
PRODUCTOS CON OPORTUNIDADES DE DESARROLLO EN CHILE: PISOS DE MADERA. DANIEL SOTO Y JANINA GYSLING. INGENIEROS FORESTALES. INSTITUTO FORESTAL, CHILE. DSOTO@INFOR.CL ; JGYSLING@INFOR.CL. SEDE METROPOLITANA, ÁREA DE ECONOMÍA Y MERCADO.

RESUMEN

El Sector Forestal chileno muestra un importante desarrollo basado en las plantaciones forestales y una fuerte industria derivada de estas, pero la producción, que hoy reporta más de 5 mil millones de dólares anuales por retorno de exportaciones, está en una muy alta proporción cimentada en *commodities*, como pulpa y madera aserrada, entre otros, que involucran una limitada agregación de valor y resultan muy sensibles a los vaivenes económicos internacionales.

El Instituto Forestal, en la búsqueda de alternativas de innovación y diversificación productiva en el ámbito forestal, está realizando permanentemente estudios sobre productos con oportunidades de desarrollo en el país y con este objeto analiza diversos productos madereros y no madereros, sus posibilidades de desarrollo, sus mercados locales y externos, los volúmenes que se transan en el mundo y sus precios.

Recientemente se realizó un estudio sobre carbón vegetal, mucilagos de algarrobo (*Prosopis chilensis*) y pisos de madera, en el presente trabajo se presenta los resultados obtenidos para pisos de madera.

Palabras clave: Pisos de madera, mercado.

SUMMARY

The Chilean Forestry Sector has an important development based on the planted forests and the strong associated industry, however the production, which currently reports over than 5 thousand million dollars in exports, is composed in a very high proportion by commodities, as pulp, sawn wood and other products, which involves a limited added value and are highly sensitive to changes in the world markets.

The Forest Institute, in searching innovative alternatives and productive diversification in the forest area, is carrying out studies on development opportunities with different products, analyzing wood and non wood forest products, its development possibilities, the domestic and international markets, the volumes sold in the world and the prices.

Recently it was made a study on charcoal, *Prosopis* mucilage (*Prosopis chilensis*) and wood floors, results on the last, wood floors, are presented in this paper.

Key words: Wood floors, market.

INTRODUCCIÓN

En la época posterior a la Segunda Guerra Mundial, surgió con fuerza una serie de productos alternativos al piso de madera tradicional, entre los que destacan las alfombras y cubrepisos, el linóleo y sus variantes, y más tarde las baldosas y cerámicas. Su rapidez de instalación, facilidad de mantenimiento y precio, así como una oferta importante de diseños, hicieron que los consumidores estadounidenses y europeos los incorporaran rápidamente entre sus preferencias.

Sin embargo, desde inicios de los noventa se produjo un vuelco hacia lo natural y, en particular, hacia aquellos productos con mayor tradición y nobleza, situación que ha traído un renovado interés por los pisos de madera.

El tipo de piso de madera a instalar en una vivienda no es una decisión fácil. Más allá de la estética, se debe tener en cuenta numerosos factores, como el estilo de vida, la composición del grupo familiar y la capacidad de pago de cada persona. En todo caso, hay una amplia gama de variedades, todas con particularidades que las hacen especialmente atractivas.

Los pisos basados en madera pueden ser divididos en dos grandes categorías; pisos sólidos, donde se incluyen diversas variedades (parquet, pisos de ingeniería, etc.), y pisos laminados, que son aquellos elaborados sobre la base de un tablero de fibra. En Chile, la producción de pisos es marginal respecto de otros productos forestales elaborados y las importaciones superan en casi quince veces a las exportaciones. Estas importaciones han crecido casi a la misma velocidad que la construcción de viviendas, donde el producto encuentra su principal destino. Otro sector consumidor, de menor importancia relativa, es el comercial, destacándose su uso en *malls* y oficinas.

Es probable que los pisos laminados tengan menores posibilidades de desarrollo en Chile, debido a que este producto está estrechamente ligado a la industria de tableros de fibra, la cual está altamente concentrada, con una estrategia claramente destinada a la exportación de los tableros como tales, dejando un limitado espacio para el surgimiento de productores locales de este tipo de pisos. Además, el mercado mundial de este segmento es altamente competitivo, con empresas de gran escala y de larga trayectoria. Por el contrario, los pisos sólidos tienen mejores posibilidades de desarrollo dado que en el mercado mundial estos son enteramente fabricados con maderas latifoliadas (madera duras). El bosque nativo chileno, con la reciente aprobación de la ley de fomento a su manejo, abrirá nuevas oportunidades de aprovechamiento, especialmente para la mediana y pequeña empresa, teniendo la posibilidad de disponer de más y, en el futuro, de mejor madera para uso en la industria de productos elaborados. Complementa lo anterior, el crecimiento de determinados sectores consumidores en Chile y el exterior, que demandan productos más naturales.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Existen distintos pisos de madera y sustitutos disponibles en el mercado actualmente. En pisos de madera, hay dos grandes categorías principales: pisos sólidos y pisos laminados. Esta diferenciación tiene que ver directamente con el porcentaje de madera natural

que cada uno posee en su composición; pero además es importante mencionar que si bien compiten dentro de un mismo sector objetivo, los distintos pisos de madera se insertan en realidades algo distintas dentro del mundo de la industria forestal, puesto que se originan en segmentos diferentes que poseen sus propias características y dinámicas. Los pisos laminados se relacionan más bien con la industria del tablero aglomerado (MDF, HDF, partículas), mientras que los pisos sólidos y de ingeniería se relacionan con la industria de las maderas duras.

PISOS SÓLIDOS

Son tal vez los más antiguos en existencia. En inglés se les denomina comercialmente como *hardwood floors*, indicando con ello que son fundamentalmente elaborados con maderas de especies latifoliadas. Las características naturales de la madera entregan una apariencia visual que muchas otras alternativas intentan imitar, fortaleza que caracteriza a este tipo de pisos. La creciente demanda que han experimentado a lo largo del tiempo ha permitido que los productores avancen en nuevas variedades de pisos sólidos, con nuevos acabados superficiales y renovadas técnicas de instalación. Esto ha hecho que en la actualidad se diferencien tres tipos de pisos sólidos: piso sólido de $\frac{3}{4}$ ", piso de ingeniería y el longstrip.

- Piso Sólido Tradicional de $\frac{3}{4}$ "

Es el clásico piso sólido que se define como una tablilla de madera, generalmente de $\frac{3}{4}$ " de espesor, por $2\frac{1}{4}$ " (el más frecuente), $1\frac{1}{2}$ " ó $3\frac{1}{4}$ " de ancho y en largos que varían de 12" a 84". Cuando están instalados crean un hermoso efecto lineal, dando la sensación que incrementan el espacio. Estos pisos se encuentran en el mercado como productos terminados y sin terminar; el piso sólido terminado es aquel que ha sido sometido previamente en fábrica a algún tipo de tratamiento superficial para mejorar sus propiedades, mientras que el producto sin terminar corresponde a las tablas en bruto que, después de instaladas, se les aplica algún tratamiento. La principal ventaja de este tipo de pisos es su larga duración ya que pueden ser pulidos y renovados casi ilimitadas veces. Actualmente hay en el mercado varias alternativas que hacen que el piso de madera pueda estar disponible a un mayor número de personas a costos más bajos. Algunas variantes son los pisos impregnados con sustancias acrílicas, que otorgan aun más durabilidad y firmeza al piso sólido.

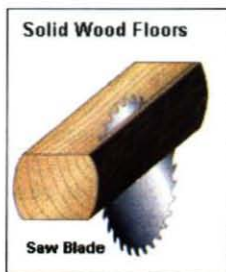


Figura N° 1
PISO SÓLIDO TRADICIONAL

El *parquet* es un tipo especial de piso sólido en el cual varias tablillas de madera se unen unas con otras para formar una pieza cuadrada de 12"x12". El resultado, luego de la instalación de estas verdaderas baldosas de madera, es de patrones geométricos que otorgan una imponente y hermosa decoración en el lugar.

- Piso de Ingeniería

Esta variante es cada vez más popular en el mercado y se trata de un piso que tiene una forma de elaboración similar a la de un tablero contrachapado. Normalmente entre 3 y 5 hojas de maderas, con sus fibras orientadas en distintas direcciones, son adheridas unas con otras utilizando presión y adhesivo, una última y delgada chapa de madera de alta calidad es adherida a una de sus caras, que será la cara visible del piso. La creciente popularidad de los pisos industrializados se debe a que son más accesibles que los pisos sólidos y son muy semejantes.

La principal desventaja respecto de los pisos sólidos es su menor vida útil, puesto que su repulido se encuentra limitado por el delgado espesor de su capa superior. Habitualmente, en el mercado este tipo de pisos vienen preparados para no ser pulidos más de tres veces.

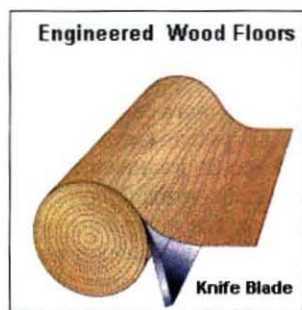


Figura N° 2
PISO DE INGENIERÍA

- Piso de Duelas (*longstrip flooring*)

Son similares en fabricación a los pisos de ingeniería y se forman por la adhesión de capas de madera. Normalmente sus dimensiones son de 86" de largo y 7 1/2" de ancho. La parte central es generalmente una pieza de madera sólida de bajo valor que se utiliza para hacer el perfilado donde irán las uniones. Una capa de madera de mejor calidad se adhiere en una cara y otra en la otra cara. La capa de mejor calidad de la cara visible está hecha, en realidad, de varias tablillas delgadas de madera más pequeñas (entre 17 a 18) que se extienden a lo largo del tablón formando tres filas de tablillas. Finalmente, se logra una única pieza o tablón.



Figura N° 3
PISO DE DUELAS

PISOS LAMINADOS

Muchos consumidores confunden este tipo de pisos con lo que en realidad es un método de instalación o colocación, conocido como pisos flotantes. Así, un piso laminado en realidad consiste en un tipo de lámina plástica adherida a una composición básica de madera.

El núcleo de esta estructura es generalmente de tableros de fibra de alta densidad (también existen de tableros de partículas), quedando a la vista una superficie de papel fotográfico el cual se encuentra protegido contra el desgaste por una lamina plástica.

Las principales ventajas de estos pisos es que son económicos y su duración es razonable. Entre sus limitaciones destacan su imposibilidad de ser pulidos y que la impresión fotográfica de la lámina, al ser generalmente de un determinado patrón que se repite, da un efecto en las uniones que resta credibilidad en la apariencia cuando el producto está instalado. No obstante, se trata de una alternativa que ha ganado una gran popularidad como opción para el acceso masivo de consumidores a un sustituto acorde con sus posibilidades económicas.



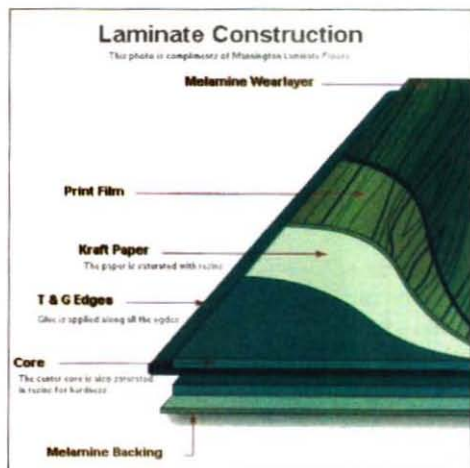


Figura N° 4
PISO LAMINADO

ANTECEDENTES DEL MERCADO MUNDIAL DE PISOS

La clasificación arancelaria para el comercio exterior de los pisos de madera sólida es bastante compleja y ha sido motivo de importantes debates tanto en Estados Unidos como en otros países. El lenguaje tarifario muchas veces es difícil entenderlo y aplicarlo, por la existencia de diferentes tasas para diferentes configuraciones de productos y especies madereras. En muchos casos existe traslape de productos, una terminología en desuso y en otros prima sólo la interpretación individual. Como consecuencia, los importadores y los agentes de aduanas tienen frecuentes problemas acerca de dónde clasificar el producto (HS 4409, 4412 ó 4418), aun cuando existen reglas de clasificación o pronunciamientos de tribunales que entregan alguna orientación.

Para el caso de los pisos laminados la situación es algo similar. El encabezado 4411 tiene en primer lugar una separación general por densidad, luego por espesores y finalmente por uso. Ello, entonces, dificulta la posibilidad de obtener estadísticas de comercio separadas, por ejemplo, entre tableros de fibra con recubrimiento melamínico y "tableros" laminados (pisos laminados). En Estados Unidos se ha realizado intentos por incorporar algunas enmiendas para perfeccionar el Sistema Armonizado; desde el año 2007 las importaciones de pisos laminados se clasifican en el código 4411.92.40.00, pero de acuerdo con productores norteamericanos, muchos importadores siguen utilizando el 4411.92.30.00, ya que éste último ingresa con 0 arancel (estos dos códigos son los continuadores de 4411.19.40.00 y 4411.19.30.00, respectivamente, vigentes hasta 2006).

Estados Unidos

En Estados Unidos, la demanda de pisos laminados registra actualmente un crecimiento

en torno al 15% anual, comparado con el 4,8% de expansión que estarían registrando los pisos sólidos. De acuerdo a las últimas cifras disponibles, la industria local estima que el tamaño del mercado estadounidense para pisos laminados es de US\$1.350 millones (2005), con ventas que han crecido aceleradamente desde que fueron introducidos al país. Entre 2000 y 2005 el sector de los laminados creció a una tasa anual de 19%, sin embargo, para los próximos años se espera una reducción producto de la desaceleración en el ritmo de construcción de viviendas.

Para el 2014 se prevé que los pisos laminados superarán ampliamente al consumo de los pisos sólidos, con 274 millones de m² el primero, respecto de los 167 millones m² el segundo, compuesto en ambos casos por productos nacionales e importados (Koenig, 2006).

El incremento en la demanda de pisos laminados en Estados Unidos se debe a variados factores, entre los cuales destacan su creciente familiaridad entre los constructores y los clientes de viviendas, sus mejoradas propiedades de uso y su resistencia a las manchas. Además, han jugado un rol importante en las preferencias del consumidor las diversas opciones de estilo que existen en la oferta, como inscripciones en relieve o superficies texturizadas, las cuales pueden lograr apariencias muy similares a las cerámicas, a precios bastante más bajos.

Por su parte, los tradicionales pisos sólidos, aunque pueden ser imitados por los pisos laminados, son altamente demandados para residencias de lujo y recintos comerciales puesto que en estos nichos, los consumidores prefieren inclinarse hacia productos "verdaderos" y no imitaciones, como lo estarían haciendo los laminados. Estos segmentos serán básicamente los que conducirán la demanda de pisos sólidos en los próximos años.

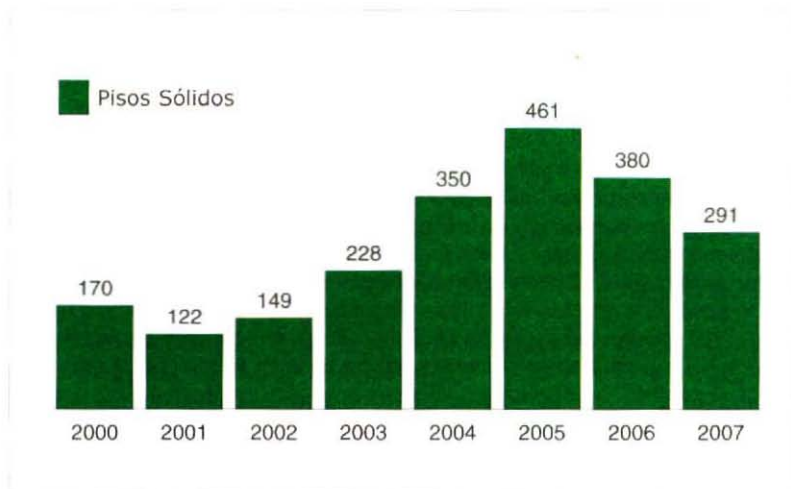
En la actualidad, los pisos sólidos tienen la mayor participación de mercado en el segmento de los pisos no resilientes¹ con el 42%, en el cual también participan los pisos laminados, con el 25%. El crecimiento de ambos tipos (sólidos y laminados) se ha estado dando a expensas de las alfombras, como consecuencia de las preferencias de los consumidores por productos de lujo y ambientalmente amigables en sus hogares.

El crecimiento en los pisos sólidos y laminados se ha constatado también por un aumento de las importaciones y se espera que en los próximos años mejore. Para 2009 se estima que los embarques de pisos laminados y sólidos bordearán los 112 millones m² cada uno, mientras que para 2014 los laminados se acercarán a los 172 millones de m², superando en casi 47 millones m² al volumen importado de pisos sólidos (Koenig, 2006).

Otro antecedente disponible es el valor importado por EE.UU. en pisos sólidos. Como se observa en la Figura N° 5, el *peak* se alcanzó en el año 2005 con importaciones por US\$ 461 millones, las que en los dos años siguientes bajaron significativamente como resultado directo de la caída experimentada por la construcción habitacional.

1-Resiliencia en ingeniería para materiales con ciertas propiedades de rotura frente al impacto, con poca resistente a la rotura. En el mercado de los pisos se utiliza generalmente este término con el fin de clasificarlos; no resilientes se clasifican aquellos fabricados en madera, piedra, baldosas, ladrillo, bambú y vidrio; resilientes destacan el linóleo, vinílico, corcho, goma, asfalto y cuero. Los pisos suaves incluyen básicamente a las alfombras.

Los cada vez mayores costos de las maderas, en especial las exóticas, así como los costos de las cosechas forestales, harán que particularmente el segmento de los pisos laminados se vea favorecido por una irrupción de las importaciones a Estados Unidos. Por otro lado, pese al estancamiento experimentado por la construcción de nuevas viviendas en el país, los pisos laminados igualmente verán un crecimiento debido al sector de las remodelaciones y ampliaciones. A esto contribuirá una mayor oferta y precios más convenientes por parte de las grandes cadenas mayoristas y centros especializados en materiales para la construcción que conducirán la demanda en el corto plazo, haciendo más accesible y familiar el producto al cliente residencial. Dado que la nomenclatura no permite diferenciar el comercio internacional de pisos laminados, sólo se puede señalar por algunas referencias bibliográficas que los principales países abastecedores de estos pisos al mercado de EE.UU son Canadá, China y Alemania, coincidiendo los dos primeros como principales abastecedores de pisos sólidos de madera, tal como lo muestra el Cuadro N° 1.



Fuente: INFOR, 2008 (con cifras de US International Trade Comisión, 2008)

NOTA: Los códigos HTSUS utilizados fueron: 4409102000, 4409202530, 4409202550, 4409202560, 4409292530, 4409292550, 4409292560, 4418300000, 4418711000, 4418712000, 4418719000, 4418722000, 4418729000 y 4418790000.

Figura N° 5
IMPORTACIONES DE PISOS SÓLIDOS EN ESTADOS UNIDOS
 (US\$ millones)

Cuadro 1
IMPORTACIONES DE PISOS SÓLIDOS EN ESTADOS UNIDOS, POR PAÍS.
(US\$ millones)

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
China	8,9	7,8	16,4	41,2	115,8	173,2	133,0	113,0
Canadá	12,4	5,3	16,1	39,1	28,8	17,4	10,2	56,0
Brasil	10,9	8,0	10,6	22,6	60,6	104,9	68,6	30,5
España	17,3	9,5	5,8	4,6	5,6	7,1	13,0	13,8
Indonesia	27,4	18,6	17,1	21,1	24,8	20,6	18,8	12,5
Malasia	20,0	8,7	7,2	7,7	6,3	10,0	9,6	9,2
Holanda	1,4	1,7	1,6	1,6	1,1	1,6	6,1	7,1
Italia	1,2	1,0	3,0	7,2	7,4	7,8	7,1	5,1
México	2,9	2,3	2,4	4,7	9,7	11,2	9,9	4,5
Tailandia	13,9	5,2	8,5	6,9	3,9	4,9	3,2	4,4
Otros	53,7	54,3	60,7	70,9	86,0	102,5	100,9	34,8
TOTAL	170,0	122,4	149,4	227,6	350,0	461,2	380,4	290,9

Fuente: INFOR, 2008 (con cifras de US International Trade Comisión, 2008).

NOTA: Los códigos HTSUS utilizados fueron: 4409102000, 4409202530, 4409202550, 4409292530, 4409292550, 4409292560, 4418300000, 4418711000, 4418712000, 4418719000, 4418722000, 4418729000 y 4418790000.

De acuerdo a la opinión de expertos, las importaciones de pisos, en general de bajo costo, hasta el momento no han causado perjuicios económicos a la industria estadounidense, a diferencia de lo sucedido en Canadá, donde una agrupación de productores locales de laminados argumentó al Tribunal de Comercio Internacional de su país, un serio *dumping* de los productos exportados por China y Francia. Como resultado, fueron aplicados impuestos a las importaciones de algunos ítems arancelarios.

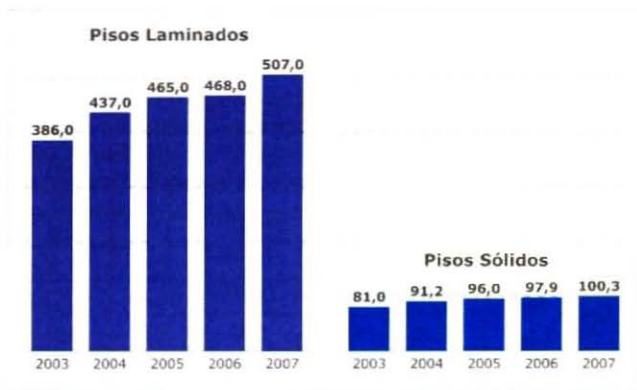
Europa

Los pisos de cerámica y las alfombras son los dos principales tipos de pisos utilizados en Europa, en tercer lugar se ubican los pisos laminados, luego los vinílicos y en quinto lugar aparecen los pisos de madera sólida. Otros tipos de pisos tienen menos del 4% de participación.

De acuerdo con la Agrupación de Productores de Pisos Laminados de Europa (EPLF), el primer piso laminado fue lanzado en Suecia en 1989. En la actualidad, Europa es lejos el más grande mercado para pisos laminados en el mundo, estimado en 617 millones m² en 2007. El Medio Oriente es el segundo mayor mercado, seguido en tercer lugar por Estados Unidos. Estos tres mercados reúnen el 88% del mercado mundial de pisos laminados.

Por su parte, los pisos sólidos también tienen relevancia en el mercado europeo. Se estima que la producción de pisos sólidos en el año 2007 fue cercana a los 100 millones m², con

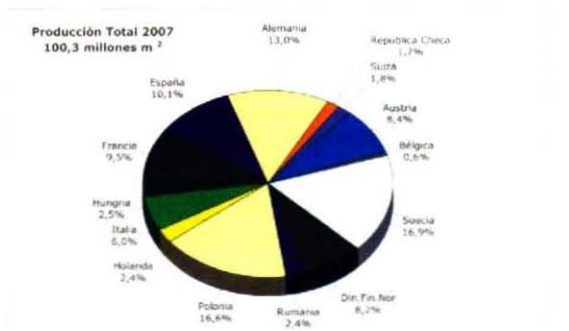
un consumo que superó los 112 millones m². La actividad productiva de estos pisos en Europa ha crecido constantemente con los años así como el consumo interno; en 1990 la producción era de 35 millones de m², en tanto que se consumían cerca de 45 millones de m².



Fuente: European Producers of Laminate Flooring, 2008;
European Federation of the Parquet Industry, 2008

Figura N° 6
PRODUCCIÓN DE PISOS EN EUROPA
(Millones de m²)

En el segmento de los pisos sólidos, los principales países productores en Europa son Suecia, Polonia, Alemania y España, todos los cuales han experimentado un importante crecimiento en los últimos 5 años. Cabe destacar el caso de España, país que casi triplicó su producción entre 1998 y 2007.



Fuente: European Federation of the Parquet Industry, 2008.

Figura N° 7
PRODUCTORES DE PISOS SÓLIDOS EN EUROPA, 2007
(Millones de m²)

ANTECEDENTES DEL MERCADO DE PISOS EN CHILE

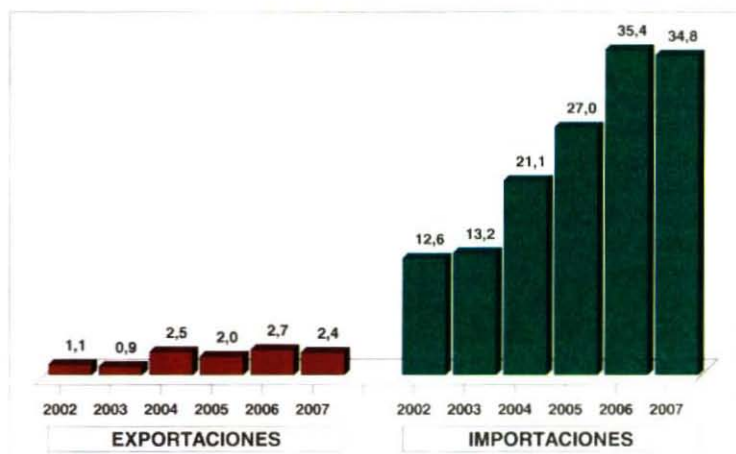
Las cifras de comercio presentadas en este capítulo considera todos los tipos de pisos basados en madera, es decir, elaborados en madera maciza, en base a tableros de fibra, partículas o chapas, con láminas superficiales de madera natural o sintética, de diversos tamaños, espesores y otros. Las cifras presentadas fueron obtenidas de la base de datos del Instituto Forestal (INFOR), donde se ha registrado a todos estos tipos de pisos en las estadísticas periódicas de comercio exterior bajo la rúbrica "tablas y tableros para pisos"². Esto, debido que son varias las glosas arancelarias que registran pisos de madera y que muchas de ellas no son específicas.

La base de datos de comercio exterior del Instituto Forestal entrega una buena aproximación al monto exportado e importado de la totalidad de pisos de madera, puesto que la institución revisa mes a mes el detalle de las descripciones de todas las mercancías forestales contenidas en las declaraciones de salida (exportaciones) y de ingreso (importaciones) en el país.

Las glosas arancelarias del Arancel Aduanero de Chile que describen explícitamente pisos de madera son: 4409.1021 (tablillas y frisos para parqués), 4418.7100 (tableros ensamblados para suelos en mosaico), 4418.7200 (los demás, multicapas) y 4418.7900 (los demás). De acuerdo con INFOR, los pisos laminados son registrados aduaneramente en las mismas glosas de los tableros de fibra de madera (4411), situación que dificulta obtener cifras por separado.

El comercio exterior de Chile de pisos de madera se observa en la Figura N° 8. El predominio del producto importado queda de manifiesto en las cifras expuestas, donde los montos en importaciones superan en casi quince veces a las exportaciones. Como consecuencia, es posible observar en el mercado local una amplia oferta de pisos basados en madera: pisos laminados, foto laminados, pisos sólidos, de ingeniería, *parqués* y otros, tanto en tiendas especializadas en servicio y productos de construcción y decoración, como en las grandes cadenas comerciales del tipo "home".

²-Para la clasificación de los productos exportados e importados el Instituto Forestal utiliza la Clasificación de Productos y Actividades Económicas (CAEF) que tiene similitud con el Arancel Armonizado (SA) y con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU). Se utilizará como sinónimo para este capítulo el concepto "pisos de madera".



Fuente: INFOR, 2008.

Figura N° 8
Exportaciones e importaciones de pisos de madera en Chile
(US\$ millones)

Países de Origen y Destino de los Pisos de Madera

Alemania es el principal origen de los pisos de madera, situación que se ha mantenido en los últimos seis años, duplicando el monto importado entre 2002 y 2007. En 2002, este mercado representaba más de la mitad del monto importado, participación que se redujo al 33% en 2007. En tanto, Austria, que se ubicó en el tercer lugar de países proveedores en 2007, mostró un crecimiento importante desde 2002, pero con un gran salto positivo en su participación relativa, de 3 a 16%.

Cuadro N° 2
MONTO IMPORTADO DE PISOS DE MADERA EN CHILE SEGÚN PAÍSES DE ORIGEN
(US\$ millones)

PAIS ORIGEN	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alemania	6,64	5,72	11,71	13,34	16,10	11,58
China	0,08	0,19	0,21	1,53	2,07	7,06
Austria	0,34	0,57	1,27	2,80	3,93	5,46
Brasil	1,26	1,46	2,54	3,10	3,65	2,91
Polonia	0,46	0,69	0,62	0,90	1,22	1,30
Suiza	0,11	0,07	0,05	0,20	1,10	1,12
Malasia	0,14	0,22	0,11	0,37	1,02	1,08
Bélgica	1,19	1,40	1,25	0,78	1,56	1,04
Otros	2,36	2,85	3,36	3,98	4,73	3,23
TOTAL	12,58	13,17	21,12	27,00	35,38	34,78

Fuente: INFOR, 2008.

Nota: Ordenamiento de países según monto descendente 2007.

Cabe destacar a China dentro de los países proveedores, toda vez que en 2002 prácticamente era marginal en su aporte al monto importado total, pero que con el transcurso de los años se convirtió en el segundo mayor proveedor. En especial, el salto entre 2006 y 2007 tiene su principal causa en la reducción de un 20% en el arancel, en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Chile y ese país, cuya vigencia comenzó el 1° de enero de 2007. La negociación, que fijó reducciones porcentuales de diez puntos anuales en la preferencia, tendrá también un importante efecto en las futuras importaciones de pisos de madera desde China.

Por otra parte, las exportaciones de pisos de madera se han concentrado casi exclusivamente en Estados Unidos en los últimos años, aunque a comienzos de esta década Italia se coronaba como principal destino junto con otras naciones europeas.

Cuadro N° 3
MONTO EXPORTADO DE PISOS DE MADERA SEGÚN PAÍSES DE DESTINO
(US\$ millones)

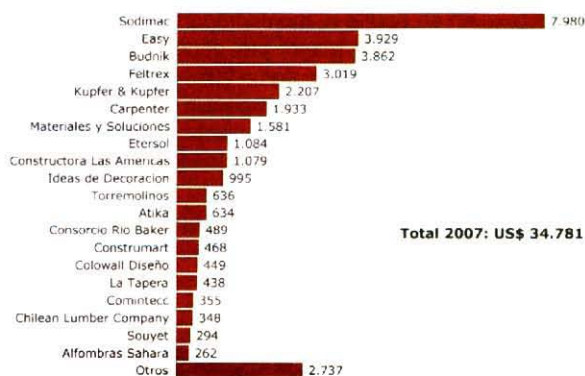
PAIS DESTINO	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EEUU	0,30	0,55	1,67	1,73	2,39	2,32
Rusia			0,03	0,04		0,04
Italia	0,69	0,26	0,54	0,11	0,13	0,04
Otros	0,12	0,08	0,23	0,12	0,20	0,03
TOTAL	1,12	0,89	2,47	2,00	2,72	2,42

Fuente: INFOR, 2008.

Nota: Ordenamiento de países según monto descendente 2007.

Empresas Importadoras y Exportadoras en Chile

Como muchos bienes importados de uso final, los pisos de madera provenientes del exterior son adquiridos mayoritariamente por las mismas empresas que realizan la venta al cliente final en el mercado, es decir, sin la presencia de intermediarios. En los últimos años, las dos cadenas del retail de la construcción más grandes del país, SODIMAC e EASY, son las que registran las mayores importaciones de pisos de madera. Más atrás se encuentran otras empresas de menor tamaño del rubro decoración y terminación, como Budnik, Feltrex, Kupfer & Kupfer y Carpenter. Estas seis compañías reportaron en el año 2007 el 66% del monto total importado de pisos de madera a Chile. Entre 80 a 100 empresas nacionales son las que anualmente importan pisos de madera (Figura N° 9).



Fuente: INFOR, 2008

Figura N° 9 EMPRESAS IMPORTADORAS DE PISOS DE MADERA EN CHILE, 2007 (US\$ miles)

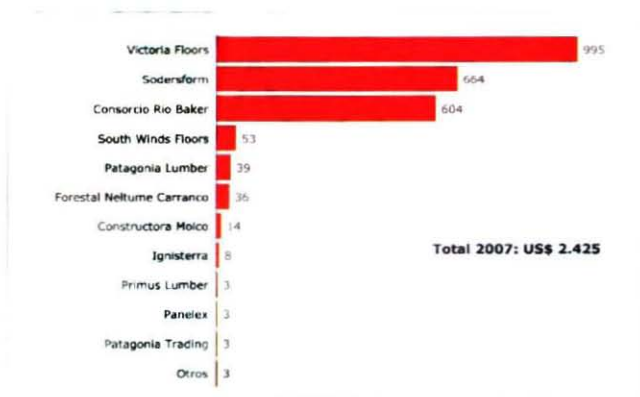
La amplia variedad de propiedades y beneficios que ofrecen los productos de madera como recubrimiento de suelos, hace que las empresas las utilicen fuertemente en sus estrategias de promoción, que normalmente entregan al momento de realizar una compra. Junto con ello, la procedencia del piso también juega un rol especial a la hora de ofrecer el producto, con frecuentes recomendaciones de mayor calidad para el producto originario de Europa, respecto de otros orígenes.

El servicio de instalación es una importante fortaleza que se asocia a la venta de pisos de madera y es incorporado agresivamente por los principales importadores para poder diferenciarse de la competencia. Se requiere contar con instaladores expertos que puedan optimizar la superficie a instalar, efectuar labores previas a la superficie, lograr uniones sin defectos entre piezas, instalar molduras y perfiles de terminación y sujeción y muchos otros aspectos, para lograr así una perfecta superficie instalada.

En cuanto a las exportaciones, entre los años 2000 y 2007 no más de 16 empresas han realizado envíos al exterior de pisos de madera. Entre 2000 y 2002, los líderes fueron las compañías SOSUR S.A. y NOVALAND S.A.; en los tres siguientes años sobresalieron Casablanca S.A. y Forestal Neltume Carranco S.A., mientras que el último trienio han dominado Victoria Floors S.A., SODERSFORM S.A. y Consorcio Río Baker S.A. (Figura N° 10).

El sector de la construcción de viviendas es un importante consumidor de este tipo de recubrimientos de suelos, así como los grandes proyectos comerciales tipo *mall*, oficinas y otros. Se puede observar una relación bastante estrecha entre la edificación de viviendas y la importación de pisos de madera con el transcurso de los años, ambas con una tendencia creciente.

Además, es de especial importancia el recambio de superficies en las viviendas existentes que, aunque más difícil de obtener estadísticas, se considera asociado a determinados segmentos socioeconómicos de la población, principalmente medio a alto.

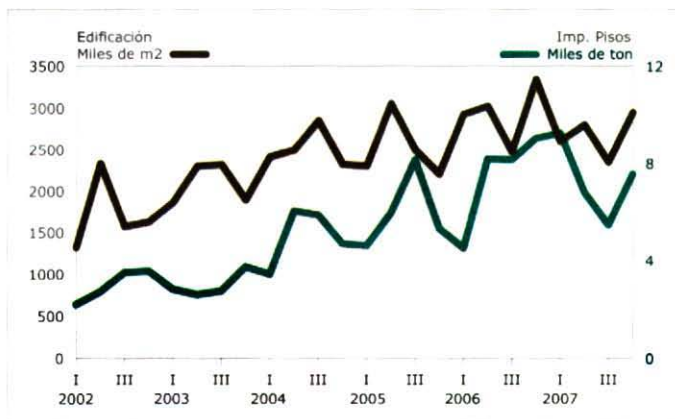


Fuente: INFOR, 2008

Figura N° 10
EMPRESAS EXPORTADORAS DE PISOS DE MADERA EN CHILE, 2007
(US\$ miles)

De acuerdo con la Cámara Chilena de la Construcción, esta actividad mantiene un gran dinamismo, no obstante durante 2008 se desacelerará en relación al año pasado. La cifra de crecimiento prevista para el sector, de 6,5%, es menor al 8,3% experimentado el año 2007 y representa también una leve caída en las expectativas respecto de lo previsto en el informe presentado en diciembre de 2007. Esto último se explicaría por una proyección de expansión algo menor en el subsector de infraestructura (10,9% vs. 11,8%), en tanto el sector vivienda mantiene una proyección negativa de crecimiento (-1,5%). Este ajuste de proyección refleja el mayor grado de incertidumbre que se ha instalado en la economía nacional en estos meses como consecuencia de la crisis internacional, así como también la incidencia que tendrían algunas modificaciones tributarias, como el IVA a la construcción, y eventuales cambios regulatorios al mercado laboral.

Por ello, es posible pensar que el año 2008 concluirá como un escenario conservador en materia de consumo de materiales para construcción. En particular podría esperarse que, a lo menos, la importación de pisos de madera mantenga un nivel similar a la cifra de 2007.



Fuente: Cámara Chilena de la Construcción, 2008; INFOR, 2008.

Figura N° 11
EVOLUCIÓN DE LA EDIFICACIÓN DE VIVIENDAS (m²) VS.
IMPORTACIÓN DE PISOS DE MADERA (t) EN CHILE

Precios

Los pisos de madera tienen variadas características tanto de funcionalidad como de acabado, lo que hace que en el mercado exista un amplio rango de precios. Se puede observar diversos espesores y clasificación por niveles de tráfico, por propiedades adicionales para mejorar aislación térmica y acústica, especies madereras en el caso de pisos sólidos, así como variados tipos de recubrimientos decorativos, tonalidades, brillo, vetas, entre otros.

Cuadro N° 4
PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL DE PISOS DE MADERA EN CHILE
(US\$ millones)

Producto	Dimensiones (espesor x ancho x largo)	Precio (\$/m ²)
Piso Laminado	8 mm x 19 cm x 121,5 cm	5.030
	8 mm x 19,4 cm x 128,6 cm	6.990
	8 mm x 19,3 cm x 138,0 cm	8.490
Piso Sólido	8 mm x 24 cm x 24 cm	9.990
	19 mm x 82,5 cm x 210 cm	15.990
	18 mm x 10,1 cm x 140 cm	32.990

Fuente: www.sodimac.cl; www.easy.cl; www.clc.cl.

	PRECIO FOB (US\$/m ²)	PRECIO CIF (US\$/m ²)	PRECIO Mercado Interno (US\$/m ²)
Piso Sólido (8x60x600) Procedencia : BRASIL	18,5	20,0	34,4
Piso Sólido (8x240x240) Procedencia : BRASIL	9,7	10,6	18,1
Piso Laminado (8x193x1380) Procedencia : AUSTRIA	5,4	6,0	16,5

Fuente: INFOR, 2008: www.sodimac.cl; www.easy.cl
Nota: Precios de diciembre 2007

Figura N° 12
PRECIOS DE ALGUNOS TIPOS DE PISOS DE MADERA EN CHILE

Si bien existen en el mercado variedades de pisos bastante más accesibles al consumidor, el piso de madera (sólidos o laminados), en general, está orientado más bien a estratos socioeconómicos medio y alto. Estos segmentos de clientes, al verse comparativamente menos influenciados por los vaivenes de la economía que los sectores de más bajos recursos, son los que guiarán la demanda de pisos de madera en el futuro.

A nivel de sectores de la economía, la construcción es la que determinará el futuro de los pisos de madera que se demandarán. En el subsector de los edificios de departamentos, el predominante uso de pisos laminados ya es un integrante normal de la oferta que tienen distintas inmobiliarias, y podría decirse que ya superó la moda que en algún momento experimentó el producto y las aprehensiones sobre sus características y cualidades. En otros segmentos, como las casas, oficinas y distintos proyectos comerciales, los pisos de madera aún compiten con otras superficies alternativas, por lo que aquí primará más bien el conocimiento del producto y la relación precio-calidad.

Con el paso de los años, las alfombras de muro a muro han ido cediendo terreno sistemáticamente a los pisos de madera, que destacan por entregar un aspecto natural a los recintos. La madera se percibe como un material que entrega una sensación más cálida y armoniosa que los demás pisos, produciendo una ambientación diferente. La industria de los pisos de madera está dando que hablar y todo indica que lo va a seguir haciendo. Existirá una profesionalización cada vez mayor en las técnicas de fabricación, especialmente en los fotolaminados. La tendencia mundial es a hacer productos que se asemejen cada vez más a la madera natural, en tanto otros aseguran que aumentará la osadía en las distintas variedades, como desarrollos exclusivos en texturas y colores más atrevidos, con mayor presencia de nudos, todo ello a la par con la tendencia rústica que está despegando con fuerza (Portal Inmobiliario, 2008).



Cabe señalar que si se considera la importante disponibilidad de madera, especialmente las perspectivas que pueden abrirse con la Ley de Bosque Nativo, se abren interesantes posibilidades para el uso de maderas duras en la fabricación de diversos productos con valor agregado, entre ellos los pisos sólidos y de ingeniería.

CONCLUSIONES

La tendencia de las últimas décadas a consumir productos más naturales, marca un retorno de los pisos de madera en el mercado mundial, después de años de sustitución por cerámicas, alfombras, cubre pisos y otros materiales que se han usado con mucho éxito para recubrir pisos en habitaciones y comercios.

Los pisos de madera se clasifican en dos grandes grupos: los pisos sólidos y los laminados, siendo los primeros propiamente de madera, en tanto que los segundos tienen un alma de tableros de fibras de madera recubiertos por láminas de papel y plástico.

El comercio internacional de pisos es difícil de cuantificar porque no hay una clasificación arancelaria suficientemente explícita para cada tipo de producto, de tal manera que muchas veces los pisos aparecen en la misma glosa arancelaria que tableros u otros productos de madera.

En EEUU la demanda por pisos laminados muestra una tendencia de crecimiento significativo, estimándose que para el año 2014 el país consumirá un total de 274 millones m², lo que se compara con los 167 millones m² estimados para el consumo de pisos sólidos. Más de la mitad de este consumo provendrá del exterior, con importaciones estimadas en 172 millones m², en el caso de pisos laminados, y 125 millones m², en pisos sólidos. Entre los principales proveedores externos de pisos laminados se encuentran Canadá, China y Alemania, mientras que en pisos sólidos también dominan Canadá y China, pero luego se ubica Brasil.

Europa es una gran región productora de pisos, particularmente de pisos laminados. En el año 2007 produjo 507 millones m² de estos pisos, en tanto que la producción de pisos sólidos alcanzó a los 100,3 millones m². De acuerdo a la organización gremial de los productores de pisos laminados de Europa (EPLF), la región es lejos el principal mercado del mundo en este rubro, con una demanda anual estimada en 617 millones m², lo que revela la necesidad de importar al menos unos 110 millones m².

En Chile, el mercado de pisos de madera también ha mostrado una gran actividad en los últimos años, estimulado por el auge en la construcción de viviendas nuevas y también por la gran tendencia que existe por sustituir alfombras y otros tipos de revestimientos por estos pisos, considerados más acogedores y naturales.

De acuerdo a cifras de INFOR, considerando todos los tipos de pisos de madera en el 2007 las importaciones chilenas alcanzaron a US\$ 34,8 millones, con una leve baja respecto del año anterior, pero casi tres veces más grande que el monto importado en el 2002. Al mismo tiempo, se realizaron exportaciones por US\$ 2,4 millones, lo que se compara con US\$ 1,1 millones exportados en 2002. En las importaciones participan entre 80 a 100 empresas, la mayoría como importadores directos.

REFERENCIAS

Cámara Chilena de la Construcción, 2008. Estadísticas: Permisos de Edificación. En <http://www.cchc.cl/estadisticas/cgi/pe.asp>

European Federation of the Parquet Industry, 2008. Facts & Figures: Statistics 2007. En <http://www.parquet.net/eng/setfep.htm>

European Producers of Laminate Flooring, 2008. Sales Statistics. En <http://www.eplf.com/en/statistics/statistics.html>

INFOR, 2008. Base de datos de Exportaciones e Importaciones. Instituto Forestal. Unidad de Estadísticas. Sede Metropolitana. Santiago, Chile.

Koenig, K., 2006. U.S. Flooring Trends Good for Wood: A recent study project laminate and hardwood flooring will continue to gain market share at the expense of carpet and vinyl. Feb. 2006. En http://findarticles.com/p/articles/mi_m3156/is_2_111/ai_n24982766/?tag=content;col1

Portal Inmobiliario, 2008. El Mundo de los Pisos de Madera. 25 marzo, 2008. En <http://www.portalinmobiliario.com/diario/noticia.asp?NoticialD=8605>

United State International Trade Commission, 2008. USITC Interactive Tariff and Trade Data Web, Version 3.1.0. En http://dataweb.usitc.gov/scripts/user_set.asp

