
Estudio de Mercado de madera aserrada y contrachapada en Italia

Mayo 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Italia

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	7
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
1. Estadísticas 2010	9
2. Estadísticas 2009	9
3. Estadísticas 2008	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	11
1. Potencial del producto	11
1.1. Formas de consumo del producto	13
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	13

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	14
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	14
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	14
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>17</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>18</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>19</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>19</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>21</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>23</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente, de Lengua	4407992000
Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	4407999000
Maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas	4412191000

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Productos semi-elaborados de madera que incluyen maderas aserradas y contrachapadas, según se detalla en el punto anterior.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente maderas excluidas las coníferas)	440799 (incluye lenga y otras
Las demás Maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas de espesor igual o menos a 6 mm	441239



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

NC8	Descripción	Arancel Base
440799	Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	0%
441239	Las demás maderas contrachapadas	7%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Chile posee ventajas arancelarias producto del acuerdo de Asociación Chile-UE.

NC8	Descripción	Arancel Acuerdo Preferencial
440799	Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	0%
441239	Las demás maderas contrachapadas	0%

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Otros países con ventajas arancelarias son todos los miembros de la UE, como Alemania, Austria, Suecia y Rumania, entre otros, que en ambos tipos de productos están exentos del pago de impuestos aduaneros.

En el caso de la madera aserrada, todos los países del mundo están exentos del pago de impuestos aduaneros, sin embargo, en el producto con el código arancelario europeo 44079940, es decir, madera aserrada lijada, el pago generalizado de aranceles es de un 2,5%, dentro de los países que pagan dicho impuesto, se incluyen Brasil y China y de aquellos exentos, además de Chile y los miembros de de la UE, como se vio más arriba, países como Croacia, Suiza y Sudáfrica.

Para más antecedentes sobre el pago de aranceles, consultar:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es&Taric=&QuotaAuthorities=false&EndPub=&MeasText=&Area=&Regulation=&LangDescr=&MeasType=&SimDate=20110413&StartPub=&OrderNum=&GoodsText=&ContextPath=&redirectionDate=20110413&Level=&Expand=false

4. OTROS IMPUESTOS:

No hay otros impuestos. Una vez ingresado el producto al país, se paga el IVA que corresponde al 20%.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existen barreras para-arancelarias para este tipo de productos.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Cumplimiento de la normativa UE

Cumplimiento adicional de normas específicas italianas

- Estrictos controles de ingreso respecto a:
 1. CITES (especies en peligro de extinción)
 2. Sustancias peligrosas,
 3. Etiquetado,
 4. Documentos sanitarios

Con el propósito de cumplir la norma de la Unión Europea, referida a la importación de vegetales y sus productos (incluida la madera), el Ministerio de Políticas Agrícolas y Forestales de Italia emitió el decreto ley N. 16 de Octubre del 2006, donde se aplican las indicaciones contenidas en la Directiva Europea **N. 2004/103/CE**, que establece entre otros aspectos, las medidas de protección para el ingreso en la UE de productos de origen vegetal. Dentro de las medidas aplicables, se establecen estrictos controles que buscan garantizar que el producto maderero esté libre

de parásitos, insectos, hongos y otros agentes patógenos que podrían afectar los bosques italianos o comunitarios. Se realiza una inspección visual del 100% de la carga respecto a la humedad de la madera (que en general debe ser inferior al 20%). En el caso que existan dudas sobre el embarque, se realizan análisis específicos sanitarios y de humedad. Asimismo, se realiza un control sobre los certificados fitosanitarios, en especial para maderas aserradas, que en el caso de Chile son emitidos por el SAG.

La producción sustentable del recurso forestal, en relación a los temas medioambientales y sociales, está teniendo una importancia cada vez mayor en este mercado, es recomendable acompañar certificados internacionales en este sentido.

No se permite la importación de madera procedente de especies en peligro de extinción que están incluidas en el acuerdo CITES. En este sentido la UE, reforzó los controles y emitió una norma que entrará en vigor en marzo de 2013, que reafirma la prohibición de importar madera proveniente de especies consideradas en peligro de extinción.

La legislación Europea sobre el uso de sustancias peligrosas está principalmente relacionada a las sustancias utilizadas para la conservación de la madera que contengan: **cadmio, formaldehído, arsénico y compuestos de cromo**, que pueden ser dañinas para la salud humana.

Existen leyes europeas que prohíben la aplicación de productos dañinos para el medio ambiente, como por ejemplo sustancias que puedan dañar la capa de ozono como los agentes espumosos.

La Unión Europea ha prohibido la importación de pallets, canastas de empaque, cajas y contenedores hechos de madera de coníferas que no hayan sido sometidos a tratamiento térmico y no estén libres de “nematodo” del pino (gusanillo que ataca las raíces de las coníferas).

Además, Italia, el igual que otros países, exige para los embalajes de madera los estándares internacionales NIMF N° 15 (timbres deben ser legibles, permanentes y visibles)

Para mayores informaciones sobre los requisitos fitosanitarios por producto, se puede consultar la información que el SAG entrega online: <http://www2.sag.gob.cl/reqmercado/default.asp>

También se puede encontrar información actualizada por producto, en el portal de la Unión Europea destinado a facilitar la exportación desde terceros países a dicha zona geográfica, el link es el siguiente:
<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?languageId=EN&CFID=2866558&CFTOKEN=72434450&jsessionid=6430a8afe90226619404&newLanguageId=ES>

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Los trámites generales para ingresar la madera semielaborada en Italia, como es el caso de los productos tratados en el presente estudio, deben ser tramitados ante la aduana del puerto de destino, quienes certificarán que los

documentos que acompañan al producto concuerdan con las características efectivas de éste, autorizándolos por tanto, para ingresar al territorio italiano y ser comercializados.

Al tratarse la madera aserrada y contrachapada de productos utilizados principalmente por la industria, normalmente no existen requerimientos ulteriores ni etiquetados especiales a los ya explicados en el punto anterior, III.1.

En el caso de la certificación del producto, ésta debe ser realizada por empresas autorizadas por la UE para emitir dichos certificados. En el caso de la madera, existen certificaciones medioambientales, como Rain Forest, o Smart Wood, o de manejo sustentable del bosque como FSC (Forest Stewardship Council). Dichas certificaciones y cualquier otra autorizada, pueden ser exhibidas por el distribuidor o comercializador y posteriormente acompañar al producto final.

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

Como ejemplo de Certificados en la madera semielaborada, podemos mostrar los siguientes:





IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Las demás maderas aserradas o cortadas longitudinalmente SH6 440799.

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
EEUU	57.628	30.363	26,82%
Camerún	28.566	14.719	13,00%
Costa de Marfil	15.598	10.066	8,89%
Chile (10)	350	301	0,27%
Subtotal	102.142	55.449	48,98%
Total	302.564	113.230	100%

TC: 1 Euro=1,32 USD

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
EEUU	51.210	22.758	25,59%
Camerún	20.309	9.726	10,94%
Costa De Marfil	14.314	8.998	10,12%
Chile (10)	443	330	0,37%
Subtotal	86.276	41.812	47,02%
Total	266.689	88.939	100%

TC: 1 Euro=1,39 USD

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
EEUU	73.338	32.179	25,59%
Camerún	39.957	19.155	14,36%
Costa de Marfil	28.348	17.296	12,96%
Chile (10)	728	531	0,40%
Subtotal	142.371	69.161	51,83%
Total	370.987	133.437	100%

TC: 1 Euro=1,47 USD

4. ESTADÍSTICAS 2010

Madera contrachapada SH6 441239

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	39.391	14.482	29,20%
Chile	23.910	9.447	19,05%
Rusia	18.323	8.002	16,14%
Subtotal	81.624	31.931	64,38%
Total	110.993	49.593	100%

TC: 1 Euro=1,32 USD

5. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	40.859	11.465	30,21%
Chile	26.162	8.198	21,60%
Rusia	13.313	4.930	12,99%
Subtotal	80.334	25.593	67,44%
Total	102.347	37.947	100%

TC: 1 Euro=1,39 USD

6. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad Toneladas	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	50.222	15.743	31,36%
Chile	19.022	7.703	15,35%
Finlandia	7.905	4.803	9,57%
Subtotal	77.149	28.249	56,28%
Total	115.770	50.195	100%

TC: 1 Euro=1,47 USD

Datos Obtenidos de ISTAT: Instituto Italiano de Estadísticas

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Italia es uno de los mercados de transformación de la madera más importante del mundo. Al tratarse de un país no productor de recursos forestales, utiliza materia prima importada, para después reexportarla con mayor valor agregado, en muebles, puertas o ventanas.

El sector italiano de la elaboración de la madera y del mueble se ha resentido en los últimos años debido a las dificultades económicas internacionales, que han repercutido de forma especial en Italia y en su importante industria transformadora de madera.

De acuerdo a los datos proporcionados por la principal asociación del sector maderero italiano, Federlegno, la facturación total del sector el año 2009, bajó un 18,2% en relación al 2008, alcanzando los 32.430 millones de Euros. El subsector de mayor importancia fue el del Mueble, con cerca de un 63% del total facturado, seguido por los materiales de la construcción con alrededor de un 36%.

En cuanto a las exportaciones italianas del sector, éstas sufrieron una baja relevante el 2009, siempre en consideración a los datos entregados por Federlegno, de casi un 22%, alcanzado los 10.890 millones de Euros. Asimismo, ese año notamos una baja en las importaciones de un 19,1%, disminuyendo de 6.049 millones de Euros el 2008, a 4.891 millones de Euros el 2009.

SECTOR DE LA MADERA Y EL MUEBLE EN ITALIA

Valores en Millones de Euros a precios corrientes

	2008	2009	Var.% 09/08
Facturación a Nivel de producción (a)	39.661	32.43	18,2%
Exportaciones (b)	13.945	10.890	21,9%
Importaciones (c)	6.049	4.891	19,1%
Balanza Comercial (b-c)	7.895	5.999	24,0%
Consumo interno aparente	31.766	26.431	16,8%
Export./Facturación (%b/a)	35,2%	33,6%	4,5%
Empleados	409.687	396.964	3,1%
Empresas	75.407	73.618	2,4%

Cuadro elaborado por Prochile Italia, en base a datos entregados por FEDERLEGNO

Es relevante tener en cuenta los vaivenes de la industria del mueble, ya que ésta representa, como se vio más arriba, más del 60% del sector maderero en Italia. El consumo mundial de muebles representó el 2010, a nivel de precios de la producción, es decir, excluidos los márgenes de comercialización, 340 mil millones de dólares¹. China sigue siendo el principal productor del orbe, desde 2005, seguido por Italia, que se ha mantenido como un productor de productos de nicho.

De acuerdo a lo indicado por el Centro de Estudios de la Industria liviana (CSIL), el 2010 la producción de muebles en Italia tuvo un leve incremento, de un 1,5%², que se explica principalmente por el crecimiento de la demanda interna de un 1,4% y la demanda externa de un 3,7%. Como mercados de destino se destacan los principales mercados europeos (Alemania y Gran Bretaña) y la recuperación del mercado de EEUU, el principal importador mundial. En cuanto a las importaciones de muebles, éstas crecieron en un 11,7%.

Las proyecciones realizadas por los expertos para el 2011, están relacionadas con la situación económica nacional e internacional. De acuerdo al Centro de Estudios del sector CSIL, nombrado anteriormente, las estimaciones para

¹ World Furniture Outlook 2011 CSIL

² Idem

este año serían inferiores a las registradas durante 2010, de hecho se espera un leve crecimiento del consumo de muebles, en un 0,8% a precios corrientes, impulsados principalmente por un aumento en las importaciones estimado en un 8%. Los requerimientos de muebles italianos desde el exterior, siempre de acuerdo a la misma fuente, se situarían en torno a un 3%, lo que traerá consigo un pequeño crecimiento en la producción de un 0,3%.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Como se podrá apreciar en detalle en el punto 1.5, la industria italiana de la elaboración de la madera es en su mayoría MYPYME y se agrupa en zonas geográficas específicas, con el propósito de aprovechar sinergias productivas y comerciales en los denominados “distritos industriales” o “filieras productivas”.

En general la madera aserrada y los productos semielaborados de madera, como la madera contrachapada, son utilizadas por la industria transformadora, que les da mayor valor agregado, transformándola principalmente en: puertas, ventanas y muebles de diversos usos (oficina, cocina, habitación, etc.)

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

La comercialización y presentación “online” de los productos semielaborados de madera ha aumentado en los últimos años, de la mano del incremento general en la utilización de internet como herramienta de comercialización y presentación de productos.

En Italia la mayoría de las empresas medianas con amplia cobertura geográfica en su red de ventas, promueve y comercializa sus productos “online”. Ejemplos de esta situación se pueden verificar en las siguientes páginas web: www.ferlegno.com ; www.tramontina.it ;

Gracias a la estructura productiva de Italia, que cuenta con una fuerte presencia de PYMES asociadas, existe la promoción de productos de diversas fábricas de semielelaborados de madera, que se promueven y promocionan conjuntamente, principalmente a través de las Cámaras de Comercio locales, que tienen un servicio online que permite a cualquier usuario consultar el listado de las empresas del sector, que incluye detalles de especial interés, como las empresas con certificación de calidad, aquellas que comercializan sus productos por internet etc. El sitio es muy importante e interesante y para el sector de la madera se puede visitar a través del siguiente link: http://www.infoimprese.it/impr/ricerca/lista_globale.jsp

También se comercializa madera de origen Nacional, Europeo y Extra-Comunitario, a través de sitios web especializados como: www.woodbusinessportal.it o genéricos como: www.italytraonline.com ; www.imprese-it.com

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

A los importadores se les pidió que comentaran sobre los siguientes temas:

1.3.1.- ¿Por qué importa madera desde Chile?

1.3.2.- ¿Cuál es la diferencia entre el producto chileno y el italiano o de otras nacionalidades?

1.3.3.- ¿Cómo piensa que tendría que mejorar el producto chileno para competir en el mercado italiano?

En el caso de la madera aserrada se indicó que se importa principalmente Lengua para utilizarla posteriormente en la realización de muebles de cocina o de piezas cortas. Se manifestaron problemas de calidad en el color y la veta y problemas de comercialización en estos últimos años, en especial, por la crisis de las empresas de muebles de cocina, principales usuarios de esta variedad de madera. También se señaló que los colores rojizos para muebles en este momento pasaron de moda. En ocasiones se importan otras maderas, como el Raulí o Mañío, pero se destaca la poca continuidad en los volúmenes y la calidad.

En el caso de la madera de Pino Radiata, se indicó que el producto chileno es de buena calidad, en especial el producto sin defectos "clear", sin embargo se señaló que es excesivamente caro en consideración a su competencia Europea (otras coníferas)

En cuanto a la madera contrachapada, nos indicaron que el producto chileno es una garantía de calidad y que las empresas que lo exportan son serias, también nos destacaron que la madera contrachapada chilena tiene un nombre ganado en la industria que la utiliza. Piden eso sí, que se mejoren los precios, en especial debido a la crisis del sector en Italia.

En general la opinión de los importadores italianos es que los exportadores chilenos son serios, el principal comentario es que los productos llegan muy caros y que podrían tener mayores posibilidades (en especial la madera aserrada), si lograran ser más competitivos con los precios. En cuanto a la calidad no hubo mayores comentarios, salvo los defectos estéticos y falta de continuidad en la entrega de las maderas nativas.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

La utilización de este tipo de madera está relacionada directamente con la producción de la industria de la elaboración de la madera y del mueble. Por lo mismo, los períodos de mayor utilización del producto van desde enero a julio y desde septiembre a diciembre, en consideración al período de vacaciones de verano en Italia, en el cual una buena parte de la industria cierra o disminuye su producción durante el mes de agosto.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Italia tiene una economía fuertemente centrada en las MIPYMES, el 99% del total de sus empresas. El modelo productivo organizado entorno a este tipo de empresas, se caracteriza por el alto grado de descentralización,

cooperación productiva y flexibilidad, formando los famosos distritos industriales, que representan los principales zonas y centros de consumo para los productos de madera del presente estudio.

El desarrollo de los distritos industriales en diversas zonas geográficas en Italia, nace como la necesidad de unirse tras el descalabro económico tras la segunda guerra mundial, concentrando la producción en una misma zona y aprovechando la especialización de las distintas fábricas, primero para el abastecimiento del mercado interno y posteriormente para los mercados internacionales principalmente en una primera etapa el europeo.

De acuerdo a los datos del club de distritos industriales al 2010, los distritos reconocidos oficialmente en Italia son 101. Los distritos del sector de la madera, más importantes son 8 y se encuentran distribuidos en distintas regiones del Norte, Centro y sur del país. Sin embargo, y como está sucediendo en otras áreas productivas con esta estructura en el país, en este momento están sufriendo una fuerte pérdida de competitividad, es especial después de la crisis económica financiera de los últimos años, debido primero a una baja del consumo interno y posteriormente a la competencia internacional que llega al mercado italiano y a los mercado exteriores con precios más bajos y como productos siempre de mejor calidad. Los distritos están sufriendo una reestructuración con el objeto de producir más eficientemente y llegar con mejores resultados a los clientes nacionales e internacionales, dicha mejoras tienden principalmente a una constante innovación tecnológica y a la constitución de las llamadas filieras, es decir cadenas de producción y comercialización de un sector determinado, que incluyen aspectos como transportes accesorios del producto principal. Existen otros aspectos de especial relevancia que hoy están utilizando algunos distritos para diferenciar sus productos, con el propósito de aumentar sus ventas, como sucede en el caso del distrito del mueble de la zona de Livenza (región del Véneto), cuyos productos presentan un certificado medioambiental único en su tipo.

Rodeada de una potente industria auxiliar de suministros complementarios y de servicios, que permite un funcionamiento muy eficiente del sector en su conjunto tales como centro de diseño y de investigación e innovación y desarrollo tecnológico.

La innovación tecnológica es posible gracias al apoyo de una poderosa industria de fabricación de maquinarias y equipos para la industrialización de la madera.

El desarrollo y éxito de las empresas italianas está basado en una precisa lógica territorial, que se concentra en zonas geográficas dependiendo de sus características de producción.

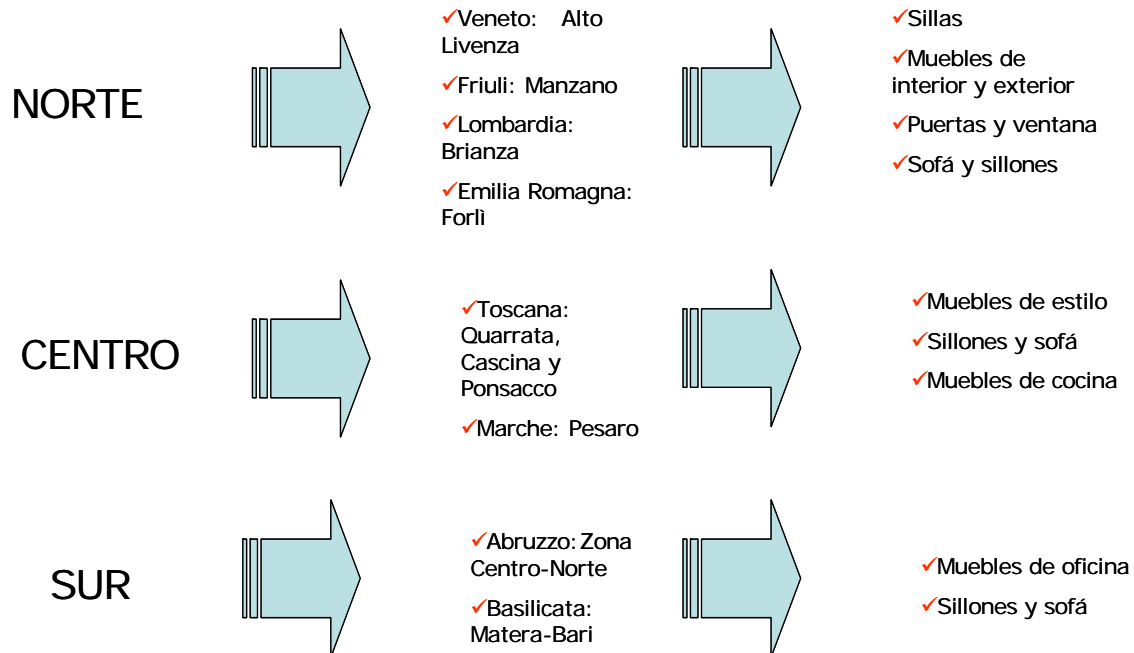
Existe un complejo sistema de pequeñas empresas que compiten y cooperan entre si. Este sistema esta caracterizado por:

- Orientación productiva hacia un producto típico.
- Concentración local de las empresas.
- Fuerte vínculo relacional entre productores, clientes, proveedores y gremios locales.

Factores de éxito del sistema de distrito industrial:

- Promueve la reproducción y difusión del know how.
- Desarrollo de actividades diferenciadas en el producto o servicio, teniendo como fin la difusión del producto.
- Constante desarrollo tecnológico.
- Desarrollo de industrias complementarias.
- Fuerte internacionalización

De esta forma, la competitividad de un distrito industrial esta basada en la socialización entre proveedores, clientes e instituciones.



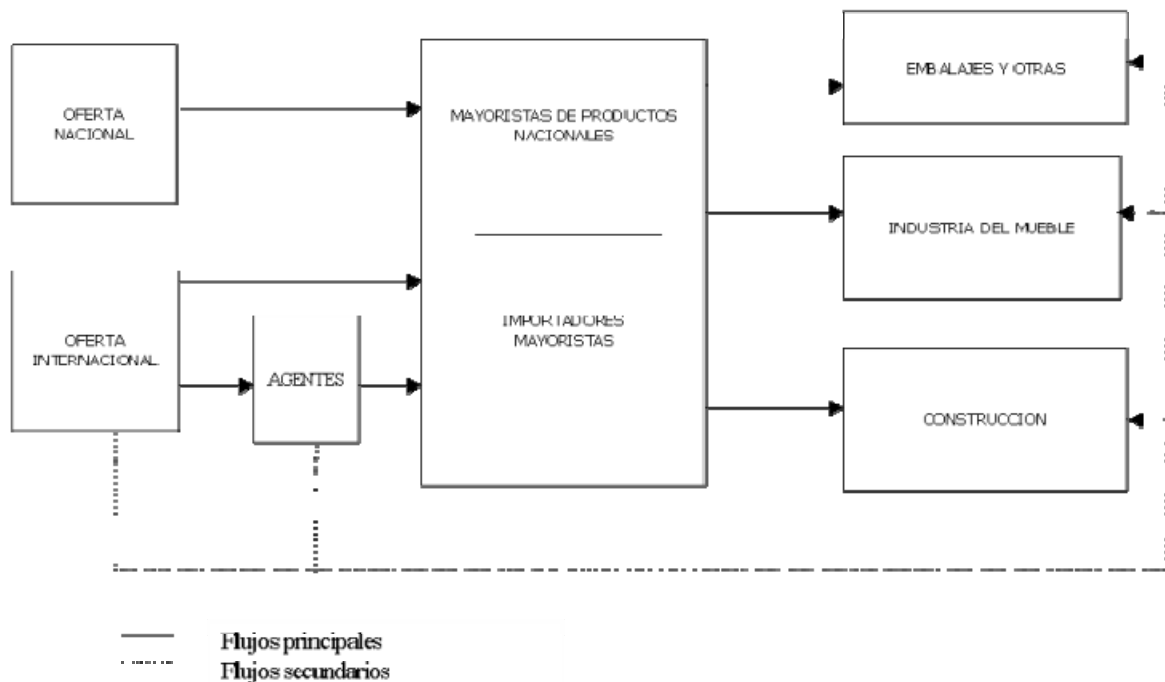
Los principales distritos industriales relacionados con la madera son:

Los principales distritos se encuentran en las regiones del Veneto, Friuli, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Abruzzo y Basilicata De éstos, los principales por cantidad de empleos en el sector son Veneto, Lombardia, y Friuli. Es importante señalar que también existen especializaciones al interior de los distritos. Por ejemplo:

- Friuli: principal centro a nivel mundial de producción de sillas,
- Marche: especializada en muebles de cocina,
- Veneto: Muebles artísticos y clásicos
- Basilicata: sillones y sofás
- Abruzzo: muebles de oficina
- Zona de Brianza en Lombardía: muebles de interior y exterior y puertas y ventanas

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Canales de comercialización



-La comercialización de la madera en Italia, se basa en los intermediarios: agentes de importación y comercio mayorista y no es comprada directamente por sus usuarios.

-Existe una gran cantidad de agentes. Predominan los agentes especializados por sobre los generales y operan agrupados particularmente en dos áreas: sector construcción y sector muebles y partes.

-En el caso de los agentes del sector muebles y partes, los agentes se especializan por rubros y zonas geográficas.

- Los agentes especializados tienen la principal cuota de las importaciones, por sobre los comercializadores mayoristas que actúan como importadores. Existe una asociación italiana que los agrupa (Fedecomlegno)

-Los aserraderos nacionales venden principalmente su producción al comercio mayorista o bien la destinan a la exportación. Solo en muy pocos casos actúan en el comercio de la madera.

-La zona norte del país es el principal importador de especies tropicales y templadas, para proveer a la industria de muebles y accesorios. La importación del sector construcción opera a nivel nacional y corresponde principalmente a especies coníferas.

-Madera nacional: se comercializa principalmente vía mayoristas italianos al utilizador final (existe muy poca disponibilidad en términos de volúmenes)

-Oferta extranjera: agentes principales actores entre probadores extranjeros e importadores mayoristas.

-Existe también flujo secundario: los consumidores finales se abastecen en línea directa con el proveedor extranjero o bien utilizando un agente intermediario.

VIII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los precios en el sector de la madera en Italia son fluctuantes y dependen principalmente de la disponibilidad de materia prima y de los resultados de la industria manufacturera en especial de muebles, donde Italia tiene un importantísimo rol internacional. Los precios también van a depender de las calidades y medidas de cada producto.

Referencias de precios "online" para algunos productos se pueden encontrar en los siguientes links:

<http://www.camcom.bz.it/servizi/wifo/prezzi/prezzi-it.php?x=4>.

http://www.infolegno.com/pdf/listino_legnami.pdf

Algunas referencias serían las siguientes, en relación a precios mayoristas puestos en bodega(sin Iva), entregados por importadores, cámaras de comercio y distribuidores :

1.- Madera Contrachapada: Varía su precio dependiendo de su espesor y del tratamiento que se utilice, como por ejemplo en el caso de contrchapado "marino". Un metro cuadrado de madera contrachapada tradicional de 4mm, tiene un precio promedio el 2010, que va entre los 4 y los 5 Euros al m2.

2.- Madera Aserrada: Presenta variaciones en relación a la variedad, calidad y espesor, algunos precios de referencia promedio del año 2010, son los siguientes:

Madera aserrada de Abeto de 1 categoría de 20-60 mm de espesor 620 al m3;

Madera aserrada de pino sueco U/S 320 Euros al m3;

Madera aserrada de Roble Europeo 950 Euros al m3;

Madera aserrada de Cerezo Americano, 27 mm 1.200 Euroa al m3

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Suecia, Finlandia, Rusia y Austria son los grandes proveedores de madera aserrada y troncos a Italia, principalmente de Pino y Abeto, la madera más usada en este mercado. Sus productos certificados tienen amplia aceptación en el mercado y realizan una campaña especializada promoviendo sus productos que son utilizados principalmente para la construcción. En el caso de madera de EEUU, que es el principal proveedor de madera más preciada, como Arce, Cerezo, Roble y otras, existe una certificación de calidad de su madera que les permite acceder a buenos precios por su calidad. En el caso de otros tipos de madera, no existen promociones o campañas especiales ya que corresponden principalmente a estrategias de precio y disponibilidad de variedades más exóticas, como es el caso de los países africanos y Brasil.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación de los productos de madera en Italia va a variar dependiendo del producto que se trate, ya que cada uno va a tener un embalaje especial de acuerdo a los usos y a la normativa europea. El aspecto más importante a considerar tiene que ver con una especial atención a los cambios de temperatura y Humedad, por lo cual las coberturas en cartón y plástico termorretráctil son usuales.

Algunos ejemplos de embalaje y presentación de madera aserrada importada en Italia:



www.eurolegnosas.it



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Se identificaron interesantes oportunidades para nuestros productos de madera en Italia, ya que se trata de un importante productor de manufacturas sin tener materia prima, sin embargo, estimamos muy necesario que los empresarios chilenos consideren los siguientes elementos para poder entrar con éxito a Italia:

Visitar ferias especializadas como XYLEXPO, para conocer los avances tecnológicos y los requerimientos del sector.

Conocer bien las exigencias del mercado en términos de calidades y certificaciones (es usual encontrarse con que los requerimientos de los posibles clientes italianos están muy por encima de otros países, como EEUU por ejemplo)

Tener muy claro los volúmenes exportables y a los cuales se pueden comprometer con sus posibles importadores.

Crear un sello que garantice al importador la calidad del producto, como por ejemplo las certificaciones detalladas en los puntos anteriores.

Por lo anterior, para abordar el mercado italiano se sugiere las siguientes acciones en concreto:

Realización de acciones de promoción y marketing adecuadas y constantes dirigidas a agentes y fabricantes de muebles y artículos de madera basadas en:

- Favorecer el desarrollo de alianzas estratégicas con enfoque de largo plazo y la realización de joint-ventures, aprovechando las ventajas comparativas que ofrece Chile respecto a abundante materia prima, mano de obra especializada y acceso a nuevos mercados a través de acuerdos de libre comercio negociados por Chile con otros países de la región.

- Invitar a Chile a expertos en diseño y desarrolladores de nuevos productos en madera, que permitan a los productores chilenos no sólo exportar madera contrachapada y/o aserrada sino también productos con mayor valor agregado.

- Establecer contacto con los diferentes distritos productores de muebles y productos de madera en Italia, a través de gremios o cámaras de comercio regionales. Esto con el fin de dar a conocer las características de la madera chilena.

- Invitación a Chile periodistas de medios especializados.

- Invitación a arquitectos italianos en colaboración con los importadores italianos.

- Participación en ferias del sector tales como Xylexpo o TECHNODOMUS, ferias bianuales entre las más importantes a nivel europeo, y/o apoyo a las empresas italianas importadores de productos chilenos que estén presentes en los eventos.

-Realización de material técnico de apoyo para agentes e importadores-mayoristas en idioma italiano

-Mantener presencia permanente en el mercado a través de visitas a clientes, realización de misiones empresariales

Nuestro Pino Radiata presenta nuevas oportunidades, en especial en cortes sin nudos y sin defectos, ya que gracias a sus características de buena absorción de pinturas y barnices se puede presentar como una excelente alternativa que no pasa de moda, a precios más competitivos comparados con la competencia de maderas de otras latitudes, que además presentan problemas de entrega, al tratarse la gran mayoría (con excepción del Abeto y otras coníferas) de maderas limitadas en su tala y utilización por tratarse de especies de lenta reforestación.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1.- Feria **XYLEXPO** (www.xylexpo.com). Del 08 al 12 de Mayo de 2012. Feria especializada en la tecnología y los accesorios de la industria de la madera. Milán.

2.- Feria **TECHNODOMUS** (www.technodomus.it) Del 20 al 24 de Abril de 2012. Feria internacional de la industria de la madera, de la construcción y del mueble. Rimini

3.- Feria **SAMULEGNO** (<http://www.fierapordenone.it/samulegno/index.html>). Ya realizada del 09 al 12 de Febrero de 2011, próxima edición el año 2013. Feria especializada en maquinarias y tecnología en la elaboración de la madera.

XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

<http://www.arsia.toscana.it/>

http://users.libero.it/petemalu/dizionario_legno/diz_legno_frames.html

<http://www.unifi.it/unifi/deeaf/bernetti/DOWNLOAD/pubblica/p52.PDF>

<http://www.federlegno.it>

www.istat.it (Instituto Nacional de Estadística)

<http://www.politicheagricole.it/>

www.il-legno.it

www.baldovin.it

www.bordiga.it

www.eurolegno.it

www.carotenutolegnami.it

www.ferrarilegname.com

www.alfanolegnami.com

<http://aidaonline.agenziadogane.it/nsitaric/index.html>

Documento Elaborado por: Juan Francisco de la Jara Hartwig jfdelajara@chileit.it