

PMP

Industria Forestal y Productos de Madera en el Reino Unido

Junio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Londres - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenidos

II. RESUMEN EJECUTIVO	3
III. Acceso al Mercado	3
1. Código y glosa SACH	5
2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores	5
3. Regulaciones y normativas de importación	5
4. Etiquetados requeridos para ingreso al país	8
5. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	7
IV. Potencial del Mercado	9
1. Producción local y consumo	9
1.1. Consumo de productos de madera en el Reino Unido	9
1.2. Producción de productos de madera en el Reino Unido.....	11
2. Importaciones de productos de madera en el Reino Unido	13
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	17
1. Estructura de comercialización	17
VI. Consumidor	18
1. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	18
2. Preferencias y atributos	20
3. Productos sustitutos y similares.....	20
VII. Benchmarking y Tendencias	21
1. Campañas MKT de competidores.....	21
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	22
IX. Ferias comerciales a realizarse	24
X. Fuentes de información.....	25

II. RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente informe analiza el mercado de la madera en el Reino Unido (RU) considerando dos grandes sectores, el consumo de maderas aserradas y el de tableros de madera.

Durante los últimos años ha habido una disminución en el consumo de madera aserrada y de tableros de madera, alcanzando en 2011 los 13,7 millones de metros cúbicos, lo que representó una disminución de 3,1% respecto del año 2010. A pesar de esta caída en volumen, el valor aumentó en un 4,0% en el mismo periodo, cerca de US\$ 4.900 millones. El consumo se distribuye en construcción de cercos (35%), fabricación de productos para pallets (33%) y la construcción de viviendas (33%).

La madera aserrada representa 59% del total de productos de madera consumido, y ésta es principalmente madera aserrada de coníferas; el 41% restante corresponde a madera en forma de tableros, incluyendo aglomerados, madera contrachapada y tableros de fibra.

Los bosques del RU producen grandes volúmenes de madera de forma sostenible, garantizando un suministro creciente y continuo, pero insuficiente para satisfacer la demanda del mercado. Durante el año 2011 un 54% (7,8 millones de m³) del total de la madera demandada fue importada. Este porcentaje era aún mayor antes, pero durante los últimos años el volumen de madera producida localmente ha aumentado considerablemente.

Los principales proveedores de madera son los países escandinavos, los que se han destacado a lo largo de los años por suministrar maderas de muy buena relación precio-calidad y por entregar un excelente servicio.

Los consumidores de madera del Reino Unido, grandes importadores y fabricas, tienen claras preferencias al momento de decidir sobre la madera que deben comprar. Esto hace que la toma de decisiones sea eficiente y el proceso de compra sea rápido. Además de los atributos básicos de buen precio y calidad, el servicio y la producción u origen sustentable son importantes en la decisión de compra.

El consumo y demanda están ligados a las crisis económicas. Disminuye la construcción y por lo tanto disminuye buena parte de la demanda. El nivel de recuperación de la economía británica, que si bien no ha sido tan dramáticamente afectada como la de otros países europeos, ha sido más lento de lo esperado. Lo anterior puede generar que el mercado y consumo de maderas no crezca demasiado.

Los miembros de la UE, y un gran número de otros países, ahora poseen políticas de adquisiciones gubernamentales destinadas a garantizar que la madera importada por el sector privado provenga de bosques legales y sostenibles. Estos esquemas de certificación existen con el fin de garantizar que la madera provenga de bosques que sean manejados de manera sostenible. La introducción de certificaciones como la *Forest Stewardship Council* (FSC) y la *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC) se han convertido en el último tiempo en un requisito indispensable.

Actualmente, los productos forestales de origen chileno que ingresan al mercado del RU, son principalmente tableros de maderas contrachapadas, pino radiata y, últimamente madera de lenga. En algunos casos estos productos son reexportados desde Holanda e ingresan entonces desde ese país y no desde Chile (esto dado por economías de escalas en el transporte).

1. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Ventaja competitiva: Chile tiene abundante materia prima. • Existencia de especies nativas única que pueden llegar a ser atractivas (ej. Lengua) • Sustentabilidad: Gran parte de los bosques chilenos están acreditados. • Sanidad: Los bosque chilenos se han mantenido libres de pestes y enfermedades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lejanía de Chile con respecto al RU en comparación con países competidores: costos de transporte más altos y mayores tiempos de entrega. • Falta de servicio apropiado por parte de empresas medianas con potencial de exportatr a este mercado. • Falta de conocimiento de Chile como país forestal por parte de buena proporción de los importadores locales.
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Ciertas ventajas competitivas le permiten a Chile producir a un menor costo. Esto, en conjunto con el TLC, la sanidad y sustentabilidad, y la existencia de especies únicas, le entrega a los productores nacionales una ventaja ante competidores europeos que buscan satisfacer parte de la demanda del RU. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante destacar las ventajas en calidad, sanidad y diversidad de la madera chilena, las cuales pueden contrarrestar precios más altos y mayores tiempos de despacho para los consumidores. • Se hace necesario que Chile se muestre en el RU como un país con una atractiva oferta forestal, y que además las empresas nacionales presten buen servicio a los potenciales importadores.
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • La abundancia de materia prima y los bajos costos en mano de obra ayudan a que el precio del producto chileno sea competitivo en el mercado. Esto a pesar de los sustitutos existentes (tanto maderas de otros países como productos alternativos). Con esto, y destacando todas las fortalezas del producto chileno, es posible entrar y mantenerse en el mercado del RU a pesar de las amenazas actuales del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para minimizar las debilidades de manera de no sufrir las amenazas del mercado británico, se debe ser eficiente en el proceso de entrega del producto, buscando reducir costos y tiempos de transporte,ayuda a esto la distribución desde alguna base en Europa continental. • Es importante también ofrecer un buen servicio pre y post venta.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código	Descripción
Madera Aserrada	
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm
Tableros de Madera	
4410	Tableros de partículas, tableros llamados "oriented strand board" (OSB) y tableros similares (por ejemplo: los llamados "waferboard"), de madera u otras materias leñosas, incluso aglomeradas con resinas o demás aglutinantes orgánicos
4411	Tableros de fibra de madera u otras materias leñosas, incluso aglomeradas con resinas o demás aglutinantes orgánicos
4412	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar
4413	Madera densificada en bloques, tablas, tiras o perfiles

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores

Gracias al acuerdo comercial entre Chile y la Unión Europea, los productos forestales de madera provenientes de Chile no pagan arancel al ingresar al Reino Unido¹.

Son varios los países con distintos beneficios arancelarios, entre ellos se destacan por supuesto los países miembros de la Comunidad Europea, pero también otros como Perú, México y Sudáfrica.

Para revisar en detalle la lista completa de países con ventajas arancelarias por tipo de productos, se recomienda visitar el siguiente link: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

3. Regulaciones y normativas de importación

Normas generales

Para exportar cualquier producto forestal a la Unión Europea desde un país no miembro es necesario obtener una licencia, permiso o certificado además de la documentación comercial habitual. La información acerca del proceso comercial habitual se puede encontrar en el documento "Cómo hacer negocios con el Reino Unido"².

¹ ECC D0979/02. Disponible en: <https://www.gov.uk/finding-commodity-codes>

² http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files/mf/1365624296r_unido_como_hacer_negocios_2013.pdf

Para obtener mayor información respecto de los requisitos y normativas específicas de cada tipo de producto, se recomienda visitar el sitio web “Síntesis de la legislación de la UE”, que presenta los aspectos principales de la legislación comunitaria UE. La dirección del sitio web es la siguiente:

http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm

Requisitos fitosanitarios

Los productos forestales exportados al Reino Unido deben cumplir con distintos requisitos fitosanitarios exigidos por la Unión Europea. El Servicio Agrícola Ganadero (SAG), es el encargado de certificarlos.

La información respecto de los requisitos necesarios para cada tipo de especie se encuentran el siguiente sitio web:

www2.sag.gob.cl/reqmercado/consulta_forestal.asp

Control de especies

La necesidad de este certificado adicional dependerá del tipo de producto, si está controlado o no y procedencia. Lo último se refiere a si el producto es producido en un solo país o en más de uno y a si dicho lugar de fabricación tiene o no algún tipo de acuerdo comercial con la Comisión Europea, en cuyo caso el bien se transformará en uno preferencial. Gracias al tratado de libre comercio firmado entre Chile y la Unión Europea, los productos chilenos se consideran como preferenciales.

A pesar de ser productos preferenciales por su procedencia, existen varios productos forestales que son sometidos a controles y cuarentena, debido a que éstos son propensos a traer pestes y enfermedades dañinas. Según la directiva EC 2000/29³, los exportadores deben registrarse en *Fera Plant Health*⁴ o con el *Forestry Commission*⁵ antes de comenzar el proceso de exportación y obtener un certificado fitosanitario que asegure que el producto no está contaminado. Dicho certificado se obtiene luego de un proceso de inspección al producto y debe ser presentado, junto con las declaraciones de entrada habituales, en la aduana. Este es el caso particular de algunas maderas aserradas, como por ejemplo las coníferas. En el caso de los tableros de madera, este certificado no es necesario.

Alguna de las especies controladas son las siguientes:

- Todas las coníferas (Coniferae): redwood europea y whitewood, pino marítimo, abeto, pino, abeto (SPF), cedro rojo del oeste, originarios de países del tercer mundo (con excepción de la madera que se origina en un tercer país europeo y que es libre de corteza);
 - Arce (también conocido como arce, azúcar de arce, madera de arce), originarios de los EE.UU. o Canadá;
 - Castaño, originarios de países del tercer mundo (excepto la madera descortezada gratuita);
 - Roble, originarios de los EE.UU.;
 - Platano (Platanus), originarios de EE.UU. o de Armenia; y
 - Álamo / Aspen, originarios de los países del continente americano.
 -

³ La directiva puede ser revisada en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0029:EN:NOT>

⁴ <http://www.fera.defra.gov.uk/plants/plantHealth/>

⁵ <http://www.forestry.gov.uk/>

- **Lugares de inspección aprobados**

Además, los exportadores deben notificar la entrada de cualquier producto al Reino Unido con al menos 4 horas de anticipación si el envío es vía aérea y con al menos 3 días de anticipación si el envío se hace a través de otro medio.

Es importante también que los exportadores consideren si el punto de entrada del producto a la Unión Europea está aprobado o no por el *Forestry Commission* y el *Fera PHSI*. Para facilitar esto hay dos procedimientos: *Enhanced remote transit shed* (ERTS) y *Local Clearance Procedure* (LCP). La aprobación de cualquiera de estas premisas dependerá de la capacidad del postulante de cumplir con los estándares existentes.

La información con todos los pasos a seguir para importar productos forestales al Reino Unido se encuentra en las siguientes direcciones:

- www.gov.uk/getting-the-right-licences-for-international-trading
- www.forestry.gov.uk/forestry/HCOU-4U5GCR

Nueva Regulación EUTR

El 3 de marzo del 2013 entró en vigor la nueva normativa de regulación para la comercialización de madera en Europa. Esta nueva ley desincentiva y castiga la importación de madera ilegal (o sus productos derivados) al mercado europeo. Además, obliga a los comercializadores a que sus productos sean trazables, con lo cual se espera que en dos años más se tenga completa información de quiénes compraron, a quién se compró, quiénes vendieron, y a quiénes se les vendió madera.

La idea principal de dicha ley es la preservación de los bosques nativos, los cuales se espera sean explotados sólo de forma sostenible y responsable. Además, la tala ilegal tiene repercusiones negativas de tipo económico, medio ambiental y social, por lo que la nueva normativa busca evitar estos efectos.

La nueva regulación no tendría mayores efectos sobre los comerciantes tradicionales, pero sí podría afectar a los agentes que decidan entrar por primera vez al mercado europeo, ya que estos deberán implementar un sistema de gestión basado en la información, la evaluación del riesgo y la minimización de éste. La normativa podría afectar de alguna manera a los productores chilenos si éstos son nuevos en el mercado europeo. Por otro lado, la ley y los controles ya en función en Chile permiten que logremos diferenciarnos de otros países no europeos o del hemisferio sur que pueden no tener el mismo nivel de desarrollo de la industria o legislación correspondiente.

4. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros

DEFRA **Department for Environment Food and Rural Affairs**

Departamento de gobierno encargado de asuntos medioambientales, alimenticios y rurales.

- **Página web:** www.defra.gov.uk
- **Teléfono:** +44 (0) 207 238 6951
- **Email:** defra.helpline@defra.gsi.gov.uk

Forestry Commission

Departamento del Defra responsable de proteger y expandir los bosques y las maderas en el Reino Unido.

- Página web: www.forestry.gov.uk
- Teléfono: +44 (0) 117 906 6000
- Email: fe.England@forestry.gsi.gov.uk

Fera PHSI Plant Health and Seeds Inspectorate

Organismo responsable de la aplicación del Reglamento de sanidad vegetal en nombre del Defra.

Trabaja en conjunto con el Forestry Commission.

- Página web: www.fera.defra.gov.uk
- Teléfono: +44 (0) 190 446 2000
- Email: info@fera.gsi.gov.uk

5. Etiquetados requeridos para ingreso al país

La tendencia mundial hacia productos sustentables también se ha hecho presente en el mercado forestal. El *UK Forestry Standard (UKFS)* es una pauta para el manejo legal y sustentable de los bosques en el Reino Unido, la cual ha sido desarrollada por el gobierno. Esto muestra la importancia que tiene dentro del mercado del Reino Unido el que los productos forestales provengan de fuentes sustentables, ya sean productos locales o internacionales.

Por lo tanto, para introducir un producto forestal en el mercado británico será necesario que dicho producto esté certificado con un sello que garantice la legalidad y el buen manejo de la fuente. El *Forest Stewardship Council (FSC)* y el *Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC)* son, a nivel mundial, los principales sistemas de certificación voluntaria y no gubernamental.

Los productos forestales chilenos deberían llevar el sello de una de estas dos organizaciones para entrar al mercado del Reino Unido.



- El *Forest Stewardship Council (FSC)* es un organismo que promueve el manejo responsable de los bosques a lo largo del mundo. Todo tipo de madera que esté certificado por el FSC proviene de un bosque en el que se ayuda a aumentar la biodiversidad y a mantener el medio ambiente. Además, se respetan los derechos de los trabajadores y se crean mercados que agregan valor.

www.fsc.com



- El *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC) también promueve el manejo responsable de los bosques, por lo que cualquier producto forestal que lleve su sello puede ser considerado sustentable. Este organismo, sin embargo, es el único cuya certificación se basa en criterios intergubernamentales aceptados internacionalmente.

www.pefc.com

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

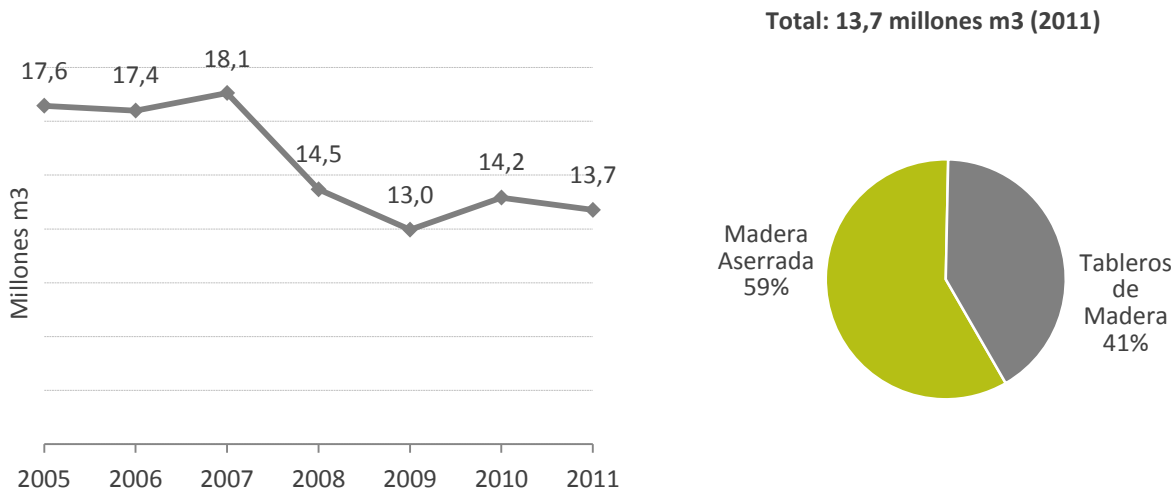
1.1. Consumo de productos de madera en el Reino Unido

El consumo de madera aserrada y de tableros de madera en el RU ha disminuido durante los últimos años. Durante el 2011 el consumo alcanzó cerca de 13,7 millones de metros cúbicos, lo que representó una disminución de un 3,1% respecto del año 2010.

Entre el 2000 y 2007 el consumo anual promedio de madera aserrada y tableros de madera fue de aproximadamente 17,7 millones de metros cúbicos. Durante el 2008 y probablemente como consecuencia de la crisis financiera, el volumen disminuyó un 20% respecto al 2007; desde entonces no se ha recuperado el volumen de consumo a niveles previos al 2008.

Los principales sectores afectados son la construcción y fabricación de pallets y embalajes.

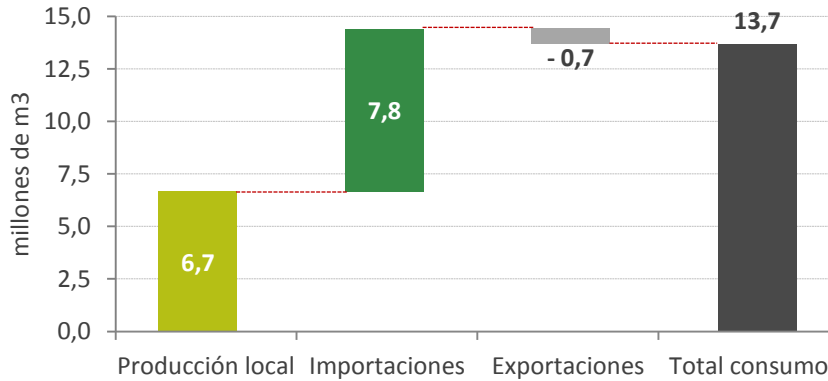
Evolución del consumo de madera en el RU 2005 – 2011 (millones de m3)



Fuente: Forestry Statistics, 2012.

Un 46% del total de la madera consumida en el RU es de origen local (6,7 millones de m³) y el 54% restante (7,8 millones de m³) es de origen extranjero.⁶

Consumo de madera en el RU por tipo de origen 2011 (millones de m³)



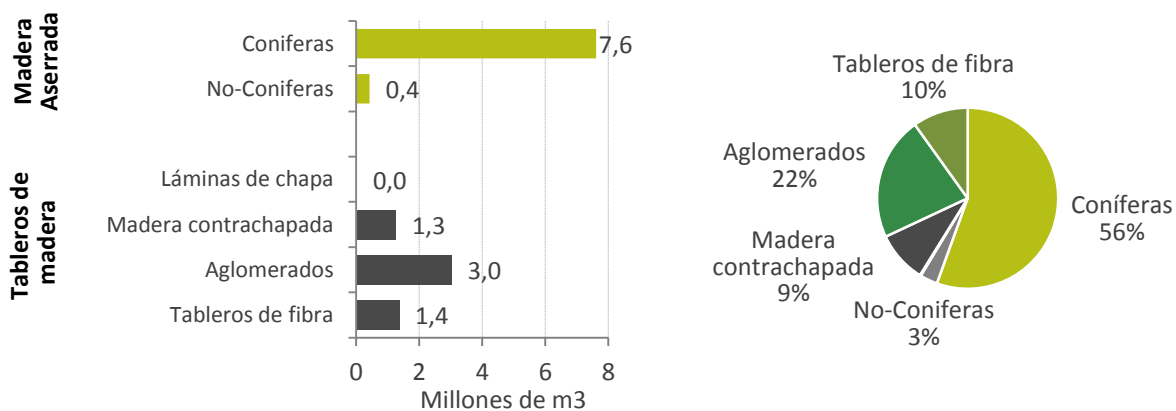
Fuente: Forestry Statistics, 2012.

Dentro del consumo de productos de madera, la madera aserrada alcanzó un total de 8 millones de metros cúbicos, equivalente a un 59% del total de productos de madera consumida, el resto del consumo (41%) corresponde a madera en forma de tableros.

Las coníferas (maderas aserradas) representaron cerca de un 56% del total de madera consumida en el RU durante el año 2011, con cerca de 7,6 millones de m³. Los tableros aglomerados son el segundo elemento de mayor consumo dentro de los productos de madera, con aproximadamente 3 millones de m³, y representan más de un 50% del total de tableros de madera consumidos en el RU. Dentro de la categoría de los tableros de madera también destacan los tableros de fibra y los tableros de madera contrachapada.

Consumo de madera en el RU 2011

Total: 13,7 millones m³



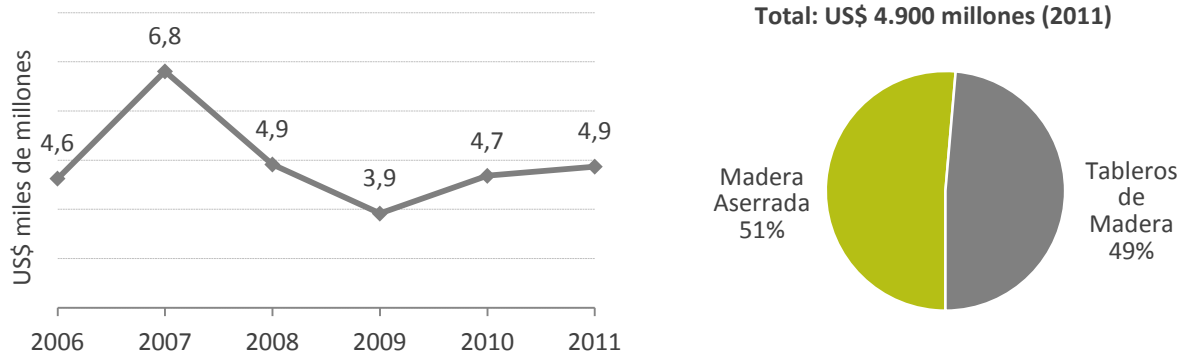
Fuente: Forestry Statistics, 2012.

⁶ % excluyen las exportaciones realizadas por el Reino Unido.

A pesar de que durante el año 2011 el volumen consumido de productos de madera disminuyó un 3,1% con respecto al 2010, el consumo en términos de monto aumentó un 4% durante el 2011, alcanzado cerca de US\$ 4.900 millones.

El consumo de productos de madera en términos de monto está dividido en partes iguales entre la madera aserrada y los tableros de madera.

Evolución del consumo de madera en el RU 2006 – 2011 (US\$ miles de millones)



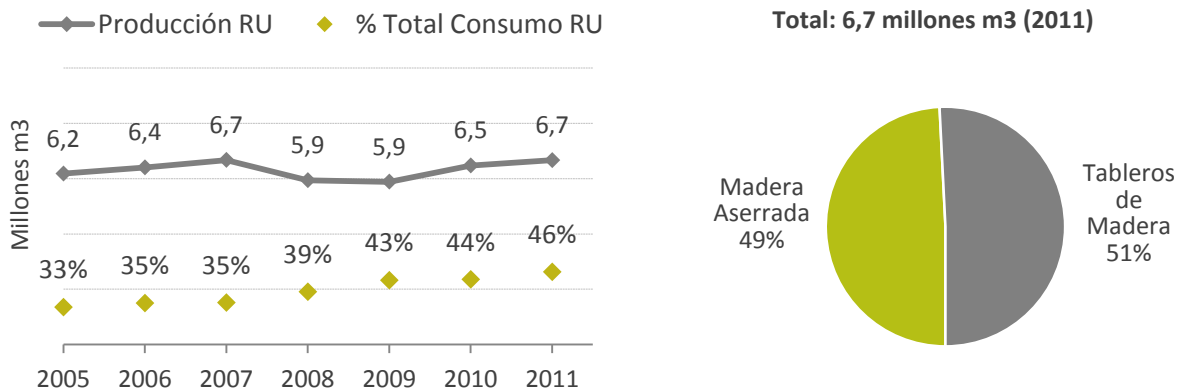
Fuente: Forestry Statistics, 2012.

1.2. Producción de productos de madera en el Reino Unido

La producción local de productos de madera en el RU en término de volumen alcanzó el año 2011 un total de cerca de 6,7 millones de m³, lo que equivale a un aumento de un 3% respecto del año 2010.

Gran parte del consumo aparente de productos de madera en el RU es de origen local. Este porcentaje ha aumentado durante los últimos años desde un 33% en el 2005 hasta un 46 % en el 2011, lo que ha permitido que a pesar de la baja en el consumo total de productos de madera en el RU, la producción local haya aumentado en los últimos 3 años.

Evolución producción de madera en el RU 2005 – 2011 (millones de m3)

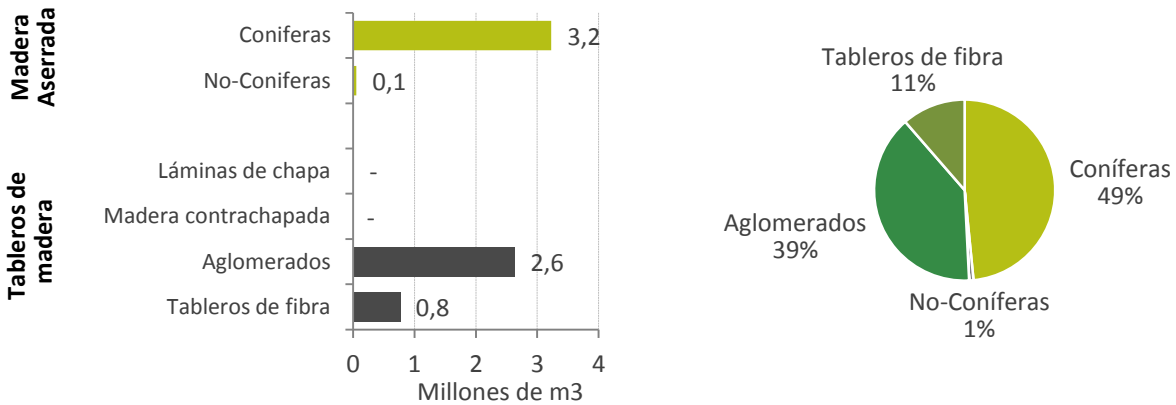


Fuente: Forestry Statistics, 2012.

El volumen de producción local de madera aserrada y de tableros de madera está dividido en partes iguales. Las maderas aserradas de coníferas son el producto de mayor producción en el RU. Cerca de un 42% de las coníferas consumidas en el RU son de origen local. Lo mismo ocurre para el caso de los tableros aglomerados, donde un 87% del consumo de estos en el RU son producidos localmente.

Producción de productos de madera en el RU 2011

Total: 6,7 millones m3

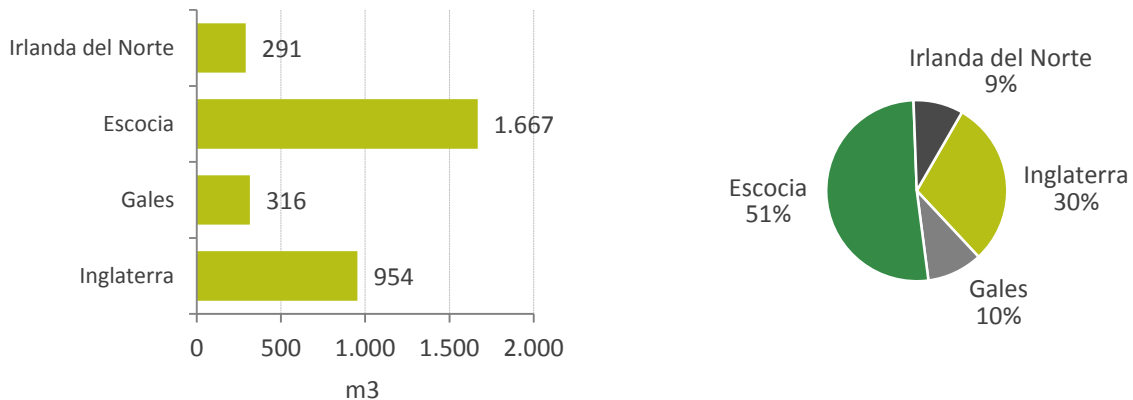


Fuente: Forestry Statistics, 2012.

En cuanto a la producción de coníferas en el Reino Unido, podemos ver con el siguiente gráfico que la mayor cantidad, un 51%, es producida en Escocia. En Inglaterra se produce un 30%, mientras que la cantidad restante se produce en Gales e Irlanda del Norte en un 10% y 9% respectivamente.

Producción de conífera en el RU 2011 (m3)

Total: 3.227 m3



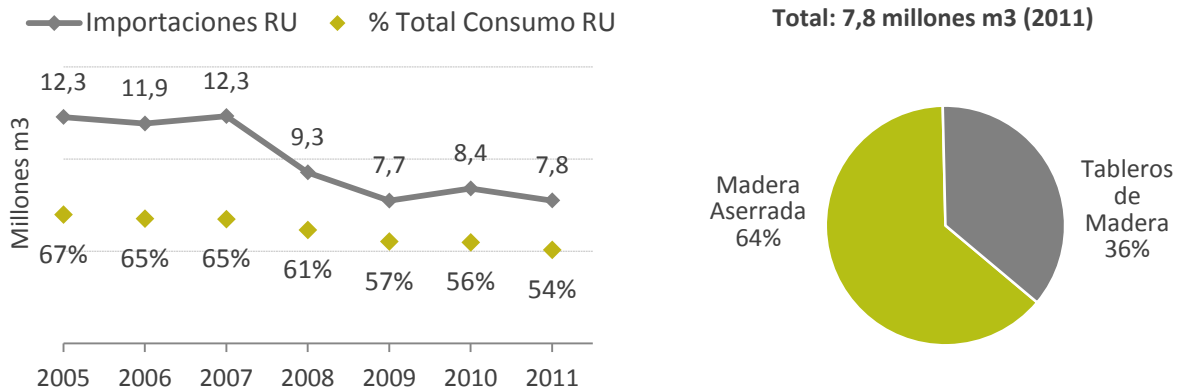
Fuente: Forestry Statistics, 2012.

2. Importaciones de productos de madera en el Reino Unido

La importación de productos de madera en el RU alcanzó el año 2011 un total de cerca de 7,8 millones de m³, lo que equivale a una disminución de un 8% respecto del año 2010.

Desde el año 2007, el mercado de importación de productos de madera ha disminuido de manera considerable, debido a la baja en el consumo experimentado y al aumento de la producción local de este tipo de productos.

Evolución importación de madera en el RU 2005 – 2011 (millones de m3)

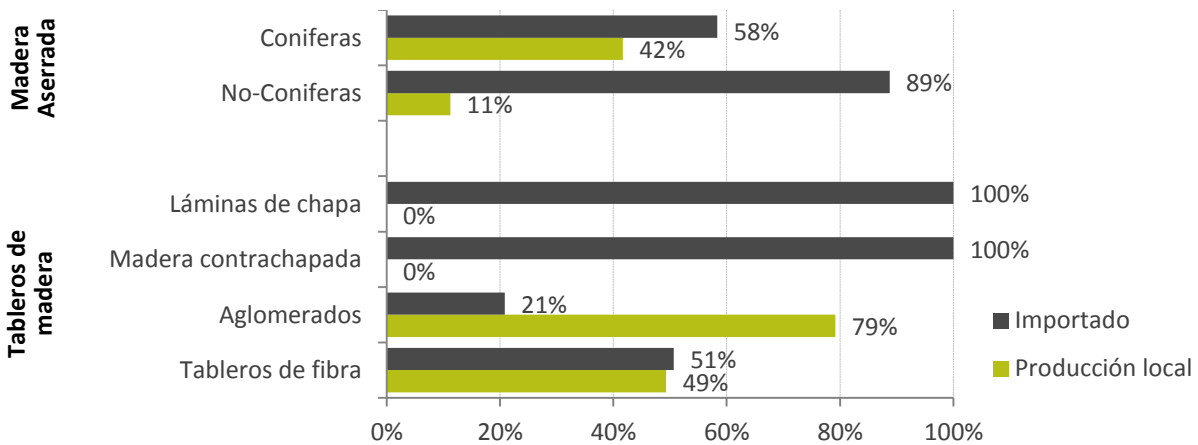


Fuente: Forestry Statistics, 2012.

El volumen de importación de madera aserrada representó un 64% del total de productos de madera importados al RU.

Un 54% del total de los productos de madera consumidos en el RU son de origen extranjero. Este porcentaje ha disminuido durante el último tiempo debido al buen desempeño de la industria forestal local. Un 100% de las láminas de chapa y madera contrachapada consumidas en el RU son importadas.

Consumo de madera en el RU 2011 por producto y origen en base al volumen

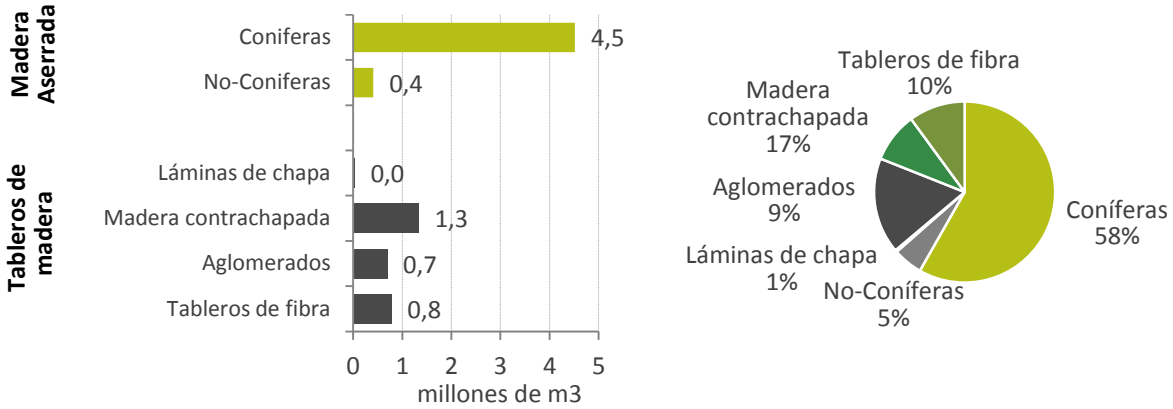


Fuente: Forestry Statistics, 2012.

Las maderas aserradas de coníferas son el producto de mayor volumen de importación al RU. Cerca de un 60% de las coníferas consumidas en el RU es importada.

Importación de productos de madera en el RU 2011

Total: 7,8 millones m3



Fuente: Forestry Statistics, 2012.

Durante el año 2012 las importaciones de productos de madera alcanzaron los US\$ 2.900 millones, lo que equivale a una disminución de un 4% respecto del año 2011.

A continuación se muestran las estadísticas de importaciones desde el RU para las maderas aserradas y los tableros de madera.

Madera Aserrada: importaciones 2010 - 2012

Productos:

- 4407: Madera Aserrada o Desbastada Longitudinalmente, Cortada o Desenrollada, incluso Cepillada, Lijada o Unida por pos Extremos, de espesor superior a 6 mm

Por monto:

US\$ millones

#	País	% Participación de Mercado (2012)	2010	2011	2012	% Δ 12/11
1	Suecia	38%	643	633	660	4,2%
2	Finlandia	11%	190	190	182	-4,2%
3	Letonia	10%	194	181	167	-7,9%
4	Estados Unidos	6%	115	107	107	-0,1%
5	Alemania	6%	143	107	98	-8,2%
6	Irlanda	5%	107	88	91	4,2%
28	Chile*	0,2%	5,3	3,3	3,7	13,9%
	Otros	24%	451	434	412	-5,0%
	Total	100%	1.849	1.744	1.721	-1,3%

Por volumen:

Miles de m3

#	País	% Participación de Mercado (2012)	2010	2011	2012	% Δ 12/11
1	Suecia	42%	2.553	2.125	2.317	9,0%
2	Letonia	11%	847	788	630	-20,0%
3	Alemania	7%	657	468	369	-21,2%
4	Finlandia	11%	633	611	614	0,5%
5	Irlanda	7%	432	344	388	12,9%
6	Rusia	5%	317	285	259	-9,1%
26	Chile*	0,2%	-	11,8	12,9	9,0%
	Otros	17%	59	292	925	216,5%
	Total	100%	5.699	4.925	5.515	12,0%

Fuente: Forestry Statistics 2012, Global Trade (Her Majesty Revenues and Customs).

* Con el objetivo de comparar la posición de Chile con la de otros países se utilizó la información que presenta Her Majesty Revenues and Customs.

Tableros de madera: importaciones 2010 - 2012

Productos:

- 4410: Tableros De Partículas Y Tableros Similares (Por Ejemplo: Oriented Strand Board Y Waferboard), De Madera u Otras Materias Leñosas, Incluso Aglomeradas Con Resinas o Demás Aglutinantes Orgánicos
- 4411: Tableros De Fibra De Madera u Otras Materias Leñosas, Incluso Aglomerados Con Resinas u Otros Aglutinantes Orgánicos
- 4412: Madera Contrachapada, Madera Chapada y Madera Estratificada Similar
- 4413: Madera Densificada En Bloques, Tablas, Tiras o Perfiles

Por monto:

US\$ millones

#	País	% Participación de Mercado (2012)	2010	2011	2012	% Δ 12/11
1	China	20%	166	212	234	10,2%
2	Alemania	14%	148	179	172	-3,7%
3	Irlanda	11%	216	181	136	-24,6%
4	Finlandia	8%	97	108	101	-6,3%
5	Bélgica	7%	70	73	79	7,3%
6	Brasil	6%	91	69	67	-2,3%
14	Chile*	1,4%	18,8	24,3	17,0	-30%
	Otros	32%	387	436	386	-11,4%
	Total	100%	1.194	1.282	1.192	-7,0%

Fuente: Forestry Statistics 2012, Global Trade (Her Majesty Revenues and Customs).

* Con el objetivo de comparar la posición de Chile con la de otros países se utilizó la información que presenta Her Majesty Revenues and Customs.

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Estructura de comercialización

La estructura de comercialización está compuesta principalmente por dos grandes sectores.

- **Grandes importadores / distribuidores**

Los grandes importadores están por lo general integrados verticalmente por lo que también distribuyen los productos a lo largo del país, ya sea a través de una red de sucursales propias o mediante asociones con distribuidores locales.

Sus principales clientes son las industrias y fabricas de un tamaño tal que no les permite importar directamente la madera. Dentro de estos, destacan las constructoras, que utilizan la madera para la construcción de casas, fabricas de muebles y fabricas de embalaje. El sector de la agricultura es también un importante cliente de estos distribuidores.

Durante los últimos años, la cadena de suministro se ha acortado y los importadores prefieren no pasar por los agentes y comprar directamente a los países exportadores.

Estos grandes distribuidores además abastecen a barracas y lugares donde el usuario final compra madera en pequeñas cantidades. Aunque el comercio directo con los usuarios finales sigue siendo bastante limitado, se considera como una parte cada vez más importante del canal de distribución y es probable que sea cada vez más importante en el futuro.

La consolidación de las empresas es otra tendencia y es considerado por muchos como un paso necesario si las industrias son para seguir siendo competitivos en el futuro.

- **Fabricantes de productos terminados**

Existen grandes fabricas, como es el caso de algunas en la industria de la fabricación de muebles y la fabricación de embalajes de madera, que debido al gran volumen de madera utilizada para la fabricación de productos terminados, se abastecen directamente de madera desde los países exportadores sin utilizar agentes, importadores o comerciantes. Estas fabricas tambien se abastecen directamente de productores locales.

Adicionalmente, estos grandes fabricantes de productos manufacturados se ven en la necesidad de importar directamente las maderas para manejar con mayor eficiencia sus inventarios y evitar problemas de abastecimiento producto del no cumplimiento de los agentes, importadores y distribuidores.

VI. Consumidor

1. Centros de consumo y estacionalidad de demanda

Tableros de madera

Los tableros de madera son utilizados principalmente en la industria de la construcción y para la fabricación del muebles.

Maderas aserradas: conífera

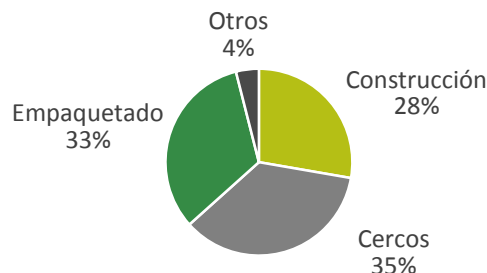
Gran parte es utilizada para la fabricación de cercos. Esto puede ser explicado por la gran cantidad de cercos necesarios en la región, especialmente en las zonas campestres en las cuales se necesitan para delimitar terrenos o cuidar y mantener a los animales.

Por otro lado, una importante parte de la producción de madera está destinada a la confección de embalajes, principalmente pallets, ya que existen diversos productos que son mantenidos, guardados, trasladados y vendidos en pallets y empaques de dicho material.

Las empresas constructoras consumen también una importante parte de este tipo de madera demandada. Esto se debe a que existe, contrario a lo ocurrido en Chile, un importante número de casas construidas principalmente con este material, por lo que las empresas demandan grandes cantidades de madera para construir no solo la estructura interior, sino que también los exteriores, como por ejemplo las terrazas. Dentro del mismo sector, quienes confeccionan muebles también demandan una gran cantidad de madera la cual utilizan en la construcción de estos.

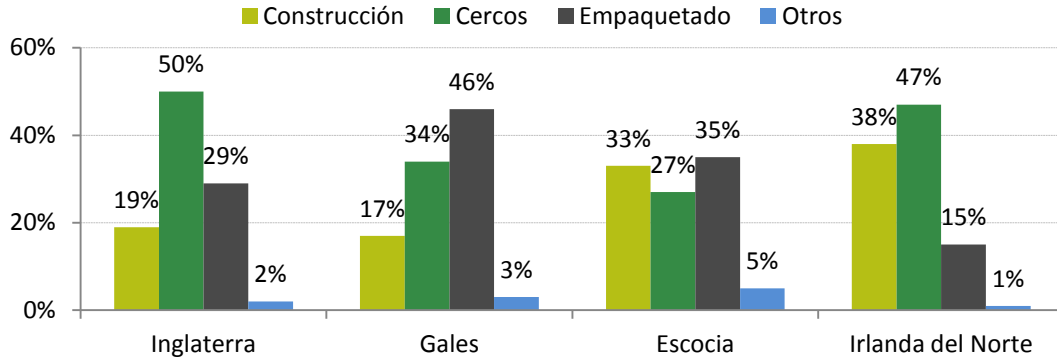
En el siguiente gráfico podemos ver cómo se distribuye el consumo de madera de coníferas en distintos sectores. Con un 35%, la mayor parte de la madera está destinada a la construcción de cercos. A pesar de esto, el empaquetado y la construcción de viviendas también tienen porcentajes bastante altos del mercado, con un 33% y un 28% respectivamente. Solo el 4% de la madera es consumida por otros sectores.

Consumo de coníferas en el RU 2011 (Porcentaje del total del mercado)



Fuente: Forestry Statistics, 2012.

Consumo de coníferas por país del RU 2011 (Porcentaje del total del mercado)

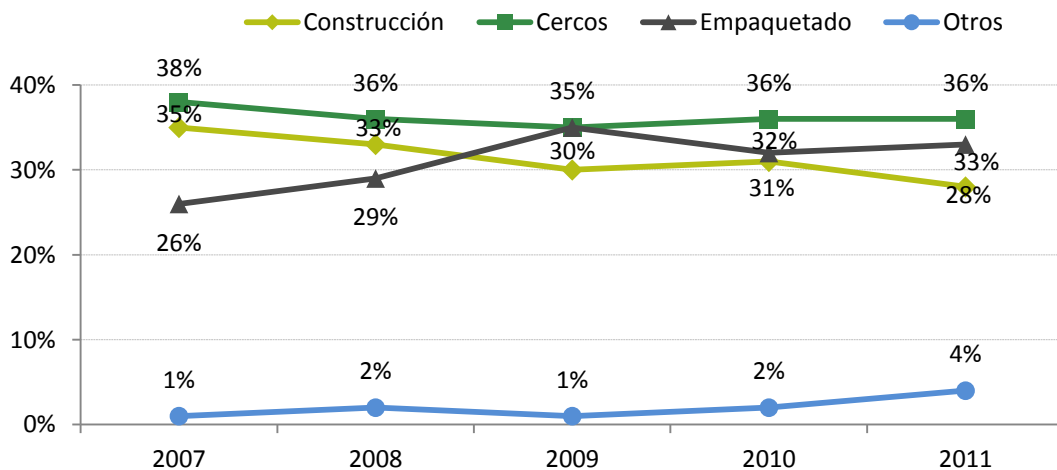


Fuente: Forestry Statistics, 2012.

En el gráfico anterior podemos ver los sectores en los cuales se consumen las coníferas en los distintos países de la región en el año 2011. En Inglaterra e Irlanda del Norte la demanda de coníferas está mayoritariamente destinada a la construcción de cercos con un 50% del consumo total de la región en el primer caso y un 47% en el segundo. En Gales y Escocia el sector con más alto porcentaje es el de empaquetado, el cual corresponde a 46% y 35% del total del consumo de coníferas respectivamente.

Dado lo anterior, la estacionalidad de la demanda por madera depende en gran medida de la estacionalidad de la demanda por casas, muebles y productos de empaquetamiento. En el siguiente gráfico podemos ver la evolución de la demanda de coníferas para los sectores más relevantes. En los últimos años ha habido una disminución, desde un 35% a un 28% del total, en el consumo de coníferas en construcción, lo cual podría explicarse por la crisis que ha obligado a frenar y disminuir la cantidad de proyectos inmobiliarios llevados a cabo. Por otra parte, ha existido un aumento, desde un 26% a un 33% del total, en el consumo de coníferas para la realización de empaquetados. Una posible razón para esto podría ser la actual tendencia mundial por disminuir el uso de plásticos y productos contaminantes, lo cual significaría que se han estado reemplazando este tipo de empaquetados con empaquetados a base de madera sustentable.

Evolución del consumo de coníferas en el RU (Porcentaje del total del mercado)



Fuente: Forestry Statistics, 2012.

2. Preferencias y atributos

Los consumidores de madera del Reino Unido tienen claras preferencias al momento de decidir sobre qué madera debiesen comprar. Esto hace que la toma de decisiones sea eficiente y el proceso de compra sea rápido. Los atributos que los consumidores buscan en los productos son los siguientes:

- **Precio**

Lo más importante para los consumidores al momento de comprar la madera es que el precio sea bajo. Este es el atributo en el que primero se fijan cuando deben decidir entre más de un producto y el que muchas veces definirá si la compra se hace o no.

- **Calidad**

Una vez hecho el análisis de precios, los consumidores determinan si la calidad del producto es lo suficientemente alta. Como es de esperar, escogerán el producto con la mayor calidad posible. Los países escandinavos tienen productos de muy alta relación precio-calidad, siendo esta una de las razones de porque tan alta parte de la demanda es satisfecha por sus maderas.

- **Servicio:**

Otra importante característica al momento de decidir qué producto comprar es el tipo de servicio que entregan los productores. Los consumidores buscan confiabilidad no solo en el producto en si mismo, como fue mencionado anteriormente, pero también en el proceso de compra. Esta es otra de las razones de porque el producto proveniente de los países escandinavos es tan demandado. El servicio que entregan a sus consumidores es de alto nivel, con un proceso de pago y entrega sencillo y rápido, lo cual le entrega a sus consumidores el sentimiento de confianza que buscan.

- **Productos sustentables:**

Contar con las certificaciones de sustentabilidad (FSC o PEFC) es un factor relevante para los consumidores al momento de decidir comprar un producto u otro. Esto se debe a que las actuales tendencias mundiales han puesto el tema de la sustentabilidad sobre la mesa y han entregado conciencia respecto del tema.

3. Productos sustitutos y similares

El aumento en la utilización de productos de Cloruro de polivinilo no plastificado (PVC-U) se presentan como una buena alternativa frente a algunos productos de madera como por ejemplo puertas y ventanas, ya que estos son más duraderos y pueden ser reciclados. Por otra parte, los compuestos de madera-plástico (WPC), que son utilizados para terrazas, barandillas, vallas, cerramientos, ventanas y marcos de puertas son también sustitutos de algunos productos de madera.

Adicionalmente, dentro de la industria de embalaje, los productos de plásticos se han vuelto cada vez más populares en el Reino Unido, esto debido a la alta resistencia y duración del plástico al utilizarse en este tipo de productos.

VII. Benchmarking y Tendencias

1. Campañas MKT de competidores

Uno de los actores relevantes en el mercado de la madera es Suecia, país que se ha preocupado de hacer campaña para promocionar sus productos en el exterior. El *Swedish Forest Industries Federation*⁷ es un organismo que se preocupa del comercio y los empleados de la industria forestal.

Dentro de esta organización, existe un departamento, llamado *Swedish Wood*⁸ cuyo objetivo es entregar información para fomentar el desarrollo del mercado, aumentando así el uso de madera sueca a nivel nacional y en ciertos mercados internacionales. Todo esto destacando la importancia del uso de madera sustentable y eco amigable.

Para darle un mayor valor a sus maderas y fortalecer la imagen de la industria, *Swedish Wood* ha llevado a cabo una serie de campañas de marketing en el Reino Unido. Dichas campañas se detallan a continuación :



- La campaña *Wood for good* comenzó el año 2000 en colaboración con el *Forestry Commission* y el *Confederation of Forest Industries*. Su objetivo es hacer, a través de la entrega de información, que la madera se transforme en el principal material utilizado en construcción.

- www.woodforgood.com



- La campaña *Wood Co2s less* tiene como objetivo presentar la madera a los consumidores como un material sustentable y eco amigable. Esto a través de material informativo, educación y publicidad. Es financiada en conjunto con el *Timber Trade Federation* y el *Timber Research and Development Association*.

- www.woodforgood.com/pdf/Facts_Brochure.pdf



- La *Wood Windows Alliance* es una campaña de marketing cuyo objetivo es aumentar para el 2013 la cuota de mercado de las ventanas de madera. Es financiada en conjunto con la industria inglesa de ventanas.

- www.woodwindowalliance.com

⁷ <http://www.forestindustries.se/>

⁸ <http://www.swedishwood.com>

También se están llevando a cabo campañas más pequeñas como por ejemplo la *Timber Framed Houses Campaign* cuyo objetivo es fortalecer la posición de mercado en el Reino Unido de las casas de madera o el proyecto educativo que *Swedish Wood* ha llevado a cabo en conjunto con los distribuidores ingleses para informar a constructores y personal de ventas sobre factores clave de la madera.

Por otro lado, Alemania, a pesar de ser uno de los principales competidores para el mercado local, no se ha caracterizado por tener grandes campañas de marketing para promocionar sus productos en el exterior. A pesar de esto, durante varios años existió un organismo llamado *German Timber Promotion Fund* (GTPF) que promocionó la madera producida en Alemania, tanto local como internacionalmente, dando a conocer sus beneficios y sus fuentes sustentables. A partir del 2009, una nueva institución, *Wood Future*, tomó el rol de la antigua GTPF ofreciendo asesoría técnica a la industria local. Además, *Wood Germany*⁹ es una plataforma de marketing internacional para los productores nacionales que ofrece información básica acerca de la madera y donde se puede encontrar a las principales empresas exportadoras del país.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

▪ Importancia de un buen servicio

Los importadores en el RU destacan la importancia de contar con un buen servicio por parte de sus proveedores.

Si bien existe interés por los productos forestales chilenos y se destaca la calidad de éstos, un importador local en particular nos ha comentado que el servicio entregado, en algunos casos por exportadores chilenos, es muy inferior al que debe contar una empresa para poder hacer negocios. Este factor ha sido determinante para no realizar compras de maderas en nuestro país, por lo que han preferido mantener a sus proveedores habituales y no diversificarse para evitar posibles problemas en futuras transacciones.

Este importador nos hizo notar la importancia de brindar un servicio de calidad desde el primer momento, comenzando por la etapa de cotización de los productos, ya que si tienen problemas en dicha etapa es difícil que continúen con las negociaciones y más difícil aún que compren los productos.

▪ “OSB versus *Magnesium Oxide Board* (MgO)”

El año 2012 se abrió un nuevo debate sobre la resistencia de las estructuras de madera al fuego. Dicho debate se debe a las nuevas creencias que dicen que las tablas de MgO son más resistentes al fuego que las tablas de OSB, por lo que las primeras son una amenaza para el mercado de las segundas. A pesar de esto, existen otras creencias que afirma que las MgO no son realmente una amenaza para las OSB, ya que los paneles de madera siempre liderarán la oferta productiva. La gran ventaja de los tableros MgO es su incombustibilidad, que se ve opacada por los altos costos productivos. Por su parte, los tableros OSB tienen varias ventajas, como sus bajos costos, su durabilidad, su fortaleza, la facilidad para manejarlas, su acústica y su aislación térmica.

⁹ <http://en.woodgermany.com/>

Es importante mencionar, sin embargo, que los clientes sí están considerando nuevas alternativas, por lo que los fabricantes deben analizarlas también de modo de poder ofrecer distintos materiales. Con esto en mente, una idea novedosa es la que están llevando a cabo algunas compañías que han invertido en desarrollar nuevos productos de OSB con retardante de llamas.¹⁰

- **Problemas graves de calidad de la madera contrachapada del Reino Unido**

La revista *Timber Trade Journal* (TTJ) ha señalado que la deficiencia en calidad se está convirtiendo en un problema bastante serio en el mercado de madera contrachapada en el RU. Un experto de la industria ha dicho que alrededor del 80% de todos los contrachapados de China que actualmente se encuentran en el RU son "tableros con pegamento teñido de rojo para que parezca *Water and Boil Proof* (WBP)", con una gran proporción de "bajo espesor", pero marcado como de "alto espesor".

Por otra parte, un porcentaje significativo de las importaciones de contrachapados del RU provenientes de China lleva la marca CE (Conformite European). A pesar de esto, una serie de proveedores "no parecen probar el rendimiento de su madera de forma regular para confirmar el comportamiento estructural". Si estas acusaciones son ciertas, las repercusiones a largo plazo para la reputación de contrachapado de madera dura proveniente de China en el RU podrían ser muy graves.

¹⁰ Fuente: Revista "The Timber Industry Magazine".

IX. Ferias comerciales a realizarse

Selección de Ferias en el Reino Unido

Evento	Fecha	Sitio Web
The National Forest Wood Fair	26 de Agosto, 2013	www.nationalforest.org
Confor Woodland Show	12 y 13 de Septiembre, 2013	www.confor.org.uk
Timber Expo	24 y 25 de Septiembre, 2013	www.timber-expo.co.uk/
Timber Invest 2013	8 y 9 de Octubre, 2013	www.arena-international.com/timberinvest/
Inagural DANA Internacional Timberland Investment Conference	10 y 11 de Octubre, 2013	www.timberlandconference.com/
International Softwood Conference	14 - 18 de Octubre, 2013	www.isc2013.co.uk/
Ecobuild the Future	4 y 6 de Marzo, 2014	http://ecobuild.co.uk/
APF Exhibition	18 - 20 de Septiembre, 2014	www.apfexhibition.co.uk/

X. Fuentes de información

DEFRA - Department for Environment Food and Rural Affairs

- Página web: www.defra.gov.uk
- Teléfono: +44 (0) 207 238 6951
- Email: defra.helpline@defra.gsi.gov.uk

Forestry Commission

- Página web: www.forestry.gov.uk
- Teléfono: +44 (0) 117 906 6000
- Email: fe.England@forestry.gsi.gov.uk

Department of Agriculture and Rural Development/Forest Service

- Página web: www.dardni.gov.uk
- Teléfono: +44 (0) 300 200 7852
- Email: dardhelpline@dardni.gov.uk

Scottish Executive for the Environment and Rural Affairs Department (SEERAD)

- Página web: www.scotland.gov.uk/Topics/Agriculture/plant
- Teléfono: +44 (0) 845 774 1741 / +44 (0) 131 556 8400
- Email: ceu@scotland.gsi.gov.uk

Timber Decking Association

- Página web: www.tda.org.uk
- Email: info@tda.org.uk

Confederation of Forest Industries

- Página web: www.confor.org.uk
- Teléfono: +44 (0) 131 240 1410

Timber Trade Federation

- Página web: www.ttf.co.uk/
- Teléfono: +44 (0) 203 205 0067

Documentos de Interés

- The UK Forestry Standard
[http://www.forestry.gov.uk/pdf/FCFC001.pdf/\\$FILE/FCFC001.pdf](http://www.forestry.gov.uk/pdf/FCFC001.pdf/$FILE/FCFC001.pdf)
- UK Wood Production and Trade: 2012 provisional figures
<http://www.forestry.gov.uk/forestry/infd-97hdh2>