

Resumen

Este estudio presenta un análisis de la competitividad alcanzada en los principales mercados de destino de las exportaciones nacionales de madera aserrada. La metodología utilizada se basa en el programa computacional "Competitive Analysis of Nation" (CAN), creado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el cual permite obtener una visión dinámica de las situaciones de competitividad del producto en el mercado estudiado.

En los resultados del estudio, se expone información necesaria para entender la estructura mundial de comercio, tanto en lo referido a los mercados importadores de este producto, como a los principales abastecedores necesarios para entender la situación comercial de los productos forestales chilenos durante la década en estudio, profundizando esta información para la estructura exportadora de los productos estudiados.

Ya obtenida la información y mediante la metodología utilizada, se determina la competitividad del producto en cada mercado. De esta forma, al conocer la situación competitiva del producto - mercado, se sugieren posibles estrategias comerciales a seguir con el fin de mejorar la competitividad de la industria manufacturera de madera aserrada. Ya que es un producto *commodity* de características similares, las diferenciaciones se hacen al mercado en factores que no son producto, sino en el servicio que prestan, el crédito, despacho a tiempo y otros. También las marcas y el empaquetado de la madera aserrada son importantes en los productos de madera, la presentación está comenzando a tener importancia en el marketing de productos forestales.

Este producto, destaca la competitividad medida en las exportaciones a los mercados de Estados Unidos, Reino Unido, Japón y República de Corea. Las exportaciones destinadas a los Emiratos Arabes Unidos y República Dominicana son menos competitivas que las anteriores.