

OPORTUNIDADES PARA LA MADERA CHILENA EN CHINA

ProChile Shanghai, Abril 2009

RESUMEN

Las exportaciones de productos forestales de Chile durante los primeros 8 meses del 2008 alcanzaron el valor de US\$3.694 millones, de éstas el principal destino fue China con un valor exportado de UD\$558 millones.

China tiene escasez de recursos naturales, es por esto que el gobierno incentiva la importación de productos forestales.

Los principales productos forestales solicitados en China son la madera en leños y la madera aserrada, esto corresponde aproximadamente al 60% de las importaciones de madera de China. Esto debido, principalmente a los bajos costos de manos de obra chino, que hacen que resulte más barato procesar la madera en el país.

Los principales productos forestales exportados por China, son los muebles y paneles de madera, es decir productos con mayor valor agregado, y cuyo procesamiento se realiza en China.

El mercado Chino no conoce mucho acerca de la madera chilena. Muchos importadores y agentes creen que debido al costo en fletes su precio es más alto. Además critican el largo período de transporte desde Chile a China (45 días versus 10 que demora por ejemplo desde Nueva Zelanda). Esto representa un gran obstáculo para ingresar al mercado chino.

Otro factor relevante, es que el mercado chino asocia el uso de madera de pino radiata a la industria del mueble. Su uso está muy poco diversificado en otras industrias. Esto representa un grave problema, si se considera que debido a la crisis económica actual, las exportaciones de muebles de china se han visto disminuidas, por lo tanto de igual forma su demanda por madera.

Por esta razón es que resulta vital la promoción en el mercado chino, es necesario dar a conocer y enseñar de los diversos usos que se le pueden dar al pino. Para esto es necesario la continua visita al mercado para comunicarse con los importadores y productores de productos forestales.

Además, el factor determinante para el mercado chino es el precio. Por lo que Chile debe ver formas de ser más competitivo en este aspecto.

1. PRODUCTO	4
2. SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA	4
3. REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO	4
4. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)	9
5. POTENCIAL DEL PRODUCTO	12
6. PRECIOS DE REFERENCIA	18
7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	19
8. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA	19
9. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA	20
10. VISITA FERIA WOODMAC	20
11. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	21
12. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS	23
13. FUENTES DE INFORMACIÓN	24
14. ANEXO (ENTREVISTAS)	25

1. PRODUCTO

Producto	Código sistema armonizado chileno SACH	Código sistema armonizado local
Tablas de Madera Aserradas, de coníferas	440710	44071030
Tableros de partículas	44101100	44101100
Tableros de fibra de madera (MDF)	4411	4411

2. SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL:

Tablas de Madera Aserradas, de coníferas	0%
Tableros de partículas,	4-7,5%
Tableros de fibra de madera (MDF)	4-7,5%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: No existe.

PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Las importaciones provenientes desde Rusia, pagan la mitad de VAT, es decir 8,5%.

OTROS IMPUESTOS:

-VAT (impuesto al valor agregado): 17%

3. REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Certificado Fitosanitario.

Requisitos Adicionales:

- Libre de insectos vivos
- Libre de agentes contaminantes (Hojas, ramas, tierra, etc.)
- Embalajes deben cumplir con Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias N°15 (NIMF N°15) (timbres deben ser legibles, permanentes y visibles).

No exigen madera con certificación FSC-COC, que acredite madera no proviene de tala ilegal de bosques o de especies protegidas.

Los exportadores deben informarse acerca de los detalles de las regulaciones y su implementación con sus clientes de la República Popular China, además deben tener en mente que el sistema regulatorio en China no es siempre predecible. Muchas regulaciones son poco detalladas y sus interpretaciones pueden diferir de puerto en puerto y de ministerio a ministerio.

Medidas de Importación de Troncos de Madera

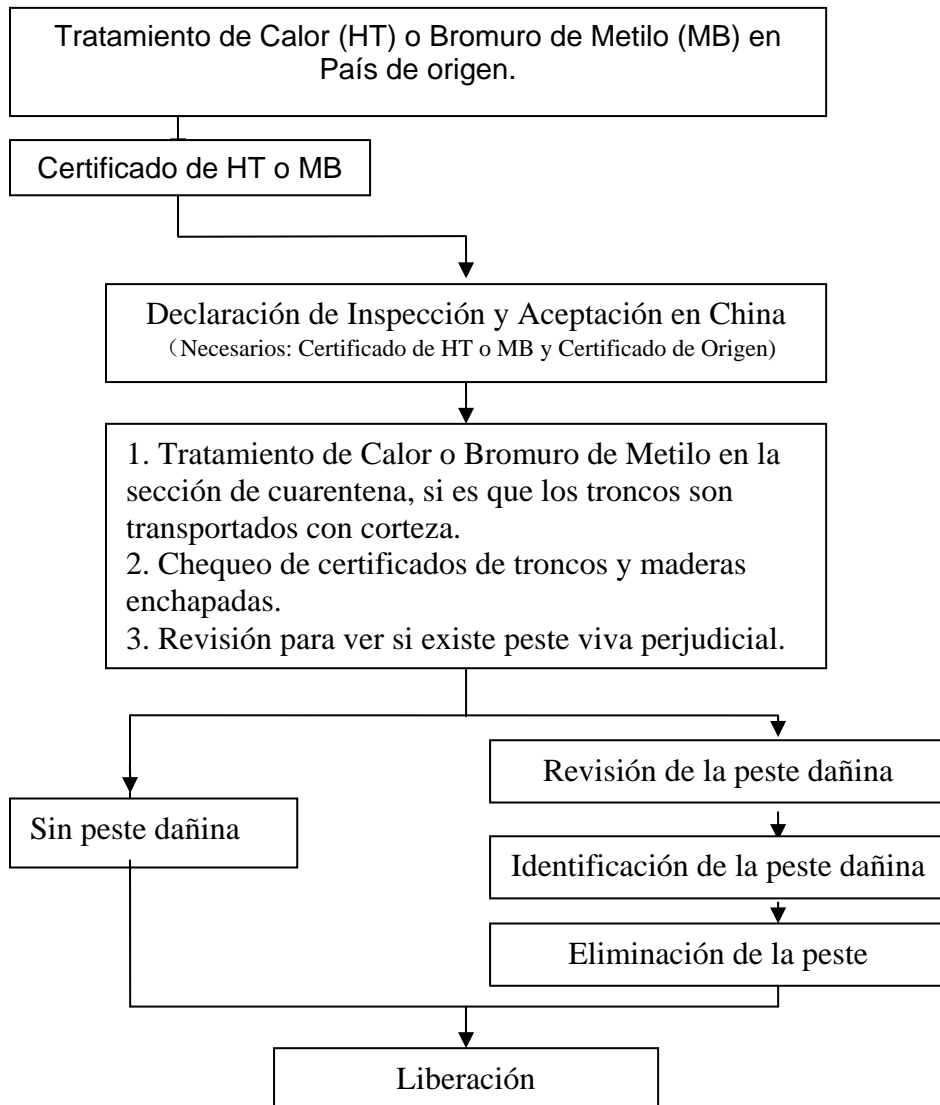
En los años anteriores, las autoridades del "China Inspection and Quarantine" (CIQ) han interceptado gran cantidad de plagas forestales que vienen de troncos importados. Expertos chinos han encontrado a través del análisis de riesgo de plagas que la mayoría son plagas que cuarentena. Con el objetivo de prevenir plagas forestales asociadas con troncos importados a China, y de proteger bosques, ambientes ecológicos y recursos turísticos, se anuncian los siguientes requisitos de cuarentena para troncos importados de acuerdo a la ley de entrada y salida del "Animal and Plant Quarantine" .

- 1) Troncos importados deben portar un Certificado Fitosanitario emitido por autoridades oficiales de la región o país exportador. El certificado debe probar que los troncos están libres de plagas, y de plagas en cuarentena de acuerdo a China, o plagas especificadas en el acuerdo bilateral sobre cuarentena de plantas.
- 2) Los troncos importados con corteza deben haber pasado por un tratamiento efectivo de cuarentena en la región o país exportador, y el certificado fitosanitario debe indicar el método, químicos y dosis, duración y temperatura del tratamiento. Los troncos importados libres de corteza deben ser declarados en el certificado sanitario.
- 3) Los troncos importados sin el certificado Fitosanitario, o troncos importados con corteza que no hayan pasado por el tratamiento de cuarentena no tendrán la entrada permitida a China. CIQ inspeccionará los troncos, y si plagas son encontradas, el tratamiento de cuarentena deberá ser ejecutado por el importador bajo la supervisión del CIQ, y el costo del tratamiento deberá correr por parte del importador. Si el tratamiento no se realiza, los troncos serán devueltos al país de origen.

Más información en <http://english.aqsiq.gov.cn/>

El código chino diseñado para la calidad de materiales no tiene requerimientos para la madera, paneles estructurales basados en madera y madera tratada. Esta ausencia, crea problemas de calidad en los productos de madera y compromete la seguridad en las estructuras construidas con estos productos que no cumplen los estándares mundiales. Adicionalmente, la ausencia de agencias reconocimiento de certificaciones y marcas de grado, han hecho que aumente la falsificación de materiales de construcción y etiquetados erróneos.

Procedimientos de inspección y cuarentena de troncos importados y productos de Madera, como maderas enchapadas y maderas aserradas.¹



Medidas de Importación de Material de Embalaje de Madera.

El 31 de diciembre de 2005, la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (General Administration of Quality Supervision, Inspection, and Quarantine (AQSIQ)) sacó su Decreto No. 84 – Medidas Administrativas de Cuarentena y Supervisión para la Importación de Materiales de Embalaje de Madera (Quarantine and Supervision Administrative Measures for the Importation of Wood Packaging Materials² (WPM)).

¹ Fuente: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People’s Republic of China.

² El documento original en chino, está disponible en: <http://www.aqsiq.gov.cn/cms/template/item.html?did=1&cid=1895\17627>

En general, estas medidas son consistentes con los estándares reconocidos internacionalmente, llamados International Plant Protection Convention's (IPPC), "Guidelines for Regulating Wood Packaging Material in International Trade (ISPM-15)" que fueron aprobados el 15 de marzo de 2002.

Las medidas son promulgadas para estandarizar la cuarentena y supervisión de material de embalaje de madera importado, para prevenir la introducción de organismos forestales dañinos a China a través de la entrada de material de embalaje de madera, para proteger los bosques de China y el medioambiente, y facilitar la importación y exportación de cargamento, de acuerdo con la "Ley de la República Popular de China de cuarentena de Entrada-Salida de animales y plantas", y la implementación de regulaciones.

El material de embalaje especificado en las medidas se refiere al material de madera para transportar, embalar, soporte y refuerzo de carga, tales como cajones, pallets, tambores (excluyendo barriles de roble para vino), mangos, cuñas, durmientes, etc.

Los materiales de embalaje especificados en estas medidas no incluyen material de embalaje de madera sintética, climatizada y procesada como contrachapado, tableros de madera comprimida, aglomerados, aserrín, virutas y material de embalaje de madera con un grosor que no exceda los 6 milímetros.

La supervisión de cuarentena y control para todos los materiales de embalaje de Madera deben estar bajo la administración unificada de la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena. Las oficinas locales de inspección entrada-salida y cuarentena (CIQ) establecidas por la AQSIQ son responsables por la supervisión de cuarentena y el control de la entrada de carga de material de embalaje de madera en su jurisdicción.

El material de embalaje de madera importada debe estar sujeta a un tratamiento fitosanitario de acuerdo con los requisitos del "International Plant Protection Convention (IPPC)" bajo la supervisión de las oficinas de inspección y cuarentena de los países exportadores o del gobierno local. La marca especial del IPPC debe ser usada. Las medidas de tratamiento fitosanitarios y la marca del IPPC deben reunir los requisitos dados por la AQSIQ.

Para carga importada que use embalaje de madera, el dueño o su agente deben pedir la inspección de la Oficina de Inspección y Cuarentena (CIQ). Las autoridades del CIQ inspeccionarán la carga usando el siguiente criterio:

1. El material de embalaje de madera que presente la marca especial del IPPC estará sujeto a una inspección aleatoria de acuerdo con las regulaciones relevantes. El material de embalaje de madera que se encuentre sin peste viva, será liberado inmediatamente; el material de embalaje de madera que contenga una peste viva estará sujeto a tratamiento fitosanitario por el dueño de la carga o su agente.
2. El material de embalaje de madera sin la marca especial del IPPC estará sujeto a tratamiento fitosanitario o destruido bajo la supervisión del CIQ.
3. Si la marca especial del IPPC en el material de embalaje de madera no puede ser determinado bajo la inspección, las autoridades del CIQ inspeccionarán aleatoriamente las cargas de acuerdo las regulaciones

relevantes. Después de la inspección aleatoria, el material de embalaje de madera que presente la marca del IPPC, y no se encuentre con plagas será liberado; el dueño de la carga o su agente deberán ser responsables de un tratamiento fitosanitario si el material de embalaje de madera es encontrado con plaga viva. Si el material de embalaje de madera es encontrado sin la marca especial del IPPC durante una inspección aleatoria, estará sujeto a un tratamiento fitosanitario o destruido.

Para los cargos que entren al territorio Chino que usen material de embalaje de madera pero no apliquen para la inspección, las autoridades del CIQ pueden conducir inspecciones aleatorias y disponer de algunos cargos de acuerdo a lo siguiente:

1. En casos donde no existan cargos con material de embalaje de madera descubiertos en una inspección aleatoria, éstos serán liberados inmediatamente. En casos donde se encuentre material de embalaje de madera durante la inspección aleatoria, la carga estará a disposición de acuerdo al Artículo 5 de las medidas, y sujeto a medidas administrativas excesivas de acuerdo con las regulaciones.

Más información sobre las medidas de importación de material de embalaje de madera a China, en el sitio www.fas.usda.gov/gainfiles/200607/146208295.pdf

4. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

1. Madera Aserrada

Año 2008 - Importación

Madera Aserrada (C)			
País	Cantidad	Valor (\$USD)	Participación de mercado
Nueva Zelanda	231.636	59.933.451	57.3%
Chile	144.264	33.218.545	31.8%
Australia	39.072	8.891.384	8.5%
Brasil	4.472	1.007.842	1.0%
Argentina	2.975	556.611	0.5%
Taiwán	1.077	276.668	0.3%
Canadá	1.001	233.415	0.2%
Finlandia	457	103.419	0.1%
Vietnam	364	102.660	0.1%
Estados Unidos	431	96.472	0.1%
Total	426.344	104.577.285	100.0%

Año 2007 - Importación

Madera Aserrada (C)			
País	Cantidad	Valor (\$USD)	Participación de mercado
Nueva Zelanda	235.233	59.029.481	56.8%
Chile	145.431	32.083.594	30.9%
Australia	38.721	7.966.492	7.7%
Canadá	10.004	2.082.518	2.0%
Argentina	6.604	1.107.896	1.1%
Brasil	5.451	1.091.906	1.1%
Estados Unidos	707	152.572	0.1%
Finlandia	595	136.644	0.1%
Uruguay	486	105.244	0.1%
Taiwán	296	69.171	0.1%
Total	443.961	103.943.208	100.0%

Año 2006 - Importación

Madera Aserrada (C)			
País	Cantidad	Valor (US\$)	Participación de mercado
Nueva Zelanda	265.186	62.815.473	62.7%
Chile	121.917	25.853.939	25.8%
Australia	43.470	8.786.782	8.8%
Brasil	4.964	962.955	1.0%
Canadá	2.480	456.610	0.5%
Argentina	1.661	376.187	0.4%
Finlandia	1.291	278.135	0.3%
Suecia	748	155.495	0.2%
Total	443.989	100.166.254	100.0%

La madera aserrada de pino radiata proviene principalmente desde Nueva Zelanda, Chile, Australia y Brasil. Entre estos, Nueva Zelanda es el principal exportador de madera aserrada de pino radiata a China, aunque su participación de mercado ha ido disminuyendo en los años recientes.

Por otra parte, las importaciones de madera aserrada de coníferas (pino radiata, específicamente) a China desde Chile han ido en aumento, tanto en volumen como en valor importado, al igual que su participación dentro del mercado.

2. Tableros de Partículas

Año 2008 - Importación

Tableros de Partículas			
País	Cantidad (Kg.)	Valor	Participación de mercado
Tailandia	49.123.500	13.258.625	43.6%
Japón	8.150.675	5.026.635	16.5%
Alemania	4.325.006	3.982.952	13.1%
Austria	2.716.696	1.768.085	5.8%
Malasia	6.667.309	1.683.695	5.5%
Rumania	6.503.950	1.410.801	4.6%
Italia	1.191.370	946.100	3.1%
Francia	1.592.531	746.132	2.5%
Indonesia	2.085.595	723.079	2.4%
Estados Unidos	605.373	300.032	1.0%
Total	83.978.394	30.382.103	100.0%

Año 2007 - Importación

Tableros de Partículas			
País	Cantidad (Kg.)	Valor	Participación de mercado
Tailandia	87.582.884	19.795.214	53.3%
Japón	9.847.218	5.167.917	13.9%
Malasia	14.881.033	4.070.855	11.0%
Alemania	4.242.089	2.544.427	6.8%
Austria	2.602.243	1.588.591	4.3%
Indonesia	3.677.503	1.169.208	3.1%
Italia	1.538.350	966.848	2.6%
Francia	1.622.375	672.077	1.8%
Taiwán	136.350	196.799	0.5%
Países Bajos	174.701	195.866	0.5%
Total	127.702.302	37.147.936	100.0%

Los principales oferentes de tableros de partículas al mercado chino son Tailandia, Malasia, Alemania y Japón, entre otros. De estos, Tailandia es el principal oferente.

Por su parte, la importación de tableros de partículas provenientes de Chile es insignificante.

3. Tableros de Fibra

Año 2008- Importación

Tableros de Fibra			
País	cantidad	valor	Participación de Mercado
Tailandia	76.970.557	26.553.357	18.92%
Australia	62.585.259	25.523.634	18.18%
Nueva Zelanda	55.601.906	21.890.206	15.59%
Malasia	50.026.424	16.614.481	11.84%
Indonesia	24.500.625	8.208.712	5.85%
Alemania	6.427.393	7.413.368	5.28%
Italia	8.569.662	6.614.744	4.71%
Bélgica	3.489.483	6.065.448	4.32%
Japón	4.515.768	4.169.770	2.97%
EE.UU.	6.351.870	4.009.724	2.86%
Suiza	4.325.065	3.545.504	2.53%
Total	318.174.852	140.372.303	100.00%

Año 2007- Importación

Tableros de Fibra			
País	cantidad	valor	Participación de Mercado
Tailandia	113.199.354	35.394.267	20.95%
Australia	77.936.485	28.859.541	17.08%
Nueva Zelanda	60.475.898	23.309.718	13.80%
Malasia	70.439.416	22.826.627	13.51%
Indonesia	43.920.780	14.406.043	8.53%
Italia	13.340.782	8.902.967	5.27%
Alemania	4.828.261	6.084.452	3.60%
Canadá	21.140.592	6.030.518	3.57%
Bélgica	3.955.262	5.913.816	3.50%
Suiza	5.422.814	4.212.332	2.49%
EE.UU.	2.835.176	2.400.440	1.42%
Total	435.880.475	168.919.449	100.00%

Los principales oferentes de tableros de fibra, son Tailandia, Malasia, Australia y Nueva Zelanda. El principal importador al mercado chino de este producto es Tailandia, con una participación de mercado cercana al 20%.

Chile, se encontraba en el año 2006 dentro de los 10 principales oferentes de tableros de fibra a China, sin embargo, su participación dentro del mercado ha disminuido en los años recientes. Durante el año 2007 y 2008, su participación dentro del mercado chino era inferior al 1%.

5. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las exportaciones de productos forestales de Chile durante los primeros 8 meses del 2008, crecieron en un 12,2%, en relación al mismo periodo del año anterior, el valor de éstas llega a los US\$3.694 millones. El principal destino de estas exportaciones es China, con US\$558 millones. Es por esta razón que la industria forestal chilena debe enfocarse en este mercado.

PRODUCCIÓN Y UTILIZACIÓN DE MADERA EN CHINA

China es, en la actualidad, uno de los mayores demandantes de recursos naturales del mundo. La rápida expansión y crecimiento de su economía ha significado un aumento sostenido en la demanda de recursos naturales, entre los cuales los forestales, cada vez toman mayor importancia.

De esta forma, los productos forestales, han asumido relevancia dentro de las importaciones de China.

Según cifras de la FAO, China poseía una cubierta forestal del 17,5 % en 2002, esto implica que China es pobre en recursos forestales.

Al mismo tiempo, durante la década pasada, múltiples deforestaciones han influido negativamente en el medio ambiente de China. Para frenar este deterioro, es que el gobierno de China ha restringido su producción forestal, mediante el Programa de Protección de los Bosques Naturales el cual prohíbe las extracciones de los bosques nativos.

Es por esta razón, que desde 1998, las importaciones de madera han crecido de manera importante para atender la creciente demanda nacional.

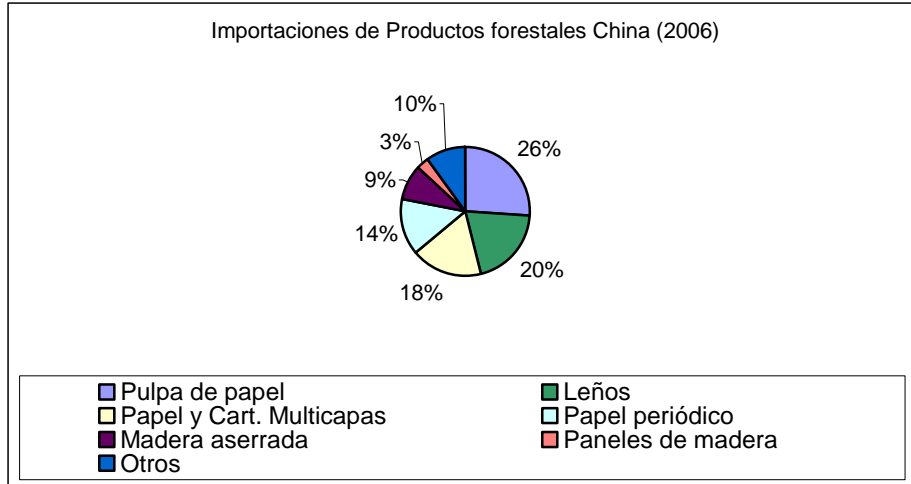
En el año 2000, la demanda de madera alcanzaba los 260 millones de metros cúbicos, mientras que la oferta doméstica sólo alcanzaba los 142 millones de metros cúbicos. Esta tendencia se ha acrecentado a lo largo de los años. Se estima que en el año 2010, la demanda China por madera llegará a los 305 millones de metros cúbicos, mientras que la oferta nacional alcanzará los 177 millones de metros cúbicos.

El valor total de las importaciones de productos forestales, ha aumentado de manera considerable, mientras que en el año 2000, el valor era de 3.715 millones de dólares, para 2004, correspondía a 5.193 millones.

Valor importaciones	2000	2001	2002	2004
Madera y artículos de madera	3.715 Millones de US\$	3.467 Millones de US\$	3.920 Millones de US\$	5.193 Millones de US\$

Dentro de las importaciones de productos forestales, la madera en leños y la madera aserrada son las más importantes, una vez excluidos los productos de papel. Cerca del 60% de las importaciones de madera son en forma de madera en bruto o madera aserrada. Esto principalmente, debido a los bajos costos de mano de obra china, que permiten el procesamiento de la madera a un menor valor de lo que saldría importar productos forestales más procesados. Además el impuesto de valor agregado para el caso de los leños es sólo de 13%, mientras

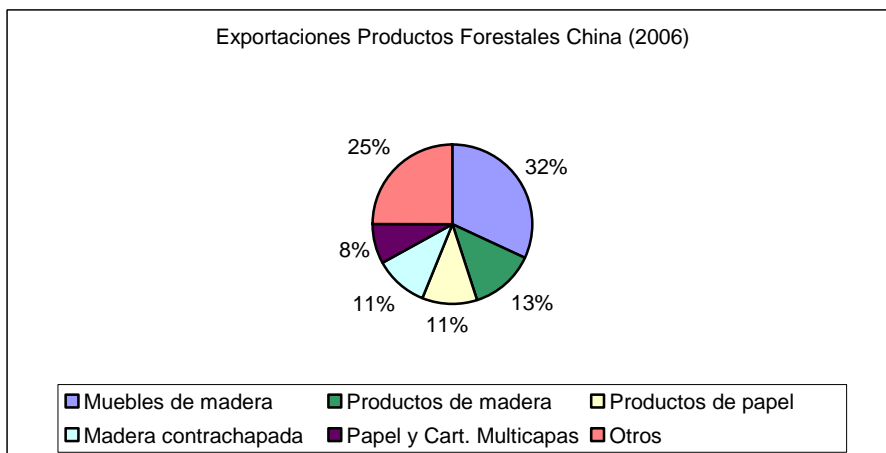
que para la madera aserrada y otros tipos de madera procesada es de 17%. Esto puede influir en que se demande más madera en forma de leña.



Importaciones Productos de madera (en millones de metros cúbicos)

Año	2002	2003	2004
Leños	24,33	25,46	26,24
Madera aserrada	7,71	7,87	8,58
Madera contrachapada	1,59	1,99	2,00
Tableros de Fibra	2,25	2,51	2,09
Tableros de Partículas	0,89	0,94	0,98

Por su parte, las exportaciones de madera china, son principalmente de productos con mayor valor agregado, como muebles o paneles de madera.



Respecto a esto, las exportaciones de muebles de Madera de China en 2008 alcanzaron las 204 millones de piezas, con un valor de 9,2 billones de dólares.

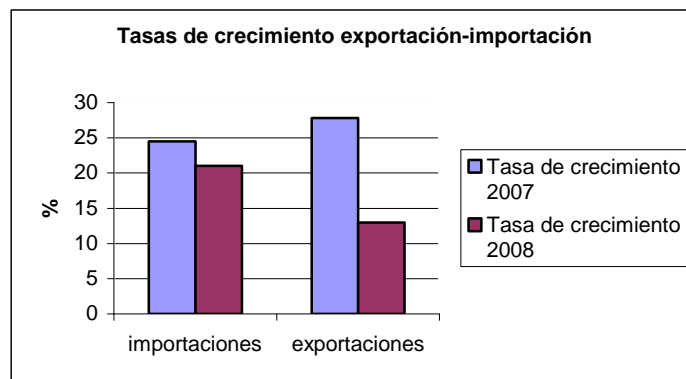
Esto representa una caída del 2% en el volumen exportado y de cerca de 20% en el valor exportado, en comparación con el año 2007.

Un elemento fundamental en el aumento de la demanda de madera en China es el desarrollo de sector habitacional. Se espera que en la próxima década, continúe la rápida urbanización en China. La población urbana paso de 26% en 1990 a cerca de un 43% para el año 2005. Se estima que esta tendencia continuará hasta 2020. Se espera que la población urbana alcance el 45% para el 2010, y cerca del 60% para el 2020. Esto significaría un aumento en la demanda de madera.

Al mismo tiempo, mucha de la madera importada, es utilizada en la producción de muebles, pisos laminados, y otros productos procesados, para luego ser reexportados con un mayor valor agregado.

Además, aunque China tiene una enorme producción de madera, un gran porcentaje de ésta se utiliza como combustible, lo que incrementa la brecha existente entre oferta y demanda.

De acuerdo a las estadísticas de la aduana de China, el comercio de productos de Madera creció en los primeros tres cuartos del 2008. No obstante, la tasa de crecimiento cayó si la comparamos con las cifras del 2007, debido al desaceleramiento de la economía. Las estadísticas muestran que el valor de las exportaciones e importaciones de China en los primeros tres cuartos de 2008 crecieron un 16% a US\$49,3 billones, pero su tasa de crecimiento cayo 15,6% si se compara con igual periodo del año anterior. Del total, las importaciones crecieron 21% a US\$21,5 billones, cayendo un 3,5% en relación al año anterior; y las exportaciones de productos de madera crecieron solo un 13%, por un valor de US\$27,8 billones, cayendo un 14,8%.



Por el lado de la oferta, China ha incrementado de manera significativa su producción de productos forestales, especialmente en algunos productos, como por ejemplo, los tableros contrachapados. Esto ha permitido, no sólo aumentar el suministro interno, sino también las exportaciones. En el caso de los tableros contrachapados, su producción ha aumentado en los años recientes, de hecho desde el año 2001, China pasó de ser importador neto a exportador neto de este producto, con un volumen importado de 651 mil m³ en 2001 y uno exportado de 967 mil m³.

ESCENARIO MUNDIAL

Rusia es el principal oferente de madera a China, principalmente debido a su cercanía geográfica, a sus ventajas arancelarias y a sus bajos precios. Cerca del 60% de la madera en leños importada en China proviene de este país. Sin embargo, Rusia no es el principal oferente en todas las categorías de productos forestales, por ejemplo en el caso de madera aserrada, países como Indonesia, Tailandia, EEUU y Canadá, también son exportadores importantes en el mercado Chino.

De hecho, para productos forestales con mayor valor agregado, las importaciones rusas son despreciables, en el caso de madera y hojas chapadas, los oferentes más importantes son Indonesia, Malasia, Corea y Japón, entre otros. Siendo Indonesia el país con mayor participación de mercado en este producto.

También debe considerarse dentro de la competencia existente en el ámbito de productos forestales, la propia producción China, debido a que esta ha aumentado en los últimos años, sobre todo en lo correspondiente a hojas de chapado. Los productos forestales locales tienen la ventaja de menores precios, debido a menores costos de mano de obra, de transporte, de sistemas de distribución, etc.

Por otra parte, la madera aserrada de pino radiata exportada por Chile, no es muy bien recibida por los importadores chinos. Su uso se asocia principalmente a la industria de muebles, y su uso en otras industrias, como por ejemplo, la construcción es muy limitada. Además, los fabricantes de muebles, por ejemplo, prefieren otras especies forestales, o en caso de utilizar pino, prefieren el pino radiata neocelandés, que posee un alto prestigio, a pesar de que la madera chilena tiene mayor densidad que la neocelandesa lo que la hace más apta para la industria del mueble.

Otro factor a considerar es el tiempo de traslado de la madera, toma cerca de 10 días transportar la madera desde Nueva Zelanda a Chile, mientras que demora 45 días traerla desde Chile. Esto es un gran limitante para la importación de madera, ya que muchos importadores son reacios a esperar este tiempo, ya que se corre más riesgo de putrefacción o de que la madera contraiga bichos.

Además, Nueva Zelanda tiene la ventaja de que el precio de sus leños es mucho menor que el de los chilenos. Para el caso de Nueva Zelanda, el precio es del rango 600-1000 yuan/ m³ (aproximadamente entre 90-150 dólares americanos)³, dependiendo de la calidad y diámetro de la madera, mientras que para Chile el precio es superior a los 1300 yuan/ m³ (US\$190).

Madera Aserrada: desde el año 2000, tanto la producción como las importaciones han aumentado, debido principalmente al sector construcción y muebles. En 2005, la producción de madera aserrada fue de 18 millones de metros cúbicos y las importaciones fueron de cerca de 6 millones de m³, de los cuales cerca de un tercio, correspondían a coníferas. La madera aserrada de coníferas importada en China proviene principalmente de EEUU, Canadá y Rusia.

Para el caso del pino radiata, específicamente, Nueva Zelanda y Australia, al igual que Canadá son importantes proveedores al mercado chino.

³ Precio de mercado en la ciudad de Shanghai en Agosto de 2008.

Las importaciones de madera aserrada durante el 2007 fueron de 6,55 millones de m³, con un valor de US\$1,77 millones. Esto implica un incremento de 6.5% en volumen importado. Los principales oferentes fueron Rusia y EEUU. Rusia exportó 1.58 millones de m³ de madera aserrada a china, y EEUU exporto cerca de 1 millón de m³, lo que representa un 24.2% y un 16.4% de las importaciones respectivamente.

Durante los primeros tres cuartos del año 2008, las importaciones Chinas de madera aserrada fueron de 5.2 millones de m³, con un valor de US\$1.5 billones, creciendo un 8% en volumen y un 14% en valor, en relación al año anterior. Las importaciones de madera blanda fueron 2.5 millones de m³, con un valor de US\$499.3 millones, mientras que las importaciones de madera dura fueron de 2.72 millones, por un valor de US\$1 billón.

Las importaciones de Madera aserrada se concentraron principalmente en las provincias costeras como Shenzhen, Guangzhou y Shanghai.

Por el lado de las exportaciones de madera aserrada, estas disminuyeron debido al incremento de la demanda interna. Según estadísticas de la aduana de China, durante los primeros 3 trimestres de 2008, China exporto 547.000 metros cúbicos de madera aserrada, por un valor de US\$313 millones, esto implica una disminución del volumen exportado de un 7%, en relación a igual periodo del año 2007. El principal destino de las exportaciones de madera aserrada fue Japón, con cerca de 245.000 metros cúbicos, seguido por EEUU y Corea, con volúmenes mucho menores.

La madera aserrada se utiliza para la construcción, la fabricación de muebles y para el embalaje y empaque de otros productos.

Tableros de fibra y tableros de partículas: La producción de tableros de partículas y tableros de fibra de madera ha aumentado de manera exponencial en China en los últimos años, de hecho, se le considera la industria de madera de más rápido crecimiento en China. La producción de Tableros de fibra (MDF) en 2005 fue superior a los 20 millones de metros cúbicos.

La industria del MDF China se ha desarrollado rápidamente en las últimas décadas. La producción de MDF aumento de 0,7 millones de m³ en 1996 a 2,2 millones de m³ en 2006, con una tasa de crecimiento anual de 41,3%. Debido al rápido desarrollo de las industrias de muebles, pisos laminados y elementos decorativos, el consumo de MDF aumento de 0,98 millones de m³ en 1996 a 22,22 millones de m³ en 2006, con un crecimiento anual de 35,9% en promedio.

La demanda de paneles de fibra ha aumentado debido al rápido desarrollo de la industria de muebles. De acuerdo a estimaciones, la industria de muebles consume 10 millones de metros cúbicos de paneles de fibra. También, ha aumentado la demanda en el sector de pisos laminados, decoración, etc.

Consumo de MDF en China (10 mil metros cúbicos)			
Industria	2003	2004	2005
Muebles	824,69	1204	1225
Decoración	217,95	195,88	361
Pisos laminados	81	82,50	185
Embalaje	54,49	48,97	43

Por otra parte, durante el 2007 los tableros de fibra, tuvieron un volumen importado de 900.000 m³, con un valor de US\$169 millones. Esto implica una reducción superior al 5% en comparación al volumen importado el año anterior. Se importaron 525.000 m³ de tableros de partículas, valorados en US\$106 millones. Es decir, las importaciones de tableros de partículas experimentaron una reducción de 3% del volumen importado en relación al año 2006.

El volumen de importaciones de tableros de fibra disminuyó un 26% entre el año 2007 y 2008, llegando a un volumen importado de 248 toneladas. Mientras que el volumen de tableros de partículas importado se redujo en un 25% a cerca de 182.000 toneladas, en el mismo periodo.

Las exportaciones de paneles de fibra se redujeron un 14% durante 2008, a cerca de 1,5 millones de toneladas. En cambio, las exportaciones chinas de tableros de partículas aumentaron en un 35% en valor, a cerca de US\$35,4 millones.

6. PRECIOS DE REFERENCIA

Para la madera aserrada de pino radiata de Chile, el precio en junio de 2008 era de aproximadamente 196 US\$FOB/ m³.

Los tableros contrachapados de pino radiata de Chile tienen un precio aproximado de 651 US\$FOB/t.

En el caso de tableros MDF y de partículas de pino radiata el precio es de aproximadamente 441 US\$FOB/t y 367 US\$FOB/t, respectivamente.

Precios madera de mercado en China (Agosto 2008)⁴:

Leños	Dólares por m3	Yuan por m3
Pino Radiata 6m, 30 cm diam.	192	1300
Pino Radiata A grade Wood	185-200	1250-1350
Pino Radiata K grade Wood	155-170	1050-1150
Lauan	280-385	1900-2600
Kapur	280-360	1900-2450
Merbau 6m, 60 cm diam.	650-740	4400-5000
Keruing	280-350	1900-2350
Pino coreano 6m, 30 cm diam.	244	1650
White pine 2inh, KD	355-370	2400-2500

⁴ Precios en Shanghai Furen Wholesale market para Agosto de 2008.

Madera aserrada	Dólar por m3	Yuan por m3
Teak sawn grade A	1250-1400	8500-9500
US Maple 2"KD	1300-1850	8800-12500
US Cherry 2"	2170-2220	14700-15000
US Walnut 2"	2500-2560	17000-17300
Mongolian Scots Pine 4m, 10 cm thick	235	1600
Pino Radiata	360-430	2500-2900

MDF	Dólar por pieza	Yuan por pieza
2440×1220×3	3-4	19-25
2440×1220×4	3-4	20-26
2440×1220×6	5	32-36
2440×1220×9	8-9	55-60
2440×1220×12	10-11	70-77
2440×1220×15	12-13	80-90
2440×1220×21	16-18	110-120
2440×1220×30	20-22	140-150
1830×2745×9	17-18	112-122
1830×2745×15	22-24	152-164
1830×2745×25	35-37	240-250

Tableros de Partículas			
Grado	Especificación	Dólar por hoja	Yuan por hoja
E1	1220*2440*9mm	7	48
E1	1220*2440*12mm	8	57
E1	1220*2440*18mm	12	78
E2	1220*2440*12mm	7	48
E2	1220*2440*15mm	8	57
E2	1220*2440*25mm	13	86

7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Lo más común es que la empresa chilena comercialice su producto a través de empresas que procesan madera, como por ejemplo, aserraderos que tienen capacidad de importar.

También usan distribuidores, importadores y agentes de venta.

8. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Las empresas se publicitan en portales de Internet asociados, impresiones en tiendas especializadas y en revistas especializadas en la industria forestal. Sin embargo, la promoción de los productos en ferias y exposiciones del sector es de vital importancia para la promoción de los productos.

Exportadores de Canadá (British Columbian), desde el año 2002 que han promovido sus productos forestales en Shanghai y Tianjin. Realizan cenas, seminarios y reuniones en donde reúnen a los exportadores Canadienses con los compradores del mercado chino. Existe una asociación de oferentes canadienses de madera la Sino-Canadian, la cual organiza reuniones de negocios donde juntan a grandes oferentes de Canadá con importantes compradores del mercado chino. Los compradores introducen a nuevos compradores a sus oferentes familiares. Promueven la madera canadiense a través de esto para expandir sus exportaciones.

También existe "Dream House Canadá", organización que organiza seminarios y cenas en donde invitan a los importadores y distribuidores de madera para que se familiaricen con los exportadores canadienses, y en donde les enseñan los usos que pueden darle a la madera de su país.

Asimismo está la asociación "Wood Frame House" la cual promueve y enseña a los compradores chinos la tecnología para usar la madera canadiense en la construcción.

EE.UU. también realiza promoción. Envían revistas especializadas con la descripción de los productos de madera de EE.UU con el fin de dar a conocerse en el mercado. En su caso, también tienen una asociación, la Sino-USA en Hangzhou. En la que promueven la madera norteamericana dando entrenamiento de corto plazo, en relación a la política de inspección y garantía de madera u otros procedimientos en cuanto a cómo importar madera desde EE.UU. Es una guía para que las compañías chinas sepan como importar desde EE.UU.

EE.UU. además envía a los compradores de madera chinos revistas especializadas referente a los productos norteamericanos, como por ejemplo, la "Hardwood lumber buyer", la cuál ayuda a familiarizar al importador chino con el producto norteamericano.

9. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA





10.VISITA FERIA WOODMAC

Se visitó la feria WoodMac el día 17 de Febrero de 2009. Dentro de los países participantes se encontraban Italia, España, Alemania y Canadá. Dentro de estos, el más importante era Italia, que contaba con más de 15 stands de diversas empresas relacionadas con el sector. Alemania también tenía una participación relevante con cerca de 10 stands.

Lo más relevante de la feria era la maquinaria para el procesamiento de la madera. China contaba con múltiples empresas que ofrecían tecnología para la industria maderera.

La participación de empresas de muebles y de oferentes de madera fue casi nula.

11.CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

El mercado Chino no conoce mucho la madera chilena, y quienes la conocen tampoco tienen las mejores percepciones acerca de ella. Creen que es mucho más cara, debido al costo en fletes y piensan que su traslado desde Chile a China toma demasiado tiempo. Por eso es que se sugiere la visita periódica del mercado, para conocer de mejor manera su funcionamiento, y tener mayor presencia ante los importadores. Es muy importante informar a los compradores chinos las características de los productos chilenos, de forma que tomen conocimiento.

El mercado chino asocia el uso del pino radiata a la industria del mueble. Su uso no está muy diversificado, y es usado muy poco en otras industrias como la de la construcción o el embalaje. Es por esto que es necesario informar al mercado chino de las características y usos del producto para ampliar de esta forma el mercado.

Nueva Zelanda es el principal oferente de pino radiata en el mercado chino. Esto debido a su bajo precio y buena calidad. Mientras el precio del pino neocelandés está en el rango de 600-1000 yuan/m³ (aproximadamente US\$90-150), el precio importado del pino radiata chileno es en promedio superior a los 1300 yuan/m³ (alrededor de US\$192).

Además Nueva Zelanda presenta ventajas en tiempo de entrega respecto a Chile. Toma 10 días trasladar la madera desde Nueva Zelanda a China, mientras que más de 45 traerla desde Chile. Esto dificulta mucho la entrada al mercado de la madera chilena, ya que muchos importadores son reacios a tiempos de entrega

tan largos. Esto principalmente, pues mayor tiempo en el mar, implica un mayor riesgo de fallas en la madera, putrefacción, e incluso cambios en la demanda del mercado Chino. Por eso se sugiere ver formas de hacer más directo y rápido el traslado, ya que es una de las mayores desventajas de la madera chilena.

Se sugiere a los exportadores chilenos poner más esfuerzos para promocionar Chile. Por ejemplo, poner promoción en revistas especializadas (como por ejemplo lo hace EE.UU y Canadá), ya que esto aumentará el potencial de compra. Se sugieren revistas como "China Furniture", "International Wood Industry" y "China Timber". También se sugiere mandar misiones para dar a conocer el pino chileno y sus características, asistir a exhibiciones (por ejemplo, Wood Mac). Es importante la promoción de los productos en ferias y exposiciones propias del sector, ya que de esta manera es posible relacionarse con potenciales clientes en forma efectiva.

El factor más determinante para la industria China es el precio. Es por esta razón que les resulta más conveniente comprar el leño y procesarlo en China, que comprar productos de madera ya elaborados.

Es significativo ver formas de ser más competitivos en términos de precio, países como Rusia tienen fuertes ventajas debido a sus bajos costos de transporte. Sin embargo, al momento de negociar con los importadores chinos, es importante hacer notar la fuerte inestabilidad arancelaria respecto a la madera rusa, ya que los impuestos a este tipo de productos suelen ser muy variables. Además hay que destacar la fuerte sensibilidad al precio por parte de los importadores chinos, en relación a los productos forestales.

Para hacer negocios en China es mejor concentrarse en la exportación de productos forestales, con menor valor agregado, madera aserrada o leños, en lugar de tableros, por ejemplo, debido principalmente a que debido a los bajos costos de mano de obra china, resulta más conveniente para la industria china importar productos forestales con poco valor agregado y procesarlos en el país.

Asimismo se sugiere concentrarse en una zona geográfica específica. Debido al gran tamaño y diversidad en la demanda china, resulta necesario concentrarse en una zona específica.

Para el caso de los tableros de fibra y de partículas es importante concentrarse en las zonas costeras del sur y este de China, ya que son las zonas que poseen mayor poder adquisitivo, por lo que están más dispuestos en gastar en construcciones residenciales, y en madera para la decoración de interiores.

El principal demandante de madera de pino en China es la industria del mueble, respecto a esto, como gran parte de los muebles fabricados son para reexportación, es que el mercado chino se preocupa cada vez más de la certificación FSC de la madera, ya que EE.UU. y la Unión Europea exigen esta clase de certificación para importar los productos. Por eso es relevante que la industria chilena se preocupe de certificar su madera.

Otro aspecto a considerar, es que la actual crisis económica ha afectado fuertemente a la industria del mueble, que es una de las principales demandantes de madera de pino de China. Como el objetivo de la industria de mueble es la exportación, y uno de los principales demandantes de muebles chino es EE.UU., el potencial de esta industria estará más limitado. De hecho las

exportaciones de muebles cayeron en 20% en valor el 2008. Por lo tanto, se recomienda concentrar los esfuerzos de venta y marketing en las industrias de la construcción, embalaje, etc., ya que la demanda de madera en el mercado local no se verá tan afectada como la de la industria exportadora.

Esto también es razón importante para diversificar los usos del pino radiata. La industria de la construcción por ejemplo, a pesar de la crisis, sigue dinámica, por lo que si se puede cambiar la asociación pino-mueble, es posible enfocarse en estos mercados, que no se ven tan afectados con la crisis. De hecho, la mayoría de nuestros entrevistados plantea que el mercado local no se vera afectado por la crisis, y que por lo tanto, su demanda por productos de madera no disminuirá.

Se recomienda también, organizar seminarios para los diseñadores de muebles chinos y oferentes de madera chilenos, para resaltar las características del pino, como por ejemplo, por que es bueno para la fabricación de muebles, cómo pueden diseñar muebles bellos y elegantes usando pino radiata. Así como, establecer salas de exposición permanente en importantes mercados como "Shanghai Furen Wooden" o "Forestry products Wholesale market" y establecer una asociación en China para entender mejor al mercado Chino y entrar en él.

Los diversos entrevistados propusieron múltiples formas de entrar al mercado chino, por ejemplo, el Sr. Li de Shanghai Senlian Wood Co., Ltd. propone que la empresa chilena use a su empresa como una plataforma para entrar al mercado chino, mientras que la compañía chilena firma un contrato para proveerlo de cierto volumen de pino radiata, de forma que él venda estos productos a sus clientes, y cobrara por esto algún honorario por hacer de intermediario. El Sr. Song de Shanghai Sino Int'l Co., Ltd. por su parte señala que él preferiría iniciar una fábrica de procesamiento de madera en China en conjunto con la compañía chilena, de esta forma, la compañía Chilena exporta la madera y ellos la manufacturan de acuerdo a las especificaciones del mercado chino y se reparten los beneficios.

A futuro hay consenso en pronosticar que las importaciones de productos forestales continuarán creciendo, sin embargo, la competencia entre proveedores externos se profundizará.

Por otra parte, se debe incentivar la importación de madera aserrada de confiera, en la actualidad el 70% de la madera en trozos importada es de confieras, pero solo el 13% de la madera aserrada.

12.FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS:

1. China's total expo for woodworking industry-exclusively supported by Eumabois
2009.2.17-20
Shanghai New Int'l Expo Center
Wood Mac-www.woodmacchina.net
Furniture Tek-www.frunitekchina.net
Wood Build, Kitchen and Bathroom Cabinet China.-
www.kitchenbathroomcabinet.net

2. The 15th Furniture Manufacturing and Supply China 2009
Septiembre. 9-12, 2009
Shanghai New Int'l Expo Centre
www.furnitureinchina.com
www.fmcchina.com.cn

3. Interzum Guangzhou
China international woodworking machinery and furniture raw materials fair.
Marzo 27-30, 2009
www.interzum-guangzhou.com
cifm.fairwindow.com

4. DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR 2009
Marzo 24-26, 2009
Shanghai New Int'l Expo Center
www.domotexasiachinafloor.com

13.FUENTES DE INFORMACIÓN

- "China: Un mercado que continúa en expansión", Boletín de Exportaciones Forestales, noviembre 2002, Área Estudios Económicos y del Ambiente, INFOR.
- "Meeting China's demand for forest products: an overview of import trends, ports of entry, and supplying countries, with emphasis on the Asia-Pacific region", *Market Analyst, Forest Trends, 1050 Potomac Street NW, Washington, DC 20007, US*, XIUFANG SUN, E. KATSIGRIS and A. WHITE.
- "Wood-Based Forest Trade in the Asia-Pacific Region, *Implications of China's Growing Demand* ", Christopher Barr , Center for International Forestry Research (CIFOR), Seminar on Indonesian Forest Industry Restructuring, Jakarta, December 1, 2005.
- "The recent Russia-China timber trade – An analytical Overview", Masanobu Yamane and Wenming Lu.
- "A China Market Profile for wood products", David Cohen and Lily Lee, Faculty of Forestry, University of British Columbia, June 2000.
- Meeting China`s Demand for Forest Products: An overview of imports trends, ports of entry, and supplying countries, with emphasis on the Asia-Pacific region", Xiufang Sun, Eugenia Katsigris, Andy White.
- "China`s domestic consumption and exports of wood product: An overview", FPS Conference, China`s boom, January 2006, RISI, Bernard Fuller.
- "Demand and Supply of Wood Products in China", Zhang Kun, Lu Wenming and Osamu Hashiramoto, Food and Agriculture Organization of The United Nations, Rome, 2007.
- "China and the Global Market for Forest Products: Transforming Trade to Benefit Forests and Livelihoods", March 2006, Andy White, Xiufang Sun, Kerstin Canby, Jintao Xu, Christopher Barr, Eugenia Katsigris, Gary Bull, Christian Cossalter and Sten Nilsson.

- ITTO's Tropical Timber Market Report
- "The Rising of Forest Product Industry in China and Its Contribution to the World", Senlin Zhang, President of China National Forest Products Industry Association, *Proceedings of the 51st International Convention of Society of Wood Science and Technology, November 10-12, 2008 Concepción, Chile.*
- "China's Plantation Forests for Sustainable Wood Supply and Development", Prof. Zehui JIANG, Dr. S.Y. Zhang.
- FAO- Stat.

15.ANEXO

Entrevistas

Con el objetivo de conocer mejor la percepción el mercado Chino acerca de los productos de madera de Chile, se realizaron entrevistas a diversos importadores de madera de la ciudad de Shanghai.

Entrevista 1:

Compañía: Shanghai Senlian Wood Co., Ltd.

Entrevistado: Gerente de importaciones Sr. Li Hao

El entrevistado conoce el pino radiata de Chile. Compró en una ocasión en 1990. Sin embargo, prefiere el pino neocelandés debido a sus bajos precios. Por ejemplo, el precio del pino neocelandés está en el rango de 600-1000 yuan/m³, mientras que el precio del pino radiata Chileno es en promedio superior a los 1300 yuan/m³.

Menciona además el hecho de que el flete desde Nueva Zelanda demora menos que desde Chile. Esto implica un mayor riesgo de fallas en la madera, putrefacción, e incluso cambios en la demanda del mercado chino.

Además se refiere a la relación precio-calidad del pino neocelandés, dicen que es buen precio y buena calidad. También señala que el pino neocelandés es mejor pues tiene menos nudos, lo que lo hace más popular en el mercado chino.

Esta compañía importa pino radiata desde Nueva Zelanda, SPF, Hemlock y Abeto amarillo desde Canadá y Scotch Pine y otros productos de pino desde Rusia.

Plantea que el mercado chino no conoce mucho sobre la madera chilena, el único producto que conocen es el pino radiata, el cuál no es muy popular en el mercado.

Respecto al efecto que la crisis económica tendrá sobre la demanda de madera por parte de china, menciona que la industria de muebles, que está orientada a la reexportación, se verá afectada. Sin embargo, la demanda del mercado local no se verá tan afectada.

El país más importante para las importaciones de madera de China es Rusia, todas las industrias de madera tienen a Rusia como su referente. Si Rusia sube el

precio, otros países los subirán también. Señala que el precio de Rusia decide la demanda por madera.

El entrevistado opina que Canadá y Rusia ocupan gran parte del Mercado chino de Madera de pino, por lo que es difícil para la industria chilena insertarse en este mercado.

Como muchas empresas chinas hacen productos de madera para luego ser reexportados, la certificación FSC para la importación de madera se ha vuelto cada vez más importante. Esto debido a que EE.UU y los países de la Unión Europea exigen este tipo de certificación para importar los productos.

El Sr. Li propone una forma de hacer negocios con las compañías chilenas. Él preferiría que la empresa chilena use a su empresa como una plataforma para entrar al mercado chino. La compañía chilena podría firmar un contrato para proveerlo de cierto volumen de pino radiata, de forma que el Sr. Li venda estos productos a sus clientes, y él cobraría por esto algún honorario por hacer de intermediario. Sin embargo, dice que no se haría responsable con respecto a la situación de las ventas.

Cuestionario:

Importa leños de todas partes de mundo. (120.000 metros cúbicos en 2008). Planea importar 150.000 metros cúbicos en 2009.

1. - ¿Conoce el pino radiata de Chile?

Sí.

2. - ¿Cuál es su opinión acerca del pino chileno?

Hay diferentes estándares, tú obtienes lo que pagas.

3. - ¿Lo ha comprado alguna vez?

Sí.

4. - ¿Cuáles son las principales razones por la que ha / no ha comprado pino desde Chile?

Compré pino chileno en 1990, pero el pino neocelandés es más barato, por lo que compro desde Nueva Zelanda. Su precio de mercado para el 2008 es de cerca de 600-1000 rmb. Ahora la madera sin nudos es más popular.

5. - ¿Desde qué países importa Madera?

Importa pino radiata desde Nueva Zelanda, SPF, Hemlock, AbetoAmarillo desde Canadá, y otros productos de pino desde Rusia.

6. - ¿Cuáles son los factores decisivos para que ustedes importe desde esos países (por ejemplo, calidad, precio, experiencia pasada, etc.)?

Buena calidad y buen precio. El periodo de transporte es también un factor, porque en el caso del leño por ejemplo, mientras más largo sea el tiempo en el mar, mayor es el riesgo de contraer bichos o de putrefacción.

7. - Si han comprado pino chileno, ¿cuáles son las ventajas o desventajas de comprar pino desde Chile, en comparación con hacerlo de otros países?

La calidad es la misma para Nueva Zelanda y Chile. Compramos de Nueva Zelanda porque es más barato y con buena calidad. El pino radiata puede reemplazar muchos otros tipos de madera, su uso es muy amplio.

8. - ¿Ha oído/visto alguna publicidad de Madera chilena? ¿O de algún otro producto de Chile?

No.

9. - Desde su punto de vista, ¿Cuál es la percepción que tiene el Mercado chino en relación con los productos chilenos de Madera?

El mercado chino no conoce mucho acerca de la madera chilena.

El único producto conocido es el pino radiata, pero no se ve mucho en el mercado.

10. - ¿Cómo cree usted que la industria de la Madera se verá afectada con la actual crisis económica, cree que la demanda caerá?

Para el sector orientado a la exportación como las compañías de muebles, la influencia será obvia. El volumen de exportación se ha reducido mucho. Pero para la demanda del mercado chino local, la demanda de pino no se verá reducida.

11. - ¿Cuál es el país más importante en relación a las importaciones chinas de Madera, por que? (por ejemplo, por su calidad, precio, etc.)

Rusia.

Todas las industrias de madera del mundo toman a Rusia como referencia. Si Rusia aumenta el precio, otros países también lo harán. El precio de Rusia decide la demanda de la madera.

12. - ¿Qué país cree usted que tiene mayor potencial de convertirse en un gran exportador al Mercado chino?, ¿Cree que Chile puede ser uno de ellos?

Es difícil de decir. Ahora, son Rusia y Canadá quienes ocupan principalmente el mercado para el pino.

13. - El Mercado chino no demanda certificación FSC para la importación de Madera, ¿cree usted que en el corto plazo se exigirá? ¿Usted prefiere madera con esta clase de certificación?

Muchos productores chinos fabrican productos de madera para exportarlos a USA y a la Unión Europea. Estos países exigen certificación FSC para entrar a su mercado. Por esto, el certificado de FSC será muy importante en el futuro.

14. -¿Cómo cree que se desarrollara el Mercado de la Madera en China en el futuro? ¿Cree que la brecha entre oferta y demanda aumentará?

De seguro, ira de arriba a abajo, por que el mercado esta cambiando cada día, especialmente por la crisis económica. Sin embargo, la demanda de madera de China se incrementara en general.

15.- ¿Usted prefiere la Madera nacional por sobre la importada? ¿Por qué?

La madera importada ocupa la mayor parte del mercado. El gobierno chino prohíbe la tala del bosque nativo. Hay sólo unas pocas especies de madera en el mercado, pero la calidad y el volumen no es muy bueno. Por lo que la madera importada es más popular.

16. - ¿Cuáles son los principales productos que importa? (leños, madera aserrada, chapas, MDF, etc.)

Importa Madera aserrada y leños.

17. - ¿De qué producto de la Madera usted cree que aumentará la demanda en el futuro?, ¿Cuál tiene mayor potencial?

Creo que la demanda de pino aumentará en el futuro. Esto debido a que es un producto barato y de fácil crecimiento, por lo que puede reemplazar a otras clases de madera, y tiene diversos usos.

18. - ¿Conoce a otros países que promuevan sus exportaciones de Madera en el Mercado chino? ¿Cuáles?

Conozco 2 asociaciones.

Una es la Sino-Canadian (<http://www.canadawood.cn/english/index>), que tienen de vez en cuando reuniones de negocios, a las que traen grandes oferentes de Canadá e importantes compradores del mercado chino. Los compradores introducen a nuevos compradores a sus oferentes familiares. Promueven la madera canadiense a través de esto para expandir sus exportaciones.

La otra asociación es la Sino-USA asociación en Hangzhou. Lo que hacen para promover la madera norteamericana es dar entrenamiento de corto plazo, en relación a la política de inspección y garantía de madera u otros procedimientos en cuanto a como importar madera desde USA. Es una guía para que las compañías chinas sepan como importar desde USA, debido a que existen muchos procedimientos que son diferentes a los de otros países.

Entrevista 2:

Compañía: Shanghai Sino Int'l Co., Ltd.

Entrevistado: Gerente de Ventas Mr. Song, y Gerente General Mr. Zhang

Menciona que el pino radiata es usado principalmente para muebles, embalaje, construcción de moldes, cajas, fábrica de chapas, etc. El pino de mejor calidad es usado en la industria del mueble, principalmente para la reexportación. Sin embargo, debido a la crisis económica global, la industria de muebles de china se encuentra alicaída. Debido a esto, es que la demanda por madera grado "A", sin nudos, está descendiendo.

Señala, además que la industria de las chapas de madera es muy severa. Hay muchas fábricas que hacen chapas en el mercado chino. Ellas usan principalmente, leños nacionales o baratos para manufacturarlos de acuerdo a la demanda del mercado.

Menciona que el gran porcentaje de mercado que posee el pino neocelandés se debe principalmente a su bajo costo en fletes, lo que causa un menor precio del producto en el mercado, por lo que venden un gran volumen. También menciona que tiene una buena reputación y calidad.

Señala que asistió a un seminario forestal llevado a cabo por ProChile, sin embargo plantea que al momento de querer realizar la compra, los exportadores chilenos plantearon no tener la madera. Esto le provocó una mala percepción acerca de los exportadores chilenos.

La demanda de China por leños es aún muy grande, una razón de acuerdo al entrevistado, es que el impuesto por valor agregado es solo de 13%, mientras que para otros productos como la madera aserrada o tableros MDF es de 17%.

También menciona el hecho de que Rusia iba a subir su impuesto a la exportación de leña en cerca de un 75% desde el 1º de Enero de 2009, sin embargo, ahora Rusia ha mantenido su política arancelaria para evitar que el precio suba, de esta forma la mayor proporción del mercado Chino es de la leña rusa.

Señala además que en caso de que su compañía tenga la oportunidad de hacer negocios con Chile, él preferiría iniciar una fábrica de procesamiento de madera en China en conjunto con la compañía chilena, de esta forma, la compañía chilena exporta la madera y ellos la manufacturan de acuerdo a las especificaciones del mercado chino y se reparten los beneficios.

Cuestionario:

1. - ¿Conoce el pino radiata de Chile?

Sí.

2. - ¿Cuál es su opinión acerca del pino chileno?

No sé mucho del pino chileno. (Le gustaría saber la diferencia entre el pino chileno y el neocelandés).

3. - ¿Lo ha comprado alguna vez?

No.

4. - ¿Cuáles son las principales razones por la que ha/ no ha comprado pino desde Chile?

El pino chileno no tiene mercado en China; los compradores no conocen mucho acerca del pino chileno, además el precio puede ser muy alto debido al costo en flete. El pino neocelandés es famoso y tiene una gran proporción del mercado en China.

5. - ¿Desde qué países importa Madera?

Nueva Zelanda, Rusia, Burma (Tienen una fábrica en Burma y en la Provincia China de Yunnan).

6. - ¿Cuáles son los factores decisivos para que ustedes importe desde esos países (por ejemplo, calidad, precio, experiencia pasada, etc.)?

Principalmente el buen precio y la buena calidad y productos que satisfagan la demanda del mercado.

7. - ¿Ha oído/visto alguna publicidad de Madera chilena? ¿O de algún otro producto de Chile?

Si, asistió al seminario Forestal llevado a cabo por ProChile en Abril del año pasado en Shanghai. Sin embargo, los contactos que hizo con exportadores chilenos de pino no resultaron favorables.

8. - Desde su punto de vista, ¿Cuál es la percepción que tiene el Mercado chino en relación con los productos chilenos de Madera?

Por lo que sé, no saben mucho.

9. - ¿Cómo cree usted que la industria de la Madera se verá afectada con la actual crisis económica, cree que la demanda caerá?

No habrá un impacto severo, debido a que el mercado chino es muy grande y la demanda es inmensa. Puede bajar un poco, pero en general el mercado no se verá afectado y crecerá paso a paso.

10. - ¿Cuál es el país más importante en relación a las importaciones chinas de Madera, por que? (por ejemplo, por su calidad, precio, etc.)

No creo que haya un país que pueda ser el más importante para china. El mercado decidirá todo.

11. - ¿Qué país cree usted que tiene mayor potencial de convertirse en un gran exportador al mercado chino?, ¿Cree que Chile puede ser uno de ellos?
Si los productos forestales de Chile pueden satisfacer la demanda china, quizás puedan convertirse en grandes exportadores. Todo depende.

12. - El Mercado chino no demanda certificación FSC para la importación de Madera, ¿cree usted que en el corto plazo se exigirá? ¿Usted prefiere madera con esta clase de certificación?
No exigimos FSC, sin embargo preferimos madera con esta clase de certificado.

14. -¿Cómo cree que se desarrollará el Mercado de la Madera en China en el futuro? ¿Cree que la brecha entre oferta y demanda aumentará?
La actual crisis mundial afectará de alguna manera a la industria de la madera china, especialmente en lo que son los productos para exportar. Puede afectar al negocio en la primera mitad del año. Pero creo que China superará esto.

15.- ¿Usted prefiere la Madera nacional por sobre la importada? ¿Por qué?
Prefiero la Madera importada. Porque el volumen de la Madera nacional no es suficiente para satisfacer la demanda del mercado. Las especies de madera nacionales son también limitadas.

16. - ¿Cuáles son los principales productos que importa? (leños, madera aserrada, chapas, MDF, etc.)
Importa Madera aserrada y leños.

17. - ¿De qué producto de la Madera usted cree que aumentará la demanda en el futuro?, ¿Cuál tiene mayor potencial?
Los productos de madera que integran mucha sobra de material de madera serán muy populares en el futuro.

18. - ¿Conoce a otros países que promuevan sus exportaciones de Madera en el Mercado chino? ¿Cuáles?
No conozco.

Entrevista 3

Compañía: Shanghai JinHeng Building Material Co., Ltd.

Entrevistado: Gerente General Sr. Hua Xiaoqiang

Señala que para el periodo 2007-2008, el volumen exportado productos de madera creció en un 20% para Nueva Zelanda.

Plantea que Nueva Zelanda tiene 2 formas de exportar madera a China. Una es exportar directamente los leños y la otra es exportar la madera aserrada o con algún grado de procesamiento. Señala que en el caso de que lo que exporte Nueva Zelanda sean los leños, su precio es muchísimo menor que el de Chile. Sin embargo, si consideramos las exportaciones de productos de madera, Nueva Zelanda no tiene ventajas en precio frente a Chile.

Menciona que el principal problema de la madera proveniente de Chile es el tiempo de viaje, más que el precio. El tiempo que demora la madera Chilena en llegar a China es demasiado largo, razón por la que reciben quejas de gran parte de sus clientes.

Además señala que en los últimos meses del año 2008, los precios de la madera neocelandés han bajado considerablemente. Por ejemplo, en el caso de los leños, su precio ha disminuido en cerca de 70%, a un valor aproximado de 90US\$/M3. También menciona que Nueva Zelanda, al igual que Chile, son países que dependen de la exportación de sus recursos naturales, por que su demanda local es muy pequeña.

Indica que el factor más determinante para la industria China es el precio. Es por esta razón que les resulta más conveniente comprar el leño y procesarlo en China.

Plantea que el gobierno canadiense ha hecho grandes esfuerzos de promoción, organiza cenas, seminarios y reuniones, donde presenta a exportadores canadienses a clientes del mercado Chino. Estados Unidos también hace esfuerzos de promoción, por ejemplo, envían revistas especializadas referentes a los productos norteamericanos, para darlos a conocer en el mercado chino. El entrevistado menciona la "Hardwood Lumber Buyer".

Respecto a la actual crisis económica menciona que el volumen importado ha caído en cerca de 20%. Esto debido principalmente a que mucho de lo que se produce es para la reexportación, y el mercado de la exportación esta en recesión. Además EE.UU es uno de los principales destinos de las exportaciones chinas, por lo que la industria puede verse aún más perjudicada.

Por esta razón, la industria local cobrara más importancia, ya que la demanda local será más estable.

Señala además que China es escaso en recursos naturales, por lo que el gobierno incentiva la importación de madera.

Sugiere a los importadores chilenos poner más esfuerzos para promocionar Chile. Por ejemplo, menciona poner promoción en revistas especializadas (como por ejemplo lo hace EE.UU y Canadá), ya que esto aumentará el potencial de compra. También sugiere mandar comisiones para dar a conocer el pino chileno y sus características, asistir a exhibiciones (por ejemplo, Wood Mac).

Revistas especializadas que menciona son: "International Wood Industry" y "China furniture".

Cuestionario:

1. - ¿Conoce el pino radiata de Chile?

Sí.

2. - ¿Lo ha comprado alguna vez?

Sí.

3. - ¿Cuáles son las principales razones por la que ha/ no ha comprado pino desde Chile?

Para comprar madera es más barato comprarla desde Chile que desde Nueva Zelanda.

4. - ¿Desde que países importa Madera?

Nueva Zelanda y Canadá.

5. - ¿Cuáles son los factores decisivos para que ustedes importe desde esos países (por ejemplo, calidad, precio, experiencia pasada, etc.)?

Precio/calidad.

6. - Si han comprado pino chileno, ¿cuáles son las ventajas o desventajas de comprar pino desde Chile, en comparación con hacerlo de otros países?

Desventaja: período de envío, toma demasiado tiempo.

7. - ¿Ha oído/visto alguna publicidad de Madera chilena? ¿O de algún otro producto de Chile?

No.

8. - Desde su punto de vista, ¿Cuál es la percepción que tiene el Mercado chino en relación con los productos chilenos de Madera?

La demanda aumentará mientras promuevan el pino chileno en el Mercado chino.

9. - ¿Cómo cree usted que la industria de la Madera se vera afectada con la actual crisis económica, cree que la demanda caerá?

Las importaciones han disminuido en un 20%, principalmente debido a que lo que se produce es para la reexportación y el mercado externo esta en recesión. Habrá algunas malas influencias por la crisis, pero en el futuro, el Mercado chino tiene un gran potencial.

10. - ¿Cuál es el país más importante en relación a las importaciones chinas de Madera, por que? (por ejemplo, por su calidad, precio, etc.)

Canadá, por que el gobierno canadiense invierte gran cantidad de dinero en promover su madera en el mercado chino y tiene una buena relación con el gobierno chino.

11. - ¿Qué país cree usted que tiene mayor potencial de convertirse en un gran exportador al Mercado chino?, ¿Cree que Chile puede ser uno de ellos?

Canadá, quizás Chile.

12. - El Mercado chino no demanda certificación FSC para la importación de Madera, ¿cree usted que en el corto plazo se exigirá? ¿Usted prefiere madera con esta clase de certificación?

Preferimos madera con FSC. En Nueva Zelanda, la mayoría de los exportadores tienen certificado FSC, en Chile no.

13.- ¿Usted prefiere la Madera nacional por sobre la importada?

Madera importada.

14. - ¿Cuáles son los principales productos que importa? (leños, madera aserrada, chapas, MDF, etc.)

Madera aserrada y leños.

15. - ¿De qué producto de la Madera usted cree que aumentará la demanda en el futuro?, ¿Cuál tiene mayor potencial?

Pino

16. - ¿Conoce a otros países que promuevan sus exportaciones de Madera en el Mercado chino? ¿Cuáles?

Canadá, Nueva Zelanda y EE.UU.

Entrevista 4

Compañía: Shanghai Timber Association

Entrevistado: Sr. Li Peixin, Market Director

Cuestionario:

1. - ¿Conoce el pino radiata de Chile?

Sí.

2. - ¿Cuál es su opinión acerca del pino chileno?

No conoce mucho del pino chileno, sólo ha oído de él.

3. - ¿Lo ha comprado alguna vez?

No.

4. - ¿Cuáles son las principales razones por la que ha/ no ha comprado pino desde Chile?

La asociación no compra productos.

5. - ¿Cuáles son los factores decisivos para que ustedes importe desde esos países (por ejemplo, calidad, precio, experiencia pasada, etc.)?

Es importante conocer el mercado. La calidad y el precio son los puntos clave.

6. - Si han comprado pino chileno, ¿cuáles son las ventajas o desventajas de comprar pino desde Chile, en comparación con hacerlo de otros países?

El pino radiata tiene muchos usos. Tenemos buenas relaciones con asociaciones de muebles y de decoración.

7. - ¿Ha oído/visto alguna publicidad de Madera chilena? ¿O de algún otro producto de Chile?

Sí. Chile o ProChile Shanghai solían hacer publicidad en su revista "China Timber".

8. - Desde su punto de vista, ¿Cuál es la percepción que tiene el Mercado chino en relación con los productos chilenos de Madera?

Simple y no mucha.

9. - ¿Cómo cree usted que la industria de la Madera se verá afectada con la actual crisis económica, cree que la demanda caerá?

La crisis económica afectará a las compañías de muebles orientadas a la exportación, pero como el mercado y la demanda china son tan grandes debido a la World Expo en Shanghai y otros grandes eventos que se llevarán a cabo en Guangzhou y Shenzhen, el mercado no se contraerá, sino que aumentará.

La infraestructura es un factor clave en el proceso de modernización de China, China aún no se ha desarrollado por completo, y la madera es una parte importante de la construcción. La madera es usada en cerca del 40% de la decoración de cada edificio. Vida sana y verde es popular en China, así que los muebles de madera sólida son cada vez más populares.

10. - ¿Cuál es el país más importante en relación a las importaciones chinas de Madera, por que? (por ejemplo, por su calidad, precio, etc.)

Rusia no será el más importante por que incrementará su impuesto a la exportación de leños, y el volumen cayó 5 millones de metros cúbicos en 2008, pero la madera aserrada proveniente de Rusia aumento 800.000 metros cúbicos, muchas compañías chinas se movilizaron a Rusia para beneficiarse del impuesto.

Además EE.UU., Canadá, el Este de Asia, Brasil y África son importantes países para China.

11. - ¿Qué país cree usted que tiene mayor potencial de convertirse en un gran exportador al Mercado chino?, ¿Cree que Chile puede ser uno de ellos?
Es difícil de decir. Depende del mercado.

12. - El Mercado chino no demanda certificación FSC para la importación de Madera, ¿cree usted que en el corto plazo se exigirá? ¿Usted prefiere madera con esta clase de certificación?

Sí, la certificación FSC cobrará importancia. Pero en el mercado local, madera con FSC es más cara que la normal. Para el pino radiata que se usa para la construcción, el requerimiento no es tan alto en el mercado local, por lo que FSC no es muy útil. Pero para la industria del mueble, FSC es importante.

13. -¿Cómo cree que se desarrollara el Mercado de la Madera en China en el futuro? ¿Cree que la brecha entre oferta y demanda aumentará?

Habrá una gran caída en las exportaciones de muebles, pero el gobierno ajusta sus desgravaciones fiscales para apoyar a las compañías exportadoras que están en problemas.

14.- ¿Usted prefiere la Madera nacional por sobre la importada? ¿Por qué?

La Madera rusa continuará siendo la tendencia principal, la Madera de EE.UU. también será popular.

Sugerencias dadas para promover el pino chileno en el mercado chino:

1. Organizar seminarios para los diseñadores de muebles chinos y oferentes de madera chilenos, para resaltar las características del pino por ejemplo, el por qué es bueno para la fabricación de muebles, cómo pueden diseñar muebles bellos y elegantes usando pino radiata.
2. Establecer una plataforma de comunicación directa entre los diseñadores de muebles chinos y chilenos.
3. Usar la tendencia de construir viviendas de madera.
4. Usar medios de comunicación profesionales o revistas, como "China Timber", o "China Furniture" para dar a conocer el pino chileno al público, no sólo para introducir el propio pino, sino para resaltar los productos que pueden hacerse de pino, para que el consumidor tenga una visión clara de que productos pueden hacerse de pino.
5. Participar en diferentes exhibiciones en China, especialmente en las provincias de Shanghai, Zhejiang, Jiangsu y Guangzhou.
6. Cooperar con la asociación de madera y usarlos como plataforma para conectarlos con los importadores chinos.
7. Establecer salas de exposición permanente en importantes mercados como "Shanghai Furen Wooden" o "Forestry products Wholesale market".
8. Establecer una asociación en China para entender mejor al mercado Chino y entrar en él.

Entrevista 5

Compañía: Shanghai National Building Material Company

Entrevistado: Sr. Wang Jianwei; Gerente de Importación

La empresa entrevistada corresponde a una compañía de materiales de construcción. Importaron madera desde Chile el año pasado, , pero como en China la madera de pino se usa en la industria del mueble, y debido a la crisis económica ésta se ha estancado, la madera sigue en bodega en la actualidad.

El entrevistado señala que no cree que el pino radiata sea adecuado para la industria de la construcción. Y que la mayoría de los clientes asocian su uso a la industria del mueble, por lo tanto, ellos no lo demandan mucho. Usan mucho SPF proveniente de Canadá por que es barato y reconocido por su calidad dentro del mercado. Además el gobierno canadiense ha hecho importantes y exitosos esfuerzos de promoción de su producto.

Plantea que una de las razones por las que no demanda pino radiata es por que éste es muy costoso para usarlo como material de construcción.

Además menciona que la escala de la madera chilena no es la adecuada según las especificaciones del mercado. En el mercado chino es muy popular el corte de madera según las especificaciones del cliente que ofrecen EE.UU. y Canadá.

Al contrario de lo planteado por Mr. Hua Xiaoqiang, de Shanghai JinHeng Building Material Co., Ltd., señala que el leño de Chile es muy competitivo en términos de precio, pero la madera aserrada no, principalmente debido a los altos costos de mano de obra y flete.

Como sugerencias para que los exportadores chilenos entren al mercado chino, señala que Chile debe hacer esfuerzos para que el cliente chino se familiarice con el producto. El cliente chino asocia la madera de pino a la industria del mueble, por lo que se debe incentivar su uso en otras industrias, deben introducir nuevas funciones al producto y recalcar las ventajas de éste. También señala que es importante ver formas de bajar el precio, el cual es muy alto en relación a otros países. Señala que si el precio es bajo, la demanda aumentará.

Cuestionario

1. - ¿Conoce el pino radiata de Chile?

Sí.

2. - ¿Cuál es su opinión acerca del pino chileno?

La Madera chilena no es suficientemente dura para la construcción, y los constructores chinos no saben mucho acerca de ella y no creen que sea buena para la construcción.

3. - ¿Lo ha comprado alguna vez?

Sí, pero la escala no era la apropiada. Aún la tienen en bodega, porque el pino radiata se usa en la industria del mueble, y el mercado chino de muebles no está muy bien.

4. - ¿Cuáles son las principales razones por la que ha/ no ha comprado pino desde Chile?

No creo que el pino radiata sea adecuado para la industria de la construcción.

5. - ¿Desde que países importa Madera?

Leños de EE.UU. (Hemlock) y Canadá; madera aserrada (SPF) de Canadá.

6. - ¿Cuáles son los factores decisivos para que ustedes importe desde esos países (por ejemplo, calidad, precio, experiencia pasada, etc.)?

Los clientes chinos están familiarizados con el SPF de Canadá. La madera canadiense es muy reconocida en China, especialmente en relación al uso en construcción. El precio es bueno, es mucho más competitivo que el pino chileno. El precio del SPF canadiense grado 3 es de aproximadamente 120US\$/m3.

7. - ¿Ha oído/visto alguna publicidad de Madera chilena? ¿O de algún otro producto de Chile?

No.

8. - Desde su punto de vista, ¿Cuál es la percepción que tiene el Mercado chino en relación con los productos chilenos de Madera?

Es usada principalmente para la fabricación de muebles. Pero para otros usos, el mercado Chino no es tan claro.

9. - ¿Cómo cree usted que la industria de la Madera se verá afectada con la actual crisis económica, cree que la demanda caerá?

El efecto en la industria no será muy importante en comparación con otras industrias, ya que la industria de la construcción es estable, debido a que el gobierno incentiva y promueve el desarrollo en infraestructura. La demanda local es gigantesca en China en estos momentos, especialmente para la construcción.

10. - ¿Cuál es el país más importante en relación a las importaciones chinas de Madera, por que? (por ejemplo, por su calidad, precio, etc.)

Canadá y EE.UU. Rusia también es relevante debido a la cercanía geográfica con China ya que el cliente chino conoce su producto y esta familiarizado con él

11. - ¿Qué país cree usted que tiene mayor potencial de convertirse en un gran exportador al Mercado chino?, ¿Cree que Chile puede ser uno de ellos?

Rusia.

12. - El Mercado chino no demanda certificación FSC para la importación de Madera, ¿cree usted que en el corto plazo se exigirá? ¿Usted prefiere madera con esta clase de certificación?

A los clientes que tienen por objetivo la exportación de sus productos, les importa. Para la industria de la construcción no es relevante. La madera con certificado FSC es más cara. Como el mercado no necesita FSC, nosotros tampoco.

13.- ¿Usted prefiere la Madera nacional por sobre la importada? ¿Por qué?

Nunca hemos usado madera local. El gobierno incentiva la importación de madera desde otros países por que China tiene escasez de recursos forestales. Además nuestros clientes reconocen la madera importada.

14. - ¿Cuáles son los principales productos que importa? (leños, madera aserrada, chapas, MDF, etc.), ¿Cómo ve la demanda de estos productos en el futuro?

Leños y madera aserrada.

15. - ¿De qué producto de la Madera usted cree que aumentará la demanda en el futuro?, ¿Cuál tiene mayor potencial?

*La Madera cortada según la especificación del cliente se hará popular. Para la construcción 40mm*90mm*4mm es la más popular en China.*

11. - ¿Conoce a otros países que promuevan sus exportaciones de Madera en el Mercado chino? ¿Cuáles?

Canadá estableció su asociación hace 8 años en China. Tienen un club de construcción llamado "Dream Canada House", en donde invitan a constructores y distribuidores a su club principalmente a un curso de entrenamiento para introducir su madera en el mercado chino. También invitan a los importadores y distribuidores a seminarios y barbacoas para que se familiaricen con los exportadores canadienses, y les enseñan los usos que pueden darle a la madera importada

Otra organización es "Wood Frame House" en la cuál promueven y enseñan tecnología para usar su madera en la construcción.