
Etapa 2																
Recolección de Información					■	■	■	■								
Etapa 3																
Análisis de la Información									■	■	■	■				
Etapa 4																
Elaboración del Informe Final													■	■	■	■

2. TECFOR CONSTRUCTORES

2.1. GENERALIDADES

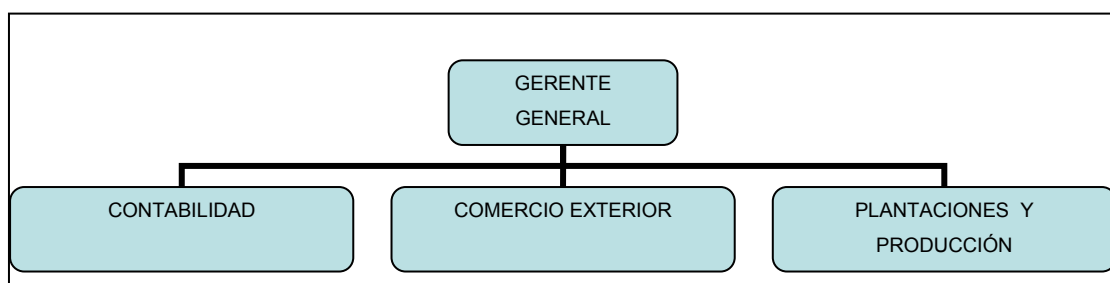
TECFOR CONSTRUCTORES es una empresa dedicada a la reforestación, aprovechamiento, construcción y exportación de la madera teca rolliza. Fue fundada por el Señor Armando Buraglia en 1972 cuando el reforestó 30.000 hectáreas de madera Teca en Colombia y algunas pocas hectáreas de otras variedades de madera como eucalipto y guayacán. Las hectáreas de madera Teca, están repartidas en seis plantaciones propiedad de la empresa así: OMIMEX ubicada en Puerto Perales – Pto Boyacá, HACIENDA ACAPULCO ubicada en La dorada -Caldas, SEN ubicada en La Dorada Caldas, PACHUGAN ubicada en Venadillo-Tolima, FINCA EL PLACER ubicada en Ambalema-Tolima, y PAJONAL ubicada en el Urabá antioqueño, donde actualmente son aprovechadas aprox. 700 hectáreas del total de todas las plantaciones y el resto de hectáreas serán aprovechadas en 12 años, cabe destacar que la empresa esta en constante búsqueda de nuevos terrenos para las plantaciones y así ampliar los recursos de la madera teca.

Debido al auge de la madera teca a nivel mundial, se ramifico e intensifico el negocio, además la madera teca adquirió mayor demanda y valor en el mercado externo debido a las restricciones en los países de donde es nativa, generando demanda de teca de plantaciones de otros países que no poseían restricciones de tala de árboles. Por dicha razón se creó TECFOR CONSTRUCTORES, que se ha dedicado desde hace 9 años a exportar hacia la India la producción de sus plantaciones de teca en bruto sin ningún valor agregado tal como lo desea el cliente en la India.

TECFOR CONSTRUCTORES esta identificada con NIT 14223841-6, se encuentra ubicada en dos sedes: una en Santa fe de Bogotá en el Km. 4 hacia la vía Ibagué y la otra en Cartagena Bocagrande Cra. 1 # 7-52 APTO 8A EDIF. TORRE CARIBE. En la sede de Santafé de Bogotá se maneja, y controla el proceso de crecimiento, aprovechamiento de la madera teca de las diferentes plantaciones y transporte de esta hacia los puertos de embarque y los países destinos; en la sede de Cartagena se maneja todo lo referente a la logística y los tramites de exportación de la madera teca rolliza mediante la Sociedad de Intermediación aduanera (SIA) ASCOINTER. La empresa actualmente se encuentra dividida en tres departamentos (cuadro 1). Contabilidad, Comercio Exterior y Plantación-Producción bajo la supervisión del Gerente General su fundador Armando Buraglia Montealegre.

El departamento de Contabilidad, encargado de entregar informes detallados sobre las transacciones y operaciones bancarias, el departamento de Comercio exterior, encargado de todo lo relacionado con las ventas y el proceso de tramites y logística de exportación de la madera y el departamento de producción a cargo de los ingenieros forestales que se encargan del control y seguimiento de las plantaciones de la madera teca.

Cuadro 1. Estructura Administrativa



Fuente: Gerente general de TECFOR CONSTRUCTORES

La empresa cuenta con 58 empleados distribuidos así: En las plantaciones: 5 Ingenieros forestales (un ingeniero en las dos plantaciones del Tolima y 4 ingenieros repartidos en las demás plantaciones), 48 Motosierristas (8 por cada plantación) y en administración: 1 Gerente general, 1 Asistente de gerencia, 1 contador, 1 ingeniero forestal encargado a nivel general de todas las plantaciones que son propiedad de la empresa y un Jefe de exportaciones (ubicado en la sede de Cartagena).

En cuanto el personal que labora en las plantaciones, estos empleados cuentan con una experiencia de aproximadamente 8 años, la cual es suficiente para realizar a cabalidad sus funciones operativas.

Todos los empleados tanto de administración como de las plantaciones, están comprometidos con TECFOR CONSTRUCTORES, en cuanto a su misión de crecer como empresa y en ofrecer cumplimiento, honestidad, seguridad. Esto mediante una cultura organizacional adecuada, que ha tenido como resultado la participación por parte de los empleados, logrando que cada uno de ellos tengan claros los objetivos comunes y específicos de la empresa, como son: crear una filosofía enfocada al mejoramiento continuo en cada una de los departamentos de la empresa, a través de políticas de selección previa, capacitaciones constantes, promoción y el mantenimiento de buenos salarios. Aumentando de esta forma la eficiencia operativa. Todo esto encaminado para producir, construir y comercializar madera de excelente calidad, rentable y de gran durabilidad en el tiempo para el cliente actual y en la búsqueda de nuevos clientes para abarcar el mercado internacional y así poder constituirse en una de las empresas líderes del mercado.

A nivel de ventas, la empresa ha tenido en los últimos 5 años volúmenes variables de ventas (Cuadro 2), es preciso destacar que en el periodo comprendido entre el año 1999 y 2000, las ventas se incrementaron en un 31%, es por esto que dicho periodo se convirtió en un incentivo para la empresa aunque los periodos siguientes no tuvieron el mismo crecimiento.

Cuadro 2. Volúmenes de ventas de los últimos cinco años.

	1999	2000	2001	2002	2003
UNIDADES m ³	3.950	5.200	4.100	4.700	4.380
PRECIO m ³ /año	US\$ 225	US\$ 235	US\$ 245	US\$ 255	US\$ 265
DOLARES	US\$ 888.750	US\$ 1.222.000	US\$ 1.004.500	US\$ 1.198.500	US\$ 1.160.700

Fuente: Datos suministrados por el jefe de exportaciones de la Empresa

La producción de las plantaciones de la empresa, según su capacidad sembrada es de aproximadamente 8.000 m³/año, de las cuales están dispuestas para ser aprovechadas actualmente 700 hectáreas (ha).

El proceso de aprovechamiento de la madera, es realizado a través de terceros, que son contratistas especializados que se encargan de calcular el área de aprovechamiento en base a los metros cúbicos requeridos, así mismo realizan la labor de corte, clasificación y acomodación de las trozas en las tractomulas donde serán transportadas el hacia el puerto de Contecar en Cartagena. Igualmente se encargan de eliminar las raíces del árbol que serán vendidas y utilizadas para hacer carbón de teca, pisos de madera o para cualquier construcción donde se requiera poca madera de teca. Todas estas labores son realizadas por el recurso humano, vehículos y maquinaria propia de los contratistas. A nivel de maquinaria propia de la empresa

TECFOR, posee aproximadamente 12 motosierras en cada plantación con vida útil de 3000 horas (aprox. 2 años), las motosierras mas grandes que son dos por cada plantación, a los dos años son repotenciadas y las demás son remplazadas por motosierras nuevas.

Una vez aprovechadas las hectáreas escogidas, todos los árboles son reemplazados después de cortados por el personal de la plantación de la empresa, para que dentro de los próximos 22 años sean igualmente aprovechados. Para el corte o tala de árboles, se manejan licencias ambientales y planes de manejo adecuado para el ejercicio de las actividades correspondientes a salvoconductos forestales para cortar la madera en plantación, asignados por intermedio de resoluciones expedidas por el Ministerio del Medio Ambiente y para la exportación se exige un certificado de fumigación del contenedor expedido a través del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

Del total de la capacidad exportadora disponible, aproximadamente el 55% esta siendo vendido a la empresa MG FOREST y el resto de la capacidad exportadora equivalente al 45%, se encuentra en las plantaciones en espera de ser aprovechadas para ser vendidas. La empresa MG FOREST compra madera teca rolliza y es de propietarios del País de la India, se dedica a comercializar y distribuir a diferentes aserraderos asiáticos la madera teca rolliza para transformarla y convertirla en producto terminado y las cantidades de madera teca exportadas a ellos, son realizadas en base a sus pedidos, siendo su representante en Colombia para la empresa el señor Zapra Barak, señor nacido en la India, encargado de hacer llegar los pedidos y dar informes de todo el proceso de exportación. Actualmente la empresa esta enviando alrededor de 200 m³ semanales y en promedio mensual 20 contenedores de 40" hacia la India².

² Información suministrada por ASCOINTER SIA.

Debido a que la empresa solo cuenta con un cliente y además no posee estrategias para conseguir nuevos clientes, existe la voluntad de la empresa para adaptarse a futuro con la posible entrada de la empresa a trabajar con productos terminados, como por ejemplo ofrecer casas prefabricadas que ya han sido fabricadas por la empresa como muestras y están siendo preparadas para darse a conocer en un futuro en ferias Internacionales.

La empresa tiene como misión y visión las siguientes:

Misión: TECFOR CONSTRUCTORES es una empresa dedicada a la reforestación, aprovechamiento y comercialización de la madera teca rolliza, desarrollando un proceso seguro de crecimiento para una madera de excelente calidad.

Visión: TECFOR CONSTRUCTORES es una empresa enfocada al mejoramiento continuo, al mantenimiento y clasificación de la madera Teca, que quiere acceder a nuevos mercados y así poder constituirse en una de las empresas líderes del sector maderero.

Entre los valores corporativos que posee la empresa están:

- Responsabilidad con el medio ambiente, conociendo el impacto ecológico que trae consigo la deforestación de árboles.
- Ayuda y promoción a las comunidades cercanas de las plantaciones de la empresa con programas de capacitación en todo lo relacionado con las plantaciones de árboles.
- Compromiso Patriota de vender la marca “madera Colombiana” como una madera competitiva y apta para sus aplicaciones finales.

2.2. ANÁLISIS DOFA DE LA EMPRESA TECFOR CONSTRUCTORES

Teniendo en cuenta toda la información de la empresa, se procederá a realizar una identificación y un análisis de las fortalezas y amenazas que esta posea, para así hallar soluciones y alternativas en la búsqueda de nuevas oportunidades en nuevos mercados de madera teca.

2.2.1. Fortalezas.

- Experiencia exportadora en el mercado. TECFOR CONSTRUCTORES es una empresa que entró en este rubro desde 1970 y comercializa la madera Teca desde hace 9 años habiendo sabido superarse en el tiempo hasta llegar a un nivel actual de exportación importante, mediante el cumplimiento de los parámetros y especificaciones de calidad impuestos por el cliente.
- Eficiencia y cumplimiento de entregas. La empresa cumple con seguridad, brinda rapidez, puntualidad y cumplimiento en la distribución de su producto, llegando en buenas condiciones a su destino.
- La empresa es su mismo proveedor. La empresa no necesita proveedores, externos debido a que las 6 plantaciones son propiedad de la empresa, que se caracterizan por su tierra apta y fértil que produce una excelente madera Teca, y esto le permite no depender de terceros del suministro del producto, así mismo tiene posibilidades de aprovechar mas madera de las diferentes plantaciones, según los

requerimientos del mercado y posee proyectos de aumentarlas a nivel nacional e internacional.

- Adecuada capacidad de producción capacidad de aprovechamiento. La empresa sabe que tiene buenas oportunidades con su producto, ya tiene un nombre y experiencia a nivel exportador, igualmente posee buena capacidad de aprovechamiento, debido a la gran cantidad de hectáreas sembradas de Teca a disposición de los clientes.
- Compromiso con la misión y la visión. La empresa tiene una visión y misión definidas, en las cuales se trabaja cada hora del día por todos y cada uno de los miembros de la organización. La empresa esta encaminada a lograr el posicionamiento y aceptación en los mercados que piensa atender, a partir del convencimiento que existe de la calidad, durabilidad, y finura de la madera teca.
- Compromiso con el medio ambiente. La empresa cada árbol que aprovecha, es un árbol que reforesta o siembra de nuevo, respetando así el medio ambiente lo cual da una muy buena perspectiva de la preocupación de la empresa, a la vez que se asegura el crecimiento y aprovechamiento a futuro, aportando conocimiento profundo a base de la experiencia acerca de las plantaciones de teca para lograr madera con calidad de exportación.
- Compromiso con la calidad. Existe una política desde la dirección de la empresa para que el proceso llevado a cabo en las plantaciones, desde el comienzo se realice con el mayor cuidado posible sabiendo que en este punto radica la calidad de la madera y por ende la aceptación en el mercado internacional.

- Personal calificado. La empresa cuenta con empleados en la parte técnica que tienen mucho conocimiento del área (técnicas de sembrado, corte. etc.), ya que reciben constante capacitación por parte de la empresa lo cual los lleva a ser muy productivos, así mismo, todos los departamentos administrativos poseen personal calificado, muchos de ellos tienen dominio del idioma Inglés para realizar los negocios con el cliente de la India y su representante, presentando esto una ventaja para la comunicación con nuevos clientes que no dominen el idioma español.
- Conocimiento de su producto y entorno. La empresa conoce acerca de las propiedades de la teca, entorno de su negocio, ya que esta muy bien informada a cerca de su producto y de las cualidades que este posee.
- Alto conocimiento de la competencia. El nivel de conocimiento de la competencia es amplio, debido a que la empresa sabe a quien se enfrenta y en que condiciones.

2.2.2. Debilidades.

- Dependencia de un solo cliente. Su mercado se basa en un solo cliente en la India, hace falta diseño de estrategias para conseguir otros clientes de diferentes países.
- Falta de estrategias para darse a conocer. La empresa tiene la intención de conseguir nuevos clientes interesados en la madera Teca, pero le falta mostrarse a través de medios como la publicidad, la promoción y la asistencia a ferias internacionales.
- La empresa no esta agremiada. La empresa no pertenece a ningún gremio, perdiendo la oportunidad de actuar en bloque en la consecución de clientes, dejando de realizar alianzas estratégicas con otras empresas dentro y fuera país, esto se solucionaría asistiendo a diferentes eventos relacionados con el sector maderero dados los beneficios que se obtendrían al integrarse más al sector.
- Falta de tecnología de punta. En la plantaciones no se esta implementando mejoras genéticas y tecnológicas al cultivo de la madera, se deberían fomentar proyectos con Universidades para el estudio y análisis de esta especie en las plantaciones de la empresa.
- Estructura administrativa. La empresa le falta mucho todavía en cuanto a la organización administrativa, pero se han trazado metas que van a permitir superar las debilidades que presenta, esto se ve reflejado en que no existe un manual de funciones para los empleados de la empresa, pero ya se esta implementando la elaboración del mismo, ya que con este se va a tener una mayor organización en la parte administrativa, y no se va a sobrecargar de actividades y obligaciones a los empleados.

- **Sistematización.** La empresa no trabaja en red, sin embargo es consciente de que esta en la era de la comunicación en red, con la llegada de un nuevo coordinador de sistemas se esta pudiendo navegar mas fácilmente permitiendo a la empresa comunicarse internamente y tener una comunicación directa con todas las plantaciones y las dos sedes administrativas.

2.2.3. Oportunidades.

- **Innovación en productos.** La nueva tendencia es la utilización de maderas tropicales en la construcción desde muebles y casas, pasando por todos los usos posibles que se le puede dar a la madera. Es decir, con valor agregado.
- **La veda.** O restricciones existentes en la mayoría de los países del sudeste asiático consistente en no permitir el aprovechamiento sus sembrados de teca. Es así como se presenta la opción de que TECFOR entre a suplir dichas necesidades.

2.2.4. Amenazas.

- Alta competencia regional. A nivel de Latinoamérica países como Brasil, Costa Rica, Panamá, Ecuador, los cuales también exportan esta madera, poseen muchas más hectáreas sembradas que Colombia, y esto les da ventaja a nivel de la capacidad de oferta del producto.
- El futuro levantamiento de la veda. O Las restricciones de la tala de árboles de teca en los países asiáticos vigentes hasta el año 2010, representan una fuerte amenaza para la demanda futura de madera por parte de los países de la región que queden liberados de esas restricciones.

2.3. MATRIZ DOFA

Cuadro 3. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en el mercado. - Eficiencia y cumplimiento de entregas. -La empresa es su mismo proveedor. -Capacidad productiva. -Compromiso con la visión y misión. - Compromiso con el medio ambiente -Compromiso con la calidad -Personal calificado -Alto conocimiento de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Dependencia de un solo cliente. Falta de estrategias para darse a conocer. -La empresa no esta agremiada. -Falta tecnología de punta. -Estructura administrativa. -Sistematización.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> -Innovación con valor agregado -veda 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un nuevo departamento de diseño de productos a base de madera teca (innovación). - Darse a mostrar en ruedas de negocios y ferias internacionales relacionadas con el sector maderero. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar alianzas con las entidades encargadas del bienestar y desarrollo de la agricultura y las universidades para que entre si fortalezcan la investigación en la siembra y el mejoramiento de la semilla de teca.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> -Competencia regional. -levantamiento de la veda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquisición de nuevas plantaciones con un mínimo de 14 años para aumentar la capacidad exportadora. - Consolidación de un aserradero para satisfacer el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinculación a un gremio maderero nacional o en lo posible internacional. - Estudiar la posibilidad de agregar valor al proceso de la madera teca.

Fuente: Datos de los Autores

3. LA MADERA TECA

3.1. HISTORIA

La teca³ (nombre científico: *Tectona grandis*), perteneciente al grupo de maderas tropicales, es una especie frondosa nativa de la India, Myanmar (Birmania), la República Democrática Popular de Laos y Tailandia, tiene una larga historia de ordenación sistemática. Se introdujo en Indonesia (Java) hace cientos de años y las más antiguas plantaciones de teca en Sri Lanka se han documentado a fines del siglo XVII. Los primeros sistemas intensivos de ordenación de los bosques naturales se desarrollaron hace unos 150 años en Myanmar, desde donde la ordenación activa de la especie pasó a la India y Tailandia durante un período de unos 40 años.

Entre todas las especies tropicales de maderas duras y tal vez entre todas las especies arbóreas la teca produce una fascinación especial, algo como el oro entre los metales preciosos.

La teca (*Tectona grandis*) es una de las principales maderas frondosas que existen en el mundo, reputada por su color claro, su excelente fibra y su durabilidad. La madera teca perteneciente al grupo de las maderas tropicales, son maderas nobles conocidas desde antaño por sus propiedades estructurales inigualables: gran dureza, múltiples funciones, notable belleza y resistencia a agentes descomponedores y humedad. Proviene de árboles muy grandes con troncos homogéneos, circunstancia que permite obtener

³ Tomado de la pagina en Internet <http://www.bosquestropicales.com/html/Espanol/generalidades.html>

tableros de grandes dimensiones. Y además, las especies tropicales tienen una amplia gama de colores que se alejan de los típicos tonos apagados que caracterizan las otras maderas.

El árbol de teca (*Tectona grandis*), es un árbol que se caracteriza por ser de hoja caduca de gran tamaño con una copa redondeada y, cuando crece en condiciones favorables, un fuste cilíndrico alto y limpio de más de 25 m. A menudo, en la base del árbol aparecen contrafuertes (ensanchamientos en la base producidos por una hinchazón exagerada de las raíces) y a veces es acanalado (presenta depresiones y abultamientos irregulares en el fuste). Las hojas son elípticas u ovoides y de una longitud de 30 a 60 cm. La teca comienza a florecer y producir semillas a los 20 años después de haber sido plantada y 10 años tras el rebrote de cepa

La teca generalmente es de color pardo dorado uniforme, pero puede ser marrón medio u oscuro y presentar un vetado más oscuro, casi negro. Es de poros anillados, con los dibujos de los anillos de crecimiento muy visibles en las superficies aserradas al cuarto y una textura gruesa que frecuentemente es irregular. Es untuosa al tacto y tiene un característico olor a cuero y es una madera de peso medio, más pesada que la caoba pero más ligera que el roble.

En la mayor parte de su área de distribución, la teca se da en bosques húmedos y secos por debajo de una altitud de 1.000 Mt y es una de las varias especies que constituyen las masas forestales mezcladas. Donde mejor crece es en lugares con unas precipitaciones anuales de 1.250 a 3.750 mm, una temperatura mínima de 13 a 17 °C y una temperatura máxima de 39 a 43 °C. Alcanza una altura de hasta 50 mts y un diámetro de 2.5 mts. Sus raíces son profundas y tronco recto, para su desarrollo necesita suelos bien drenados, fértiles y profundos y se reproduce hasta en lugares con una altitud de 1000 mts.

La madera teca, es la madera más resistente del mundo, es extremadamente duradera y su único enemigo declarado son las termitas. Es sumamente resistente a la acción de los hongos o a la humedad, no requiere de mantenimiento alguno pero resulta recomendable aplicarle aceite de teca para que mantenga su brillo, de lo contrario adquirirá un color gris plata que también resulta muy bello pero perderá su característico colorido original.

La distribución geográfica de la madera teca, se encuentra en la India, Birmania, Tailandia y plantada recientemente en Cuba, Haití, Jamaica, Honduras y Trinidad. En la actualidad se encuentra la teca en muchos otros países asiáticos, y extensas plantaciones se han establecido también en el África tropical (Côte d'Ivoire, Nigeria, Sierra Leona, la República Unida de Tanzania y Togo) y en América Latina se desarrollan interesantes proyectos forestales en Costa Rica, Panamá y Ecuador y el Caribe (Colombia, El Salvador, Trinidad y Tobago y Venezuela). La teca se ha introducido también en algunas islas de la región del Pacífico (Papua Nueva Guinea, Fiji y las Islas Salomón) y en el norte de Australia en forma experimental.

Los bosques naturales de teca aparecen principalmente en terrenos montañosos y ondulados en los que la roca madre está formada por basalto, granito, esquisto, caliza y arenisca. Los mejores bosques de teca, tanto naturales como de plantación, crecen en terrenos aluviales profundos bien avenados.

3.2. SIEMBRA DE TECA

Desde el momento en que se siembra la plántula o seudo estaca de teca (Foto 1) es cuidadosamente controlada y observada durante los 20 a 22 años de crecimiento hasta ser cortada. Para lograr un buen crecimiento y una alta calidad requiere de suelos francos, bien drenados, ricos en calcio; una temperatura anual media de 22-27°C; y una precipitación anual de 2.000 a 3.000 milímetros con una marcada estación seca de tres a cinco meses con un máximo de 60 milímetros de lluvia. Los lugares cuyas condiciones son muy secas usualmente producen un crecimiento atrofiado. En los sitios donde no se da esta marcada estación seca se puede obtener un crecimiento más rápido pero también producen una madera con una savia más espesa y una calidad general más baja, lo que incluye una densidad promedio menor, un color menos atractivo, una textura inferior y una madera menos fuerte.

Foto 1. Plántulas listas para ser sembradas.



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

3.2.1. Mantenimiento.

El mantenimiento de la plantación incluye la eliminación de todo los peligros potenciales de incendio, la poda, el entresaque, la fertilización necesaria para un crecimiento óptimo y la supervisión de la plantación para minimizar las pérdidas. Estas fases oportunas de entresaque son necesarias para agilizar el crecimiento en el grosor, reduciendo la competencia entre los árboles para obtener luz y nutrientes, y de esta manera, se producirá un ingreso con los primeros árboles extraídos durante las fases de entresaque, previa a la cosecha final de madera.

3.2.2. Riesgos de la siembra de madera Teca

Algunos de los muchos riesgos que se presentan en los cultivos de madera teca son:

- **Incendios:** Los incendios son el principal y mayor riesgo que afronta una plantación de teca, principalmente durante los primeros 2 a 3 años. Después del cuarto año de crecimiento, la corteza de los árboles de teca se vuelve sumamente resistente al fuego generado por los incendios. Las hojas adquieren un gran tamaño y se tornan gomosas y sumamente resistentes. La peor amenaza es la primera estación seca anual cuando la hierba o los arbustos altos pueden incendiarse y matar los incipientes árboles de teca. Por consiguiente, durante los primeros años se invertirán considerables cantidades de fondos para mantener la maleza y los arbustos cortados.
- **Insectos:** Debido a las singulares características de la teca, no se conocen insectos o infestaciones de insectos que hayan ocasionado daños de gran magnitud a ninguna plantación de teca madura. Los plantones y los semilleros se protegen contra cualquier insecto que

ataque las raíces y que tenga que ser tratado con un plaguicida especial

- **Enfermedades:** La teca es sumamente resistente a las plagas y las enfermedades. Lo que más preocupa es la siembra inicial de las plántulas del criadero cuyas raíces son susceptibles a un ataque de hongos. Todas las plántulas son tratadas con un compuesto fungicida de probada eficacia. Una vez ha madurado la raíz base, la infestaciones por hongos deja de ser un problema significativo.

En el caso de plantaciones maduras es decir en edades de 15 a 25 años puede que se den pérdidas por robos en plantaciones o propiedades que no tienen un guardabosque, por esta razón la empresa cuenta con trabajadores que vivan permanentemente en la propiedad y cumplan con estas funciones.

3.2.3. CONTROLES POST SIEMBRA.

Los controles realizados para obtener una troza de madera teca sin nudos y del diámetro deseado son los siguientes:

- A los 3 meses (Foto 2) se le es removida las hojas del tallo y solo se le deben dejar el 25% de ellas, es decir, 4 hojas para que su crecimiento sea recto, sin curvas, canales, huecos en el tronco (herraduras).

Foto 2. Árboles de Teca durante los primeros tres meses



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

- Durante los tres (3) primeros años de su crecimiento (Foto 3) se deben realizar plateos, procedimiento que consiste en quemar y eliminar los pastos y malezas a 60 cm. de la raíz de la plántula.
- Cada dos años se deben realizar podas (corte de ramas) (Foto 4).
- Cada seis (6) años se debe realizar las entresacas (primer aprovechamiento), que consisten en cortar un árbol intermedio, para así evitar torceduras en los árboles en la búsqueda de sol y permita un completo despliegue de sus ramas.
- Realizar una quema de suelos cada 4 o 5 años antes de cada invierno, ya que las hojas que caen del árbol, impiden la oxigenación de la tierra, dependiendo de la densidad de plantación es decir, cuantos árboles hay por hectárea.

Foto 3. Árbol de TECA



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

- Es muy importante no utilizar la Teca como cerca viva, debido a que las cercas requieren grapas (sujetadoras de alambres), que producen imperfecciones en el tronco, en cambio se deben utilizar otro tipo de madera como el eucaliptos para cercar la plantación.
- Los árboles a los 22 años en su etapa final (Foto 5) deben tener mínimo un perímetro de 45 cm. y un largo de 2.25 mt. y un largo máx. de 11.80 mt. (Corresponde al estándar internacional) para su comercialización.

Foto 4. Teca mayor de 10 años



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

3.2.4. Corte

En el proceso de corte entran en juego muchas variables, debido a que para calcular aproximadamente el volumen por árbol que se va obtener, se realiza un análisis a 500 árboles y se toma el 5% o el 10% de estos, dependiendo de la irregularidad en los troncos, entre mas desiguales estén los troncos mas muestras se toman de un terreno cuadrado de 20x20 metros o de un terreno de 100x100 metros y en base al juicio de la persona encargada de calcular el volumen, se escoge realizar las muestras en zig zag o por callejones (hilera de árboles) se toman cinco callejones de un total de 20 callejones.

Los árboles escogidos se marcan con crayola color rojo y se le mide el perímetro y la altura en base a la altura hombre que es de aproximadamente 1.30 mt. De esta manera se calcula el volumen que se va a obtener de la muestra de árboles escogidos y una vez calculado el valor aproximado del volumen que se obtendrá, se procede a preparar el proceso de corte, proceso que comienza con el amarre del tronco del árbol (Foto 5) a la grúa para asegurar que el tronco caiga en la dirección deseada, luego de amarrado a la grúa el operario corta el tronco con motosierra a 30 cm. de la raíz y se acomoda en el suelo (Foto 6) para ser removidas las hojas y ramas y así sucesivamente con todos los árboles destinados para cortar.

Como desperdicio del corte se acumulan las raíces y los restos de trozas (Foto 7) que serán destinados para realizar carbón de teca o construcciones pequeñas.

Foto 5. Amarre del árbol a la grúa.



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

Foto 6. Acomodación de troncos cortados.



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

Foto 7. Desperdicio



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

Una vez son acomodadas y alistadas las trozas (Foto 8), se procede a embarcarlos en las tractomulas con ayudas de grúas.

Foto 8. Trozas de madera listas para ser embarcadas en la tractomula.



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

Las características de la madera teca, cuando se corta presenta un duramen verde oliva y cambia a color marrón dorado cuando se seca. La albura⁴ es de color amarillento blanco y se distinguen los anillos de crecimientos, su olor es desagradable, y la madera se estabiliza bien con el secado que ocurre lentamente. Cuando es secada al aire presenta deformaciones y su secado al horno es bueno sin tendencias a rajaduras o dobleces. Se considera muy difícil de tratar con inmunizantes y aún con vacío-presión tiene penetración incompleta, la teca es muy resistente y con una duración de 10 a 15 años en el exterior.

3.2.5. Calidades de la madera teca.

Las especificaciones de la madera de teca dependen de la calidad, donde existen varias como: Calidad Premium (No se produce en América), pertenecientes a los árboles nativos muy viejos con mucho diámetro y fustes muy largos y rectos, donde los precios pueden llegar a mas de US\$ 1.000 el metro cúbico. Luego están las calidades 1, 2 ,3 ,4 donde la calidad 4, son trozas de diámetros entre 16 cms y 20, longitudes de 2.1 metros. Así sucesivamente para las calidades 2, 3, y 1. Los precios para estas otras maderas llegan en el mercado local hasta los US\$ 270 puestos en Cartagena.

⁴ Espacio entre la corteza y el corazón de la madera.

3.2.6. Normas técnicas de la Teca

- Tiempo para Corte: maderas entre 6 y 22 años de plantadas.
- El color debe ser blanco mezclado con café claro oscuro.
- No se permiten ataques de insectos y plagas.
- No se permiten ataques de hongos.
- No se aceptan costaneras ni defectos mecánicos.
- No se aceptan nudos vivos.
- El secado al horno al 16% de humedad relativa.

La teca es de secado lento pero completo, y una vez seca se caracteriza por su estabilidad, también es una madera fuerte, difícil de aserrar y de trabajar debido a su naturaleza abrasiva.

3.3. TRANSPORTE

Las trozas de teca una vez cortadas, se seleccionan y se eliminan las que presenten defectos, y así, las trozas aceptadas son colocadas en las tractomulas (Foto 9) y cuando se ha terminado de embarcar las trozas, se ajustan y se aseguran para tener un viaje seguro hacia el puerto de Cartagena.

Situadas en el puerto de Cartagena las trozas son bajadas del tractocamión con grúa y se sitúan en el área de embarque (Foto 10). Para ser llenado el contenedor de 40 pies.

Foto 9. Aseguramiento de las trozas embarcadas en la tractomula.



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

Foto 10. Trozas de TECA listas para embarque



Fuente: Archivos de TECFOR Constructores

3.4. PRINCIPAL USO DE LAS MADERAS TROPICALES

En los países industrializados en la fabricación de tableros, muebles de calidad y algunos usos estructurales como madera contrachapada, embarcaciones, muebles, carpintería, construcción, bancos para sentarse, muebles y decoración. Así mismo para usos estructurales, disponible en piezas de grandes dimensiones pavimentos de suelos y puentes, trampolines, molduras, muebles, ataúdes.

Por su solidez y sus cualidades estéticas es la madera tropical de frondosas más solicitada para un mercado específico de aplicaciones suntuarias como la fabricación de muebles y barcos y de componentes decorativos para la construcción. En el país de la India, destino de las exportaciones de TECFOR CONSTRUCTORES, se realizan muebles de lujo como camas, mesas y sillas.

La teca es la mejor madera para la construcción de embarcaciones, utilizada en todo aquello que requiere resistencia, estabilidad y duración, y es mejor que cualquier otra madera para las cubiertas. Se utiliza para ebanistería fina y para acabados de laboratorios, especialmente repisas y todo aquello que deba resistir el ataque de los ácidos. Otros usos: chapas decorativas, revestimientos, suelos, frisos, escaleras, tarimas, mobiliario y ebanistería, puentes, tornería, postes, vigas y piezas curvas.

Las maderas tropicales han sido y siguen siendo muy cotizadas por su gran belleza y resistencia, pero el intenso expolio al que han sido y siguen siendo sometidas las selvas, ha provocado que la mayoría de estas grandiosas especies se encuentren en peligro de extinción. No obstante, se siguen utilizando para confeccionar muebles, tanto de exterior como para las diferentes estancias de las viviendas, debido a su extraordinaria consistencia y al mínimo mantenimiento que requieren.

Generalmente, este tipo de maderas se destinan a la ebanistería de lujo, al chapeado y al mobiliario de exterior por su gran resistencia ante al paso del tiempo y las inclemencias climatológicas, lo que prácticamente asegura que los muebles durarán toda la vida.

4. PAÍSES CON POTENCIAL IMPORTADOR

El mercado mundial de la madera teca, se encuentra en continuo ascenso, debido a la tala indiscriminada de los bosques naturales de TECA en los países asiáticos a lo largo de muchos años, como consecuencia fue necesario la imposición de vedas a la tala de los árboles de teca los cuales son considerados sagrados por los reyes en Tailandia, Laos, Indonesia e India, países con mayor número de árboles de teca en el mundo, dejando así de suministrar los volúmenes de madera teca requeridos para satisfacer las necesidades de sus pueblos los cuales por razones socioculturales demanda mucho los productos realizados en teca.

Al no poder los países como Tailandia, Laos, Indonesia e India auto suministrarse madera teca se ven en la obligación de importar la madera procedente de países tropicales como Colombia.

Dada la creciente presión ecológica, muchas naciones industrializadas han prohibido la importación de maderas tropicales, salvo por aquellas cortadas de fuentes sostenibles como son las de TECFOR CONSTRUCTORES. Sin embargo, la demanda de maderas tropicales no se ha reducido. Por estas razones, el precio de las maderas tropicales en especial el de la teca se encuentra en ascenso.

La India fue el país que tomó las más estrictas vedas, hasta el punto de limitar la explotación de teca natural y sembrada hasta el año 2010. Esta veda es y ha sido cumplida a cabalidad puesto que los cultivos en gran medida son de propiedad estatal, razón por la cual la India es en la actualidad el mayor importador de madera TECA del mundo.

Entre los principales países exportadores e importadores de teca, el país de Myanmar⁵, es el único de los países productor asiático que permite la exportación de trozas de teca con pocas limitaciones y domina el comercio de exportación de este producto, así mismo los otros países exportadores mas importantes (Cuadro 4) de trozas son los países africanos de Côte d'Ivoire y Nigeria, que hasta fecha reciente excluía la teca de la lista de exportaciones prohibidas.

Cuadro 4. Principales países productores y exportadores de TECA

PAÍS	HECTÁREAS PLANTADAS*
Myanmar	70.000
Côte d'Ivoire	52.000
Nigeria	70.000
Costa Rica	22.000
Ecuador	11.000

Fuente: Datos obtenidos por los autores.

* Cantidades Aproximadas

Otros exportadores de trozas, incluidos varios países africanos y algunos de América Latina (como Trinidad y Tobago y el Ecuador), exportan volúmenes bastante reducidos. Mientras que, por su parte, India, China y Tailandia son los tres mayores importadores (Cuadro 5) de teca.

⁵ Fuente: OFICINA REGIONAL DE LA FAO PARA ASIA Y EL PACÍFICO/M. KASHIO

Cuadro 5. Principales Países Importadores de TECA.

PAÍS	PRECIO DE COMPRA
INDIA	US\$ 265
CHINA	US\$ 260
TAILANDIA	US\$ 235
HONG KONG	US\$ 260

Fuente: Datos obtenidos por los autores.

* Cantidades Aproximadas

4.1. INDIA



Mapa 1. India

Para la empresa TECFOR CONSTRUCTORES, la India (mapa 1), es su único cliente por las razones anteriormente expuestas, además es en dicho país donde consume el 45% de toda la oferta de la empresa.

4.1.1. Generalidades.

La republica de India se ubica al sudeste de Asia, limita con el mar de Arabia y la bahía de Bengala, entre Burma y Pakistán. Cuenta con un área total de 3.287.590 kilómetros cuadrados y su línea costera tiene una longitud de 7000 Km. Su clima varía del monzón tropical al sur al clima templado en el norte.

El terreno esta compuesto por una gran meseta al sur (la meseta Deccan), una planicie a lo largo de Ganges. Desiertos al oeste y los himalayas al norte. El punto más alto es el Kanchejunga con 8598 metros sobre el nivel del mar. El uso de la tierra se distribuye de la siguiente manera:

Tierra arable	(56%)
Bosques	(23%)
Pasto	(4%)
Cultivos permanentes	(1%).

Debido al tamaño del territorio Indio, el clima depende no solo de la época del año, sino también de la ubicación geográfica. Las temperaturas en general tienden a ser menores en el norte, especialmente entre los meses de septiembre y marzo. Por su parte, en el sur, la temporada mas fría ocurre entre noviembre y enero.

La población de India asciende a 1.014.003.817 habitantes. (Cuadro 6) La estructura de la población por edad esta compuesta de la siguiente manera: de 0 a 14 años, el 34% de la población, de 15 a 64, el 62% y 65 años y mas el 4%. Para la tasa de crecimiento de la población es aproximadamente de 1.58%. La esperanza de vida promedio es de 62.5 años; 61 años para los hombres y 63 años para las mujeres.

Cuadro 6. Datos socioeconómicos de India

Capital	Nueva Delhi
Población	1.014.003.817
Idioma	Hindi e Ingles
Tipo de gobierno	Republica Federal Democrática
Religión	Hinduismos (80%), Musulmana (14%), y Otros (6%)
Moneda	Rupias
PIB Billones de US\$ (1999)	447.3
PIB per cápita US\$ (1999)	440
Tasa de Devaluación % (2000)	7.5
Cambio de la moneda X US\$ (2000)	44.94 Rupias = 1 US\$
Deuda externa Billones US\$ (1999) estimada	98
Tipo de Cambio Bilateral	\$ 46.45 pesos colombianos = 1Rupia
Inflación % (1999)	3.3

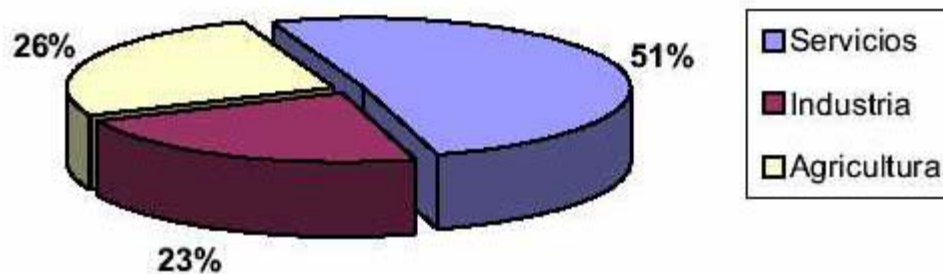
Fuente: C.I.A. Worldfactbook, World Bank Group, F.M.I Fondo Monetario Internacional

La división política de la Republica de India se divide en Estados (26) y territorios Unidos (6).

4.1.2. Economía.

La economía de la India se basa principalmente en tres sectores, servicios, industria y Agricultura (Figura 1), donde el sector servicios representa del total el 51%. Por otra parte, la balanza comercial de India (Cuadro 7), se origina en los montos superiores y crecientes de las importaciones del periodo, los cuales han aumentado a una tasa promedio anual del 7.5%, mientras que las exportaciones a pesar de presentar un crecimiento promedio anual de 15.8%, superior al incremento de las importaciones, los valores exportados por año son inferiores frente a los registrados en importaciones.

Figura 1. Composición del PIB real de la India.



Fuente: U.S. department Of Commerce

Cuadro 7. Balanza comercial de india

COMERCIO EXTERIOR	1998	1999	2000/2001
Exportaciones	33.40	35.67	44.32
Importaciones	42.91	47.07	49.63
Balanza comercial	-9.52	-11.40	-5.31

Fuente: F.M.I - Cifras en millones de US\$

4.1.3. Logística

Las exportaciones con destino a este país dependen en más del 98% del transporte marítimo (Cuadro 8). Si bien la participación del transporte aéreo es baja, ha mantenido un ritmo creciente en los últimos años

Cuadro 8. Exportaciones colombianas totales a India por modalidad de transporte.

VÍA	1998 TONS	1999 TONS	2000 TONS
Marítima	9,843	11,971.57	14,193.55
Aérea	0.52	2.40	7.76
Total	9,844.32	11,973.97	14,201.31

Fuente: Subdirección de Logística – Proexport Colombia

El Transporte Marítimo, en materia de infraestructura, los países del sudeste asiático, se caracteriza, en su mayoría, por tener una extensa red de puertos con diferentes grados de desarrollo y especializaciones (cabotaje, carga a granel o contenedorizada; para transbordos; pesqueros; etc.). La región cuenta con algunos de los puertos más eficientes a nivel mundial en cuestión de volúmenes maniobrados, condiciones de almacenaje y agilidad.

Dentro de la infraestructura portuaria, para el comercio con Colombia se destacan los puertos de Bombay, Calcuta y Kandla.

Bombay, (también llamado Mumbai) ciudad portuaria de la India occidental, capital del estado de Maharashtra, se localiza a orillas del mar Árabe en las islas del bajo Bombay, Trombay y Salsette. Se destaca por ser el centro financiero de la India y está ubicado entre los primeros lugares en cuanto a comercio, transporte e industria.

El puerto de Bombay se caracteriza por ser uno de los puertos naturales más extensos del mundo. Adicionalmente cuenta con acceso a la terminal de dos líneas férreas que comunican el puerto con el resto del país, así, el puerto se convierte en uno de los principales focos tanto de importaciones como de exportaciones.

En la costa oeste del territorio se encuentra ubicado estratégicamente el puerto de Kandla sirviendo de conector con las regiones occidental, central y norte a través de amplias redes ferroviarias y de carreteras, puerto donde llega la madera teca rolliza exportada por la Empresa TECFOR CONSTRUCTORES.

Desde Colombia, el mayor número de servicios se dirige hacia los puertos de: *bombay, Calcuta y Madras*, aunque existen otras alternativas como: *Cochin, Kandla, Nhavashera, Nueva Delhi y Tuticorin*.

Para el transporte Aéreo, el acceso a la región de India, se caracteriza por la existencia de una gran cantidad de aeropuertos, que se especializan en manejo de valores, carga peligrosa, carga refrigerada, animales y plantas vivas, etc.

Aunque la mayoría del comercio internacional con esta región se realiza vía marítima, la participación aérea presenta una tendencia creciente durante los últimos años.

A lo largo de su extenso territorio, India cuenta con un gran número de aeropuertos destacándose: *Bangalore* (a 10 Km. del centro), *Nueva Delhi* (a 21 Km. al sur del centro), *Calcuta* (a 27 Km. al nororiente)

4.2. HONG KONG



Mapa 2. Hong Kong

4.2.1. Generalidades.

Hong Kong (mapa 2), se ubica al este de Asia y limita con el mar del sur y China continental. Su línea fronteriza la comparte únicamente con China por una longitud de 30 Km.; La línea costera tiene una extensión de 733 Km. El clima de Hong Kong es fresco y húmedo en invierno, caliente y lluvioso en primavera y verano y calido en otoño. Su terreno es básicamente montañoso con algunas colinas y terrenos planos al norte. El punto mas alto es Tai Mo Shan con 958 m por encima del nivel del mar y el mas bajo es la costa al nivel del mar. Las amenazas mas frecuentes son los tifones.

Hong Kong, con una población de 6.8 millones de habitantes (Cuadro 9), presento un crecimiento poblacional anual del 1.1%

Cuadro 9. Principales Datos Socioeconómicos de Hong Kong.

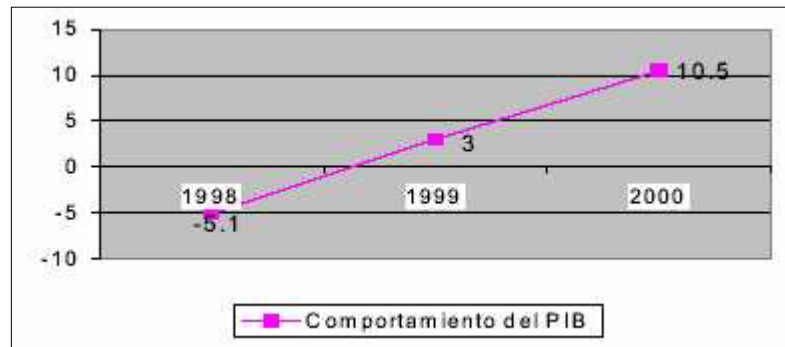
Capital	Victoria
Población	6.860.000
Idioma	Chino o Mandarín, Cantones, Ingles
Tipo de gobierno	Región administrativa Especial (SAR)
Religión	Budista, Taoista, Musulmana y Cristiana
Moneda	Dólar de Hong Kong – HK \$
PIB Billones de US\$ (2000)	162.4
PIB per cápita US\$	24.375
Tasa de Devaluación % (2000)	0.4
Cambio de la moneda X US\$ (2000)	7.8 HKD = 1 US\$
Deuda externa Billones US\$	48.1 Billones
Tipo de Cambio Bilateral	1 HKD = \$ 267.62
Inflación % (1999)	-3.7

Fuente: Hong Kong Trade Development Council

4.2.2. Economía.

Hong Kong experimento un crecimiento negativo de -5.1% en 1998, luego en 1999 creció 3.1% (Figura 2). En el año 2000 se recupero con una tasa de 10.5%. el problema de crecimiento vino acompañado del problema de desempleo, y de esto se debió principalmente a la crisis asiática.

Figura 2. Comportamiento del PIB en Hong Kong



Fuente: Mincomex - Colombia

La ciudad de Hong Kong es utilizada como plataforma regional por las compañías multinacionales con el fin de dirigir sus negocios en el este asiático, particularmente a la china continental.

Cuadro 10. Balanza Comercial

Comercio Exterior	1998 Billones de US\$	1999 Billones de US\$	2000 Billones de US\$
Exportaciones	24.331,40	21.991,62	23.227,10
Re-exportaciones	149.664,31	151.904,61	178.627,43
Importaciones	184.510,86	179.631,81	212.799,31
Balanza Comercial	-10.515,15	-5.635,58	-10.944,78

Fuente: Government Information Office

4.2.3. Logística.

Hong Kong en términos de logística posee el aeropuerto más importante del mundo en términos de carga internacional, posee el puerto comercial más importante del mundo y es catalogada la mejor ciudad para negociar con Asia, por ser el segundo mercado de capitales más grande de Asia y el noveno en el mundo y el tercer mercado cambiario de Asia en términos de compra y venta y el séptimo en el mundo.

En el caso de Hong Kong, las exportaciones con destino a este país dependen en más del 96% del transporte marítimo (Cuadro 11). La participación del transporte aéreo en términos de volumen ha tenido una tendencia decreciente durante los últimos años.

Cuadro 11. Exportaciones colombianas totales a India por modalidad de transporte.

VÍA	1998 TONS	1999 TONS	2000 TONS
Marítima	5,880	5.716	4,926.07
Aérea	223.44	156.42	132,48
Total	6.104	5.872	5,058.55

Fuente: Subdirección de Logística – Proexport Colombia

Hong Kong es uno de los pocos puertos asiáticos hacia el cual se cuenta con transporte directo desde Colombia. En el caso aéreo, se sujeta siempre a conexiones previas.

A nivel de transporte marítimo, Hong Kong es un puerto libre, tiene el primer puesto dentro del ranking mundial de movimiento de carga en contenedores. En el año 2000 manejo 18.1 millones de TEUS y se ha convertido en el núcleo de la actividad marítima del sur de China. Y por su importancia confluyen las líneas marítimas más grandes del mundo, facilitándole comercio con Colombia.

La oferta de transporte marítimo, actualmente la facilitan las navieras: Chilena de navegación, Kieng Hung Shipping Co., Nipón Yusen Kaisha Line y P&O Nedlloyd Container, que ofrecen servicio directo del puerto de Buenaventura con una frecuencia de zarpe de 13 días y con tiempo de tránsito de 23-31 días.

Desde los puertos de la costa atlántica colombiana se ofrecen servicios regulares, todos ellos con trasbordo en diferentes regiones, lo que influye considerablemente en el tiempo de tránsito. Los fletes (Cuadro 12), se encuentran en niveles variados.

Cuadro 12. Rangos de fletes de acuerdo al tipo de embalaje.

Desde	20 PIES US\$	40 PIES US\$
ATLÁNTICO	ENTRE 1,280 Y 1,650	ENTRE 1,730 y 2,380
PACIFICO	ENTRE 1,300 y 1,550	ENTRE 1,735 y 2,000

Fuente: Proexport Colombia

A nivel de transporte aéreo, el aeropuerto de Hong Kong también conocido como SAR (Special Administrative Region of China) se ubica a 34 Km. en el noroeste del territorio. Por el volumen de carga que maneja, ofrece servicios aduaneros las 24 horas del día. Su infraestructura comprende cuartos refrigerados, almacenamiento de carga seca, almacenamiento de valores y bodegaje para carga radioactiva. El tráfico del país adolece de servicios aéreos directos. Desde Colombia se hacen conexiones en Europa y Estados Unidos, por lo tanto la oferta depende en gran parte de los vuelos y la capacidad que se ofrezca desde Colombia hacia ciudades como Frankfurt, Londres y Paris.

En Colombia las aerolíneas Air France, British Airways, Cargolux, Avianca, Klm, lufthansa y Martin Air, ofrecen en promedio cuatro vuelos diarios. Con un a tarifas generales promedios de entre US\$ 2.30 y US\$ 4.00, para mas de 500 Kg de Carga general y una recarga de combustible entre US\$ 0.05 y 0.15.

4.2.4. Acuerdos Comerciales

Análisis de los diferentes acuerdos comerciales en los que participa los países asiáticos y de los diferentes esquemas preferenciales que otorga, con énfasis en los que se beneficie Colombia.

- **Organización mundial de comercio – OMC** La organización mundial del comercio (OMC) es la base jurídica e institucional del sistema multilateral de comercio. El acuerdo por el que se establece ésta organización, incorpora dentro de un mismo marco jurídico las principales obligaciones contractuales que determinan la manera en que los gobiernos desarrollan sus leyes y reglamentos comerciales, así como la forma en que se llevarán a cabo las relaciones comerciales entre los distintos países.
- **Foro de cooperación económica de asia y el pacífico - APEC.** El foro de cooperación económica de la región Asia-pacífico (APEC) es un mecanismo de diálogo y consulta, enfocado hacia el comercio libre y generalizado, sin distorsiones o discriminaciones y con beneficios para toda la comunidad. APEC fue fundado por 12 economías. Los líderes se comprometieron a establecer un régimen de comercio e inversión libre y abierto para el año 2.010 en el caso de las economías desarrolladas, y para el 2.020 en el caso de las economías en desarrollo.
- **Consejo económico de la cuenca del pacífico (PBEC).** El PBEC, fue creado en el año de 1967, por iniciativa del comité cooperativo de negocios Japón - Australia. El PBEC es un organismo de cooperación del sector empresarial, busca promover la colaboración económica entre los países miembros mediante el desarrollo económico y social que apoya a través del comercio exterior, la realización de foros

internacionales y la asesoría a los gobiernos y otros organismos en la búsqueda de la expansión del comercio y la cooperación en la cuenca del pacífico. Estados Unidos y Japón fueron los fundadores de este organismo. Actualmente, PBEC está integrado por más de 1.200 empresas, localizadas en 20 economías de la región: Australia, Canadá, Chile, Colombia, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Rusia, Fiji, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Taipei, República Popular China y Tailandia. Los objetivos fundamentales del PBEC son: estimular el comercio y la inversión; fortalecer el sistema de libre empresa; impulsar la colaboración económica y promover una mayor coordinación entre los sectores empresariales de las economías de la región. Colombia ingresó a este organismo en el año 1994⁶.

4.2.5. Tarifas arancelarias

El cronograma de tarifas arancelarias de Hong Kong cuenta con cuatro columnas de tarifas aplicables, una es la tarifa general, la tarifa preferencial dentro del marco de la OMC y una tarifa temporal. El sistema preferencial de Hong Kong otorga tarifas bajas a productos importados de países en vía de desarrollo entre los que se encuentra Colombia. Adicional al impuesto aduanero, Hong Kong impone un impuesto al consumo del 5% sobre todos los bienes vendidos en este mercado. El pago de este impuesto es requerido al momento de la declaración de importación. El impuesto al consumo es tasado sobre el valor CIF del producto más el impuesto de importación. El impuesto de aduana y el impuesto al consumo se cancelan cuando se hace una declaración de importación.

⁶ Fuentes: página del ministerio de comercio exterior de Colombia y página del ministerio de relaciones exteriores de Hong Kong. tomado el 13/02/02

- **Regulación y normas.** Para las licencias de importación la mayoría de los bienes en Hong Kong son considerados de libre importación y no requieren de una licencia de importación. la única excepción es para aquellos bienes que están sujetos a una cuota de importación. En estos casos, el importador debe aplicar para la aprobación de una licencia de importación para productos como: el arroz, el trigo, el maíz, la harina de arroz y el cuero.
- **Requisitos de etiquetado.** Un correcto empaque, marcado y etiquetado son cruciales al momento de ingresar un producto a Hong Kong. El empaque en materiales de paja están prohibidos. Las leyes requieren que todos los productos importados y los documentos de embarque muestren evidencia del peso métrico y medidas de la mercancía. Para la mayoría de productos no existen requerimientos de etiquetado del país de origen; no obstante, si las etiquetas indican que el origen es falso o engañoso, las etiquetas deben ser removidas o corregidas. las etiquetas falsas o engañosas que muestren el nombre del país, las regiones o banderas diferentes al del país de origen no son permitidas. Los artículos que deben llevar etiquetas exigidos por las leyes japonesas cubren cuatro categorías de productos: textiles, artículos eléctricos y aparatos, productos de plástico y bienes diversos de uso casero o bienes de consumo.
- **Importaciones prohibidas.** Los siguientes productos son de prohibida importación por las leyes japonesas: narcóticos y productos similares; armas de fuego; municiones; partes de armas; falsificaciones de dinero, materiales obscenos y artículos que atenten contra los derechos de propiedad intelectual.⁷

⁷ Fuentes: International trade data bank (ntdb) y ministerio de finanzas de Hong Kong tomado el 13/02/04

4.3. REPUBLICA POPULAR DE CHINA



Mapa 3. Republica Popular de China

Con una población de 1.200 millones de personas, ingresos crecientes, y un reavivamiento de los valores chinos tradicionales con respecto a la acumulación y expresión de la riqueza, China (Mapa 3.) es un mercado potencial muy importante en el mediano plazo para los fabricantes de artículos de madera y mobiliario de oficina. Se estima que a finales del siglo XXI, China se volverá el segundo fabricante del mundo en muebles y estará entre los cinco mercados más grandes del mundo.

Aunque las ventas de muebles en China han crecido a razón del 9% anualmente durante los últimos seis años, la inmensa mayoría de consumidores chinos no tienen los medios para comprar todavía muebles importados o de alta calidad.

Analistas estiman que para el 2005 las ventas al por menor alcanzarán los US \$900 billones, ya que el consumo de mobiliario está creciendo en China, particularmente en los centros urbanos costeros⁸.

En la actualidad el crecimiento económico del país se ve reflejado en el desarrollo de la industria de la construcción. Proyectos de todo tipo incluyen una gran cantidad de madera en diferentes estilos además de láminas de triplex, aglomerados y enchapados.

China desde hace mucho tiempo ha implementado de manera intensiva los recursos forestales en todo el país. No obstante, la deforestación ha traído consigo un gran daño ecológico manifestado en grandes inundaciones en el sur y grandes sequías en el norte. Ahora, China pasa por una época de gran escasez de madera, por lo que las necesidades y la demanda de todo este tipo de productos debe ser cubierta con importaciones de países tropicales.

Las importaciones chinas durante los últimos tiempos relacionadas con madera han incluido los siguientes productos: maderas para combustible, carbón vegetal, madera en bruto, cortada en forma de láminas, estacas, mangos para herramientas, triplex, hojas para enchapado, parquet, y otras láminas para pisos, tableros ensamblados tipo "wafer", aglomerados de fibra de madera, contrachapados, madera densificada e bloques, puertas, marcos para puertas y ventanas, cajones, baúles, cubas, barriles, encofrados en hormigón, artesanías, ventiladores de madera, productos de marquetería, bobinas y carretes para hilos. En el año de 1998, China importó US \$1.965 millones de maderas y sus derivados para su consumo⁹.

⁸ U.S. department of commerce, "Furniture Sales", Industry Sector Analysis, en www.stat-usa.gov

⁹ Embajada de Colombia en Beijing "El mercado de la madera en China, datos y perspectivas". 20 de noviembre de 2003.

China importó un total de US \$1.655 millones de este producto con o sin corteza, tratada o no con sustancias preservativas en el año 2000. Esto significó un aumento del 176,3% con respecto al valor importado en 1998 y un incremento del 32,6% con respecto a 1999. De los cuales importó de madera teca rolliza (teak on the rough) en el año 2000 el total de US\$ 14.086.000¹⁰. En cuanto a los principales proveedores chinos de teca rolliza en el año 2000, fueron en orden de importancia, Myanmar con una participación del 92.49 %, Ecuador con una participación del 3.73 %, Costa Rica con una participación del 1.06% y Tanzania con el 0.72 %¹¹

4.3.1. Generalidades.

China se encuentra ubicada al este de Asia y es bordeada por el mar del este de China, la bahía de Corea, el mar amarillo y el mar de China del sur, en medio de Corea del norte y Vietnam. Su línea costera tiene una longitud de 14.500 Km. Su clima es bien diverso, oscila de tropical en el sur a subártico en el norte. El terreno esta constituido principalmente por montañas, altas, mesetas, desiertos al oeste, llanuras, deltas y colinas al este. La Republica popular de China, con una población de 1,267 millones de habitantes (Cuadro 13), presentó un crecimiento poblacional anual del 0.9% durante el año 2001, y una densidad poblacional de 135.2 personas por km² durante este mismo año.

¹⁰Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de estadística DANE-
Calculos Proexport-Colombia, Tomado Noviembre de 2003

¹¹ Fuente de Información: WORLD TRADE ATLAS, Tomado Noviembre de 2003

Cuadro 13. Datos importantes de la China, Republica Popular

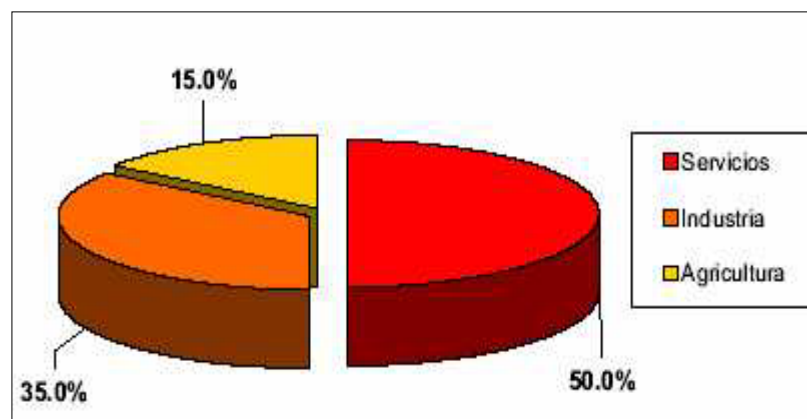
Población:	1,304,200,000
Idioma:	CHINO O MANDARIN
Tipo de Gobierno:	ESTADO COMUNISTA. PRESIDENTE: Hu Jintao (2003-2008)
Religión:	OFICIALMENTE ATEISMO (75 %), TAOÍSMO (20 %) Y OTROS (5 %).
Moneda:	YUAN
PIB:	Valor US\$: 1,372,000,000,000.00 PIB per Capita US\$: 1,062.00 Crecimiento de PIB %: 7.50
Tasa de Devaluación %:	0.10
Cambio de la moneda X US\$:	8.29
Deuda Externa US\$:	347.26
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del Pais :	Valor Col\$: 347.26
Desempleo %:	10.20
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 3.41 Tasa de Interés Pasivo %: 1.37
Inflación %:	0.80

Fuente: Inteleport - Proexport Colombia

El país de la China en su división política tiene tres categorías de división administrativa: Provincias (23); regiones autónomas (5); municipalidades (4).

4.3.2. Economía.

Figura 3. Composición del PIB real



Fuente: C.I.A Worldfactbox

Cuadro 14. Balanza comercial de China

COMERCIO EXTERIOR	2001 (US\$)	2002 (US\$)	2003 (US\$)
EXPORTACIONES	266,661,113,296	325,642,067,334	438,472,556,679
IMPORTACIONES	243,567,049,651	295,302,905,307	413,095,615,634
BALANZA COMERCIAL	23,094,063,645	30,339,162,027	25,376,941,045

Fuente: Intalexport-Proexport Colombia

Cuadro 15. Balanza comercial bilateral con Colombia

INTERCAMBIO BILATERAL	2001 (US\$)	2002 (US\$)	2003 (US\$)
EXPORTACIONES TOTALES FOB HACIA CHINA	19,907,155	28,915,657	80,866,371
EXPORTACIONES TRADICIONALES	1,175,460	6,452,294	40,020,140
EXPORTACIONES NO TRADICIONALES	18,731,695	22,463,363	40,846,231
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE CHINA,	353,736,040	475,406,163	688,673,815
BALANZA BILATERAL	-333,828,885	-446,490,506	-607,807,444

Fuente: Inteleport-Proexport Colombia

4.3.3. Logística

El comercio entre Colombia y china¹² se moviliza esencialmente por vía marítima, 99% del total, siendo el tonelaje de importación mayor que el de exportación. a pesar de la distancia, la estructura mundial del transporte marítimo, facilita la conexión entre puertos colombianos y chinos, previa realización de uno o dos transbordos. similar situación presenta el transporte aéreo. No obstante que las condiciones señaladas permiten el acceso de

¹² Fuente: subdirección logística de exportación proexport – Colombia.

productos colombianos al mercado chino, es importante tener en consideración las variables tiempo de tránsito y puerto o aeropuerto específico de destino, habida cuenta que algunos pueden carecer de la infraestructura requerida.

El transporte marítimo es favorable, por su dimensión territorial, debido a que China cuenta con una amplia infraestructura portuaria extendiéndose a lo largo del litoral, con un número superior a 350 puertos y subpuertos o auxiliares. Aproximadamente el 57% de éstos se dedican a la actividad comercial internacional. Por su impacto comercial, su infraestructura y la afluencia de navieras internacionales, merecen destacarse los puertos de: Shanghai, dalian, fuzhou, quingdao, taijin, xiamen, yantian y yingkou.

Shanghai por ser municipalidad está bajo la administración del gobierno central. Está situada en el estuario del río Yangtze al este de China. Shanghai es el centro comercial y financiero más importante de China. Es el puerto comercial más grande del país. Es el centro del tráfico de China a lo largo del litoral del río de changjiang, sirviendo de punto intermodal para el envío de cargas. El río de changjiang conecta el puerto con las provincias del interior y por su posición en la costa central, lo enlaza a todos los puertos del norte y sur de china. shanghai tiene acceso al sistema ferroviario nacional conectándolo con beijing, hangzhou, zhejiang y jiangxi. Su infraestructura se encuentra en capacidad para manejar todo tipo de carga, como por ejemplo: general, a granel y refrigerada. Casi el 50% del total nacional de las industrias tecnológicas altamente desarrolladas se ubican en Shanghai. La construcción del puerto en Shanghai se asoció a la inversión extranjera en la que se desarrollaron fábricas en zonas de concesión foránea y se aprovechó la mano de obra barata en China. El producto industrial de Shanghai ocupa el cuarto lugar en el país. Las industrias que componen la mayor parte del producto en este sector son la de automóviles, equipos electrónicos, telecomunicaciones, hierro, acero, procesos químicos y petroquímicos,

equipos para centrales eléctricas, y aplicaciones eléctricas para el hogar. Shanghai tiene como objetivo además de seguir desarrollando su industria, convertirse en el principal centro internacional de información tecnológica (IT) en China.

Entre otros puertos destacados esta Dalian, es el puerto más grande del noreste de china, el Fuzhou, el puerXia y el Vantian. Sus infraestructuras y conexiones a la línea principal férrea y a carreteras, facilitan el ínter modalismo y los insertan como un punto de unión básico para el comercio.

Los Servicios y tarifas en servicios existen diferentes opciones para los exportadores colombianos a cualquiera de los puertos antes mencionados (Cuadro 16). Sin embargo desde Colombia no se cuenta con servicios marítimos directos hacia china. No obstante se presentan conexiones que facilitan el envío de la carga. el inconveniente se genera en los largos tiempos de tránsito y los transbordos en puertos del caribe, Europa norte y en puertos del pacífico (panamá, Perú, corea del sur, Hong Kong y Japón) que necesariamente deben realizarse antes de recalar en este país. La frecuencia promedio de zarpe es de 12 días y tiempos de travesía que oscilan entre 29 - 67 días. Desde Colombia, los puertos de Dalian, Nanjin, Tiajin, Shanghai, Quinbdao y Xiamen, además de ser los más importantes destinos, concentran la mayor oferta de servicios regulares.

Cuadro 16. Tarifas de referencia

Origen	Destino	TIPO DE CARGA	FLETE US \$(20)	FLETE US \$(40)
Buenaventura	Shanghai	General	1300 y 1800	2500 y 3300
Cartagena	Shanghai	General	1200 y 2200	1300 y 2700

Fuente: Mincomex

Es probable que un exportador pueda lograr niveles algo inferiores en la medida en que cuente con cargas de compensación o volúmenes regulares de exportación.

Para el caso de particular de la empresa TECFOR CONSTRUCTORES, la ruta estaría establecida por vía marítima desde los puertos de Cartagena (Contecar), hacia el puerto de Shangai en la Republica Popular de China, teniendo en cuenta las diferentes conexiones que se deben realizar para el destino y en caso de alguna eventualidad en el puerto de Cartagena se optaría por utilizar el puerto de Buenaventura para el transporte de la madera.

El Servicio de Transporte Aéreo hacia la China, alberga cuarenta y siete aeropuertos con servicio aduanero. No obstante, el tráfico aéreo internacional está concentrado principalmente en los aeropuertos de Pekín y Shanghai.

Estos terminales disponen de la infraestructura suficiente para el manejo de todo tipo de carga, así mismo, las vías de acceso de las que dispone son buenas tanto por carretera como por línea férrea, circunstancia que facilita el traslado de la carga hacia el resto del territorio, tanto a exportadores como importadores.

La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia a china es nula. No obstante la movilización de carga de exportación a china, se efectúa a través de conexiones en Europa y Estados Unidos. De acuerdo con la ruta y estructura de servicios de cada aerolínea, la carga es reexpedida desde los puntos de conexión hasta Pekín y Shanghai, por la misma aerolínea que toma la carga desde origen, o a través de una tercera. La estructura actual de servicios, presenta en ocasiones dificultades para el transporte de

perecederos, especialmente para carga cuyo destino final es diferente a Pekín o Shanghai, en razón de los altos tiempos de tránsito.

Cuadro 17. Tarifas de Referencia

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	TARIFA US \$(+DE 500 KG)
BOGOTA	BEIJING	GENERAL	2.50 Y 5.00
BOGOTA	BEIJING	PERECEDERA	3.50 Y 4.50

Fuente: Mincomex - Colombia

Adicional a la tarifa básica (Cuadro 17), se han establecido recargos: uno de ellos es el denominado FS (Fuel Surcharge) o de combustible el cual varía de acuerdo al precio del petróleo en el mercado internacional, en el caso de Colombia, su monto se deriva de una formula establecida por la autoridad aeronáutica. De otra parte, está el recargo por seguridad, el cual también debe ser registrado ante la autoridad aeronáutica.

El transporte de la madera por vía aérea, no es aconsejable debido al peso del volumen de la madera enviada y en caso que así se realizara, seria muy costoso este medio de transporte y como consecuencia aumentaría el costo del metro cúbico de madera.

Como alternativa para envíos de carácter urgente, de exportaciones en volúmenes pequeños y muestras sin valor comercial, se encuentran los servicios de carga y courier los cuales garantizan mejores tiempos de entrega; para este tipo de servicios puede contarse con diferentes compañías como: DHL, Fedex, Servientrega y UPS entre otras.

4.3.4. Acuerdos Comerciales

Análisis de los diferentes acuerdos comerciales en los que participa China¹³ y de los diferentes esquemas preferenciales que otorga, con énfasis en los que se beneficie Colombia.

- **Negociaciones Comerciales entre la República Popular China y Colombia.** El Gobierno de la República Popular China y el Gobierno de la República de Colombia, cerraron negociaciones bilaterales en el marco de la aprobación de acceso de China a la OMC, ellos por lo tanto, vincularon para este fin un listado de productos para los cuales la República Popular China otorga preferencias a la República de Colombia.

Entre los productos que tienen tratamiento preferencial, encontramos los siguientes: Flores cortadas, carne de bovino, banano, limones, café, piña, ácido cítrico, fungicidas, maletines en cuero, algodón, ferroniquel, entre otros. China asegura que estas tarifas arancelarias, no serán menos favorables que las que se acordaron, al momento en que dicho país sea aceptado por la Organización Mundial de Comercio (OMC).

- **Foro de Cooperación Económica de la Región Asia-Pacífico (APEC).** El Foro de Cooperación Económica de la Región Asia-Pacífico (APEC) se llevó a cabo en marzo de 1.989 como respuesta a la creciente interdependencia de la región Asia-Pacífico. El APEC es un mecanismo de diálogo y consulta, enfocado hacia el comercio libre y generalizado, sin distorsiones o discriminaciones y con beneficios

¹³Fuentes: Ministerio de Comercio Exterior de Colombia. Tomado el 19/04/04.

para toda la comunidad. APEC fue fundado por 12 economías. Hoy en día 21 economías forman parte de este organismo: Estados Unidos, Japón, Australia, Brunei, Canadá, Chile, Indonesia, Corea, Malasia, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur, Tailandia, República Popular China, Hong Kong, Taipei, México, Papua Nueva Guinea, Perú, Rusia y Vietnam. Los líderes se comprometieron a establecer un régimen de comercio e inversión libre y abierta para el año 2.010 en el caso de las economías desarrolladas, y para el 2.020 en el caso de las economías en desarrollo.

- **Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC).** El PBEC, fue creado en el año de 1967, por iniciativa del Comité Cooperativo de Negocios Japón - Australia. El PBEC es un organismo de cooperación del sector empresarial, busca promover la colaboración económica entre los países miembros mediante el desarrollo económico y social que apoya a través del comercio exterior. Actualmente, PBEC está integrado por más de 1.200 empresas, localizadas en 20 economías de la región: Australia, Canadá, Chile, Colombia, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Rusia, Fiji, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Taipei, República Popular China y Tailandia. Los objetivos fundamentales del PBEC son: Estimular el comercio y la inversión; Fortalecer el sistema de libre empresa; Impulsar la colaboración económica y promover una mayor coordinación entre los sectores empresariales de las economías de la región. Empresariales, ruedas de negocios, cursos y seminarios¹⁴.

¹⁴ Fuentes: Ministerio de Comercio Exterior de Colombia. Tomado el 19/04/04.

4.3.5. Tarifas Arancelarias

China anunció recientemente su nuevo programa de tarifas arancelarias de importación y exportación. De acuerdo con los compromisos adquiridos con la Organización Mundial del Comercio OMC comenzando desde el año 2.002, las tarifas de importación de 5.332 posiciones arancelarias dentro de un total de 7.316 ítems serán reducidas gradualmente. Comparado con el año 2.001, el promedio de tarifas arancelarias para bienes industriales bajarán del 14.7% al 11.6%, mientras que los productos agrícolas bajarán del 18.9% al 15.6%, representando decrecimientos de 23% y 17.5% respectivamente. El nuevo programa arancelario entró en vigencia el 1 de enero de 2.002, y se entiende que incorpora las concesiones de tarifas arancelarias que China se obligó a implementar en el año 2.001 y 2.002. Como miembro de la OMC, China no tiene gran autonomía para imponer sus tarifas arancelarias, que están ahora dentro de unos niveles que solo pueden ir disminuyendo pero no aumentando en el futuro.

En China existen tres grandes tipos de recaudo de impuestos en productos y servicios: Impuesto de Valor Agregado (VAT), es del 17%, pero existen también tarifas más bajas del 13%; El impuesto al consumo se calcula de acuerdo al volumen o cantidad de la mercancía o por medio de una tasa fija del precio de venta, para el impuesto de negocios se aplica el 3% para transporte, comunicaciones, cultura y deportes y el 5% para finanzas, seguros, transferencias de bienes tangibles e intangibles. Además de esto, para entretenimiento el impuesto puede estar entre 5% y 20%¹⁵.

¹⁵Fuentes: Organización Mundial del Comercio (OMC) Reporte del Grupo de Trabajo en el Acceso de China a la OMC y el National Trade Data Bank (NTDB). Tomado el 0/02/02

- **Regulación y Normas.** Las operaciones de comercio exterior únicamente pueden ser realizadas por empresas chinas y mixtas o empresas dentro de las Zonas Económicas Especiales (ZEE). Para realizar este tipo de operación, todas las empresas necesitan una licencia general para dirigir sus operaciones comerciales.
- **Artículos prohibidos:** Armas y explosivos de cualquier clase; dinero falso, material impreso, medios de comunicación magnéticos, que puedan dañar los intereses políticos, económicos, culturales y morales de China; drogas ilícitas, animales y plantas con enfermedades, prendas de vestir viejas o usadas; algunos alimentos que contengan colorantes o aditivos dañinos para la salud humana, entre otros.
- **Bienes restringidos:** Esta categoría de productos requieren una licencia de importación emitida y autorizada por el Ministerio de Comercio Exterior y de Cooperación Económica, como son: granos, lana, azúcar, algodón, tabaco, lavadoras, caucho natural y relojes.
- **Cuotas de Importación:** Entre los productos para los que se exigen cuotas de importación están los productos de aceites refinados, azúcar, máquinas electrónicas, productos electrónicos, entre otros.
- **Marcado y etiquetado:** Todos los productos vendidos en China deben estar marcados en lenguaje chino. La Administración Nacional de Salud y Cuarentena requiere que los productos importados como dulces, vino, almendras, alimentos enlatados y quesos tengan anexo una etiqueta que informe sobre la seguridad del producto¹⁶.

¹⁶ Fuentes: Informe de la Oficina Comercial de Proexport en China y el National Trade Data Bank (NTDB). Tomado el 19/04/04

4.4. TAILANDIA



Mapa 4. Tailandia.

4.4.1. Generalidades.

Tailandia se sitúa en el sudeste de Asia, bordeando el mar de Andaman y el golfo de Tailandia, limitando con Burma, Laos, Camboya y Malasia. Su línea costera tiene una longitud de 3.219km.

Tailandia, con una población de 61.8 millones de habitantes, presentó un crecimiento poblacional anual del 0.8% durante el año 2000, y una densidad poblacional de 108.9 personas por km² durante este mismo año. Por otro lado, el PIB de Tailandia alcanzó los \$121.89 billones, presentando un crecimiento del 4.4% (cuadro 18).

Cuadro 18. Datos Socioeconómicos de Tailandia.

CAPITAL	Bangkok
POBLACIÓN	61.880.000
IDIOMA	Tailandia, ingles, y dialectos étnicos
TIPO DE GOBIERNO	monarquía constitucional
RELIGIÓN	budismo, hinduismo, islamismo y cristianismo
MONEDA	Bath tailandés
PIB	121.89
TASA DE DEVALUACIÓN %	12,8
CAMBIO DE LA MONEDA X US\$	40.20baths por dólar
DEUDA EXTERNA US\$	79.715
TIPO DE CAMBIO BILATERAL X MONEDA DEL PAÍS	1thb=52.17\$
DESEMPLEO %	3.6%
TASA DE INTERÉS	
INFLACIÓN %	1.6

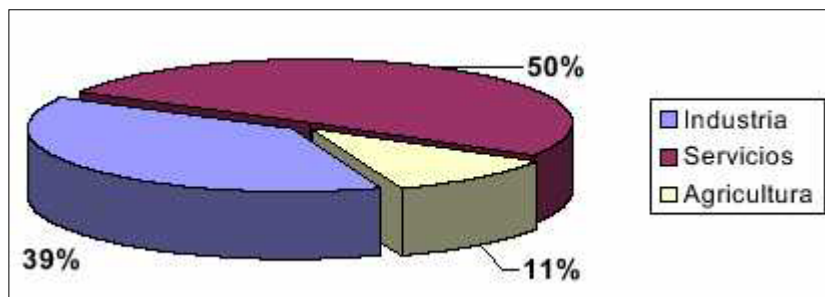
Fuente: intelexport-proexport colombia

La división política de Tailandia se divide en 76 provincias de las cuales la principal es Mahanakhon (Bangkok) .

4.4.2. Economía.

En 1999 el PIB de Tailandia (figura 4) tendió a concentrarse en los servicios, disminuyó la participación de la agricultura de 13.8 % a 10.8%, aumentó la participación de la industria de 36.7 en 1998 a 38.5 en 1999. Los servicios aumentaron de 49.5% a 50.7%.

Figura 4. Composición del PIB por grandes sectores



fuelle: Internacional Center fro thr Study of East Asian development

Las tendencias de la economía del país, después del descalabro económico sufrido en toda la región de Asia pacifico, donde el PIB de Tailandia cayó 10.2% en el año de 1998 como consecuencia de la crisis financiera, la economía del país se ha estado recuperando lentamente.

Así en 1999 la economía creció en un 4.2%, cifra modesta si se tiene en cuenta que en la época de mitades de los 90 cuando el auge se crecía al 10%. La recuperación se dio gracias a un paquete de ayuda económica aprobada por el fondo monetario internacional de 17.2 billones de dólares, por medio del cual se le dio tranquilidad al sistema financiero, se calmo el pánico de los inversionistas y se estabilizo el tipo de cambio.

Los planes del gobierno para reactivar la economía fueron concentrados en el impulso al consumo privado y a las exportaciones para la atracción de divisas.

Cuadro 19. Balanza comercial Tailandia

	1998 (millones de US\$)	1999 (millones de US\$)	2000 (millones de US\$)
Exportaciones	54.344	58.548	69.249
Importaciones	42.895	50.434	62.180
Balanza	11.446	8.115	7.070

Fuente: Bank of Thailand

Las exportaciones con destino a Tailandia específicamente dependen en más del 90% del transporte marítimo. Al observar las estadísticas de los últimos años se presenta una variación de las exportaciones vía aérea.

4.4.3. Logística.

El transporte de exportaciones a Tailandia se efectúa vía marítima en servicios con trasbordo (Cuadro 20), o vía aérea exclusivamente a través de conexiones en estados unidos y Europa, principalmente.

Cuadro 20. Exportaciones colombianas totales a Tailandia por modalidad de transporte.

VÍA	1998 TONS	1999 TONS	2000 TONS
MARÍTIMA	716.02	709.68	909.16
AÉREA	46.02	39.95	49.62
TOTAL	762.04	749.63	958.78

Fuente: Proexport – Colombia

En el transporte marítimo a lo largo de sus costas, Tailandia posee una infraestructura portuaria de más de 23 puertos abiertos para el manejo de carga. Por su movimiento de carga internacional se destaca el puerto de Bangkok. El puerto de Bangkok, también conocido como el puerto de Klong

Toey, se encuentra a 28 Km. de la entrada del río Chao Prava en el norte del golfo de Tailandia es considerado el puerto principal de entrada a Tailandia. Para el 2000 se movilizaron aproximadamente 13,248, 177 toneladas por este puerto en 1, 073,517 contenedores de 20 pies.

En cuanto a la oferta de transporte marítimo desde Colombia es bastante amplia. Paradójicamente, aunque es de esperarse que la mayoría de servicios operen desde los puertos del Pacífico debido a una mayor cercanía, desde la costa Atlántica se ofrece una mayor disponibilidad para el transporte de carga. Sin embargo, desde Colombia no se ofrece un servicio directo, es necesario realizar conexión en puertos del Caribe, Europa, etc.

Con un promedio de zarpe cercano a los 11 días, desde el puerto de Buenaventura operan las compañías Hamburg Süd, compañía chilena de navegación, Maersk-Sea Land, Nippon Yusen y P&O Nedlloyd Container. Los tiempos de tránsito oscilan entre 35-55 días dependiendo del buque y de la ruta. Algunas alternativas para realizar la conexión son: Singapur, Reino Unido, Miami o Hong Kong.

Desde la costa Atlántica operan American President Lines, CMA-CGM, Evergreen Marine, Hamburg Süd, Maersk-Sea Land, P&O Nedlloyd Container y Zim Container Service, entre otras. Con tiempos de tránsito que varían entre 31-52 días, aproximadamente, cada diez días zarpa un barco hacia el destino final vía Manzanillo, Kingston, Hong Kong, Singapur, Reino Unido o algún otro puerto.

Así como existe diversidad de navieras, se encuentran fletes en niveles variados. De manera referencial se indican los rangos actuales de acuerdo con el tipo de embalaje. Los rangos de fletes de acuerdo al tipo de embalaje

20 pies³ ó 40 pies³ de carga suelta cuestan US\$ x ton/m³ entre 1,550 y 2,300¹⁷.

A nivel de transporte aéreo, el aeropuerto de la capital, Bangkok (a 32 km al norte del centro), es el destino principal de las exportaciones colombianas que se movilizan vía aérea. Sin embargo, el país cuenta con otros aeropuertos con servicio aduanero como Chiang Rai y Hat Vai (a 15 km del centro de la ciudad) y Phuket (a 35 Km. al noroeste). Aunque el único aeropuerto que cuenta con almacenamiento de material radioactivo y animales vivos es el de Bangkok, los demás reciben carga seca, refrigerada y de valores. Los horarios de atención de aduanas son de lunes a viernes de 8:30 a 12:00 y de 13:00 a 16:30. Sin embargo, para la legalización de bienes perecederos se podrá solicitar un permiso, durante horas de oficina, para que cuando llegue el cargamento pueda ser legalizado aunque no sea en horas de atención al público. En cuestión de empaque, no son permitidos los de paja ni los de madera.

La oferta de transporte desde las ciudades norteamericanas, en términos generales, es bastante amplia. Desde las ciudades de Chicago, Los Ángeles y Nueva York se cuenta con una buena cantidad de opciones. En promedio, hacia la ciudad de Nueva York hay más de 6 vuelos diarios y a Los Ángeles más de cuatro saliendo de la ciudad de Bogotá. Sin embargo, no son las únicas ciudades que sirven como conexión ya que desde Miami y algunas otras ciudades podrá realizarse la conexión. Siendo la primera en mención la de mayores vuelos cargueros hacia Tailandia. Desde Colombia, las aerolíneas Air France, British Airways, Cargolux, Avianca, KLM, Lufthansa y Martin Air, entre otras, ofrecen en promedio cuatro vuelos diarios con una capacidad de carga entre 3-16 toneladas por vuelo dependiendo de la aerolínea.

¹⁷ fuente: Mincomex -proexport Colombia 2001

Las condiciones generales de acceso a Bangkok son las siguientes:

Tiempo de tránsito aproximado (dependiendo de la aerolínea y del lugar de conexión): 3-5 días. Frecuencias semanales promedio (desde Colombia hacia los destinos de conexión): 24 .principales aerolíneas en la ruta: martin air, lufthansa, american airlines, avianca, klm, cargolux, british airways y air france, entre otras.

Como alternativa para muestras sin valor comercial, envíos urgentes y exportaciones de pequeños volúmenes, están los servicios de carga y courier los cuales permiten garantizar tiempos de entrega precisos. Dentro de esta modalidad se encuentran dhl, fedex y challenge UPS, entre otros.

Las tarifas a Tailandia han registrado una disminución. Actualmente, dependiendo de la aerolínea, se ubican es estos niveles. Para carga general mas de 500 kg entre 2.30 y 4.00 y el recargo combustible US\$ entre 0.05 0.15¹⁸.

¹⁸ Fuente: proexport Colombia, Mincomex -proexport Colombia 2001.

4.4.4. Acuerdos Comerciales

Análisis de los diferentes acuerdos comerciales en los que participa los países asiáticos y de los diferentes esquemas preferenciales que otorga, con énfasis en los que se beneficie Colombia.

- **Organización mundial de comercio – OMC.** La organización mundial del comercio (OMC) es la base jurídica e institucional del sistema multilateral de comercio. El acuerdo por el que se establece ésta organización, incorpora dentro de un mismo marco jurídico las principales obligaciones contractuales que determinan la manera en que los gobiernos desarrollan sus leyes y reglamentos comerciales, así como la forma en que se llevarán a cabo las relaciones comerciales entre los distintos países.
- **Foro de cooperación económica de asia y el pacífico - APEC.** El foro de cooperación económica de la región Asia-pacífico (APEC) es un mecanismo de diálogo y consulta, enfocado hacia el comercio libre y generalizado, sin distorsiones o discriminaciones y con beneficios para toda la comunidad. APEC fue fundado por 12 economías. hoy en día 21 economías forman parte de este organismo: estados unidos, Japón, Australia, Brunei, Canadá, Chile, Indonesia, corea, malasia, Nueva Zelanda, filipinas, Singapur, Tailandia, república popular china, Hong Kong, Taipei, México, Papua nueva guinea, Perú, Rusia y Vietnam. Los líderes se comprometieron a establecer un régimen de comercio e inversión libre y abierta para el año 2.010 en el caso de las economías desarrolladas, y para el 2.020 en el caso de las economías en desarrollo.

- **Consejo económico de la cuenca del pacífico (PBEC)** El PBEC, fue creado en el año de 1967, por iniciativa del comité cooperativo de negocios Japón - Australia. El PBEC es un organismo de cooperación del sector empresarial, busca promover la colaboración económica entre los países miembros mediante el desarrollo económico y social que apoya a través del comercio exterior, la realización de foros internacionales y la asesoría a los gobiernos y otros organismos en la búsqueda de la expansión del comercio y la cooperación en la cuenca del pacífico. Estados Unidos y Japón fueron los fundadores de este organismo. Actualmente, PBEC está integrado por más de 1.200 empresas, localizadas en 20 economías de la región: Australia, Canadá, Chile, Colombia, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Rusia, Fiji, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Taipei, República Popular China y Tailandia. Los objetivos fundamentales del PBEC son: estimular el comercio y la inversión; fortalecer el sistema de libre empresa; impulsar la colaboración económica y promover una mayor coordinación entre los sectores empresariales de las economías de la región. Colombia ingresó a este organismo en el año 1994.

4.4.5. Tarifas arancelarias

El cronograma de tarifas arancelarias de Tailandia cuenta con cuatro columnas de tarifas aplicables, una es la tarifa general, la tarifa preferencial dentro del marco de la OMC y una tarifa temporal. El sistema preferencial japonés otorga tarifas bajas a productos importados de países en vía de desarrollo entre los que se encuentra Colombia. Adicional al impuesto aduanero, Tailandia impone un impuesto al consumo del 5% sobre todos los bienes vendidos en este mercado. El pago de este impuesto es requerido al momento de la declaración de importación. El impuesto al consumo es tasado sobre el valor CIF del producto más el impuesto de importación. El

impuesto de aduana y el impuesto al consumo se cancelan cuando se hace una declaración de importación.

- **Regulación y normas.** Para las licencias de importación la mayoría de los bienes en el país de Tailandia, son considerados de libre importación y no requieren de una licencia de importación. la única excepción es para aquellos bienes que están sujetos a una cuota de importación. en estos casos, el importador debe aplicar para la aprobación de una licencia de importación para productos como el arroz, el trigo, el maíz, la harina de arroz y el cuero.
- **Requisitos de etiquetado.** Un correcto empaque, marcado y etiquetado son cruciales al momento de ingresar un producto al país. El empaque en materiales de paja están prohibidos. Las leyes requieren que todos los productos importados y los documentos de embarque muestren evidencia del peso métrico y medidas de la mercancía. Para la mayoría de productos no existen requerimientos de etiquetado del país de origen; no obstante, si las etiquetas indican que el origen es falso o engañoso, las etiquetas deben ser removidas o corregidas. Los artículos que deben llevar etiquetas son: textiles, artículos eléctricos y aparatos, productos de plástico y bienes diversos de uso casero o bienes de consumo.
- **Importaciones prohibidas.** Los siguientes productos son de prohibida importación: narcóticos y productos similares; armas de fuego; municiones; partes de armas; falsificaciones de dinero, materiales obscenos y artículos que atenten contra los derechos de propiedad intelectual¹⁹.

¹⁹ Fuentes: www.apectariff.org.ta - tomado el 15/02/04

4.5. ANÁLISIS DE LOS PAÍSES IMPORTADORES DE MADERA

Conocidos los países importadores de teca, es necesario estudiar algunas variables que nuestro juicio son determinantes a la hora de pretender realizar negociaciones con ellos. Para el estudio de los países con potencial importador no se tomo en cuenta a Norteamérica, Europa ni Japón por demandar la madera teca aserrada, debido a que la mano de obra en estos países no es económica y aumentaría los costos de producción, ellos necesitan la madera aserrada para trabajar rápidamente en producto terminado. Los países suramericanos tampoco fueron tomados en cuenta debido a que la madera teca es una de las mas finas del mundo por las cualidades ya mencionadas y los artículos de esta madera serian muy costosos para ser costeados por los países suramericanos.

Siendo así esta es la justificación de variables utilizadas para el análisis de los países importadores de madera teca rolliza:

4.5.1. El PIB per capita.

Siendo la teca una madera fina y estilizada para fabricar bienes que no son nada económicos, el país que tenga un mayor PIB per capita, será más atractivo como mercado destino.

4.5.2. La población.

La madera es un insumo para la producción de bienes de consumo masivo, por lo cual los mercados de mayor población serán los más importantes como mercado destino.

4.5.3. Precio de venta.

Es el indicador más influyente en una eventual toma de decisión de entrada a determinado mercado, debido a la mayor utilidad que puede obtener la empresa en un país con el mejor precio de venta.

4.5.4. Tipo de gobierno.

Es una variable relevante en este caso, ya que puede marcar la pauta en cuanto a leyes y restricciones que puede haber entre un estado comunista o en una democracia, es decir, en una economía de mercado como la de India va a hacer mas atractiva que una economía dirigida por el estado que apenas se esta liberalizando.

4.5.5. Exportaciones colombianas al país.

Es un indicador con mucha importancia ya que permite observar las relaciones de comercio exterior que puede existir entre Colombia y el país, a mayor nivel de exportaciones hacia ese país mas atractivo se vuelve este y viceversa.

4.5.6. Logística

Factor decisorio para la escogencia del país a penetrar por parte de la empresa, ya que los costos pueden variar de acuerdo a ella. El país con mayores posibilidades logísticas es más atractivo y así sucesivamente.

4.6. COMPARACIÓN ENTRE PAÍSES

A Continuación se realizara una recopilación de las variables estudiadas anteriormente características de los países importadores de madera teca. (Cuadro 21 y 22).

Cuadro 21. Análisis comparativo de países importadores de madera.

Variables	PIB per capita	Logística (transporte al país)	Exportaciones colombianas al país
China	847us	Frecuencia :12 días transito: 50 días	69377 Ton
HONG KONG	24375us	frecuencia (atlántico): 8días, transito:26-50días, frecuencia (pacífico):13días,directo transito:23-31 días	5058 Ton
India	440us	frecuencia (atlántico): 12 días ,transito:46-50d, frecuencia(pacífico): 9 días, transito: 41-52 días.	14201 Ton
Tailandia	1931us	frecuencia(atlántico): 10 días, transito:31-52d, frecuencia(pacífico): 11días, transito: 35-55d.	958 Ton.

Fuente: Datos recopilados por los autores.

Cuadro 22. Resumen de información política de países

PAÍS	TIPO DE GOBIERNO	POBLACIÓN
INDIA	Republica federal Democracia	1014.003.817
CHINA	Estado comunista	1304.200.000
HONG KONG	Región administrativa especial	6.860.000
TAILANDIA	Monarquía Constitucional	61.880.000

Fuente: Datos recopilados por los autores.

El precio de la teca varía según su tamaño (diámetro, altura, albura, etc.), los precios son promedios correspondientes (cuadro 23)

Cuadro 23. Antecedentes de precios de compra de la madera teca por país

PAÍS	ANTECEDENTES PRECIO METRO ³ PROMEDIO.
INDIA	US\$ 265
CHINA	US\$ 260
HONG KONG	US\$ 260
TAILANDIA	US\$ 235

Fuente: Zapra Barak. Cliente de Tecfor Constructores en el país de la india.

Se realizara un análisis comparativo entre los diferentes países importadores de teca, con base en las variables descritas anteriormente, dándole un valor de 1 a 4 a cada variable donde 1 será el menor nivel de atracción y 4 el máximo, se sumaran los puntajes asignados a cada país en cada variable y se ordenaran en orden descendente para determinar cual país es el mas atractivo en términos generales y cual es el menos atractivo.

Cuadro 24. Puntajes de Republica Popular de China.

Variables	Puntaje
PIB per capita	2
Población	4
Precio de venta	3*
Tipo de gobierno	2*
Comercio	4
Logística	3*
Puntaje total	18

Fuente: Datos de los Autores

Cuadro 25. Puntajes de Hong Kong.

Variables	Puntaje
PIB per capita	4
Población	1
Precio de venta	3*
Tipo de gobierno	3*
Comercio	2
Logística	4
Puntaje total	17

Fuente: Datos de los Autores

Cuadro 26. Puntajes de India.

Variables	Puntaje
PIB per capita	1
Población	3
Precio de venta	4
Tipo de gobierno	4
Comercio	3
Logística	3*
Puntaje total	18

Fuente: Datos de los Autores

Cuadro 27. Puntajes de Tailandia.

Variables	Puntaje
PIB per capita	3
Población	2
Precio de venta	1
Tipo de gobierno	3
Comercio	1
Logística	3*
Puntaje total	13

Fuente: Datos de los Autores

*Nota: Los países que poseen los mismos puntajes en algunas variables, es debido a que presentan condiciones similares.

En base a los puntajes finales los países mas atractivos resultaron ser India (Cliente actual) y la Republica Popular de China, que presenta puntos fuertes en su alta población, el mayor intercambio comercial con Colombia, y también un buen precio de venta y la logística. Seguido de Hong Kong el cual tiene sus puntos fuertes en PIB per capita y logística.

5. ESTRATEGIAS DE ENTRADA A MERCADOS EXTERNOS

TECFOR CONSTRUCTORES se ha propuesto como principal objetivo hacerse conocer como una empresa maderera en el sudeste ASIÁTICO. Con este objetivo claro, la empresa puede implementar determinadas estrategias.

5.1. ESTRATEGIAS

Con la información obtenida en los capítulos anteriores y la preselección de los países con potencial importador de madera teca, se procederá al diseño de nuevas estrategias para TECFOR Constructores.

5.1.1. Actualización de datos y búsqueda de oportunidades de negocio.

La empresa debe tener información concreta y actualizada de los clientes y posibles compradores en el exterior. A través de PROEXPORT, tener un acercamiento que le permita a la empresa tener información actual sobre posibles oportunidades de negocio que se puedan presentar, y seguir de cerca todos los acontecimientos pertinentes y relevantes con relación al sector (maderero), teniendo en cuenta que las reglas del juego en el ámbito internacional cambian muy rápidamente.

5.1.2. Utilización de agregados de negocios.

En las embajadas existe una persona encargada de la promoción de negocios para su respectivo país, ya sea para la importación o la exportación de sus productos. Es axial como esta figura cobra mucha importancia, primero, teniendo en cuenta el mínimo costo implícito en dicha operación y segundo, al poderse poner en contacto directo con potenciales compradores, y así brindar la oportunidad a la empresa interesada de comenzar a tocar puertas.

5.1.3. Visita de potenciales compradores a Colombia.

La empresa puede organizar con un criterio muy selectivo y con el convencimiento de que son clientes potenciales, a visitar a Colombia, para que conozcan las plantaciones, oficinas, instalaciones, cuidados en el proceso de crecimiento de la plántula. etc., Lo cual es en definitiva el conocimiento total de TECFOR como empresa, de manera que las partes lleguen a un nivel de confianza que les permita llegar a una feliz negociación.

5.1.4. Visita de TECFOR a los países con compradores potenciales.

La empresa puede organizar una visita por parte del asesor de comercio exterior a los distintos países que puedan comprar la teca con el fin de ofrecer y mostrar a través de diferentes medios (folletos, fotografías) etc. lo que es la empresa, a lo que se dedica y primordialmente concretar negocios con los contactos que se puedan tener previamente.

5.1.5. Utilización de páginas WEB.

La empresa puede colocar un anuncio de oferta de madera teca en la página www.madereros.com o www.cicomercialwood.com, que son portales encargados de suministrar información de compra y venta de diferentes tipos de madera, con descripción detallada de los oferentes y las características de la madera que ofrecen y que buscan, o en cualquier otra página que le haga publicidad al sector en la WEB.

5.1.6. Participación en ferias internacionales y ruedas de negocios.

TECFOR puede participar en estas ferias internacionales, concretamente en la importante feria del sector “madera y muebles” que se celebra anualmente en la republica popular de china hacia el mes de marzo (En el año 2003 se celebros los días 12-15 de marzo) la cual le va a abrir aun mas las puertas de la empresa al mercado externo, y eventualmente llegar a un acuerdo de negocio con algún empresario interesado en la madera teca colombiana.

5.1.7. El establecimiento de una filial en el país destino.

La empresa puede emprender una conquista de determinada zona mundial a través de una oficina de representación o filial que le permita a los clientes un contacto mas directo, teniendo en cuenta que al poner esta oficina ya hemos realizado los estudios pertinentes que nos den una seguridad de que el producto de TECFOR va a ser comprado y que hay potenciales negocios tanto en el corto como en largo plazo con determinado cliente, ya que esta figura lleva implícita una inversión importante.

5.2. ALGUNAS MODALIDADES DE ENTRADA TENIENDO YA UN CLIENTE DEFINIDO

TECFOR es una empresa moderna que esta en búsqueda de nuevos mercados. De acuerdo a las distintas condiciones de mercado, económicas, logísticas. Legislativas, etc. de cada país la empresa puede implementar distintas modalidades de negocio según su conveniencia. De hecho hay muchos países que no permiten la inversión directa por parte de una empresa extranjera (en este caso TECFOR), de por ejemplo establecer una filial en el país destino, sino que permite solo la asociación con una empresa nacional (en el país destino). Es así como este abanico de posibles modalidades de negocio cobra mucha relevancia.

Algunas modalidades

5.2.1. Joint-Venture

Inversión conjunta o coinversión, es un acuerdo contractual entre 2 o mas empresas que aportan capital u otro tipo de activos (tecnología, maquinaria, etc.). Para crear una nueva empresa. En el plano internacional, el caso más usual consiste en una empresa extranjera y una empresa local que deciden emprender juntas una aventura en el mercado de la última, compartiendo la propiedad y control de la misma. Normalmente la empresa extranjera aporta capital y tecnología, mientras la empresa local aporta Capital, conocimientos del mercado local y acceso al mismo .estos aportes reflejan las ventajas de un *joint-venture* para las partes. Para la empresa internacional, este acuerdo de cooperación con la empresa local le permite entrar en el mercado de destino invirtiendo menos capital que en caso de una subsidiaria propia, con lo cual el riesgo es también menor, y además le da acceso a un mercado desconocido en lo que se refiere a gustos y necesidades de los clientes,

prácticas comerciales locales y canales de distribución. También el socio local puede darle acceso a materias primas o componentes que de otro modo serían muy difíciles de conseguir. Y puede aportar valiosos contactos con el medio local y empresarial y gubernamental.

Este último punto es de particular importancia, porque en muchos países las empresas internacionales no pueden invertir al menos que lo hagan en asociación con una empresa local.

5.2.2. Licencias.

Es un acuerdo contractual entre 2 empresas de distintos países, por medio del cual una concede a la otra el derecho de usar un proceso productivo, una patente, una marca registrada, un secreto comercial u otros activos intangibles cambio de un pago fijo inicial, un porcentaje sobre las ventas o beneficios, o un monto fijo por unidad vendida. Para la empresa que la otorga significa tener presencia en un mercado sin invertir capital en él. Y para la empresa licenciataria, la licencia es un medio de acceder a una tecnología, marca u otro activo que le costaría mucho dinero, tiempo y esfuerzo desarrollar internamente.

5.2.3. Franquicias.

Tipo especial de licencia para la distribución al detalle, que además de dar una licencia a la empresa licenciataria que la autoriza a utilizar su marca, la provee de elementos o de un producto y un sistema estandarizado de operaciones y marketing en el punto de venta o solo se ofrece la segunda opción.

5.2.4. Los contratos de administración.

Una empresa internacional, experta en la fabricación de determinados negocios, vende sus servicios a una firma local a cambio de unos honorarios. Nótese que en este caso la empresa exporta productos.

5.2.5. Los contratos de manufactura.

Aquí se da la situación inversa a una licencia, la empresa internacional paga una cantidad de dinero para que la empresa local fabrique sus productos.

5.2.6. La exportación.

La exportación, vista en términos muy simples, implica la producción de los bienes en cuestión en el país de origen, y su envío por tierra, mar o aire para ser comercializado en el país de destino. En el fondo no es más que la venta de un producto en un territorio diferente al local (como podría ser la venta en otra región geográfica del mismo país), pero con la complicación inherente de de traspaso de fronteras, tramites de aduana, y la diferencia de monedas, idiomas, legislación, y entorno económico y comercial.

Así las estrategias de entrada utilizando la exportación se dividen en:

- **La exportación indirecta o pasiva:** Bajo esta modalidad la empresa exporta por medio de intermediarios independientes, quienes se hacen cargo de todos los trámites.
- **La exportación directa:** bajo esta modalidad, la empresa entra contacto con intermediarios o compradores finales en el extranjero y se hace cargo de los aspectos burocráticos, logísticos y financieros que conlleva a una exportación. Para poner en práctica esta estrategia la empresa contrata personal experto en comercio exterior.

TECFOR CONSTRUCTORES realiza sus actividades a través de la modalidad que se acaba de ver anteriormente, es decir la exportación directa. Cabe aclarar que la empresa esta abierta a celebrar cualquier tipo de acuerdo con un cliente extranjero en los mercados meta.

CONCLUSIONES

En base a todo el trabajo investigativo sobre el mercado de la teca y todas las variables que intervienen en este, se puede afirmar que el mercado mundial esta en continuo ascenso, la madera teca, una de las maderas más valiosas del mundo, se ha venido constituyendo en uno de los negocios más interesantes del sector reforestador y promete grandes beneficios a los involucrados en el.

Los países del sudeste asiático son los más atractivos para el mercado de la teca, irónicamente serian ellos los mayores productores, pero son los mayores consumidores de esta apreciada madera que a causa de la veda tuvieron que satisfacer sus necesidades de madera para la fabricaron y comercialización como producto terminado, comprando madera de los países donde se están implementando proyectos de plantación de la teca y los que no tuvieran vedas ni restricciones a la tala.

India, sigue siendo el país asiático más atractivo para el mercado de la madera teca por el precio y cantidad demandada por parte de ellos, seguido de China donde existe un mercado con gran potencial de compra de la madera teca.

RECOMENDACIONES

Se le recomienda a la empresa mantener excelentes relaciones con el cliente actual de la India, y ampliar este mercado debido a que este país representa ser el mercado mas lucrativo para el sector maderero.

La empresa debe emprender las estrategias de darse a conocer en el mercado internacional, como comercializadores de madera TECA, mediante las estrategias mencionadas en el capitulo cuatro.

Fortalecer la parte de investigación y desarrollo tecnológico para las plantaciones y la parte administrativa, que le permita aumentar su productividad y asegurar una madera de calidad.

Motivación y capacitación a los empleados enfocados a ideas innovadoras aplicadas al mejoramiento continuo y creación de nuevos productos.

Alianzas estratégicas con centros de educación superior que permitan una comunicación entre universidad y empresa, que incremente la actualización y estudio constante de las plantaciones.

La empresa debe ofrecer productos terminados como muebles, artículos y casas prefabricadas en madera teca, diseñadas en base a las necesidades del mercado Asiático, Europeo y Norteamericano, interesados en artículos fabricados en esta durable y resistente madera. , como una alternativa para asegurar la existencia de la empresa a largo plazo abriendo puertas en búsqueda de nuevos clientes.

BIBLIOGRAFÍA

BORILLO Antonio, El Plan de Negocios. Santafé de Bogotá: Mc Graw Hill, 2000. 194 p.

Centeno, J.C. 1996. *Traders of illusions and Teak sting*. Documentos de Internet: www.ciens.ula.ve/~jcenteno/Teca.htm

Department of Commerce, "furniture Sales" Industrv Sector Analysis, 1998, en: Embajada de Colombia en la República Popular China, "El Mercado de Madera e China, Datos y perspectivas".

FAO. 1986. *Special study on forest management, afforestation and utilisation of forest resource in developing regions, Asia-Pacific*. APM Case Sudy, Field Document 12:2. Bangkok, Tailandia, Oficina Regional de la FAO para Asia y el Pacífico.

<http://www.fao.org/>

FAO. 1995. *Forest resources assessment 1990: tropical forest plantation resources*, por D. Pandey. Estudio FAO Montes, N° 128. Roma.

<http://www.fao.org/>

FAO. 1999b. Datos forestales - exportaciones de madera en rollo industrial. En *FAOSTAT - FAO statistical databases*. Documento de Internet <http://apps.fao.org>

FORO DE COOPERACIÓN ECONOMICA DE ASIA PACIFICO, Asian pacific economic council (APEC).

www.apectariff.org

Gyi, K.K. y Tint, K. 1998. Management status of natural teak forests. En *Teak for the future*. Actas del segundo seminario regional sobre la teca, Yangon, Myanmar, 29 de mayo-3 de junio de 1995, p. 27-48. Bangkok, Tailandia, Oficina Regional de la FAO para Asia y el Pacífico.

<http://www.fao.org/>

JARILLO José Carlos, Estrategia Internacional. Madrid España: Mc Graw Hill, 1998. 207 p.

Keogh, R.M. 1979. El futuro de la teca en la América tropical. *Unasyva*, 31(126): 13-19.

Laurie, M.V. y Ram, B.S. 1939. *Yield and stand tables for plantation teak*. Indian Forest Record (n.s.) Silviculture 4-A, No. 1. Dehra Dun, India, Instituto de Investigación Forestal.

MORA HADDAD Claudia Patricia y **POLO BULA** José Rafael. Análisis del potencial exportador de las puertas en madera al mercado común centroamericano. Cartagena, 2003. 60 p. Monografía (Administrador de Empresas). Minor de Negocios Internacionales.

OFICINA CENTRAL DE ESTADÍSTICAS DE CHINA,

[http: www.stacts.gov.cn](http://www.stacts.gov.cn)

Pandey, D. 1998. Forest plantation areas, 1995. Informe inédito para el proyecto de la FAO GCP/INT/628/UK (revisado).

Phillips, G.B. 1995. Growth functions of teak (*Tectona grandis* Linn. f.) plantations in Sri Lanka. *Commonwealth Forestry Review*, 74(4): 361-374.

PIÑEROS, Gonzalo. Armas de Seducción. En Revista Gerente N° 81, p. 34-36. Santafé de Bogotá: Grupo Gerente Colombia S.A., abril de 2004

PROEXPORT Colombia. Evaluación del plan de exportación, Guía para exportar.pdf (online) 2000-2001

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=323&IDCom>

PROEXPORT Colombia, Información por países, INTELEXPORT (online) 2002

<http://www.proexport.com.co/>

Seth, S.K. y Kaul, O.N. 1978. Tropical forest ecosystems of India: the teak forests (as a case study of silviculture and management). En *Tropical forest ecosystems: a state-of-knowledge report*, p. 628-640. París, UNESCO.

Wint, S.M. 1998. Trade and marketing of teak wood and products. En *Teak for the future*. Actas del segundo seminario regional sobre la teca, Yangon, Myanmar, 29 de mayo-3 de junio de 1995, p. 105-121. Bangkok, Tailandia, Oficina Regional de la FAO para Asia y el Pacífico.

<http://www.fao.org/>