

# Mercado de productos forestales

Con la creación del Mercado de la Madera y Productos Forestales La Plaza, los productores cuentan ahora con un espacio propio para competir y alcanzar mejores oportunidades de negocio.

Yazmín Trejos



La Plaza es un espacio físico donde los productores pueden comercializar su madera. (Foto: R. Jiménez).



Además de madera en pie o madera aserrada se ofrecen productos acabados y servicios como asesorías e investigación. (Foto: R. Jiménez).

- no solo se ofrece madera en pie o madera aserrada, sino que también se ofrecen servicios como asesoría de técnicos forestales o investigación;
- se han cuantificado 80 solicitudes de cotizaciones giradas a 22 organizaciones de JUNAFORCA, 207 ofertas de particulares para vender maderas, 402 consultas telefónicas, 156 visitantes atendidos en La Plaza, se reciben alrededor de 7 correos electrónicos diariamente nacionales e internacionales a los cuales se les da respuesta en 24 horas;
- los boletines producidos llegan a 2000 empresas ya sea vía Internet o correo;
- se cuenta con un sitio web llamado Mercado electrónico forestal La Plaza: <http://www.infoagro.go.cr/merc/forestal/mercado.htm>;
- existe una base de datos con más de 956 consumidores nacionales de madera;
- se cuenta con el Sistema de Información Forestal (inventario de la madera);
- se han formalizado relaciones estratégicas a favor de los pequeños agricultores.

### Lecciones aprendidas

Según Fabián Salas existen varias lecciones aprendidas en este proceso de unificación de los pequeños agriculto-



res del país, que incluso, muchas personas lo veían como algo imposible de realizar y que ahora es una realidad palpable.

Como primera enseñanza, destacó la importancia del respaldo de una estructura organizada que cuente con reconocimiento, para llevar a cabo un proceso de este nivel.

"Es necesario un largo proceso de planificación" enfatizó Salas, si se espera obtener el respaldo y el reconocimiento de los diferentes sectores sin los cuales el proyecto no podría consolidarse.

A nivel nacional, reconoció la capacidad de los productores a través de sus representaciones de competir y alcanzar mejores oportunidades de negocio para sus productos con la creación de estructuras empresariales.

Además, la urgencia de organizar

el mercado de la madera en cuanto a la oferta, la demanda y el ajuste de precios. En este sentido, comentó que La Plaza espera consolidarse para llegar a fijar los precios de la madera y que no sea el mercado informal existente quien los defina.

Salas enfatizó además, que las organizaciones forestales requieren de mayor capacitación en los aspectos de gestión empresarial, para lograr incidir en el mercado de una manera más competitiva, sin dejar de ser gremios sociales, en vista de las corrientes de la globalización y el mercado en bloques.

### Proyección regional: ¿se puede aplicar en otras organizaciones?

La base fundamental para lograr este tipo de estructuras, tal y como se ha consolidado La Plaza, es según el Director ejecutivo de JUNAFORCA, la organización campesina adecuada a las necesidades de cada país.

Seguidamente y no menos importante, la voluntad de quienes representan a los campesinos(as), para organizar en cada país sus prioridades y necesidades reales. Salas, comentó que no recomendaría a otro país implementar una estructura como La Plaza, si hay pasos anteriores a este, que no se hayan dado o consolidado.

Paralelo a esto, las alianzas que la representación de los productores puedan concretar y mantener en sus países. Sugirió tener un trabajo constante en incidencia político legal, ya que mucho del proceso de La Plaza ha salido adelante por el apoyo de la legislación forestal y por lo tanto el apoyo político. Según Salas, mucho del éxito de su estructura, es que no se ha tenido que llegar a convencer a ningún político, sino que se ha llegado a negociar. "Es elemental entonces, para alcanzar herramientas al servicio de los agricultores, incidir en la política y específicamente en la legislación forestal de cada país" comentó. 

Yazmín Trejos  
 Editora, Unidad de Comunicación  
 CATIE

Tel: (506) 556.6784  
 e-mail: ytrejos@catie.ac.cr