

**CONSULADO GENERAL DEL PERU EN SHANGHAI, CHINA
OFICINA COMERCIAL**

INFORME DE INTELIGENCIA COMERCIAL

MADERA PARA PISOS EN CHINA

Documento elaborado con el apoyo de Prompex

Agosto 26, 2005

PRESENTACION

El presente Informe ha sido elaborado gracias al apoyo de Prompex y se enmarca dentro del objetivo de ampliar el conocimiento del mercado de pisos de madera en China, con miras a incrementar y consolidar las exportaciones Peruanas de este rubro, bajo la premisa de mejorar el nivel de precios y la rentabilidad de nuestros exportadores.

La primera parte del Informe contiene una breve reseña de la economía China y sus perspectivas de largo plazo, las mismas que sirven de base para poder proyectar las posibilidades de mercado actual y potencial que se presentan para los exportadores Peruanos.

En la segunda parte se presenta una segmentación general del mercado Chino tanto en función a los ingresos como a las zonas geográficas más importantes, con énfasis en la región de Shanghai y provincias vecinas como el principal centro de distribución y consumo de madera importada en China.

En la tercera parte se realiza un análisis detallado del mercado de madera en general y de madera para pisos en particular, incluyendo datos de la demanda actual y la demanda proyectada al 2010, así como las condiciones de acceso al mercado y los canales de distribución en China.

La cuarta parte del documento contiene una propuesta de objetivos, estrategias y plan de acción de corto plazo.

En la parte final se incluye una relación de importadores potenciales de madera para pisos en China.

Con este trabajo, Prompex y el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, a través de su Embajada y Oficina Comercial en Beijing así como su Consulado General y Oficina Comercial en Shanghai, desean contribuir al desarrollo sustentable de nuestras exportaciones con valor agregado del sector forestal maderable.

I. EL CRECIMIENTO DE LA ECONOMIA CHINA

- China inició su proceso de reforma económica y social con su líder Deng Xiaoping, hace 25 años.
- Es el único caso en la historia económica moderna con un crecimiento de su PBI de 9.4%, promedio anual en los últimos 25 años.
- El PBI de China en el 2004 tuvo un crecimiento del 9.5% con relación al 2003 y alcanzó la cifra de US\$ 1.6 trillones, convirtiéndose así en la sexta economía del mundo.

- El ingreso per cápita urbano pasó de US\$ 200 en 1978 a US\$ 1,140 en el 2004.
- El comercio exterior de China equivale al 70% de su PBI.
- El comercio exterior de China alcanzó la cifra de US\$ 1.15 trillones, que representó un incremento del 35.7% con relación al 2003 y sitúa a dicho país en el tercer lugar a nivel mundial en términos de comercio internacional.
- Las exportaciones de China en el 2004 llegaron a US\$ 593.4 mil millones, es decir un incremento del 35.4% con relación al 2003.
- China es el tercer importador más grande del mundo. Las importaciones de China en el 2004 alcanzaron la cifra de US\$ 561.4 mil millones, un 36% de incremento con relación al 2003.
- China registró en el 2004 un total de US\$ 609.9 mil millones de reservas internacionales netas.

China: Indicadores Macroeconómicos 1978 - 2004

<i>Variable</i>	<i>1978 Miles Millones US\$</i>	<i>2004 Miles Millones US\$</i>
PBI	147	1,600
Comercio exterior	20.6	1,150
Reservas internacionales	0.16	609

Fuente: China Economic News, 2005

- Un total de 9.8 millones de personas, residentes urbanos, se incorporaron a la fuerza laboral en el 2004 (nuevos empleos).
- En el mismo sentido, un total de 5.1 millones de personas despedidas como parte del proceso de reestructuración de las empresas del Estado fueron re-ubicadas dentro de la fuerza laboral.
- China continua siendo desde el 2003 el primer destino de inversión directa extranjera en el mundo. En el 2004 captó un total de US\$ 60.6 mil millones.
- Para el 2005, se ha proyectado un crecimiento del PBI del orden del 8% con relación al 2004, la creación de 9 millones de nuevos empleos y una inflación del orden del 4%.

II. SEGMENTACIÓN GENERAL DEL MERCADO EN FUNCION A LOS INGRESOS Y LAS ZONAS GEOGRAFICAS MAS IMPORTANTES

2.1. Segmentación del mercado en China – Según ingresos

- Decir que China es un mercado de 1,300 millones de habitantes no es siempre correcto. En efecto, debe tenerse en cuenta que 800 millones de personas dependen de la economía rural, básicamente de subsistencia.
- De los 500 millones de personas que corresponden a los residentes urbanos, 260 millones forman parte de la clase media, que en últimas constituyen el mercado potencial real, en términos de poder adquisitivo.
- Según la Academia de Ciencias Sociales de China, los 260 millones de personas que pertenecen a la clase media, disponen de activos entre US\$ 18,000 y US\$ 36,000,
- Se estima que con el crecimiento que viene experimentando China, en el 2020 la clase media en China representará el 40% de la población.
- Asimismo, se calcula que existen 40 millones de nuevos ricos, según los estándares y los parámetros de paridad del poder de compra en China. Son considerados nuevos ricos aquellos

que tengan activos financieros mayores a US\$ 60,000 e ingresos anuales individuales de US\$ 120,000

2.2. Segmentación del mercado en China – Según zonas geográficas más importantes

- Hace 25 años el Gobierno Chino tomó la decisión de priorizar el desarrollo de las zonas del este y las zonas costeras, para que una vez alcanzado dicho desarrollo este sea trasladado al oeste del país. En estos momentos se encuentran en ese proceso.

- Este proceso ha generado un gran desarrollo en estas zonas priorizadas, marcándose una gran diferencia con el atraso y escaso desarrollo del oeste del país.

- Las ciudades y provincias más desarrolladas y que sirven de referencia para hacer una segmentación geográfica del mercado de madera para pisos, en orden de importancia actual y potencial, son los siguientes:

a) El Delta del Río Yang Tse en el Este, principalmente la ciudad de Shanghai y las Provincias de Zhejiang y Jiangsu

b) El Delta del Río Perla en el Sur, cubriendo la Provincia de Guangdong, con ciudades como Guangzhou, Dongguan y Shenzhen (frontera con Hong Kong).

c) La zona del Río Amarillo en el Norte, cubriendo principalmente la capital Beijing, la Municipalidad de Tianjin y la Provincia de Shandong.

2.3. La importancia de la Región de Shanghai y Provincias vecinas como centro de distribución de madera importada en China

- La ciudad-puerto de Shanghai merece mención especial en virtud de su progreso económico y el hecho de estar llamada a ser la gran metrópoli de China y uno de los centros financieros y comerciales más importantes del mundo.

- Shanghai, no obstante que comprende únicamente el 1.3% de toda la población China y ocupa apenas el 0.06% de toda su superficie, contribuye con el 5.3% del PBI total de China, con un crecimiento promedio anual de 12% en los últimos 12 años, albergando además al tercer puerto más importante del mundo con un movimiento de 14.4 millones de contenedores al año.

- En el caso de la madera para pisos, el puerto de Shanghai es el principal puerto de entrada de los embarques procedentes de Brasil y Perú.

- El puerto de Shanghai descarga alrededor de 3,000 contenedores de madera cada mes, estimándose que aproximadamente 1,000 provienen de Brasil

- El 56% de los embarques de madera de Brasil ingresan por Shanghai y el 30% ingresan por el delta del río Perla en el sur de China, lo cual concuerda con la segmentación por ingresos y la segmentación geográfica que se mencionó anteriormente.

- En Shanghai y las Provincias vecinas Jiangsu y Zhejiang se encuentran importantes bases de producción de parquet, muebles de madera, puertas y tablillas.

- Los mercados (ciudades) especializados en procesamiento de madera que se encuentran alrededor de Shanghai son los siguientes:

a) Zhejiang Dongyang : tablilla y artículos de arte de Madera

b) Jiashan: Muebles de madera

c) Nanxun: Parquet

d) Changshu: Muebles de caoba

e) Likou: Muebles de madera

f) Jiading Zhendan: Muebles de madera

- Como ejemplo, en la ciudad de Nanxun, Huzhou, ubicado en la Provincia de Zhejiang, a 120 kms. de Shanghai, existe una población de 110.000 personas dedicadas fundamentalmente a la industria de parquet. En esta pequeña ciudad surgieron 300 nuevas fábricas de parquet de diferente tamaño en los últimos dos años. Esta pequeña ciudad contribuye con el 20% a 30% de la producción total de parquet en China.

- A continuación se presenta un mapa de China que ayudará a identificar las zonas indicadas como de mayor consumo actual y potencial de madera.



Como referencia, se presenta igualmente un cuadro que resume el poder económico de las principales ciudades de China

China: Principales Provincias y Ciudades cuya contribución al PBI es superior al 3%

<i>Ciudad/Provincia</i>	<i>Población (Mill Hab)</i>	<i>Contribución al PBI (%)</i>	<i>Ingreso per Capita (US\$)</i>	<i>Inversión Extranjera (Millones US\$)</i>
1. Norte				
Beijing	14.5	3.1	3,436	2,191
Shandong	91.3	10.6	1,406	6,016
Hebei	67.7	6.1	1,101	964
2. Nor Este				
Liaoning	42.1	5.1	1,568	2,824
Heilongjiang	38.2	3.8	1,230	322
3. Este				
Shanghai	17.1	5.3	4,909	5,468
Jiangsu	74.1	10.6	1,738	10,564
Zhejiang	46.8	8.0	2,034	4,981
Anhui	64.1	3.4	703	367
Fujian	34.9	4.5	1,630	2,599
4. Sur Este				
Henan	96.7	6.0	777	539
Hubei	60.0	4.6	1,005	1,569
Hunan	66.6	4.0	793	1,018
Guangdong	79.5	11.6	1,815	7,823
5. Sur Oeste				
Si Chuan	87.0	4.7	696	412

Fuente: China: Anuario Estadístico 2004 / The Economist Intelligence Unit Country Report 2004-2005

III. EL MERCADO DE MADERA PARA PISOS EN CHINA

3.1. China: Un gran consumidor de madera

- Una de las principales características de China en la actualidad es la gran demanda de recursos naturales.
- En efecto, la vorágine del crecimiento económico e industrial que viene experimentando China, especialmente en la última década, ha generado un “boom” de demanda de minerales, petróleo, recursos hídricos y por supuesto recursos forestales.
- China es en la actualidad el primer consumidor de cobre, carbón y acero y el segundo consumidor de madera, petróleo y electricidad a nivel mundial.
- Según los resultados de la VI Investigación Nacional sobre Recursos Forestales, realizado en Enero de 2005, se tiene que la superficie forestal per cápita en China es de 0.132 hectáreas, es decir la quinta parte de la posesión per cápita del mundo.
- Asimismo, el estudio demuestra que la reserva per cápita de bosque en China es de 9.048 metros cúbicos, es decir la octava parte del nivel mundial.
- Según la Administración Nacional de Silvicultura, la producción de madera en China se está reduciendo en 6 millones de metros cúbicos al año. Así por ejemplo, mientras que en 1997 la producción total de madera en China fue de 63.59 millones de metros cúbicos, para el año 2000 la producción sólo alcanzó los 47 millones de metros cúbicos, es decir una reducción del 26% en apenas tres años. Ello nos lleva a concluir que la demanda de madera en China será cubierta cada vez mas por importaciones desde terceros países.
- Esta situación va de la mano con la política deliberada del Gobierno, por un lado de proteger los bosques naturales y por el otro de promover las importaciones de madera de terceros países, con el fin de satisfacer la demanda de madera que requiere el mercado.
- Esta política deliberada del Gobierno para utilizar recursos forestales de otros países se ve reflejada en el levantamiento de restricciones para el comercio exterior de madera y la reducción significativa del impuesto a las importaciones implementado desde 1999.
- El valor de las importaciones de madera (capítulo 44) en China en el 2004 alcanzó la cifra de US\$ 5.1 mil millones, es decir, un crecimiento del 54.5% con relación al 2001, año en que empieza a sentirse los efectos del crecimiento económico y el “boom” de la construcción de viviendas y oficinas en China.
- China importa principalmente madera en bruto, madera en rollos y madera aserrada, representando en conjunto mas del 60% del total importado del capítulo 44 referido a madera y artículos de madera en el 2004. Esta madera la utilizan como materia prima para la fabricación de diversos productos finales, incluidos los pisos de madera.
- Se estima que el volumen total de importación de madera aserrada en China alcanza los 6 millones de metros cúbicos, de los cuales aproximadamente el 30% corresponde a madera dura tropical.

***China: Importaciones Totales del Capítulo 44:
2000 – 2004***

En Millones de US\$

<i>Descripción</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2004</i>
Madera y artículos de madera (Capítulo. 44)	3,715	3,467	3,920	5,193

Fuente: Aduana de China

*China: 10 Principales Países Proveedores de Madera
Capítulo 44 - Año 2004
En Millones de US\$*

<i>País</i>	<i>Valor</i>	<i>% Participación Mercado</i>
Rusia	1,432	27.5
Malaysia	667	12.8
Indonesia	518	9.9
Estados Unidos	366	7.0
Tailandia	267	5.1
Gabón	175	3.3
Papua Nueva Guinea	170	3.2
Nueva Zelanda	168	3.2
Brasil	156	3.0
Myanmar	141	2.7
Acumulado 10 Principales Países Origen	4,060	77.7
Total General	5,193	100

Fuente: Aduana de China

A continuación se presentan las importaciones de China de las principales partidas arancelarias del Capítulo 44, según los registros de la Aduana de China. Se incluye como referencia una columna de Brasil y Perú a fin de identificar en que partidas de las más importantes de China competimos con el mundo.

*China: Valor de las 10 Principales Partidas Arancelarias de Importación de Madera -
Capítulo 44 - Año 2004
En Miles de US\$*

<i>Partida</i>	<i>Descripción</i>	<i>Total Mundo</i>	<i>Brasil</i>	<i>Perú</i>
----------------	--------------------	--------------------	---------------	-------------

44032010	Pino Coreano en bruto	617,854	0	0
44079990	Demás madera aserrada	563,604	58,480	1,275
44039990	Demás maderas n bruto	507,879	0	0
44072990	Demás madera tropical aserrada	275,090	85,254	2,129
44034920	Madera Okoume en bruto	263,323	0	0
44032020	Pino Blanco en Bruto	230,783	0	0
44032040	Madera Larch en bruto	212,648	0	0
44034950	Madera mengaris en bruto	186,802	0	0
44112900	Demas Fibreboard	177,058	1,441	0
44121300	Plywood de madera tropical	132,032	0	0
Acumulado 10 PrincipalesChina		3,167,073	145,175	3,404
Concentración S/Total General		60.9%	92.8%	87.7%
Total General		5,193,967	156,370	3,877

Fuente: Aduana de China

- En el cuadro anterior se observa que las importaciones de China procedentes de Brasil y Perú se concentran en madera aserrada, principalmente madera dura tropical utilizado para la fabricación de pisos.
- Sin embargo debe precisarse que los registros de la Aduana de China no son consistentes con los registros de la Aduana del Perú.. En efecto, se ha encontrado que las frisas y tablillas de madera (pre parquet) que Perú, Brasil y otros países exportan a China son declaradas por los importadores como si fuera madera aserrada y la razón es muy simple: la madera aserrada (4407) ingresa con 0% de arancel mientras que las frisas de madera para parquet (4409) están sujetas a un 4% ad valorem cif.
- Una segunda inconsistencia que se ha encontrado entre las cifras que consignan las Aduanas de Perú y China es el valor y volumen registrado.
- En efecto, si tomamos el año 2004 como ejemplo veremos que según los registros de la Aduana del Perú se exportaron a China del capítulo 44 un valor total de US\$ 8.056 millones, mientras que la Aduana China sólo registra como procedentes del Perú para ese mismo Capítulo un total de US\$ 3.877 millones
- Una posible explicación sería que los consignatarios de los embarques del Perú sean empresas Chinas, pero que el desembarque y los procedimientos de aduana se realicen en Hong Kong.
- Recordemos que por muchos años los “traders” de Hong Kong han venido triangulando el abastecimiento de ultramar con destino a China continental, no sólo para madera sino para otros productos también.
- ***No obstante lo anterior y de acuerdo a las cifras de Prompex, merece destacarse el notable incremento de nuestras exportaciones de madera a China que se han incrementado en 719% entre el 2002 y el 2004.***
- ***Según cifras preliminares del 2005, en el presente año se estima que las exportaciones Peruanas de madera a China superarán los US\$ 10 millones.***

**PERU: EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE MADERA A CHINA
(CAPITULO 44 - 2002 AL 2004)
En US\$**

Partida	Descripcion	2002	2003	2004
44092010	Tablillas-frisos p/parquet no conif.	953,758	2,225,052	6,277,179
44071090	Demas madera aserrada	0	0	626,720
44092090	Demas madera perfilada no conif	0	0	547,494
44089000	Demas hojas p/chapado	0	0	241,948
44072900	Madera aserrada tropical	15,757	224,015	177,443
44079900	Demas madera aserrada cortada	0	0	103,866
44091090	Demas madera perfilada conif	0	0	47,010
44219090	Demas manufactura madera	0	0	24,098
44121400	Demas madera contrachapada	0	0	11,014
44091010	Tablillas-frisos p/parquet de conif	10,021	8,945	0
44031000	Madera bruto tratada con pintura	3,680	0	0
44072400	Madera aserrada virola mahogany balsa	247	43,757	0
44092020	Madera moldurada no conifera	0	22,485	0
TOTAL		983,463	2,524,254	8,056,772

FUENTE: PROMPEX

3.2. En que se sustenta el potencial de crecimiento de la demanda de madera para pisos en China?

- En la actualidad y de cara al futuro, existe un evidente desequilibrio entre la demanda y el suministro de madera en China.
- *Ya en el año 2000, la demanda de madera en China alcanzaba los 260 millones de metros cúbicos mientras que la producción interna sumada a las importaciones era de 142 millones de metros cúbicos, es decir existía un déficit de 118 millones de metros cúbicos hace 5 años.*
- *Con esta tendencia, se estima que para el 2010 la demanda total de madera en China alcanzará los 305 millones de metros cúbicos, mientras que la producción y la importación total bordeará los 177 millones de metros cúbicos, lo que implica un déficit proyectado de 128 millones de metros cúbicos.*
- Debido al auge del sector inmobiliario en China, el mayor consumo de materiales de decoración de viviendas, junto con el impulso que el Gobierno viene dando al mercado de decoración arquitectónica, la demanda de madera para pisos se encuentra en franco crecimiento.
- De acuerdo a la Meta de Desarrollo 2010 fijada por el Gobierno, la industria de decoración arquitectónica será una de las industrias importantes en la economía del país.
- Es oportuno recordar también que China será la sede de grandes eventos internacionales como los Juegos Olímpicos en Beijing el 2008, los Juegos Asiáticos en Guangzhou el 2010 y la World Expo en Shanghai en el 2010.
- El “boom” del sector inmobiliario viene tanto por el lado de la oferta como por el lado de la demanda. En efecto, la oferta y demanda de viviendas ha venido registrando cifras record de crecimiento desde mediados de los 90s fecha a partir de la cual los

ciudadanos Chinos tienen la libertad de comprar su propia vivienda (antes las empresas e instituciones del Estado alquilaban o les proveían de vivienda),.

- La inversión de capital en el sector inmobiliario se incrementó en 27% en el 2001, 22% en el 2002 y en 30% en el 2003. En términos de valor, esto significa que la inversión de capital en el sector inmobiliario en China en el 2003 alcanzó la cifra de US\$ 122 mil millones.
- En vista de ello y con el fin de evitar una “burbuja” especulativa en este mercado, en el 2004 el Gobierno intervino directamente, reduciendo el nivel de préstamos que los bancos dirigían al sector inmobiliario.
- Como referencia se tiene que en los últimos 5 años se han vendido más de 5 millones de viviendas en China. El nivel de ventas de viviendas en China en el 2003 alcanzó los US\$ 60 mil millones.
- *Se estima que la demanda de parquet de todos los tipos en China se sitúa alrededor de los 150 millones de metros cuadrados, de los cuales un total de 60 millones corresponde a pisos de madera pura.*
- *El crecimiento de la demanda de pisos de madera se estima en un 20% promedio anual, lo que implica que para el 2010 la demanda de pisos de madera alcanzará los 200 millones de metros cuadrados.*

3.3. Condiciones de acceso al mercado

- La importación de madera y artículos de madera del Capítulo 44 no se encuentra sujeta a ninguna licencia previa ni cuota alguna.
- A continuación se presenta el arancel de importación para una lista seleccionada de partidas arancelarias que son de nuestro interés, datos vigentes para todo el 2005.

China: Impuesto Ad Valorem de Partidas Arancelarias Seleccionadas *Capítulo 44*

SubCap/ Partida	Descripción	Ad Valorem (%)	IVA (%)
4407	Madera aserrada	0	17
4408	Láminas madera para plywood y otros		
44083111 44083911		10	17
44083119 44083120 44083190 44083919 44083920 44083990 44089011		4	17
44089012 44089019 44089021 44089029 44089091 44089099		3	17
44091000	Frisas de madera para parquet, coníferas	7.5	17
44092000	Frisas madera p/parquet no coníferas	4	17

4412	Plywood		
44121300		12	17
44121410		4	17
44121490			
44121900			
44122200		10	17
44122300			
44122910			
44122990			
4418	Parquet terminado, puertas, ventanas	4	17

Fuente: Arancel de Aduanas de China 2005

- Tal como se comentó anteriormente, se ha evidenciado que según los registros de la Aduana China, las frisas para parquet que exporta el Perú y posiblemente Brasil y otros países es declarado por los importadores como madera aserrada, lo cual implica un tratamiento arancelario diferente, tal como se aprecia en el cuadro anterior.
- El impuesto ad valorem cif vigente en China a la fecha, para la importación de madera aserrada es de 0%, mientras que las frisas de madera están sujetas a un 4% ad valorem cif.

3.4. Canales de distribución de la madera para pisos en China

- No obstante el notable desarrollo del comercio internacional que ha experimentado China en las últimas décadas, aún persiste en muchos sectores de la economía empresas que se dedican fundamentalmente a producir, encargando la gestión de importaciones y exportaciones a comercializadores y agentes
- Desde este punto de vista, puede ser tan válido y conveniente exportar directamente al usuario final de nuestros productos como utilizar intermediarios, según sea el caso.
- En efecto, la lejanía y el desconocimiento que existe sobre el Perú, las dificultades del idioma, así como la poca experiencia que tienen algunas empresas en el comercio y el transporte internacional, muchas veces constituyen una barrera de entrada al mercado que puede ser resuelta a través de los intermediarios con experiencia internacional, como parte de un proceso de penetración al mercado.
- El caso del sector madera no es la excepción, lo cual se ha evidenciado en las múltiples reuniones y visitas que se han realizado a diversas empresas procesadoras de madera, comercializadores y agentes en China
- En este contexto se han identificado los siguientes canales de comercialización de la madera para pisos en China:
 - a) Importadores
 - b) Agentes
 - c) Fábricas que procesan madera para parquet
- Los importadores y los agentes constituyen el canal principal de las importaciones de madera para pisos en China.
- En el caso de los importadores, dichas empresas por lo general son las que realizan los contratos de compra, definen las especificaciones técnicas, abren las cartas de crédito y asumen el riesgo de la operación y posterior comercialización de la madera para pisos en China.
- Normalmente los importadores ya tienen una cartera de clientes que son las fábricas de parquet de diferentes tamaños y calidades.

- Una de las empresas importadoras de madera para pisos con más experiencia en China es Shanghai Dong Song International Trading. Dicha empresa forma parte del grupo Orient International Holding la “trading company” más grande de China.
- Esta empresa importa en la actualidad alrededor de 200 contenedores mensuales de madera, de los cuales el 60% o 70% provienen del Brasil.
- Su interés en iniciar negocios con el Perú, su experiencia con la madera de Brasil, que implicó entre otras cosas la promoción de nuevas variedades, superar las dificultades de comunicación y cumplimiento de los contratos y su amplia red de clientes en el mercado Chino, pueden ser de gran utilidad para los exportadores Peruanos.
- Los agentes actúan de manera similar a los importadores, con la diferencia que trabajan a comisión, por la gestión de importaciones y el contacto entre comprador y vendedor, pero no asumen el riesgo de las operaciones de importación.
- De hecho, también existen fábricas que luego de preparar a su personal en temas de comercio internacional realizan sus importaciones directamente. Tales son los casos por ejemplo de Shanghai Anxin Flooring y Shanghai Hongxing Building Materials.
- En el caso de Anxin, esta empresa incluso ha realizado inversiones en bosques y plantas de procesamiento de madera en Brasil.
- En el caso de Hongxing, no obstante que también está importando desde el Brasil, desde principios de 2005 ha iniciado sus contactos y viajes al Perú y se encuentra evaluando la posibilidad de realizar inversiones en nuestro país.
- Uno de los problemas que se podrían presentar para abastecer directamente a los fabricantes de pisos de madera en China es el alto volumen de demanda mensual y la estabilidad en el suministro desde Perú.
- Por tanto, con base en la experiencia y observación del mercado, se recomienda en una primera etapa trabajar con los importadores, tratando a la vez de colocar los productos directamente a algunas de las fábricas importantes en China.
- Se recomienda descartar en lo posible el trato con agentes, para lo cual resulta imprescindible viajar a China, sostener reuniones de negocios personales para conocer a los importadores, visitar las zonas de producción más importantes, lo que permitirá a la vez conocer directamente a fábricas de diferentes tamaños y con diferentes calidades de producto final.
- Las Oficinas Comerciales del Perú en Shanghai y Beijing se encuentran en capacidad de poder organizar este tipo de visitas para las empresas Peruanas, siendo ésta una de las acciones más importantes que se proponen en la parte final del presente documento.
- Siendo que el objetivo de este esfuerzo es lograr mejores precios para la madera Peruana, no hay nada mejor que visitar el mercado, conocer su funcionamiento y tener presencia permanente ante los importadores y fabricantes de pisos de madera, ello nos permitirá tener mayor poder de negociación y posicionar la madera y la empresas peruanas como una opción real de abastecimiento en el mercado Chino.
- En el mismo sentido, organizar las próximas visitas de Shanghai Dongsong y Shanghai Hongxing al Perú, forman parte de las acciones que inmediatas que se proponen en el presente documento.
- No debemos perder de vista que uno de los aspectos claves en el mercado Chino es desarrollar la confianza mutua entre el comprador y el exportador Peruano.
- Los exportadores Brasileños permanentemente se encuentran viajando a China, visitando a los importadores, los centros de distribución al por mayor y al por menor y teniendo una idea clara de cómo se están manejando los precios y la demanda de pisos de madera en China.

- Una prueba inmediata de ello es la Misión Comercial de Madereros Brasileños que visitará China en el mes de Septiembre de 2005, liderados por la Asociación Brasileira de la Industria de Madera Procesada (Abimci).
- *La madera para pisos de Brasil se ha consolidado en el mercado Chino, después de un largo proceso de errores y aciertos. Hoy Brasil exporta US\$ 156 millones a China. El Brasil de ayer puede ser el Perú de hoy.*

3.5. El tema de las cartas de crédito confirmadas en China

- Uno de los aspectos de mayor preocupación de los exportadores Peruanos de madera para pisos (y con justa razón) es la dificultad que existe para cerrar operaciones en China con cartas de crédito confirmadas.
- Al respecto se han escuchado muchas explicaciones, lo cierto es que SÍ es posible trabajar con cartas de crédito confirmadas en China.
- Luego de reuniones sostenidas con funcionarios del Bank of China y otros bancos locales se ha verificado que no es cierto que esté prohibida o que no sea posible abrir cartas de crédito confirmadas en China. El problema es un problema de práctica comercial sumado a un problema del costo financiero que conlleva esta operación.
- En efecto, en la cultura financiera China, solicitar la confirmación de una carta de crédito es visto localmente como un acto de desconfianza a la entidad financiera, razón por la cual el Bank of China por lo general no facilite este servicio a los importadores. Ello sumado al costo financiero de esta operación (1% a 1.5%) lleva a los importadores Chinos a plantear opciones que no concuerdan con las prácticas usuales con las que trabajamos en Perú y occidente en general.
- Sin embargo, varios importadores están dispuestos a gestionar y asegurar la confirmación de las cartas de crédito y plantean que una vez que exista la confianza mutua, puedan encontrarse opciones alternativas que sean más usuales en el mercado financiero local.
- Se estima que este problema se irá resolviendo con el correr de los años, más aún si se tiene en cuenta que China ya ha iniciado la apertura del su mercado financiero a la banca extranjera. Hoy en día existen bancos internacionales que están negociando la compra de acciones en diferentes bancos locales. Tales son los casos del HSBC, el Deutsche Bank, el ING Group, el Citi Group el Royal Bank de Escocia, entre otros.

3.6. Variedades más demandadas y especificaciones técnicas tipo solicitadas por el mercado Chino

- Malaysia e Indonesia son los principales proveedores de madera para pisos en China. Las especies que comercializan estos países son: Beliar, Belau, Kempas, Merbau y Teak.
- Las especies de madera tropical del Brasil de mayor demanda en el mercado son: IPE, Jatoba, Cumarú, Massaranduba, Sucupira y Tahuari.
- A continuación se presentan como referencia las especificaciones técnicas-tipo de los compradores Chinos, incluyendo las características mínimas que deberían tener las especies nuevas que se quisieran introducir en el mercado. Las especificaciones tipo se presentan en inglés para facilitar una eventual comunicación con los compradores Chinos.

ESPECIFICACIONES TIPO

GRADE

Grade A, defect rate no more than 3%. Kiln dried, moisture content from 8% to 12%
Defect: rice spot, scar, worm hole, split, twisty, craze, chromatism and M.C. out of range

Grade B, from certain suppliers with excellent quality control

SPECIFICATION

Invoice Size (MM) for all the woods should be:

Thickness x Width x Length = 19 x 100/130 x 450/600/750/900 (900 & 1800 should be more than 70%; If less than 70%, the price should be concluded into a lower level)

Cutting Size (MM) divided into 3 kinds according to 3 kinds of different woods:

KD S4S: Thickness x Width x Length = 20 x 100/130 x 480/630/780/930

AD S2S: Thickness x Width x Length = 22 x 110/140 x 500/650/800/950

AD ROUGH SAWN: Thickness x Width x Length = 23 x 110/140 x 500/650/800/950

PACKING

Woods to be loaded into 20' container. Woods KD S4S should be no less than 20 M3 per container; AD S2S should be no less than 16 M3 per container; AD ROUGH SWAN should be no less than 14 M3 per container.

Each container to be filled with 10 equal-quantity bundles/pallets. Each bundle/pallet of woods to be heavy waxed both ends and wrapped with thick plastic film.

Different species, different grade, different length and different width are not allowed to be packed altogether into one same bundle/pallet.

Supplier's mark is not allowed to be showed on the packing.

SHIPPING

All the woods together with the bundles/pallets could be embarked only after being strictly fumigated.

30-45 days to reach Shanghai port after the day of shipment.

PAYMENT

L/C, D/P, based on the detail practice.

DOCUMENTS

Copies of shipping document should be presented within 3 days after the shipment.

Copies of full set of documents (including Invoice, Packing List, Bill of Lading, Certificate of Origin, Phytosanitary Certificate) should be presented within 7 days after the shipment.

Copies of full set of documents (including Invoice, Packing List, Bill of Lading, Certificate of Origin, Phytosanitary Certificate) should be presented within 30 days after the shipment.

VOLUME

Target: 100 x 20' containers per month

POTENTIAL SPECIES(RECOMMENDATION IS APPRECIATED)

Appearance: with obvious strips, deep in color.

Density: more than 0.9 (metric ton per cubic metre).

Other Characteristics: high rigidity, high stability; difficult to be crazed, splitted and twisted.

Price Range: FOB USD500 to USD800.

IV. PROPUESTAS DE OBJETIVOS, E STRATEGIAS Y PLAN DE ACCION EN CHINA

4.1. Objetivos

- Mejorar el nivel de precios de exportación de nuestra madera para pisos en el mercado Chino.
- Lograr la introducción de nuevas especies de nuestra reserva forestal
- Diversificar la cartera de productos maderables con destino al mercado Chino, especialmente aquellas con valor agregado

4.2. Estrategia

- Generar un mayor conocimiento en el mercado Chino de la oferta exportable del sector maderero y las oportunidades de negocios que ofrece nuestro país en el sector maderero, **mediante acciones de promoción comercial y el acercamiento de empresas e instituciones de ambos países.**

4.3. Plan de Acción de Corto Plazo

Para una primera etapa de 6 meses de trabajo se plantean las siguientes acciones inmediatas.

4.3.1. Organizar una visita técnica a China de un experto del sector madera de Prompex o de alguna otra institución del Perú

Fecha propuesta: Del 25 de Septiembre al 1 de Octubre de 2005

Actividades: Difundir material impreso y digital, visitar a importadores y fabricas, levantar información de precios, ver posibilidades para otras especies y productos con valor agregado, contactar universidades y profundizar aspectos que no han podido ser cubiertos en el presente estudio.

Presupuesto: Impresión de documentos de promoción, 1 pasaje internacional de experto de Perú, gastos de traslado y estadía en China (incluyendo al Consejero Comercial), servicios de traducción.

4.3.2. Organizar la visita de la empresa china Shanghai Dongsong International Trading al Perú

Fecha propuesta para la visita de Dongsong: Noviembre de 2005

Actividades: Que Prompex en coordinación con los gremios organicen reuniones de negocios y visitas a fábricas de madera para pisos.

Presupuesto: Los gerentes de Dongsong cubrirán sus gastos de viaje y estadía. Habría que prever atenciones y reuniones, servicios de traducción, etc.

4.3.3. Apoyar la organización de la Misión Empresarial Maderera a China, en el marco de la feria Woodmac–Coordinada por Tropical Forest

Fecha: 21 -28 Febrero 2006

Actividades: Participación en feria con stand y misión comercial post feria,

Presupuesto: A elaborar en función a numero de empresas peruanas y misión comercial post feria.

Shanghai, 26 de Agosto de 2005

JUAN CARLOS RIOS

CONSEJERO ECONOMICO COMERCIAL

CONSULADO GENERAL DEL PERU EN SHANGHAI, CHIN