

Estudio de Mercado

# Productos del sector Madera en China

Marzo 2013

Documento elaborado por el Subdepartamento de Inteligencia Comercial

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# I. INTRODUCCIÓN

## 1. Definición del sector analizado

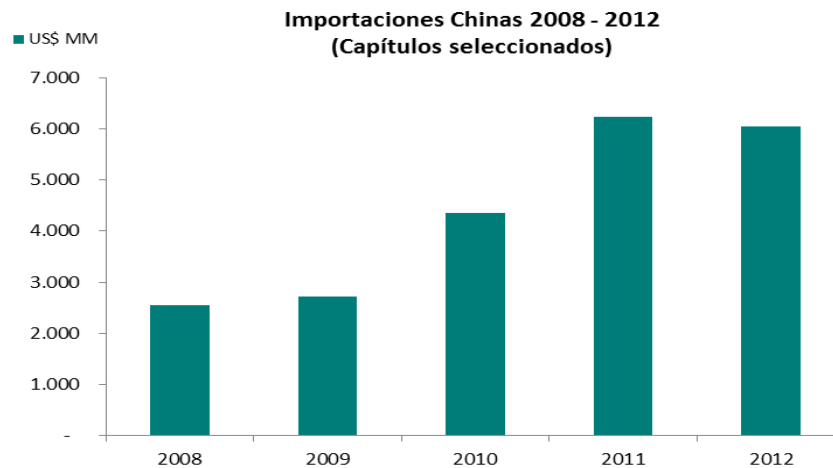
Con motivo de analizar el sector de productos que irán a la Feria durante este año y dar un barrido del sector lo más eficiente posible, se definió el sector de productos de la Madera, con los siguientes productos:

Partida	Descripción
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada
4408	Hojas para chapado, para contrachapado o para maderas estratificadas...
4409	Madera perfilada longitudinalmente
4410	Tableros de partículas, tableros llamados "oriented strand board" y tableros similares
4411	Tableros de fibra de madera u otras materias leñosas
4412	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada
4418	Obras y piezas de carpintería para construcciones...
4419	Artículos de mesa o cocina, de madera

## II. IMPORTACIONES

### 1. Importaciones de China por sector

China importó durante el año 2012 US\$ 6,053 mil millones en productos de madera de los códigos considerados, con estos montos se quiebra la tendencia positiva que este grupo de capítulos había presentado durante los últimos 4 años, teniendo una disminución en los montos comercializados de un -3% con respecto al período 2011.

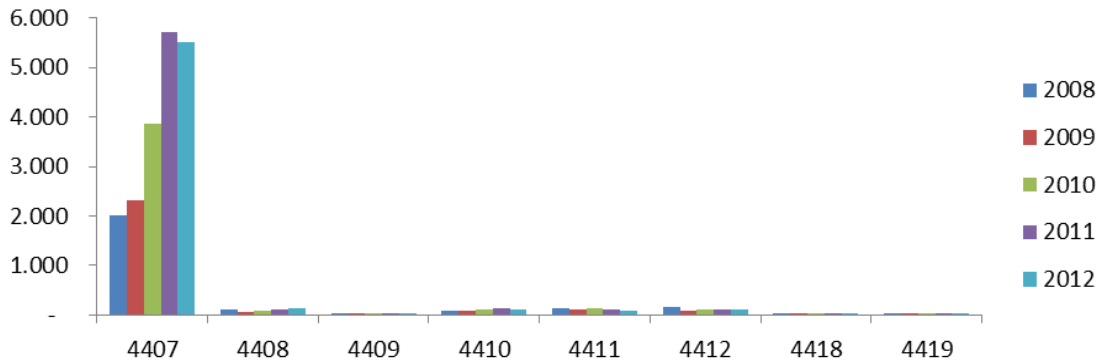


Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

Durante el último año los productos que fueron mayormente demandados por China fueron las partidas 4407 – Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente, 4408 – Hojas para chapado y 4412 Madera contrachapada, presentando participación porcentuales por sobre el total de 91%, 2% y 2% respectivamente.

Este grupo de partidas ingreso principalmente por los siguientes distritos: Shanghai, Shenzhen, Manzhouli, Guangzhou, Nanjing entre otros.

### Importaciones de China 2008 - 2012 por partida arancelaria

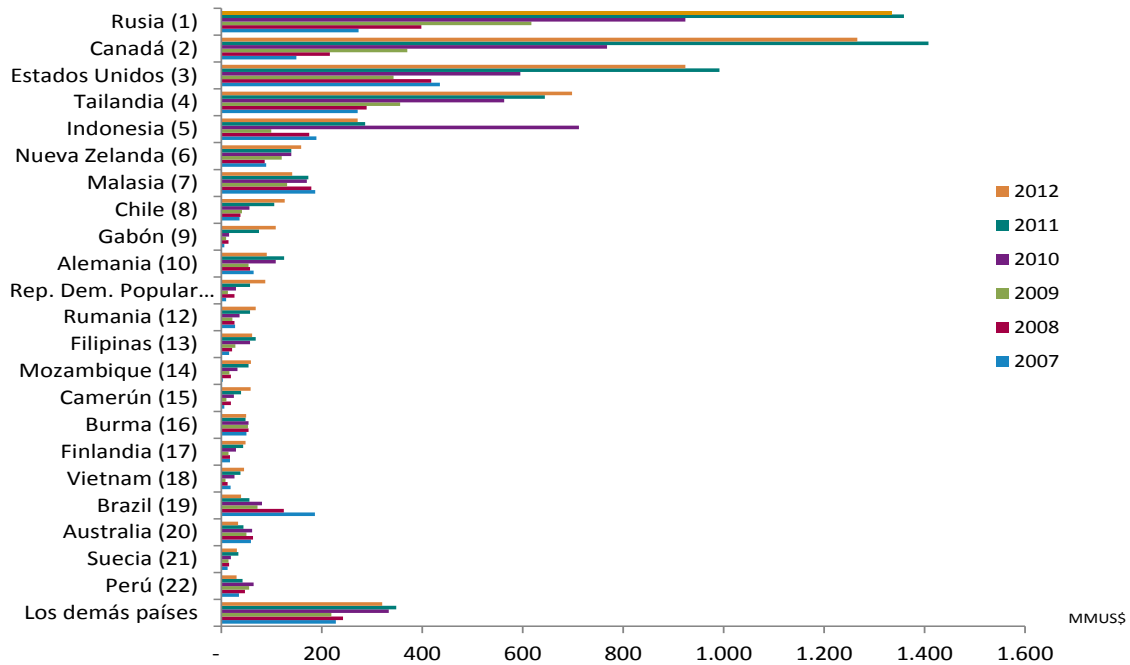


Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

## 2. Importaciones de China por País de Origen

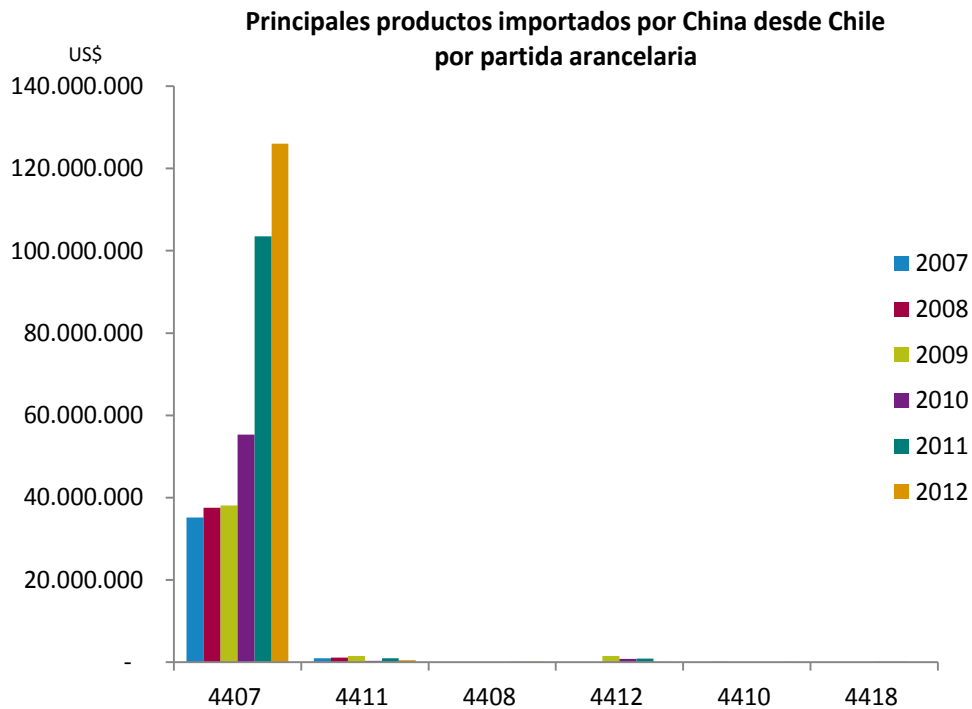
Los principales proveedores que ha tenido este grupo de códigos han sido Rusia, Canadá, Estados Unidos, quienes sólo en 2012 registraron participaciones porcentuales por sobre el total de 22%, 21% y 15%, respectivamente.

### Importaciones de China según origen 2008-2012



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

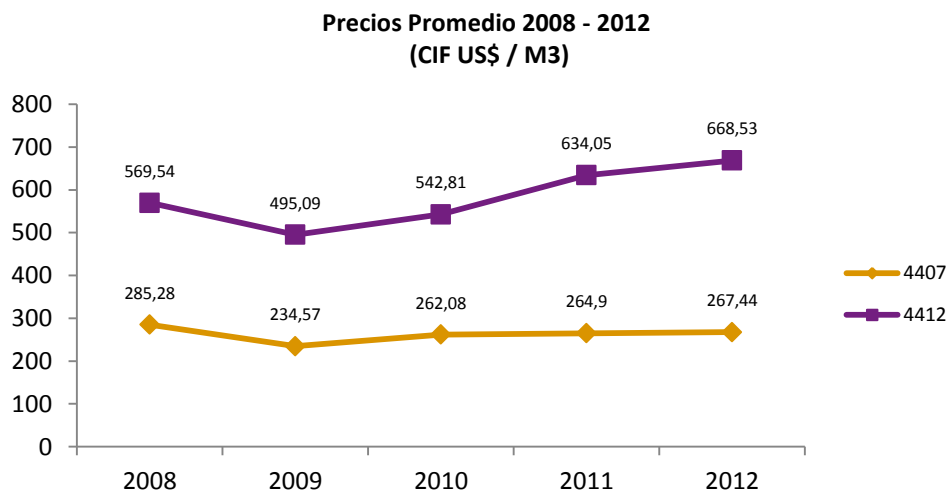
En el octavo lugar se ubica Chile, durante los últimos 5 años se han registrado crecimientos constantes de este grupo de códigos, incrementándose durante el 2012 en un 20% con respecto al período anterior, pasando de US\$ 105,4 millones en 2011 a 126,7 millones en 2012. Los productos chilenos que son mayormente importados son los “Maderas Aserradas o desbastadas longitudinalmente – 4407”, “Tableros de fibra de madera – 4411” y los “Holas para chapado – 4408”.



Importaciones de productos provenientes de Chile. [Descargar información](#)

### 3. Precio Promedio de Importación

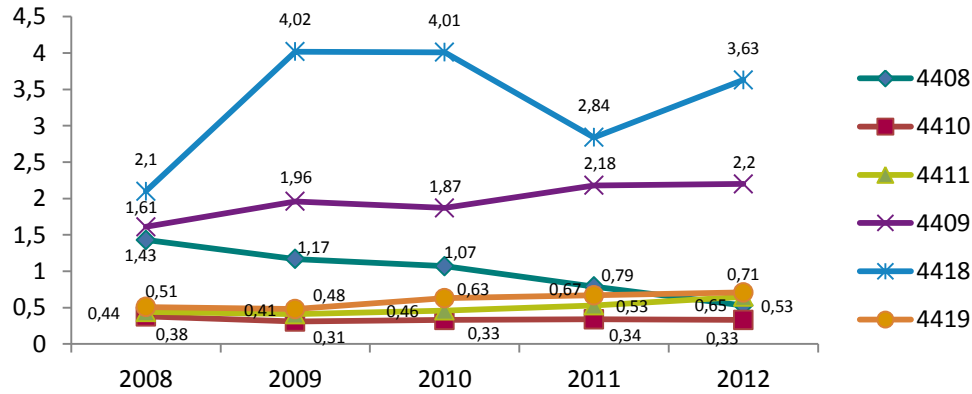
Para tener una noción de los precios CIF promedio de las importaciones Chinas y su tendencia de productos de madera, se graficaron los códigos agrupándolos de acuerdo a unidad de medida. En el primer grupo se encuentran los códigos 4407 y 4412. Los precios promedios más altos fueron los del código “4412 - Madera Contrachapada, Madera Chapada...” con US\$ 668,53/ M3, mostrando una tendencia al alza durante los 4 últimos años. Por su parte el código “4407 - Madera Aserrada O Desbastada Longitudinalmente” con US\$ 267,44 / M3, mostrando una tendencia que si bien tiene incrementos, éstos son muy pequeños en el tiempo, sin embargo aún no es posible alcanzar los precios unitarios alcanzados durante el año 2008.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

En el segundo grupo destaca el código “4418 - Obras Y Piezas De Carpintería Para Construcciones”, registrando precios unitarios promedios durante el 2012 de US\$ 3,63/ Kg., seguido por el código “4409 - Madera, Incluidas Las Tablillas Y Frisos Para Parq” con precios unitarios promedios de US\$ 2,2/Kg., mostrando incremento pequeños en el tiempo. El código “4403 – Hojas Para Chapado, Incluidas Las Obtenidas Por Co” muestra una clara tendencia a la baja desde los últimos años, registrando durante el año 2012 un valor unitario promedio de US\$ 0,53/Kg.

**Precios Promedio 2008 - 2012  
(CIF US\$ / Kg)**



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

#### 4. Producción Local de Productos de madera

China es el segundo mayor productor mundial de madera aserrada tras EEUU superando a Canadá. También ha aumentado su ventaja sobre los demás países como productor de tableros de madera (produjeron 165 millones de m3 de tableros de madera durante el año 2011(Fuente: Xinhua)) papel y cartón. En 2011, China produjo el 11 por ciento de la madera aserrada en del mundo, el 38% de los tableros y el 26% del papel.

China también está jugando un papel clave en el comercio internacional de productos forestales, siendo el mayor importador de madera en rollo industrial, madera aserrada, pulpa y papel de desecho y el mayor exportador de tableros de madera. China es el quinto mayor importador de papel y cartón, a pesar de un enorme aumento en la producción nacional desde 2007. En 2011, las importaciones chinas de todos los productos forestales ascendieron a unos 43.000 millones de dólares EEUU y representan ahora el 16 por ciento del total mundial. (Fuente: Centro de Prensa FAO)

## III. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Los aranceles de importación aplicados a los productos clasificados bajo las partidas nacionales indicadas, y sus equivalencias en China, nos indican que algunos de nuestros productos están liberados o con preferencias arancelarias que permiten el ingreso de nuestros productos con ventajas con respecto al resto de los países proveedores.

Estudios Arancelarios. [Descargar información](#)



# IV. TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO

## 1. Población y Cambios Demográficos

La población de China es una de las más numerosas del mundo. En 2012 ascendió a 1.347.350.000 habitantes, sin incluir las regiones Administrativas Especiales de Hong Kong y Macao.

En comparación a 2011, la población se incrementó en 6,69 millones más de habitantes<sup>1</sup>. Asimismo, el crecimiento anual en el periodo 2005-2010 fue de 0.5.

La población urbana alcanzó los 711,82 habitantes (52,6%) y 642,22 habitantes (47,4%) la población rural. De ésta, el 51,3% son hombres y el 48,7% mujeres.

En relación a los principales cambios demográficos que el país experimentó en el periodo 2011, el Instituto de Estadísticas de China en su informe anual del mes de Enero de 2012<sup>2</sup>, ha señalado:

- ✓ *Lento crecimiento demográfico anual.* Desde el año 2008 la tasa de nacimiento ha disminuido paulatinamente, al igual que el índice de natalidad. A ello se suma el desequilibrio de los sexos (menor número de niñas nacidas vivas). En opinión del catedrático Zhongwei Zhao la disminución de la fecundidad “podría tener importantes implicaciones políticas e impactos a largo plazo sobre el desarrollo sostenible de China”<sup>3</sup>.
- ✓ *Envejecimiento de la población.* En 2012 la población de adultos mayores fue de 194 millones de personas. La expectativa de vida se situó en los 74.8 años en 2010 (mujeres, 77.37 años y hombres en 72.38)
- ✓ *Disminución de la población rural.* En 2011 la población urbana se situó en 690,79 millones personas superando en 34,32 millones a la población rural.
- ✓ *Disminución de la población laboral activa.* La población en edad laboral de CHINA se redujo en 3,45 millones en 2012. Actualmente la fuerza laboral alcanza los 937,27 millones<sup>4</sup>.
- ✓ *Crecimiento del Índice de Migración.* Aumentó en 2011 a 271 millones de personas, es decir 9,7 millones más que en 2010.

---

<sup>1</sup> Máximo estadístico de China sugiere política de población "científica". En: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31614/8098275.html>

<sup>2</sup> China's Total Population and Structural Changes in 2011. En: [http://www.stats.gov.cn/english/newsandcomingevents/t20120120\\_402780233.htm](http://www.stats.gov.cn/english/newsandcomingevents/t20120120_402780233.htm)

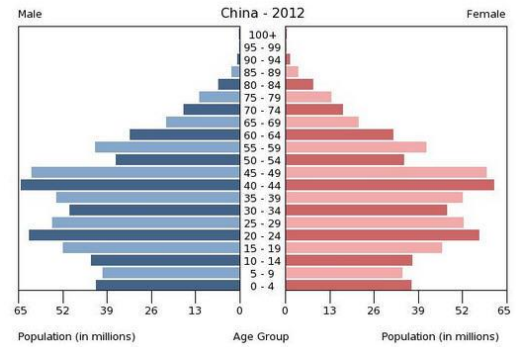
<sup>3</sup> El reciente declive de la fecundidad en China. En: <http://demografia.tv/video/915eadfcc5a8c1c/Zhongwei-Zhao-%E2%80%9CEl-reciente-declive-de-la-fecundidad-en-China-evidencias-a-trav%C3%A9s-de-estad%C3%ADsticas-de-fecundidad-reconstruidas%E2%80%9D>

<sup>4</sup> Población en edad laboral de China se reduce en 2012. En: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31614/8098306.html>

○ **Distribución por Edades en 2012**

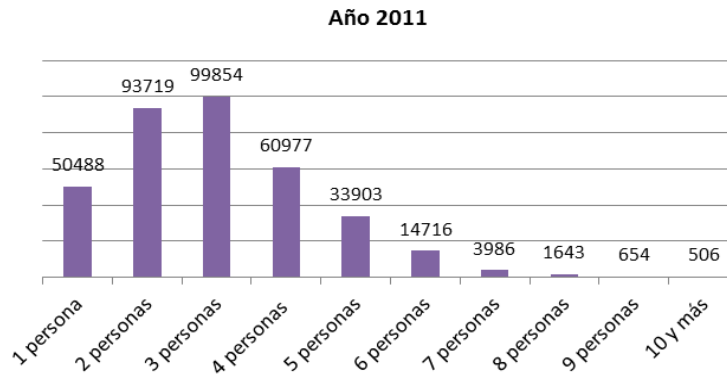
Segmentación<sup>5</sup>:

0-14 años	(mujeres: 107,6 - hombres: 125,5)	17,40%
15-24 años	(mujeres: 102,5 - hombres: 113,5)	16,10%
25-54 años	(mujeres: 305,3 - hombres: 319,7)	46,5%
55-64 años	(mujeres: 72,4 - hombres: 74,4)	10,90%
65 años y más	(mujeres: 63,5 – hombres: 58,7)	9,10%



**2. Gasto y Consumo**

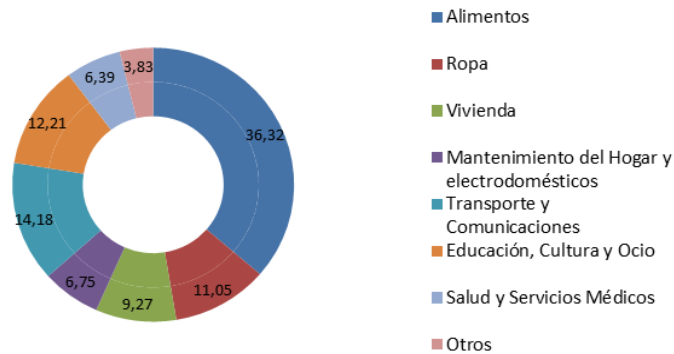
✓ **Hogares - número de personas que componen el grupo habitacional<sup>6</sup>**



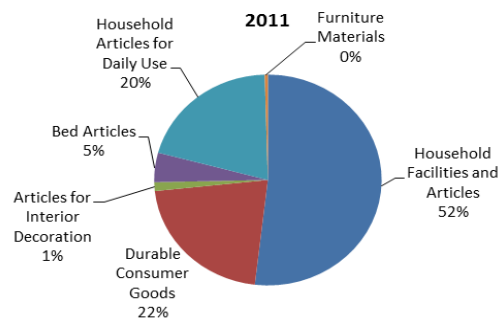
<sup>5</sup> CIA World Factbook 2013. En: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>

<sup>6</sup> <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2012/indexeh.htm>

✓ Gastos de consumo por categoría de productos<sup>7</sup>



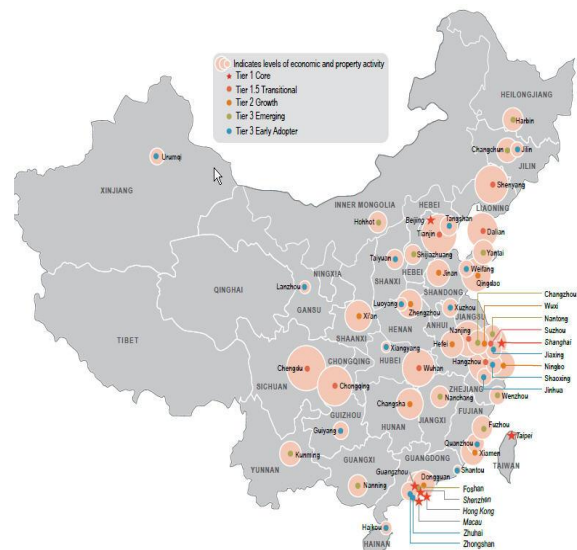
✓ Gasto Bienes de Consumo Durable, Muebles y otros bienes<sup>8</sup>



○ Ciudades de China – Segmentación

Hoy en día, más de 600 ciudades superan el millón de habitantes en China, con un potencial de consumo interesante de ser explorado por las empresas que desean ingresar al mercado.

Muchas de éstas han sido clasificadas en rangos, que van desde el primero al séptimo orden, estableciendo un ranking que permita visualizar su atractivo o potencial. Esta



<sup>7</sup> <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2012/indexeh.htm>

<sup>8</sup> <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2012/indexeh.htm>

clasificación puede obedecer a diferentes criterios, tanto administrativos<sup>9</sup> como económicos.

Independiente de los criterios que se utilicen, muchas de las ciudades enumeradas a continuación son - o llegarán a ser de acuerdo a los planes económico del nuevo Primer Ministro- el motor de desarrollo económico del país, concentrando inversiones en el sector de infraestructuras, nuevos polos de desarrollo y de diversificación industrial.

Un estudio del mercado inmobiliario de la consultora Jones Lang LaSalle<sup>10</sup>, sobre la base de una serie de indicadores que incluyen el PIB (total, el crecimiento per cápita), población, ingreso disponible, ventas al por menor, inversión extranjera directa, inversión en activos fijos, jerarquizó las ciudades como sigue:

- ✓ **Ciudades de primer Orden (Tier1)** : Beijing, Shanghai, Guangzhou y Shenzhen. Centros económicos que concentran el mayor crecimiento económico del país. Son centros saturados y cuentan con la presencia de empresas multinacionales.
- ✓ **Ciudades en transición para alcanzar el primer orden:** Chengdu, Chongqing, Shenyang, Hangzhou, Tianjin, Dalian, Wuhan, Suzhou, Nanjing. Estas ciudades han sido beneficiadas por las políticas económicas del gobierno central, además de una significativa inversión en infraestructuras, elevado flujo de inversiones extranjeras y la presencia de un gran número de empresas nacionales y multinacionales.
- ✓ **Ciudades de Segundo Orden (Tier2):** Qingdao, Xiamen, Xi'an, Ningbo, Changsha, Hefei, Zhengzhou, Wuxi, Dongguan, Jinan. Ciudades con un alto grado de riqueza, población que permite robustecer el comercio retail y la diversificación industrial, desarrollo del mercado de bienes raíces comerciales, entre otros.
- ✓ **Ciudades de Tercer Orden (emergentes) (Tier3):** Fuzhou, Kunming, Changchun, Harbin, Foshan, Shijiazhuang, Nanning, Changzhou, Nanchang, Hohhot, Wenzhou, Yantai, Nantong. Ciudades que están “despegando”, desarrollo del mercado de bienes raíces comerciales y con potencialidades de desarrollo del comercio retail e industria hotelera.
- ✓ **Ciudades de Tercer Orden (early adopter) (Tier3):** Zhuhai, Guiyang, Taiyuan, Urumqi, Shaoxing, Zhongshan, Jiaxing, Weifang, Tangshan, Xuzhou, Jinhua Quanzhou, Luoyang, Lanzhou, Haikou, Jilin, Xiangyang, Shantou. Ciudades que están comenzando a desarrollar “demanda” en el mercado de bienes raíces, atrayendo a empresas nacionales y extranjeras.

---

<sup>9</sup> En China las ciudades de **primer nivel** se encuentran en la parte superior de la estructura administrativa y por lo general incluyen los municipios de China: Beijing, Chongqing, Shanghai y Tianjin. Guangzhou y Shenzhen, Guangdong, a veces se incluyen en esta lista, o sustituido por Chongqing y Tianjin por lo desarrollado de sus economías y sofisticación de sus consumidores. Las capitales de provincia constituyen las denominadas ciudades de **segundo nivel**. Las prefecturas son las ciudades de **nivel 3**. Fuente: <https://www.chinabusinessreview.com/public/1011/sinclair.html>

<sup>10</sup> China50 Fifty Real Estate Markets that Matter. En: <http://www.joneslanglasalle.com/MediaResources/Global/China50-Research-March-2012.pdf>

### 3. Comportamiento del Consumidor

La transformación económica del país incrementó el poder de consumo de la población, dando paso a nuevas clases socioeconómicas con un alto poder adquisitivo (clase altas y capas medias) y a cambios importantes en los patrones de consumo, que varían dependiendo del estrato económico y de la zona geográfica dado que China *no es un mercado homogéneo*.

Las principales características que revelan el accionar del consumidor<sup>11</sup> actualmente:

- ✓ Sensible a las marcas. Una marca extranjera es sinónimo de calidad;
- ✓ Estiman que el Precio de un producto se asocia con la calidad del mismo;
- ✓ Se informan antes de comprar y la publicidad “boca a boca” es un elemento de decisión de compra;
- ✓ Prefieren productos de fabricación nacional;
- ✓ Pagan en efectivo, pese a la penetración de los portales e\_commerce;
- ✓ Solicitan descuentos y negocian el precio de un producto;
- ✓ Desconfiados (por idiosincrasia);
- ✓ Buscan confort, sobre todo los habitantes de las ciudades de segundo y tercer orden;
- ✓ El ahorro, al igual que la desconfianza, caracterizan al consumidor actual.

Un estudio de la consultora McKinsey<sup>12</sup>, que analizó las características del consumidor urbano hacia el 2020, revela un nuevo grupo dominante de consumidores, cuyas principales características serían:

- ✓ Jóvenes
- ✓ Ingresos anuales sobre los 106.000 yuanes;
- ✓ Se concentran en las ciudades de primer y segundo orden, sobre todo en ciudades localizadas en zonas costeras.
- ✓ Amantes de la tecnología, donde internet tiene un rol protagónico
- ✓ Buscan el lujo absoluto (el lujo es sinónimo de marcas internacionales).
- ✓ Buscan diseños exclusivos, que le den identidad y lo diferencien del resto.

---

<sup>11</sup> **Siete características** del consumidor chino a tener en cuenta. En: <http://mazarschinadesk.wordpress.com/2012/11/23/siete-caracteristicas-del-consumidor-chino-a-tener-en-cuenta/>;

**Banesto (España)**. Publicidad y marketing en China. En: [http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/china/publicidad-y-marketing?type\\_d\\_utilisateur=aucun&convertir\\_en\\_pdf=ok](http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/china/publicidad-y-marketing?type_d_utilisateur=aucun&convertir_en_pdf=ok);

**La nueva clase** media y sus patrones de consumo. En: [http://www.asia.udp.cl/Informes\\_CEAP/doc/abstract\\_clasemedi\\_a\\_china.pdf](http://www.asia.udp.cl/Informes_CEAP/doc/abstract_clasemedi_a_china.pdf)

<sup>12</sup> Meet the 2020 Chinese Consumer. En: <http://www.mckinseychina.com/wp-content/uploads/2012/03/mckinsey-meet-the-2020-consumer.pdf>

Según el mismo estudio, las nuevas características de éste en 2020 serán:

- ✓ Pragmáticos, menos impulsivos que sus congéneres occidentales a la hora de comprar.
- ✓ Buscarán la individualidad (por sobre lo colectivo), donde será cada vez más importante que las marcas adapten los productos a sus necesidades
- ✓ Más leales a las marcas.
- ✓ Cambiará la forma de comprar. Es probable que aumenten las compras por internet.
- ✓ Comparará los precios. Internet le dará esa posibilidad.

No obstante, seguirán existiendo consumidores de productos más económicos, cuyo potencial se cifra en más de 300 millones de personas<sup>13</sup>.

○ **Tendencias de Consumo**

- ✓ Aumento discrecional del gasto de bienes y servicios suntuarios en oposición a gastos básicos (por ejemplo alimentación). Crecerá el gasto en recreación y hogar.



Fuente: elaboración Comexperúen base a McKinsey

- ✓ Aumento de la población Seniors, un segmento que cambiaría sus hábitos y gastaría más en ocio y viajes.
- ✓ Aumento de compras femeninas. Jóvenes con mayor educación y poder adquisitivo; tienden a pagar más por un producto que sus congéneres varones.

<sup>13</sup> <http://semanariocomexperu.wordpress.com/el-consumidor-chino-del-2020/>

# V. TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCION

## 1. Canales de Distribución

En la década de 1980-1990 China comenzó un proceso de liberalización de su economía lo que trajo consigo cambios en el sistema de producción y comercialización de los productos forestales. Esta transición es la que actualmente permite a los productores comercializar directamente sus productos<sup>14</sup>.

Los puertos de entrada de los productos forestales coinciden con el desarrollo económico del país y las industrias manufactureras asentadas en el área geográfica. Un estudio de CIFOR<sup>15</sup>, identifica los siguientes:

- ✓ **Corredor Guangzhou-Shenzhen**, ubicada en el Sur del país, provincia de Guandong. Área de importancia que comprende la ciudad de Fujian y los puertos de Guangzhou, Huangpu y Shenzhen. Esta área está estrechamente vinculada a las regiones administrativas de Hong Kong y Macao.
- ✓ **Shanghai - Jiangsu**, área que comprende las provincias de Zhejiang (capital Hangzhou), Jiangsu (capital Nanjing) y Anhui (capital Hefei).
- ✓ **Beijing**, área que cuenta con los puertos de **Tiajin, Qingdao y Dalia**.
- ✓ **Toda la rivera de Región del Noreste**, que incluye Harbin (capital de la provincia de Heilongjiang).



Los nuevos centros de distribución y logísticos siguen agrupándose en los polos de desarrollo del país pero también se han extendido, sobre todo el canal retail y el comercio electrónico B2C, a nuevas ciudades producto del crecimiento económico del país.

<sup>14</sup> A brief overview os China’s timber market system. Forest Trends, 2005. En: [http://www.cifor.org/publications/pdf\\_files/research/governance/Attachment9.pdf](http://www.cifor.org/publications/pdf_files/research/governance/Attachment9.pdf)

<sup>15</sup> An overview of import trends, ports of entry, and supplying countries, with emphasis on the Asia-Pacific region. En [http://www.cifor.org/publications/pdf\\_files/others/White-04-Forest-trends-China.pdf](http://www.cifor.org/publications/pdf_files/others/White-04-Forest-trends-China.pdf)

Estos comercializan tanto la producción del mercado local como los productos importados. Un estudio reciente de Foreign Agricultural Service, dependiente del Departamento de Agricultura de los EEUU, distingue los siguientes<sup>16</sup>:

*Mercados mayoristas:* Canal que ha adquirido importancia en la comercialización de madera elaborada y trozas de madera, así como también de artículos de madera procesados incluyendo artículos de decoración, elaborados por pequeñas o medianas empresas. Inmobiliarias y constructoras prefieren, la mayoría de las veces, comprar sus materiales de construcción directamente a los fabricantes o importadores del rubro.

*Tiendas especializadas en materiales de construcción y cadenas retail.* Juegan un rol dominante en la distribución de productos de madera terminados y semi terminados, además de muebles y otras manufacturas de madera.

*E\_Commerce:* El comercio electrónico se está convirtiendo en un canal importante para comercializar tanto madera en bruto como productos terminados. Diversas plataformas B2B, B2C y C2C se han desarrollado para la comercialización de madera en bruto, procesada, muebles y artículos para el hogar.

- **Reseña de algunos Mercados mayoristas**

- ✓ **Guangdong Yuzhu International Timber Market<sup>17</sup>**, ubicado en la provincia de Guangzhou, centro logístico emplazado cerca de la rivera del río Perla. Más de 400 empresas están instaladas en el recinto que cuenta con una superficie de 330,000 m<sup>2</sup>. Comercializa desde madera en bruto, paneles, chapas de madera, pisos de madera y otros productos de madera elaborados.

Este centro tiene una plataforma de negocios en línea en la cual se comercializa la producción doméstica, además de ser la vitrina de la industria maderera extranjera. Disponible en idioma chino <http://www.yuzhuwood.com/> e inglés <http://www.yuzhuwood.com/en/index.asp>.

Entre los servicios que ofrece se cuenta información de mercado, precios, oferta y demanda de productos de más de 100 países y regiones de China.

---

<sup>16</sup> Solid Wood Annual 2012. En: [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Solid%20Wood%20Annual%202012\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_7-25-2012.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Solid%20Wood%20Annual%202012_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_7-25-2012.pdf)

<sup>17</sup> [http://www.gdwz.com.cn/gdwz201110/member\\_en.asp?ArticleID=34826](http://www.gdwz.com.cn/gdwz201110/member_en.asp?ArticleID=34826)



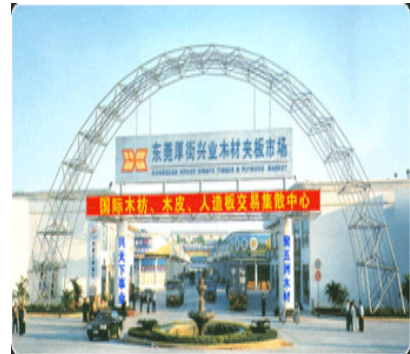
✓ **DongGuand Xingye Timber and Plywood Market.**

Ubicado en la ciudad de Houjie, DongGuand<sup>18</sup>. Es el eje económico de Hong Kong, Macao y Guangdong. Sus instalaciones cuentan con una superficie de 338.000 m2 y alrededor de 800 empresas instaladas.

Cuenta con una red logística que abarca una red de transporte aéreo, ferroviario y fluvial.

Lidera el comercio de productos provenientes de todo el mundo. Es un centro especializado en madera aserrada, chapas de madera, paneles, madera de construcción, entre otros.

Su plataforma de negocios on-line proporciona información sobre la evolución del mercado y variación de los precios. Disponible solamente en idioma chino en <http://www.chinatimber.org/xy/index.asp>.



✓ **DongGuand Jilong Timber Market**

Ubicado en la ciudad Jilong, ciudad de DongGuand. Cuenta con una superficie de 250.000 m2. Está ubicado en el centro exportador de muebles de China, que concentra los principales fabricantes del sector.

Comercializa productos de madera (chapa, tableros, madera en bruto y aserrada) procedente del mercado interno e internacional.

Su plataforma de negocios en línea, no tan desarrollada como las dos anteriormente descritas, ofrece información de precios y mercado. Se

accede a la página web en la siguiente dirección <http://www.jilongmcsc.com/en/index.asp>



<sup>18</sup> <http://www.xy-db.com/Enjtcy.asp>

Otros mercados mayoristas de importancia

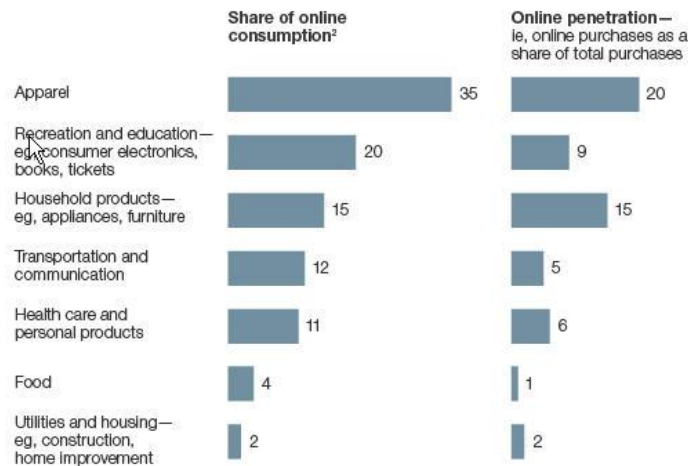
- ✓ Shanghai Furen Wholesale Market (<http://www.shtimber.com>, disponible en chino),
- ✓ Wehnzou Timber Trading Market
- ✓ Shandong De Zhou Timber Market
- ✓ Hangzhou Timber Trading Market.

○ Plataformas de E\_commerce – Tiendas Especializadas y Canal retail

El comercio electrónico cambió los hábitos de consumo de la población y la forma de consumir<sup>19</sup>. Este ha experimentado desde 2006 un rápido crecimiento y goza de gran popularidad entre los consumidores jóvenes, segmento clave para el éxito de éstas.

Un estudio de la consultora McKingsey ilustra el grado de penetración del comercio electrónico y las categorías de productos más comprados.

Mobiliario y artículos de casa alcanzó en 2011 el tercer lugar, con una participación del 15% del total de compras realizadas vía online.



Fuente: China e\_tails revolution.

<sup>19</sup> <http://noticias.terra.es/mundo/asia-pacifico/china/ingresos-de-comercio-electronico-de-china-superaran-el-billon-de-yuanes-en-2012,4aae81fdbd44d310VgnCLD200000dc6eb0aRCRD.html>

Algunos portales:

<p><b>Chinatimber.org</b>  <a href="http://www.chinatimber.org">http://www.chinatimber.org</a></p>	<p>Fue fundada el año 2000; es actualmente la mayor plataforma de negocios B2B y B2C de madera procedente de China y el mundo.</p> <p>Comercializa madera en bruto, madera procesada y productos terminados, así como también maquinaria. Ofrece servicio de información de precios, tendencias y evolución del mercado.</p>	
<p><b>HAOZHAI</b>  <a href="http://jiancai.haozhai.com">http://jiancai.haozhai.com</a></p>	<p>Portal B2C de materiales de construcción, incluidos productos de iluminación y decoración. También es un portal inmobiliario de viviendas nuevas y usadas</p>	
<p><b>CCD.COM</b>  <a href="http://www.ccd.com.cn">http://www.ccd.com.cn</a></p>	<p>Portal B2C de materiales de construcción y servicios de diseño</p>	
<p><b>JIA.com</b>  <a href="http://www.jia.com/">http://www.jia.com/</a></p>	<p>Portal B2C que cuenta además con un mall (tienda) de materiales de construcción, muebles y otros artículos de decoración.</p>	
<p><b>B&amp;Q</b>  <a href="http://www.bnq.com.cn">http://www.bnq.com.cn</a></p>	<p>Tienda retail subsidiaria del Grupo británico Kingfisher. Se instaló en China en 1999. Muchas de sus tiendas están actualmente cerrando (no ofrece precios competitivos).</p>	
<p><b>IKEA China</b>  <a href="http://www.ikea.com/m/en/CN/ikny_splash.html">http://www.ikea.com/m/en/CN/ikny_splash.html</a></p>	<p>Cuenta con tiendas en las principales centros de consumo, como Shanghai, Beijing, Chengdu, Nanjing, Shenyang, Wuxi, Guangzhou, Shenzhen, Dalian, Tianjin, Ningbo. La tienda tiene gran aceptación por parte de los consumidores jóvenes quienes acceden a bienes de precios razonables.</p>	

<p>Red Star Macalline (mall)  <a href="http://www.chinaredstar.com">http://www.chinaredstar.com</a></p>	<p>Cadena retail de muebles y diversos artículos de decoración y del hogar. Su sede está en Shanghai . Cuenta con más de 100 tiendas a lo largo del país y en las principales ciudades, como Beijing, Shenyang, Chengdu, Wuxi, Nanjing, entre otras. Su segmento es la clase media.</p> <p>Esta cadena de mall cuenta además con una plataforma B2C.</p>	
<p>Jisheng Furniture  Wellborn (JSWB)  <a href="http://group.jswb.com">http://group.jswb.com</a></p>	<p>Cadena con tiendas en las ciudades de Shanghai, Hongqiao (International Furnishing Center), Quyang (Furniture Mall), Guangzhou (Furniture Mall), Changchun (Furniture Mall).</p> <p>Se especializa en la comercialización de muebles, artículos de iluminación y mobiliario en general. También provee las principales marcas presente en el mercado internacional.</p> <p>Cuenta con una plataforma de e_commerce B2B y B2C.</p>	

## 2. Campañas de Promoción

### ○ Estados Unidos

*U.S. Wood National Retail Promotion* es el nombre de la campaña de promoción de Estados Unidos que durante dos años consecutivos ha desarrollado en el comercio retail. En el año 2012<sup>20</sup>, ésta se desarrolló entre los meses de julio a septiembre de 2012.

El plan se llevó a cabo en ciudades de “segundo y tercer” orden: Kunming (2,25 millones de habitantes), Chengdu (4.50 millones de habitantes), Nanchang (1.95 millones de habitantes), Hefei (2.01 millones de habitantes), Zhengzhou (3.15 millones de habitantes), Shenyang (4.60 millones de habitantes), Qingdao (3.15 millones de habitantes), Handan (2.0 millones de habitantes), Nanjing (5.25 millones de habitantes), Yichang (1.03 millones de habitantes, Qinhuangdao , Liuzhou (2.30 millones de habitantes) y Jinan (3 millones de habitantes)

Los objetivos de ésta fueron:

- ✓ Crear una imagen positiva de la madera procedente de EE.UU.
- ✓ Aumentar la conciencia de marca entre los diferentes actores de la cadena de comercialización (traders, minoristas y consumidores).
- ✓ Aumentar las ventas al por menor de madera en un 10 por ciento.
- ✓ Educar a minoristas y consumidores sobre las ventajas del uso de productos de madera de alta calidad en los hogares.
- ✓ Explorar el potencial de mercado, reunir información de inteligencia, y proporcionar información del mercado y perspectivas para la industria maderera de EE.UU.

### ○ Canadá

#### Canada Wood China

Canada Wood, organismo que agrupa a las asociaciones canadienses del sector forestal, promueve el uso de los productos de madera sustentables provenientes del bosque canadiense.

---

<sup>20</sup> Reporte FAS-USDA. En: [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/U.S.%20Wood%20National%20Retail%20Promotion%202012\\_Guanzhou\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_2-1-2013.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/U.S.%20Wood%20National%20Retail%20Promotion%202012_Guanzhou_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_2-1-2013.pdf)

Ofrece programas de formación a constructores y diseñadores locales, además de otorgar asesorías técnicas a proyectos de construcción, enfatizando las bondades de la madera como material de construcción.

Tiene oficinas en las ciudades de Shanghai y Beijing y su página web-  
<http://www.canadawood.cn/english/index.php> - cuenta con una interfase en inglés y chino, respectivamente.

## VI. TENDENCIAS DEL SECTOR FORESTAL

### 1. Certificación

China comenzó en 2001 a desarrollar un sistema de certificación forestal que concluyó con el lanzamiento de “China Forest Certification Scheme” (<http://www.cfcs.org.cn/english>) en 2010.

Desde 2011 el país es miembro de PEFC (<http://www.pefcchina.org>) y, en diciembre de 2012 solicitó la aprobación y reconocimiento de su sistema de certificación al Programa para la Homologación de Esquemas Nacionales.

Se estima que el sistema de certificación, así como el aumento de las empresas certificadas agregarán valor e incrementarán la demanda de los productos de madera chino por el solo hecho de estar certificados por FSC y PEFC, respectivamente<sup>21</sup>.

### 2. Proyecciones del Mercado

FAO, en su informe “Datos y Cifras Globales de Productos Forestales”,<sup>22</sup> publicado en diciembre de 2012, señala que China es un importador de madera en rollo, madera aserrada y tableros de fibra y exportador de tableros de madera y de productos madereros secundarios elaborados.

El consumo de madera industrial en rollo se destina a construcciones urbanas e interiores, industria del mueble, viviendas rurales e infraestructuras agrícolas, fabricación de pasta y papel, y otros usos.

<sup>21</sup> Unasyva , No 39, 2013. En: <http://www.fao.org/docrep/017/i2890s/i2890s04.pdf>

<sup>22</sup> [www.fao.org/forestry/35448-038eb317a784ecdd3a82d95738763e7d2.pdf](http://www.fao.org/forestry/35448-038eb317a784ecdd3a82d95738763e7d2.pdf)

La madera aserrada y los contrachapados se utilizan en la construcción de edificios e interiores y para mobiliario. Los tableros de fibra densidad media y los de partículas se utilizan para el mobiliario y pisos.

FAO prevé un moderado aumento de la producción de madera en rollo industrial en China en los próximos años. Cabe recordar que es el segundo consumidor más grande con 146 millones de m<sup>3</sup> en 2011. No obstante, China deberá seguir importando madera en rollo para satisfacer su consumo interno.

China también es uno de los mayores productores de madera aserrada a nivel mundial y en 2011 fue el segundo consumidor mundial con 67 millones de m<sup>3</sup>, después de EE.UU. El consumo se ha incrementado en un 86% desde 2007.

También estuvo entre los mayores productores de tableros de madera en 2011. Desde 2007 la producción se ha incrementado en un 47%, llegando a 111 millones de m<sup>3</sup> en el año 2011.

Uno de los mayores problemas de China es el comercio ilegal de madera proveniente del extranjero. Es sindicado como el mayor importador mundial. Según datos aportados por la ONG Agencia de Investigación del Medio Ambiente (EIA por su sigla en inglés), señaló que éste importó cerca de los 18,5 m<sup>3</sup> de madera ilegal con un monto estimado de US\$ 3.700<sup>23</sup> en 2011.

- **Industria de la Construcción y Mercado Inmobiliario**

La amenaza de una “burbuja inmobiliaria” ha obligado al gobierno central a adoptar recientemente medidas que frenen los precios de las viviendas con nuevos impuestos. Se espera que dichas medidas mitiguen el clima de inestabilidad y preocupación internacional.

No obstante, en opinión del Director de Center for International Trade in Forest Products de la Universidad de Washignton, en una ponencia presentada a UN-ECE Timber Committee Market Discussions en octubre de 2012<sup>24</sup>, aventura tres tendencias que marcarán la demanda de madera para la construcción:

**El fortalecimiento de la clase media permitiría el desarrollo de viviendas comunitarias de alto nivel para seniors.** La vida moderna no permite a las generaciones jóvenes y activas laboralmente hacerse cargo, como antaño, de sus progenitores. Razón por la cual, crecerá el número de viviendas colectivas destinados a los adultos mayores.

---

<sup>23</sup> [http://www.elmundo.com.ve/noticias/actualidad/noticias/china-es-el-mayor-comprador-de-madera-ilegal-del-m.aspx - http://www.revistaporte.com/seccion.php?id=19](http://www.elmundo.com.ve/noticias/actualidad/noticias/china-es-el-mayor-comprador-de-madera-ilegal-del-m.aspx-http://www.revistaporte.com/seccion.php?id=19)

<sup>24</sup> Outlook and Policy Background of Demand for Forest Products in China. En: [http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/meetings/20121015/UN-ECE\\_2012\\_Eastin.pdf](http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/meetings/20121015/UN-ECE_2012_Eastin.pdf)

**Creciente preocupación por técnicas de construcción que soporten terremotos y de ahorro energético.** Lo anterior podría convencer a las autoridades chinas sobre el uso de madera (junto a otros sistemas de construcción) en edificios públicos de media altura (por ejemplo, las escuelas, las comunidades y las clínicas de alto nivel) en las zonas rurales y semi-rurales.

**Las políticas gubernamentales de China para estimular la economía se centran en:**

- ✓ *Financiamiento de 60 proyectos de infraestructura* que van desde trenes de alta velocidad a puertos, carreteras, centros de tratamiento de aguas residuales y la ampliación del aeropuerto.
- ✓ *La construcción de 36 millones de unidades de viviendas de bajo costo entre los años 2011 y 2016.* Los acabados interiores (pisos, paneles de pared, gabinetes, molduras y adornos) y muebles utilizarán un volumen importante de madera que deberá ser importada. El aumento de la riqueza personal apoyará el aumento del consumo de productos de madera, con un porcentaje cada vez mayor de las materias primas y productos terminados.
- ✓ *Medidas para impulsar las exportaciones* (acelerando el proceso de reembolso de impuestos a la exportación), la expansión de crédito a la exportación y el aumento de los préstamos a las PYME.

Un informe de la feria “China International Export for Housing Industry, Noviembre 2012<sup>25</sup>”, elaborado por ICEX, informa de las novedades y tendencias del sector, entre las que destacan una mayor preocupación por las energías renovables y por el uso de tecnologías de ahorro energético.

Otro aspecto que salió a la luz fue la relevancia que adquiriría el mercado de viviendas de segunda mano, previéndose que éste en los próximos 10 años superaría a las viviendas nuevas. La demanda de productos de la madera se centraría en la conservación del bien raíz.

- **Industria del Mueble**

China es un país productor y exportador de muebles a nivel mundial. En 2011 la producción de muebles de madera aumentó en relación a años anteriores y alcanzó un total de 314 millones de yuanes<sup>26</sup>.

El estudio “Sector del Mueble en China”<sup>27</sup>, elaborado por el Instituto Español de Comercio Exterior, ilustra acerca de las tendencias del mercado:

---

<sup>25</sup> <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4657625>

<sup>26</sup> <http://www.prnewswire.com/news-releases/research-and-forecast-of-chinas-wood-furniture-market-2013-2017-196215881.html>

<sup>27</sup> <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4654213>



- ✓ El crecimiento económico del país sumado a otros factores (creciente urbanización, crecimiento de las capas medias, entre otros) ha generado una demanda creciente y estable por muebles y productos de decoración.
- ✓ El segmento de más altos ingresos sigue prefiriendo productos de marcas extranjeras. China importa desde Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, preferentemente, muebles de estilo clásico como de diseño.
- ✓ La creciente sofisticación del consumidor chino hace que éste preste atención al diseño, prefiriendo muebles de estilo más moderno, donde la materia prima utilizada en la elaboración de los muebles cobra relevancia, en especial la madera.
- ✓ Priman en la decisión de compra la calidad del producto, el estilo y diseño.
- ✓ Se prevé que la demanda futura se concentre no solo en las ciudades principales, como Shanghai o Beijing sino que también en las denominadas ciudades de segundo orden, como Chongqing, Chengdu, Tianjin, Dalian, Nanjing, Wuhan o Qingdao.
- ✓ El mueble infantil presenta buenas proyecciones de mercado. Alrededor del 18% de la población tiene menos de 15 años. Muchos de esos infantes y adolescentes que viven en grandes ciudades tienen su propio dormitorio.