

El mercado del mueble en Chile

El mercado del mueble en Chile

Este estudio ha sido realizado por Guillermo de Diego Morillo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santiago de Chile

Agosto 2004

INDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
I. INTRODUCCIÓN	6
1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS	6
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	6
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	6
1.1. Tamaño de la oferta	6
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	9
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	26
2.1. Producción	26
2.2. Obstáculos comerciales	30
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	31
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	31
1.1. Canales de distribución	31
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	33
2.1 Estrategias de canal	33
2.2 Estrategias para el contacto comercial	33
2.3 Promoción y publicidad	34
2.4 Tendencias de la distribución	36
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (AGRO+CONSUMO+SERVICIOS)	38
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	38
1.1. Factores sociodemográficos	38
1.2. Factores económicos	39
1.3. Distribución de la renta disponible	40
1.4. Tendencias sociopolíticas	41
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	42
2.1. Hábitos de consumo	42
2.2. Hábitos de compra	49
2.3. Preferencias	49
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	49
1. INFORMES DE FERIAS	51
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	51
3. BIBLIOGRAFÍA	72

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Por el lado de la oferta, poco a poco la industria se va adaptando tecnológicamente, agregando al proceso productivo mayor capital y maquinaria más compleja, importada en prácticamente todos los casos, de países como Italia, Alemania, España, salvo el caso de la maquinaria elemental, que es de origen chileno, pudiendo competir con la oferta extranjera especialmente en segmentos medios. Además, por el carácter aperturista de la economía chilena, el mercado es más permeable a todo lo que viene de fuera.

En cuanto a la demanda, se prevé un período de notable crecimiento económico, en torno al 5% al menos para los siguientes dos años, si bien, este incremento no siempre se traslada y distribuye de igual forma a la población, sí que se espera que, en el ámbito de la construcción y en general, empresarial, esta mejora del PIB tenga un efecto dinamizador importante, cuyos efectos de arrastre incluyan al sector del mueble.

El mercado de mueble residencial, es decir el mueble para el hogar, está adquiriendo cada vez más relevancia, por estar el gusto chileno cada vez más influenciado por las corrientes extranjeras. Sin embargo para la empresa española se estima más interesante el mercado institucional, de colectividades, el cual se organiza en torno a propuestas, licitaciones, y para el que se requiere un contacto más próximo para tomarle constantemente el pulso al mercado. Una vez que el mueble español se haya hecho un espacio propio dándose a conocer a través de los profesionales, la parte residencial o de cliente final será más accesible.

Por otra parte, respecto al llamado mueble de diseño o contemporáneo, se han de aprovechar las oportunidades que brinda el bajo nivel de desarrollo tecnológico chileno asociado a ese tipo de mueble, que hace muy difícil su producción industrial. Dichas oportunidades se presentan bien en forma de transferencia tecnológica a través de joint-ventures, o a través de una eficaz promoción unificada o conjunta del mueble español.

Una forma acertada de representación conjunta del mueble español sería aquella que por medio de algún representante o concededor del sector, facilitase la difusión, el contacto con posibles compradores, la realización y tramitación de la importación, etc. Igualmente importante es el contacto a nivel personal, previo al contacto comercial o de difusión de la oferta.

Una de las áreas que mayor auge puede cobrar en los próximos años, sería el área hospitalaria, con la expansión tanto en número como funcional, que se presume van a experimentar las actuales clínicas, en las que los requerimientos de mobiliario médico y quirúrgico de cierta complejidad, y elevado componente tecnológico, podrían ser de relevancia, así como, el resto del equipamiento que revestirá las áreas administrativas, de gestión y recepción de estas construcciones.

Como principales países competidores, destaca el recurrente caso del mueble italiano, que sigue siendo la referencia para el público, especialmente en lo que a diseño se refiere. No hay que olvidar sin embargo, el caso de Brasil, como un competidor muy importante a todos los niveles, por gozar este país de una potente industria que abarca todo tipo de muebles, disfrutando además de la ventaja que la cercanía al mercado supone. De igual manera, Argentina, poco a poco se va posicionando y al igual que ocurre en Chile, existe una sobrecapacidad instalada en la industria, por lo que se ve emplazada a expandirse fuertemente. No reúne, sin embargo, en muchos casos, la capacidad tecnológica para hacer frente al mueble español.

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

En primer lugar se da a conocer la oferta existente en el país, con los datos obtenidos, posteriormente se analiza la oferta extranjera en el país, la cual tratará de analizarse a través de las cifras estadísticas disponibles, para mejor conocimiento de cual es nuestra competencia en el mercado.

Una vez analizada la oferta, entraremos en el ámbito de la demanda, entre las 4 categorías de muebles que podrían ser más relevantes desde el punto de vista de la oferta española:

- Mueble de oficina
- Mueble de Hogar
- Mueble contemporáneo o de diseño
- Mueble de cocina y baño, incluyendo el mueble modular o RTA (Ready to Assemble)

Adicionalmente, se anexan listados de importadores, distribuidores y otros actores relevantes del mercado del mueble.

El estudio se apoya en las posiciones arancelarias más importantes dentro de las partidas 9401 y 9403, que reflejan el tipo de importaciones que realiza Chile, y en cuales de ellas tiene participación la empresa española.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Aparte de un primer escalón, conformado por la industria forestal que aquí no es objeto de estudio, es destacable por su importancia el sector de “Remanufactura” o Industria Secundaria de la Madera constituida por un gran número de empresas de diversos tamaños que, a partir de la madera aserrada y tableros, generan una gran variedad de productos con alto valor añadido. Ocupa esta industria un lugar intermedio entre la actividad forestal y el mueble propiamente dicho.

En ella se encuentran desde pequeños talleres con características artesanales, hasta empresas poseedoras de gran tecnología y que podemos clasificarlas en base al tipo de productos que fabrican.

Por un lado la elaboración más elemental la realizan las llamadas Barracas, término genérico asociado a la elaboración de madera, cumplen funciones intermedias entre los aserraderos y el mercado detallista. Estas unidades productivas pueden estar integradas verticalmente a los aserraderos o funcionar en forma independiente, siendo a su vez, abastecidas por pequeños y medianos productores de madera.

De acuerdo a informes proporcionados por Instituto Forestal y Fundación Chile, este sector está conformado por cerca de 650 barracas, establecidas a lo largo de todo el país, las cuales en el último tiempo han adquirido un desarrollo progresivo, dada la difusión de la tecnología de producción, que les permite elaborar productos de mejor calidad y dirigidos hacia nichos específicos. Contrasta la baja ocupación de 18.309 personas el año 1997 que descendió hasta los 17.144 en el año 2001.

Según cálculos aproximados, las barracas producen cerca de 2 millones de metros cúbicos de madera elaborada y dimensionada.

Una de las limitaciones a la producción y para el mercado exterior, es la falta de reglamentación sobre los tipos y calidades de productos, así como normas de estandarización (dimensiones y espesores) en especial, para la industria de la construcción, lo que determina que gran parte de ésta se base en órdenes de pedidos, según los requerimientos del cliente.

Por lo que se refiere a la industria chilena del mueble, no se puede decir que sea especialmente fuerte, en cuanto a su aportación al PIB y a la cifra de comercio exterior que representa (0.25%). Tampoco es puntera en lo que a tecnología e innovación se refiere. Sin embargo, posee un gran potencial de crecimiento, puesto que la producción forestal alcanza a los 25,5 millones de metros cúbicos en madera, siendo Chile uno de los pocos países en que se consume menos de lo que se produce en madera. Dicha madera, además es un recurso renovable, y registra una variedad notable, como por ejemplo el roble, coigûe y la tepa, las más abundantes en Chile, alerce y otras más apreciadas, como la madera de raulí o el mañío, de cierto atractivo para el mercado internacional, eucalipto, pino radiata, oregón, y lingue, sin embargo, no son muchas las que gozan de un reconocimiento a nivel internacional.

La industria chilena siempre estuvo enfocada -y aún sigue estándolo en gran medida-, al mercado interno. El hecho de que la Industria del Mueble estuviera por largo tiempo reducida a un mercado pequeño, limitó su desarrollo y manejo racional, afectando negativamente a la calidad y los costos de fabricación.

A finales de los 80, se generó una sobrecapacidad, que aún subsiste hoy en día debido a la debilidad de las ventas en el mercado doméstico, a raíz de grandes inversiones en tecnología acometidas por parte de medianas y grandes empresas. Para salvar ese exceso de capacidad, algunas empresas fuertes decidieron dar el paso al exterior, con mucho éxito en un principio al encontrar en USA su principal mercado, pero que más tarde, hacia el año 1992, se ralentizó. En esos años, se pasó

de unas exportaciones por valor de US\$ 380 mil en 1985 a US\$ 17 millones en 1991, lo cual para el periodo ha significado un aumento promedio anual del 88%.

Hoy en día, el sector sigue atravesando un delicado momento, por un poder comprador restringido y una entrada masiva de mueble importado a precios bajos, que hace que los márgenes de los nacionales se hayan deteriorado severamente. Actualmente el margen de beneficio para el fabricante chileno oscila entre el 10-15%.

Según Asimad (Asociación de Industriales de la Madera), la industria del mueble ha estado sufriendo más que otros sectores la caída de las ventas y de producción, dado que entre 1998 y 2002 las ventas del sector cayeron un 40%. Cuando hay crisis uno de los sectores que se ve perjudicado es el mueble, porque no ser considerado artículo de primera necesidad. No obstante hoy se está asistiendo a una etapa de tímida recuperación.

Paralelamente, además de lograr repuntar las ventas, la industria se está enfocando a impulsar el mueble RTA (Ready to Assemble/ listo para armar) el cual aún no se encuentra muy desarrollado en el mercado local, pero que está teniendo gran incidencia, dado que su variada oferta cubre todas las necesidades de la gente. Fue hacia 1995, cuando se produjo la aparición de este tipo de mueble en Chile, y desde entonces ha cobrado un auge, que difícilmente parece que vaya a revertir.

Por último, es importante reseñar, que la industria chilena acusa un pronunciado déficit en las siguientes áreas:

- Falta de personal capacitado a nivel de trabajadores y profesionales.
- Falta de diseños propios
- Problemas de calidad.
- Tecnologías atrasadas.
- Problemas de comercialización.

Las posibilidades de un país maderero, como Chile, de incrementar sustancialmente sus exportaciones en el sector del mueble están claramente demostradas, las cuales pueden empezar a manifestarse con la entrada en vigor de los distintos TLC, que actuando sin duda como acicate para el sector.

En Chile existen alrededor de 2260 unidades productivas, que abarcan desde el modesto taller con características artesanales, hasta la mediana y gran fábrica. De todas ellas, sólo un 10% reúne las características como para ser consideradas industriales.

Después se encuentra el segmento de empresas medianas y en última instancia se distingue un grupo de compañías que dirigen su producción preferentemente al mercado nacional. Se trata de empresas pequeñas familiares y tradicionales que lejos de estar invirtiendo, se encuentran en retirada por las dificultades que encuentran para competir con los excedentes de exportación de las grandes empresas. Este fenómeno se ha visto acelerado por la entrada al mercado de las grandes cadenas de materiales para la construcción y el hogar tipo "home center", que han reducido la importancia como canal de distribución de las tradicionales barracas, donde la pequeña industria de la madera encontraba su mercado natural.

Otro problema de la pequeña industria es el de encontrar abastecimiento puesto que al no estar integradas verticalmente, carecen de materia prima, ya que la mayor parte de los bosques chilenos pertenece a las grandes empresas. Por esta razón se ha producido un fenómeno curioso, que es practicado principalmente por el grupo CMPC, quien asegura el abastecimiento a ciertos aserraderos y les compra la producción de ciertos productos específicos que forman parte del pedido de sus clientes y que les resulta complejo o caro de producir por sus propios medios. De esta forma se produce una relación de gran dependencia de algunas pequeñas empresas con los grandes consorcios.

Gran parte de la industria se concentra en la Región Metropolitana, que concentra prácticamente un tercio de toda la población. En concreto, el 60% de la industria tiene su localización en esta zona, haciéndose con un 70% de la producción.

El empleo directo generado por dicha actividad alcanza los 35.000 puestos de trabajo, y el indirecto, alrededor de 75000. Mientras que las cifras de empleo para la Región Metropolitana son del orden de los 12.000 directos y los 40.000-45.000 indirectos.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

A continuación se exponen las principales posiciones arancelarias que componen la importación chilena de muebles. Se analizarán tanto desde el punto de vista de la importancia para Chile, como desde el punto de vista de las exportaciones españolas.

La primera partida en importancia, atendiendo al valor total importado, es la 9403.60

No puede establecerse con seguridad con qué tipo de muebles se corresponde esta partida, (oficina, hogar, etc).

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003							
-Ranking por País de Origen-							
	94036010	- Mesas de madera para comedor					
	94036020	- Vitrinas de madera					
	94036030	- Estantes de madera					
	94036090	- Los demás muebles de madera					
IMPORTACIONES							
Nº	Nombre País	Uds	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/Ud.
1	BRASIL	Uds	88.806,00	26,09	3.577.813	30,8	40,29
2	ARGENTINA REP. DE	Uds	70.077,70	20,59	1.548.209	13,33	22,09
	CHINA	REP.					
3	POPULAR DE	Uds	109.327,80	32,12	1.506.519	12,97	13,78
4	MALASIA	Uds	17.664,00	5,19	1.481.605	12,75	83,88
5	ESPAÑA	Uds	7.403,03	2,18	1.062.693	9,15	143,55
6	ESTADOS UNIDOS	Uds	5.340,50	1,57	335.173	2,89	62,76

7	FRANCIA	Uds	1.134,70	0,33	313.231	2,7	276,05
8	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	8.847,00	2,6	288.676	2,48	32,63
9	INDIA	Uds	5.243,00	1,54	229.443	1,97	43,76
10	INGLATERRA	Uds	588	0,17	208.086	1,79	353,89
11	THAILANDIA	Uds	13.730,00	4,03	146.454	1,26	10,67
12	ITALIA	Uds	1.100,00	0,32	132.517	1,14	120,47
13	DINAMARCA	Uds	1.573,00	0,46	120.761	1,04	76,77
14	INDONESIA	Uds	2.643,00	0,78	103.996	0,9	39,35
15	MEXICO	Uds	650,46	0,19	99.583	0,86	153,10
TOTAL			340.347,20	100	11.617.680	100	34.13

La participación española, en las importaciones chilenas de esta partida es la más alta en términos absolutos, ocupando el 5º puesto, con 1.062.693 US\$. El aumento que ha tenido lugar de 2002 a 2003 ha sido tanto en valor absoluto como en el total participado por el mueble español, pasando de un 3,9% en 2002 a algo más de un 9% en 2003, y sin que haya habido un incremento significativo en el total importado por Chile.

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94036010 - Mesas de madera para comedor

94036020 - Vitrinas de madera

94036030 - Estantes de madera

94036090 - Los demás muebles de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/unidad
1	BRASIL	Unidades	58.234,00	20,33	39,61
2	ARGENTINA REP. DE	Unidades	77.995,40	27,22	21,28
3	MALASIA	Unidades	35.843,00	12,51	33,47
4	ESTADOS UNIDOS	Unidades	4.370,69	1,53	216,70
5	CHINA REP. POPULAR DE	Unidades	56.220,00	19,62	16,47
6	ALEMANIA	Unidades	931	0,32	571,93
7	DINAMARCA	Unidades	8.209,00	2,87	62,19
8	ESPAÑA	Unidades	4.950,00	1,73	79,15
9	FRANCIA	Unidades	5.431,80	1,9	47,76
10	ITALIA	Unidades	2.864,69	1	80,40
11	THAILANDIA	Unidades	14.998,00	5,23	12,67
12	INDONESIA	Unidades	3.737,00	1,3	35,59
13	COLOMBIA	Unidades	568	0,2	222,11
14	MEXICO	Unidades	556	0,19	217,64
15	TAIWAN (FORMOSA)	Unidades	2.929,00	1,02	38,60
TOTAL			286.496,58	100	32.05

TOTAL	286.496,58 100	10.033.556 100	32.05
-------	----------------	----------------	-------

Para el período 2001-2002 sí que se aprecia una pérdida sustancial, tanto de la cuota de mercado, pasando del 10% hasta el 3,9%, como en la cifra total importada de España, registrando una pérdida neta de más de US\$ 300.000, en medio de un aumento en la cifra total de importaciones de más de US\$ 3 millones, los cuales se repartieron casi exclusivamente entre Brasil y Argentina.

Período: 01/01/2001 - 31/12/2001

-Ranking por País de Origen-

94036010 - Mesas de madera para comedor
 94036020 - Vitrinas de madera
 94036030 - Estantes de madera
 94036090 - Los demás muebles de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/unidad
1	BRASIL	Unidades	26.572,00	16,22	1.232.706	17,65	46,39
	CHINA	REP.					
2	POPULAR DE	Unidades	45.001,00	27,48	809.073	11,58	17,98
3	ESTADOS UNIDOS	Unidades	11.807,00	7,21	792.277	11,34	67,10
4	ESPAÑA	Unidades	6.004,00	3,67	725.479	10,39	120,83
5	MALASIA	Unidades	20.381,00	12,44	636.315	9,11	31,22
6	FRANCIA	Unidades	7.256,00	4,43	553.743	7,93	76,32
7	ITALIA	Unidades	4.943,00	3,02	314.745	4,51	63,67
8	THAILANDIA	Unidades	11.983,00	7,32	288.797	4,13	24,10
9	INDIA	Unidades	5.020,00	3,07	269.510	3,86	53,69
10	DINAMARCA	Unidades	3.927,00	2,4	256.510	3,67	65,32
11	MEXICO	Unidades	809	0,49	244.850	3,51	302,66
12	INDONESIA	Unidades	3.380,00	2,06	161.888	2,32	47,90
13	ARGENTINA REP. DE	Unidades	2.963,00	1,81	143.916	2,06	48,57
14	ALEMANIA	Unidades	3.073,00	1,88	133.279	1,91	43,37
15	TAIWAN (FORMOSA)	Unidades	3.652,00	2,23	123.948	1,77	33,94
	TOTAL		163.777,06	100	6.985.017	100	42.65

Se observa que el precio medio del mueble español se situó, en todos los años objeto de análisis, por encima del precio medio para el común de las exportaciones.

El precio medio registrado por otros países exportadores, como es el caso de Brasil, Argentina y China está muy cercano al precio medio global, y por tanto, se infiere que sean de menor calidad. Hay que subrayar, sin embargo que, en general, se advierten fuertes oscilaciones en los precios de la mayoría de los países, vease el caso de Alemania que aparece y desaparece del ranking de un año a otro, así como Francia y EE.UU, los cuales algunos años presentan altos rangos de precios y en otros más parecidos a la media. Esto parece indicar lo voluble de este mercado, que funciona a pedido o requerimiento del público, más que siguiendo un patrón regular.

La segunda partida en importancia por valor importado para Chile sería la 9403.50, correspondiente a mueble de dormitorio.

A su vez, esta partida es la que registra mayor volumen exportador por parte de Chile, ascendiendo sus envíos al exterior a casi US\$ 24 millones, en un 98% dirigidos a EE.UU.

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94035010 - Camas de madera
 94035020 - Veladores de madera
 94035030 - Cómodas de madera
 94035040 - Roperos de madera
 94035090 - Los demás muebles de madera utilizados en dormitorios

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud.
1	BRASIL	Uds	125.599,00	72,58	5.086.002	71,35	40,49
2	ARGENTINA REP. DE	Uds	19.915,00	11,51	827.673	11,61	41,56
3	DINAMARCA	Uds	12.005,00	6,94	705.842	9,9	58,80
4	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	9.907,00	5,73	76.828	1,08	7,75
5	FRANCIA	Uds	659	0,38	73.160	1,03	111,02
6	MEXICO	Uds	304	0,18	65.706	0,92	216,14
7	ESTADOS UNIDOS	Uds	282	0,16	47.477	0,67	168,36
8	ESPAÑA	Uds	399	0,23	46.952	0,66	117,67
9	MALASIA	Uds	912	0,53	33.547	0,47	36,78
10	COLOMBIA	Uds	126	0,07	30.825	0,43	244,64
TOTAL			173.039,00	100	7.128.435	100	41,20

La participación española en este tipo de muebles ha sido y es insignificante, a pesar de que la cifra total de importaciones desde el año 2000, prácticamente se ha duplicado. Todo el protagonismo en dicha subida, lo han acaparado Brasil, especialmente y Argentina en menor grado.

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94035010 - Camas de madera
 94035020 - Veladores de madera
 94035030 - Cómodas de madera

94035040 - Roperos de madera
94035090 - Los demás muebles de madera utilizados en dormitorios

IMPORTACIONES

Nº	Nº País	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total	Precio/ud.	
1	220	BRASIL	Uds	85.591,00	73,76	3.520.523	64,24	41,13
2	224	ARGENTINA REP. DE	Uds	12.024,00	10,36	468.752	8,55	38,98
3	507	DINAMARCA	Uds	8.241,00	7,1	297.675	5,43	36,12
4	563	ALEMANIA	Uds	252	0,22	253.883	4,63	1007,47
5	505	FRANCIA	Uds	3.382,00	2,91	246.101	4,49	72,77
6	202	COLOMBIA	Uds	464	0,4	142.361	2,6	306,81
7	225	ESTADOS UNIDOS	Uds	1.149,00	0,99	103.641	1,89	90,20
8	504	ITALIA	Uds	670	0,58	99.485	1,82	148,49
9	216	MEXICO	Uds	195	0,17	67.190	1,23	344,56
10	517	ESPAÑA	Uds	773	0,67	63.236	1,15	81,81
11	226	CANADA	Uds	407	0,35	56.565	1,03	138,98
12	336	CHINA REP. POP.	Uds	800	0,69	51.149	0,93	63,94
Total General Registros 33				116.039,00	100	5.480.169	100	47,23

Período: 01/01/2001 - 31/12/2001

-Ranking por País de Origen-

Productos: 94035010 - Camas de madera
94035020 - Veladores de madera
94035030 - Cómodas de madera
94035040 - Roperos de madera
94035090 - Los demás muebles de madera utilizados en dormitorios

IMPORTACIONES

Nº	Nº País	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total	Precio/ud	
1	220	BRASIL	Uds	33.075,00	50,38	1.694.599	53,54	51,24
2	504	ITALIA	Uds	2.028,00	3,09	339.023	10,71	167,17
3	329	MALASIA	Uds	20.536,00	31,28	277.922	8,78	13,53
4	216	MEXICO	Uds	525	0,8	199.821	6,31	380,61
5	507	DINAMARCA	Uds	3.251,00	4,95	193.259	6,11	59,45
6	505	FRANCIA	Uds	2.327,00	3,54	140.666	4,44	60,45
7	225	ESTADOS UNIDOS	Uds	647	0,99	92.547	2,92	143,04
8	336	CHINA REP. POP.	Uds	667	1,02	44.676	1,41	66,98
9	224	ARGENTINA REP. DE	Uds	414	0,63	33.410	1,06	80,70
10	517	ESPAÑA	Uds	277	0,42	28.422	0,9	102,61
11	328	INDONESIA	Uds	335	0,51	16.376	0,52	48,88
12	907	Z.FRANCA PTA. ARE.	Uds	223	0,34	15.047	0,48	67,48

Total General Registros 32	65.650,00	100	3.165.037	100	48,21
----------------------------	-----------	-----	-----------	-----	-------

El tercer puesto se lo atribuyen los muebles correspondientes a la partida 9401.61, compuesto principalmente por:

94016110 - Sillas con relleno con armazón de madera

94016120 - Sillones con relleno con armazón de madera

94016130 - Sofás con relleno con armazón de madera

94016190 - Los demás asientos con relleno con armazón de madera

El porcentaje que supone la exportación española es insignificante con aproximadamente 24.000 US\$, es decir el 0.36% del total, que asciende a US\$ 6.748.000 en 2003.

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94016110 - Sillas con relleno con armazón de madera

94016120 - Sillones con relleno con armazón de madera

94016130 - Sofás con relleno con armazón de madera

94016190 - Los demás asientos con relleno con armazón de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nº País	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en US\$	% Total
1	220	BRASIL	Unidades	59.890,00	37,55	1.701.410	25,21
2	225	ESTADOS UNIDOS	Unidades	1.790,00	1,12	923.313	13,68
3	329	MALASIA	Unidades	39.290,00	24,63	787.108	11,66
4	336	CHINA REP. POPULAR DE	Unidades	30.663,00	19,23	681.254	10,1
5	202	COLOMBIA	Unidades	4.829,00	3,03	671.516	9,95
6	504	ITALIA	Unidades	4.690,00	2,94	603.173	8,94
7	224	ARGENTINA REP. DE	Unidades	3.783,00	2,37	401.782	5,95
8	510	INGLATERRA	Unidades	76	0,05	393.143	5,83
9	325	VIETMAN	Unidades	5.993,00	3,76	148.521	2,2
10	328	INDONESIA	Unidades	1.485,00	0,93	77.076	1,14
11	330	TAIWAN (FORMOSA)	Unidades	2.472,00	1,55	46.734	0,69
12	216	MEXICO	Unidades	107	0,07	39.262	0,58
13	332	SINGAPUR	Unidades	972	0,61	38.273	0,57
14	505	FRANCIA	Unidades	33	0,02	37.474	0,56
15	317	INDIA	Unidades	650	0,41	29.925	0,44
16	517	ESPAÑA	Unidades	101	0,06	23.961	0,36
17	128	MARRUECOS	Unidades	396	0,25	23.284	0,35
18	544	REP. CHECA	Unidades	727	0,46	20.838	0,31
19	219	PERU	Unidades	573	0,36	19.956	0,3
20	563	ALEMANIA	Unidades	81	0,05	18.006	0,27

Total General Registros 36	159.491,00	100	6.748.325	100
----------------------------	------------	-----	-----------	-----

El cuarto puesto por importaciones totales de Chile lo ocupa la partida 9403.20 Resulta igualmente difícil de clasificar el mueble que bajo ésta partida subyace, pudiendo repartirse entre todo tipo de muebles, oficina, hogar, etc

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94032010 - Mesas de metal
 94032020 - Estanterías de metal
 94032030 - Camas de metal
 94032090 - Los demás muebles de metal

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total	Cif en US\$	% Total	Precio/ud
1	CHINA REP. POPULAR DE	Kgr.	1.346.894,49	52,74	2.147.483	32,52	1,59
2	ARGENTINA REP. DE	Kgr.	487.145,47	19,08	1.461.413	22,13	3,00
3	ESTADOS UNIDOS	Kgr.	166.394,34	6,52	1.026.197	15,54	6,17
4	BRASIL	Kgr.	262.086,30	10,26	463.528	7,02	1,77
5	ITALIA	Kgr.	27.541,85	1,08	285.799	4,33	10,38
6	ALEMANIA	Kgr.	44.984,93	1,76	266.077	4,03	5,91
7	ESPAÑA	Kgr.	24.555,44	0,96	237.399	3,59	9,67
8	FRANCIA	Kgr.	5.235,83	0,21	136.438	2,07	26,06
9	TAIWAN (FORMOSA)	Kgr.	51.476,34	2,02	134.278	2,03	2,61
10	MALASIA	Kgr.	25.890,48	1,01	68.229	1,03	2,64
			2.553.827,30	100	6.603.771	100	

La cifra total de importaciones ha registrado una pronunciada caída de casi US\$ 3 millones, desde los valores alcanzados en el año 2000. Las importaciones procedentes de España han sufrido altibajos para finalmente situarse en su nivel más bajo en 2003. Con ligeras variaciones tanto en los porcentajes de importación como en las posiciones ocupadas en la clasificación, los 3 principales proveedores de Chile en esta partida son China, Argentina y EE.UU.

La quinta posición corresponde a la partida 9403.90 Dicha partida se corresponde, a la vez, con la segunda en importancia exportadora de Chile. Nuevamente EE.UU se constituye en el destino por excelencia, absorbiendo el 92% de dichas exportaciones, cuyo total ascendió a US\$ 14.274.000 en 2003

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

-Ranking por País de Origen-

94039010 - Cubiertas para escritorio de roten

94039020 - Respaldo para camas de roten

94039090 - Los demás muebles incluidos el roten, mimbre, bambú

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud.	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	BRASIL	Kgr.	1.617.812,33	60,98	2.211.941	36,83	1,37
2	ESPAÑA	Kgr.	390.607,05	14,72	1.038.310	17,29	2,66
3	ARGENTINA REP. DE	Kgr.	252.414,74	9,51	707.344	11,78	2,80
4	COLOMBIA	Kgr.	85.094,44	3,21	435.093	7,24	5,11
5	ESTADOS UNIDOS	Kgr.	38.958,64	1,47	300.788	5,01	7,72
6	CANADA	Kgr.	46.848,33	1,77	259.181	4,32	5,53
7	ECUADOR	Kgr.	55.468,49	2,09	204.667	3,41	3,69
8	ITALIA	Kgr.	17.895,39	0,67	181.005	3,01	10,11
9	CHINA REP. POPULAR DE	Kgr.	26.536,87	1	139.522	2,32	5,26
10	ALEMANIA	Kgr.	24.909,59	0,94	122.988	2,05	4,94
11	TAIWAN (FORMOSA)	Kgr.	27.348,19	1,03	97.282	1,62	3,56
12	MALASIA	Kgr.	19.707,72	0,74	72.768	1,21	3,69
			2.653.004,58	100	6.006.243	100	2,26

De 2002 a 2003 se advierte un tremendo retroceso en la cifra de exportaciones españolas, a pesar de que la cifra total también disminuye. Gran parte de esa reducción se identifica con la caída experimentada por el mueble español y, en menor medida por el canadiense, circunstancia aprovechada especialmente por Brasil. Otros países que ocupan las primeras posiciones son siempre los mismos, Argentina y Colombia.

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94039010 - Cubiertas para escritorio de roten

94039020 - Respaldo para camas de roten

94039090 - Los demás muebles incluidos el roten, mimbre, bambú

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud.	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	ESPAÑA	Kgr.	1.416.882,42	45,72	3.019.701	35,89	2,13
2	CANADA	Kgr.	266.229,45	8,59	1.314.253	15,62	4,94
3	BRASIL	Kgr.	687.024,47	22,17	1.128.254	13,41	1,64
4	ESTADOS UNIDOS	Kgr.	108.253,79	3,49	812.985	9,66	7,51
5	ARGENTINA REP. DE	Kgr.	259.739,14	8,38	629.588	7,48	2,42
6	COLOMBIA	Kgr.	68.599,65	2,21	372.458	4,43	5,43
7	ITALIA	Kgr.	59.253,62	1,91	367.822	4,37	6,21
8	ECUADOR	Kgr.	87.966,29	2,84	251.521	2,99	2,86

8	ECUADOR	Kgr.	87.966,29	2,84	251.521	2,99	2,86
9	ALEMANIA	Kgr.	15.899,62	0,51	113.249	1,35	7,12
10	TAIWAN (FORMOSA)	Kgr.	39.873,54	1,29	100.275	1,19	2,51
			3.098.743,38	100	8.414.497	100	2,72

De 2001 a 2002 se aprecia también otra caída de la participación española, junto con una disminución de las importaciones en general.

En todo caso, el precio de las exportaciones españolas, en ningún momento, supera el precio medio alcanzado por el total de exportaciones a Chile.

Período: 01/01/2001 - 31/12/2001

-Ranking por País de Origen-

94039010 - Cubiertas para escritorio de roten
 94039020 - Respaldo para camas de roten
 94039090 - Los demás muebles incluidos el roten, mimbre, bambú

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud.	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	ESPAÑA	Uds	1.698.142,30	50,12	4.080.842	44,09	2,40
2	ITALIA	Uds	118.913,40	3,51	1.152.729	12,45	9,69
3	ESTADOS UNIDOS	Uds	1.271.313,00	37,52	1.129.014	12,2	0,89
4	ARGENTINA REP. DE	Uds	98.770,00	2,91	584.536	6,32	5,92
5	ECUADOR	Uds	31.224,00	0,92	523.313	5,65	16,76
6	COLOMBIA	Uds	39.699,00	1,17	354.254	3,83	8,92
7	BRASIL	Uds	28.043,00	0,83	353.740	3,82	12,61
8	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	64.787,00	1,91	288.302	3,11	4,45
9	CANADA	Uds	4.325,00	0,13	195.263	2,11	45,15
10	MEXICO	Uds	1.062,00	0,03	157.942	1,71	148,72
11	ALEMANIA	Uds	5.482,00	0,16	114.673	1,24	20,92
			3.388.412,69	100	9.256.036	100	2,73

En sexta posición se encuentra la partida 9401.79

Las cifras, desde 2000 a 2003, muestran que no ha habido intensas variaciones ni en el volumen total importado, ni en el monto de las exportaciones españolas, las cuales supusieron un muy discreto 2,84% en 2003.

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

- 94017910 - Sillas sin relleno con armazón de metal
 94017920 - Sillones sin relleno con armazón de metal
 94017930 - Asientos: sofás con armazón de metal sin relleno
 94017990 - Los demás asientos sin relleno con armazón de metal

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	CHINA REP. POPULAR DE	Unidades	493.505,00	73,85	2.528.729	60,44	5,12
2	ESTADOS UNIDOS	Unidades	27.986,00	4,19	528.879	12,64	18,90
3	TAIWAN (FORMOSA)	Unidades	56.656,00	8,48	233.416	5,58	4,12
4	THAILANDIA	Unidades	37.526,00	5,62	231.099	5,52	6,16
5	ITALIA	Unidades	5.122,00	0,77	178.753	4,27	34,90
6	ARGENTINA REP. DE	Unidades	19.904,00	2,98	148.032	3,54	7,44
7	BRASIL	Unidades	21.299,00	3,19	147.558	3,53	6,93
8	ESPAÑA	Unidades	2.617,00	0,39	118.739	2,84	45,37
9	PORTUGAL	Unidades	532	0,08	15.358	0,37	28,87
10	HONG-KONG	Unidades	866	0,13	13.292	0,32	15,35
TOTAL			668.290,00	100	4.183.636	100	6,26

9401.30 y 9403.30, que en principio parecen corresponderse principalmente con muebles de oficina

9401.30

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94013000 - Asientos giratorios altura ajustable

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	57.825,00	36	812.747	29,16	14,06
2	SINGAPUR	Uds	50.555,00	31,48	647.468	23,23	12,81
3	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	35.882,00	22,34	436.753	15,67	12,17
4	ITALIA	Uds	8.502,00	5,29	350.198	12,57	41,19
5	ESTADOS UNIDOS	Uds	879	0,55	172.857	6,2	196,65
6	CANADA	Uds	635	0,4	100.209	3,6	157,81
7	ARGENTINA REP. DE	Uds	2.770,00	1,72	91.413	3,28	33,00
8	HONG-KONG	Uds	1.142,00	0,71	40.227	1,44	35,23
9	ALEMANIA	Uds	36	0,02	33.155	1,19	920,97
10	ESPAÑA	Uds	184	0,11	24.194	0,87	131,49
11	MEXICO	Uds	105	0,07	22.234	0,8	211,75
12	FRANCIA	Uds	73	0,05	20.662	0,74	283,04
13	BRASIL	Uds	122	0,08	12.530	0,45	102,70

13 BRASIL	Uds	122	0,08	12.530	0,45	102,70
TOTAL		160.619,00	100	2.786.839	100	17,35

De 2002 a 2003, se produce un fuerte deterioro de nuestra posición (similar a la de 2001), tanto en valor relativo, como absoluto, sin que tenga lugar a la vez una disminución considerable en la cifra total importada.

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94013000 - Asientos giratorios altura ajustable

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud
1	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	65.060,00	45,78	13,26
2	MALASIA	Uds	27.540,00	19,38	20,32
3	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	31.576,00	22,22	14,09
4	ITALIA	Uds	6.797,00	4,78	56,25
5	CANADA	Uds	2.043,00	1,44	147,00
6	ESTADOS UNIDOS	Uds	1.064,00	0,75	159,85
7	ARGENTINA REP. DE	Uds	4.456,00	3,14	26,63
8	COREA DEL SUR	Uds	927	0,65	123,94
9	ESPAÑA	Uds	1.313,00	0,92	84,96
10	ALEMANIA	Uds	392	0,28	78,96
11	BRASIL	Uds	156	0,11	78,76
12	FRANCIA	Uds	63	0,04	190,68
	TOTAL		142.100,00	100	22,14

9403.30

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94033010 - Escritorios de madera
 94033020 - Estanterías de madera
 94033030 - Estaciones para trabajo de madera
 94033090 - Los demás muebles de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud
1	ARGENTINA REP. DE	Uds	72.340,46	56,39	22,93
2	BRASIL	Uds	32.276,82	25,16	21,59
3	DINAMARCA	Uds	9.413,00	7,34	48,84

3	DINAMARCA	Uds	9.413,00	7,34	459.710	12,32	48,84
4	ITALIA	Uds	832	0,65	211.791	5,68	254,56
5	ESPAÑA	Uds	833	0,65	134.449	3,6	161,40
6	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	7.685,00	5,99	113.929	3,05	14,82
7	ALEMANIA	Uds	236	0,18	100.858	2,7	427,36
8	INGLATERRA	Uds	7	0,01	62.954	1,69	8993,43
9	ECUADOR	Uds	577	0,45	49.380	1,32	85,58
10	ESTADOS UNIDOS	Uds	350	0,27	38.962	1,04	111,32
11	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	999	0,78	36.528	0,98	36,56
12	FRANCIA	Uds	198	0,15	34.684	0,93	175,17
13	INDONESIA	Uds	407	0,32	23.993	0,64	58,95
14	BOLIVIA	Uds	104	0,08	22.330	0,6	214,71
15	URUGUAY	Uds	1.180,00	0,92	20.734	0,56	17,57
TOTAL			128.275,51	100	3.730.528	100	29,08

Como se observa, la cuota española ha ido disminuyendo poco a poco en el período considerado (2001-2003), hasta reducirse, en 2003 a una cuarta parte del valor de 2001, sin que a la vez se haya producido una reducción significativa del total importado.

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94033010 - Escritorios de madera

94033020 - Estanterías de madera

94033030 - Estaciones para trabajo de madera

94033090 - Los demás muebles de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud
1	ARGENTINA REP. DE	Uds	33.990,10	27,51	32,94
2	BRASIL	Uds	39.660,00	32,1	17,30
3	DINAMARCA	Uds	12.161,00	9,84	39,92
4	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	14.335,00	11,6	30,82
5	CANADA	Uds	2.038,00	1,65	151,68
6	ESTADOS UNIDOS	Uds	1.946,00	1,57	135,33
7	ITALIA	Uds	1.004,00	0,81	259,08
8	ESPAÑA	Uds	1.156,00	0,94	189,79
9	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	9.024,00	7,3	20,65
10	ALEMANIA	Uds	520	0,42	296,34
11	COLOMBIA	Uds	757,17	0,61	177,74
12	ECUADOR	Uds	1.415,00	1,15	84,28
13	FRANCIA	Uds	2.532,00	2,05	26,42
14	INDONESIA	Uds	956	0,77	56,10
15	ISRAEL	Uds	539	0,44	28,47

TOTAL 123.557,27 100 4.559.327 100 36,90

TOTAL	123.557,27	100	4.559.327	100	36,90
-------	------------	-----	-----------	-----	-------

Período: 01/01/2001 - 31/12/2001

-Ranking por País de Origen-

94033010 - Escritorios de madera
 94033020 - Estanterías de madera
 94033030 - Estaciones para trabajo de madera
 94033090 - Los demás muebles de madera

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud		
1	ITALIA	Uds	26.052,00	26,16	1.224.765	28,28	47,01
2	BRASIL	Uds	19.682,00	19,76	527.267	12,18	26,79
3	ESPAÑA	Uds	5.716,00	5,74	505.276	11,67	88,40
4	ECUADOR	Uds	4.900,00	4,92	312.559	7,22	63,79
5	ESTADOS UNIDOS	Uds	6.315,00	6,34	293.254	6,77	46,44
6	COLOMBIA	Uds	1.377,00	1,38	209.261	4,83	151,97
7	ALEMANIA	Uds	1.523,00	1,53	207.208	4,79	136,05
8	ARGENTINA REP. DE	Uds	2.009,00	2,02	180.606	4,17	89,90
9	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	7.639,00	7,67	176.803	4,08	23,14
10	MALASIA	Uds	8.055,00	8,09	164.043	3,79	20,37
11	DINAMARCA	Uds	3.608,00	3,62	160.232	3,7	44,41
12	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	8.532,00	8,57	145.488	3,36	17,05
13	FRANCIA	Uds	385	0,39	48.623	1,12	126,29
14	CANADA	Uds	522	0,52	45.782	1,06	87,70
15	INDONESIA	Uds	870	0,87	34.231	0,79	39,35
	TOTAL		99.581,00	100	4.330.335	100	43,49

Otras partidas de menor importancia son:

9401.90, correspondiente a partes y piezas

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94019010 - Partes para asientos con armazón de madera
 94019020 - Partes para asientos con armazón de metal
 94019090 - Los demás partes para asientos

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud
----	-------------	--------	----------	---------------------	-------------------

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	ITALIA	Kgr.Net.	479.201,42	40,04	1.337.796	36,6	2,79
2	ESTADOS UNIDOS	Kgr.Net.	160.229,94	13,39	665.276	18,2	4,15
3	ARGENTINA REP. DE	Kgr.Net.	228.899,21	19,13	502.418	13,75	2,19
4	TAIWAN (FORMOSA)	Kgr.Net.	188.349,32	15,74	440.471	12,05	2,34
5	ESPAÑA	Kgr.Net.	39.256,01	3,28	153.949	4,21	3,92
6	MEXICO	Kgr.Net.	33.197,64	2,77	140.061	3,83	4,22
7	BRASIL	Kgr.Net.	28.570,10	2,39	98.732	2,7	3,46
8	THAILANDIA	Kgr.Net.	16.500,00	1,38	81.986	2,24	4,97
9	ALEMANIA	Kgr.Net.	3.161,06	0,26	53.219	1,46	16,84
10	URUGUAY	Kgr.Net.	1.720,92	0,14	50.037	1,37	29,08
TOTAL			1.196.674,39	100	3.655.182	100	3,05

9401.80

La cantidad exportada de España a Chile no ha variado significativamente, desde 2000 a 2003 y tampoco lo han hecho las importaciones totales.

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

- 94018010 - Sillas
- 94018020 - Sillones
- 94018030 - Sofás
- 94018090 - Las demás asientos

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	164.106,00	57,61	1.349.386	49,81	8,22
2	ESTADOS UNIDOS	Uds	15.850,00	5,56	466.301	17,21	29,42
3	TAIWAN (FORMOSA)	Uds	23.969,00	8,41	289.936	10,7	12,10
4	URUGUAY	Uds	56.660,00	19,89	184.945	6,83	3,26
5	ESPAÑA	Uds	1.590,00	0,56	100.494	3,71	63,20
6	FRANCIA	Uds	2.467,00	0,87	95.269	3,52	38,62
7	ITALIA	Uds	5.277,00	1,85	90.266	3,33	17,11
8	ARGENTINA REP. DE	Uds	8.015,00	2,81	26.820	0,99	3,35
9	ALEMANIA	Uds	510	0,18	24.896	0,92	48,82
10	BRASIL	Uds	2.837,00	1	23.363	0,86	8,24
TOTAL			284.869,14	100	2.709.315	100	9,51

Otras partidas de escasa entidad cuantitativa para todo el período considerado, pero sí cualitativa, al ser mobiliario de cierta complejidad, podrían ser:

9402.10

A una reducidísima cifra de importaciones totales, se le une una ínfima participación española

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94021010 - Sillones dentista
 94021020 - Sillones peluqueria y similares y sus partes
 94021090 - Sillones dentista partes

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/ud
1	ESTADOS UNIDOS	Kgr.Net.	4.074,24	7,04	191.995	25,73	47,12
2	BRASIL	Kgr.Net.	13.206,05	22,82	162.782	21,81	12,33
3	ALEMANIA	Kgr.Net.	8.448,88	14,6	138.210	18,52	16,36
4	ARGENTINA REP. DE	Kgr.Net.	16.574,71	28,64	110.527	14,81	6,67
5	ITALIA	Kgr.Net.	4.404,25	7,61	60.740	8,14	13,79
6	CHINA REP. POPULAR DE	Kgr.Net.	7.552,09	13,05	37.080	4,97	4,91
7	JAPON	Kgr.Net.	284,14	0,49	16.529	2,22	58,17
8	SUECIA	Kgr.Net.	1.205,00	2,08	8.846	1,19	7,34
9	FINLANDIA	Kgr.Net.	459,08	0,79	8.764	1,17	19,09
10	ESPAÑA	Kgr.Net.	1.093,55	1,89	7.273	0,97	6,65
11	COLOMBIA	Kgr.Net.	450	0,78	1.765	0,24	3,92
12	NORUEGA	Kgr.Net.	113,08	0,2	1.400	0,19	12,38
13	FRANCIA	Kgr.Net.	5,79	0,01	287	0,04	49,57
TOTAL			57.870,84	100	746.199	100	12,89

9402.90

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94029010 - Mobiliario médico quirúrgico
 94029080 - Mobiliario odontología
 94029090 - Mobiliario medicina cirugía odontología veterinaria partes

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Unidad	Cantidad	% Total	Cif en U\$S	% Total	Precio/unidad
1	ESTADOS UNIDOS	Kgr.Netos	75.893,30	49,36	994.379	45,81	13,10
2	ALEMANIA	Kgr.Netos	4.523,27	2,94	318.831	14,69	70,49
3	CANADA	Kgr.Netos	30.681,30	19,96	260.349	11,99	8,49
4	BRASIL	Kgr.Netos	6.265,52	4,08	104.098	4,8	16,61
5	ITALIA	Kgr.Netos	5.348,15	3,48	85.972	3,96	16,08
6	ARGENTINA REP. DE	Kgr.Netos	3.692,53	2,4	76.147	3,51	20,62

7	TAIWAN (FORMOSA)	Kgr.Netos 11.104,23	7,22	64.177	2,96	5,78
8	SUIZA	Kgr.Netos 709,29	0,46	63.606	2,93	89,68
9	DINAMARCA	Kgr.Netos 2.131,73	1,39	39.922	1,84	18,73
10	ESPAÑA	Kgr.Netos 1.210,69	0,79	27.156	1,25	22,43
11	ISRAEL	Kgr.Netos 950	0,62	24.000	1,11	25,26
12	JAPON	Kgr.Netos 335,45	0,22	20.558	0,95	61,28
13	COREA DEL SUR	Kgr.Netos 1.649,39	1,07	20.298	0,94	12,31
14	INGLATERRA	Kgr.Netos 1.325,00	0,86	17.035	0,78	12,86
15	SUECIA	Kgr.Netos 3.813,02	2,48	14.518	0,67	3,81
TOTAL		153.741,23	100	2.170.817	100	14,12

Finalmente se incluye una última partida, 9403.40, que hace referencia a mueble de cocina.

Nuevamente, se observa una paulatina reducción, año tras año, de las exportaciones españolas. Por los bajos precios medios que figuran, parece ser que el mueble español reflejado en las cifras puede ser el RTA.

Período: 01/01/2003 - 31/12/2003

-Ranking por País de Origen-

94034000 - Muebles madera cocina

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud		
1	BRASIL	Uds	43.532,76	69,28	1.014.144	60,89	23,30
2	ARGENTINA REP. DE	Uds	16.075,04	25,58	542.276	32,56	33,73
3	ESTADOS UNIDOS	Uds	1.386,00	2,21	56.685	3,4	40,90
4	ESPAÑA	Uds	592	0,94	20.107	1,21	33,96
5	MARRUECOS	Uds	54	0,09	11.221	0,67	207,80
6	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	622	0,99	5.975	0,36	9,61
7	INDIA	Uds	57	0,09	5.480	0,33	96,14
8	COLOMBIA	Uds	404	0,64	2.991	0,18	7,40
9	ITALIA	Uds	13	0,02	2.747	0,16	211,31
10	INDONESIA	Uds	47	0,07	1.393	0,08	29,64
TOTAL			62.837,80	100	1.665.647	100	26,51

Período: 01/01/2002 - 31/12/2002

-Ranking por País de Origen-

94034000 - Muebles madera cocina

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud		
1	BRASIL	Uds	47.822,00	70,82	1.227.034	70,04	25,66
2	ARGENTINA REP. DE	Uds	12.081,00	17,89	287.127	16,39	23,77
3	ESPAÑA	Uds	4.844,00	7,17	165.370	9,44	34,14
4	INDIA	Uds	548	0,81	33.234	1,9	60,65
5	ALEMANIA	Uds	158	0,23	13.055	0,75	82,63
6	SUECIA	Uds	239	0,35	5.687	0,32	23,79
7	ESTADOS UNIDOS	Uds	86	0,13	4.930	0,28	57,33
8	THAILANDIA	Uds	1.000,00	1,48	4.578	0,26	4,58
9	COLOMBIA	Uds	542	0,8	4.037	0,23	7,45
10	INDONESIA	Uds	71	0,11	2.519	0,14	35,48
TOTAL			67.530,00	100	1.751.963	100	25,94

Período: 01/01/2001 - 31/12/2001

-Ranking por País de Origen-

94034000 - Muebles madera cocina

IMPORTACIONES

Nº	Nombre País	Ud	Cantidad	% Total Cif en U\$S	% Total Precio/ud		
1	BRASIL	Uds	37.548,00	76,47	1.143.065	75,99	30,44
2	ESPAÑA	Uds	9.320,00	18,98	248.719	16,53	26,69
3	ITALIA	Uds	514	1,05	35.737	2,38	69,53
4	MEXICO	Uds	2	0	12.494	0,83	6247,00
5	ESTADOS UNIDOS	Uds	126	0,26	11.305	0,75	89,72
6	CHINA REP. POPULAR DE	Uds	156	0,32	10.428	0,69	66,85
7	ARGENTINA REP. DE	Uds	155	0,32	7.973	0,53	51,44
8	INDIA	Uds	314,14	0,64	7.153	0,48	22,77
9	INDONESIA	Uds	144	0,29	6.165	0,41	42,81
10	PARAGUAY	Uds	40	0,08	5.243	0,35	131,08
11	COLOMBIA	Uds	681	1,39	5.110	0,34	7,50
12	DINAMARCA	Uds	1	0	4.414	0,29	4414,00
TOTAL			49.100,14	100	1.504.288	100	30,64

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

Se adjuntan diversas tablas que ilustran la situación productiva del sector en el país. Ante la dificultad de obtener cifras fiables de producción, se han obtenido números índices con base el año 1993 a partir de las cifras elaboradas por el INE (Instituto Nacional de Estadística)

Tamaño aproximado del mercado del mueble de madera según ventas físicas en US\$ millones

AÑO	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	TOTALES
1993	226.0	8.0	234.0
1994	247.6	13.8	261.4
1995	261.5	19.1	280.6
1996	250.0	29.9	279.9
1997	249.2	43.8	293.0
1998	229.3	52.8	282.1
1999	212.3	31.2	244.0
2000	209.3	46.0	255.3
2001	203.2	42.3	245.5
2002	214.6	48.3	262.9

Fuente: Asimad

Desde 1993 hasta 2002, las ventas industriales se han visto reducidas en un 5,31 %, mientras que las importaciones en ese mismo período subieron en un 503.7 %, si bien partían de unos niveles ínfimos.

Para el año 2003, el mercado total (incluidas las importaciones), se estima en US\$ 275-300 millones, con unas importaciones en torno a US\$ 40-41 millones.

Índice de la producción de muebles

AÑO	ÍNDICE	VARIACIÓN
1994	134.1	%
1995	136.1	1,5%
1996	130.0	-4,7%
1997	136.1	4,7%
1998	119.5	-13,8%
1999	109.0	-9,6%
2000	114.5	5,0%
2001	103.3	10,8%
2002	112.7	9,1%
2003	133,8	18,7 %

Fuente: Asimad

En lo concerniente a las ventas: la caída de la producción es fiel reflejo de las ventas industriales, las cuales a la vista de la siguiente tabla, registraban una disminución hasta el año 2002, de un 14.77%. Las razones a las que se debe ese descenso de las ventas físicas industriales, es la fuerte entrada del mueble importado, según Asimad. En 2003 parece que se han recuperado hasta niveles cercanos a 1994.

Para 2004 se espera asimismo una expansión en torno al 5% de las ventas en el mercado interno.

Índice de ventas industriales

Año	Indice	Variación
1994	130.7	
1995	133.9	2.4 %
1996	123.0	-8.8%
1997	120.4	-2.15%
1998	111.4	-8.08%
1999	103.9	-7.20%
2000	102.2	-1.66%
2001	99.3	-2.92%
2002	104.9	5.63%
2003	126.7	20.8 %

Fuente: Asimad

Según estimaciones de Asimad (Asociación de Industriales de la Madera), basadas en estudio realizado el año 1993, el tamaño del mercado interno fue de US\$ 226 millones, sin considerar las importaciones de ese año que fueron de US\$ 8 millones. De ese año al 2002, su tamaño se redujo a US\$ 214 millones, pero las importaciones llegaron a US\$ 48 millones.

La diferenciación por tipo de mueble, así como la determinación de su producción se hace especialmente difícil, dado lo atomizado de la actividad y por las características de las pequeñas y medianas empresas, las cuales elaboran cualquier tipo de mueble y generalmente, a pedido, haciendo uso únicamente de la muestra de grandes fabricantes. Desde Asimad se establece lo siguiente:

Tipo	Porcentaje
Fábricas de muebles de hogar	30%
Fábricas de muebles de oficina	19%
Fábricas de muebles de cocina	16%
Partes y piezas	11%
Otros muebles e instalaciones	24%

Fuente: Asimad

Por "partes y piezas", se entiende aquéllas que elaboran partes y piezas, con las que se abastece a medianas y grandes fábricas para ser insertadas en el mueble final.

La categoría “otros muebles e instalaciones”, corresponde a la fabricación de productos especiales, como las sucursales bancarias, restaurantes y vitrinas expositoras. Son las pequeñas y medianas empresas, dadas sus características de fabricación a pedido, las encargadas de realizar estos muebles.

Exportaciones

La actividad exportadora se inició en 1985, y su principal destino fue el mercado norteamericano. Con posterioridad, se fue abriendo mercado en Europa, sobre todo España y Francia.

La exportación más dinámica ha sido la correspondiente a Partes Componentes y Mueble de madera durante los años 80 y comienzos de los 90, pasando de US\$ 500.000 en 1985 a US\$ 33.9 millones en 1995, con un pico de US\$ 53.2 millones en 2002, cuyo destino en un 77 % fue al mercado de EE.UU. Para el año presente se esperan unas exportaciones incrementadas en un 10% con respecto al año anterior.

Cabe mencionar que la exportación de muebles de madera maciza o sólida representa el 68,7 % del total.

La mayor actividad exportadora la conforman alrededor de una veintena de empresas, que han logrado mantenerse en el negocio gracias a estrategias de comercialización estables.

La exportación como se puede apreciar, se concentra especialmente en un mercado y en un tipo de mueble, el de madera. La madera conformó el 96% de las exportaciones realizadas en 2003 (el resto corresponde a muebles de plástico, mimbre, metálicos, etc), que ascendieron a US\$ 50,4 millones. Es una situación de dependencia, y en consecuencia, se le asocia un cierto riesgo, más aún, si tenemos en cuenta que no se trata de una oferta diferenciada por calidad, o prestigio, si no que se halla sujeta en gran medida a los vaivenes del precio en el mercado.

Asimismo destaca su dependencia geográfica, en cuanto al destino de dichos muebles, el mercado americano, que copó nada menos que el 91,74% de todos los envíos en 2003.

Una de los argumentos sobre las que se quiere apoyar una promoción más eficaz del mueble chileno en el exterior, se basa en difundir una imagen del país, asociada a la abundancia y calidad de los recursos naturales con los que cuenta el país para la elaboración de esos muebles, por ejemplo, dando nombres llamativos y de fantasía a los tipos de madera y “exaltando” sus bondades y características como únicos en el mundo.

Las principales empresas productoras y exportadoras son:

Centec Chile S. A.
Magasa S. A.
CIC S. A.
Bernarda Wood Product.

Nordik (Fca. Muebles París)
 Muebles Andes.
 Muebles Jouannet.
 Xilofor S. A.
 Forestal Copihue S. A.
 Natura Muebles.

Importaciones

Respecto a las importaciones, éstas han registrado, en los últimos años, salvo períodos con altibajos, un significativo aumento, de US\$ 12 millones en 1995 a US\$ 48 millones en 2002.

La evolución de las importaciones de muebles de madera y sus partes, principal subsector del que se nutre el mercado, en los últimos años es como sigue:

AÑO	MILLONES DE DOLARES
1995	12,0
1996	26,8
1997	47,1
1998	52,1
1999	34,0
2000	41,1
2001	42,3
2002	48,3
2003	40,5

Fuente: Asimad

Una distribución aproximada de la importación por tipo de mueble responde al siguiente esquema:

Partes y componentes,	20-30%
Muebles de oficina,	10-15%
Asientos,	10-13%
Sillas tapizadas	9-12%
Muebles dormitorio	8-10%
Otros	20-43%

Por lo que se refiere al origen de dichas importaciones, destacan las siguientes áreas geográficas:

Sudamérica, los países vecinos sostienen una posición envidiable que mejora año tras año, aumentando su cuota, en detrimento de otros países, sobre todo, EE.UU., y países pertenecientes a la UE, manteniéndose la participación de países como China y Malasia.

-Brasil: actualmente sus importaciones representan entre el 35-45% del total. Ha visto ascender vertiginosamente su participación en el mercado chileno del mueble desde aproximadamente el 16% que ostentaba en 2001.

-Argentina: tras la crisis que ha afectado a toda su economía durante 2001-2002, ya en ese año, fue recobrando el tono exportador, haciéndose con un 12% de todas las importaciones, desde el 3% que representó su participación en las importaciones chilenas de muebles durante 2001. Asimismo durante los primeros meses de 2004 la cuota se sitúa ya en torno al 25%.

Países asiáticos: aparecen China y Malasia como principales abastecedores, con cuotas en torno al 4-7% cada uno.

EE.UU.: ha visto reducidas sus importaciones a la mitad en apenas 2 años, pasando del 10% en 2001 a un 5% en 2003.

2.2. Obstáculos comerciales

Por el lado de los gravámenes, tras la firma del Acuerdo de Asociación Comercial con la UE, se ha producido la total desgravación, con arancel Cero para todas las partidas arancelarias relacionadas con el sector del mueble.

Dentro de este contexto de apertura internacional, la industria del mueble es una de las más beneficiadas. Sin embargo, este escenario plantea también una serie de exigencias, ya que las exportaciones implican una mejora sustancial de todos los aspectos relacionados con la estructura empresarial, la gestión comercial, la innovación y la calidad de los productos.

A través del programa “pro-crecimiento” del sector mueble, promovido por Asimad, se está tratando de poner en marcha una estrategia que promueva la capacitación dentro del sector y que generalice la certificación de la calidad del mueble chileno. A la vez, desde la administración, coordinada con las asociaciones del sector, se pretende dar luz verde a un proyecto que fomente el desarrollo, generación y ampliación de normas-país obligatorias, con las cuales se pretende equiparar los requisitos exigidos a la entrada de producto chileno a mercados más desarrollados como la UE, a aquellos que pretenden su entrada al mercado chileno, exigiendo reciprocidad a los mismos.

Además de con la certificación de calidad y medioambiental de la industria, existe otro tipo de certificaciones. En este caso, por ser Chile un país con elevada participación del sector forestal en las exportaciones, la "Certificación Forestal", cuenta con una creciente popularidad y pretende acreditar que productos de origen forestal, han sido extraídos de bosques gestionados de forma sostenible, desde un punto de vista técnico, económico, ambiental y social. Al exigir este llamado "sello verde" el consumidor intermedio y/o final estaría contribuyendo a la conservación y a la adecuada utilización de los recursos forestales del planeta.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

Los canales de distribución a través de los cuales se puede acceder al mercado son:

Venta directa: consiste en la comercialización directa desde el fabricante al cliente final.

Es la forma habitual para la colocación del mueble por parte del fabricante local de cierta entidad, el cual suele vender directamente en fábrica, o bien en sus propios show room, ejerciendo así un control total sobre el producto y favoreciendo un contacto más profundo con el cliente final. Este canal no es tan frecuente para el mueble importado, por las dificultades que entraña todo ese proceso de control.

Dentro de este apartado, podría incluirse, los muebles de muy alto nivel, hechos a medida por maestros artesanos, a petición de un público acaudalado, así como los proyectos ejecutados por diseñadores, que añaden al mobiliario un toque de exclusividad y distinción, al que se suele recurrir desde los estratos altos de la sociedad.

Venta a través de tienda especializada: en este caso sí suele darse una relación más directa entre el fabricante y el importador, puesto que el canal, en el común de los casos, se reduce a éstos 2, y en pocas ocasiones existe un intermediario.

En el caso de muebles de nivel medio-alto, sí que suele ser frecuente la utilización este canal de venta.

Un porcentaje importante de este tipo de tiendas se concentra en la zona de Alonso de Córdova y Nueva Costanera, en la comuna de Vitacura.

Venta a través de grandes centros de construcción y materiales: es en estos centros donde se comercializan partes y piezas de muebles RTA (Ready To Arm) destinados a un segmento medio-bajo y en consecuencia, también de precio reducido. Suelen ser muebles de todo tipo, especialmente de hogar, en todas sus variantes, incluyendo muebles de baño y cocina y en menor medida, de oficina.

A pesar del tamaño de la demanda que satisfacen estos centros, no se antoja esta forma de distribución atractiva, por cuanto los productos no incorporan ningún valor añadido, siendo el precio la única razón de la compra, por lo que no se tiende a hacer de la relación proveedor-importador algo regular y constante, sino que está siempre a merced de las oscilaciones del precio

Venta a través de grandes tiendas: la distribución a través de este tipo de establecimiento, se presenta desde el primer momento difícil, por las duras condiciones requeridas, en cuanto al volumen, variedad, plazo, regularidad en el suministro, almacenamiento, cláusulas de exclusividad y por tanto, dependencia en el suministro, etc.

A estas características de toda negociación se suman otras que dependen del tipo de mueble que se comercializa. Observando el tipo de muebles que son objeto de venta, se pueda valorar si es el tipo de local en el que colocar los productos españoles. El mueble vendido en estos establecimientos, fundamentalmente mueble de hogar, está orientado a un segmento medio-alto, al cual suele ajustarse mejor la producción nacional de mueble, que, a un coste menor, elabora un mueble similar.

El origen de muchas de las importaciones es asiático, con un precio sensiblemente más bajo, e imitaciones muy logradas, al menos en apariencia, de diversos tipos de muebles. No obstante, se subraya la presencia de determinadas marcas extranjeras como por ejemplo, las italianas NATUZZI, MICA, entre cuyas características figura una buena calidad, junto con un precio muy razonable, aunque, generalmente, algo superior al del mueble de fabricación nacional de la misma categoría.

En estas grandes tiendas, no es habitual la separación entre mueble de fabricación nacional e importado.

Venta a través de importador exclusivo: es una forma poco común de introducción del producto, por la dificultad para un pequeño comercio como es el caso de las tiendas especializadas chilenas, y más en el caso del mueble contemporáneo, de ceñirse exclusivamente a la oferta de un único fabricante, sobre todo cuando la capacidad de fidelización a una determinada marca es limitada, debido a que el gusto del chileno se está abriendo recientemente a un amplísimo abanico de novedades y especialmente, por lo limitado del mercado.

Recíprocamente tampoco es exigible, en general, por parte del importador, la exclusividad en la distribución, puesto que los pedidos son aún limitados. De otorgarse dicha exclusividad, tendría que afectar no a todo el muestrario de productos sino a una línea o a un producto en concreto, y a ser posible sólo en aquellas ciudades, regiones o áreas en las que la empresa importadora/distribuidora tenga presencia.

No obstante suele ser más habitual, el que las grandes tiendas exijan exclusividad para marcas renombradas, aunque dependerá en última instancia, del poder de negociación del fabricante.

Venta a través de representante o agente comercial: el agente comercial no tiene especial incidencia en el mercado chileno, dado lo reducido del canal de venta. La labor del agente supone una especialización, que suele redundar en un mejor servicio al cliente, que en este caso serían los distribuidores o vendedores finales, los cuales a su vez se especializan únicamente en la comercialización del producto, sin tener que asumir todos los trámites que la importación directa conlleva. Asimismo, supone cierta ventaja en cuanto a hábitos de trabajo y conocimiento del mercado que el fabricante difícilmente puede tener.

Otra razón para la escasa actividad como agente comercial es que en Chile no existe un colegio que los represente y avale, por lo que, normalmente se cuenta con un agente tras una larga presencia de la empresa en el país. El mayor inconveniente que se le puede atribuir a esta función, es el coste que supone añadir un nuevo eslabón a la cadena.

Venta por catálogo: aunque se da en ocasiones, no es la manera habitual, suele producirse previo conocimiento mutuo entre las 2 partes, aunque para un mueble estándar y sencillo, no es condición "sine qua non" dicho conocimiento previo.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 Estrategias de canal

Para el establecimiento de una estrategia, en primer lugar se analizarán tanto las fortalezas y debilidades del mueble español, con respecto al mercado chileno.

Puestos a definir el segmento en el que el mueble español podría tener un buen resultado, hay que tener en cuenta que ante el paulatino cambio de mentalidad que se está produciendo en el gusto chileno, en el cual, a pesar de ser aún clásico, se advierte una inclinación cada vez mayor por el denominado "mueble contemporáneo o de diseño". No obstante, el desconocimiento del mismo es todavía importante, en primer lugar por la ausencia de una industria consolidada del diseño en Chile que hay realizado la adecuada difusión del mismo, debilidad ésta que debería ser aprovechada por el diseño español, y en segundo lugar porque la presencia del diseño internacional es aún pequeña, a pesar de no haber dejado de crecer desde hace 10-15 años, cuando tuvo lugar su introducción.

Por lo que se refiere al público objetivo, si nos ceñimos a la población actual, éste se concentraría en la banda de los 35-55 años, segmento éste en el cual el diseño cuenta ya al menos con el conocimiento de dicho público, y la adecuación del producto a ese gusto más renovado. Otro requisito fundamental es el poder adquisitivo, rasgo que este segmento de población también empieza a reunir.

Además se estima que este rango de población puede verse aumentado en un futuro próximo, incluyendo al segmento entre los 25-35, potenciales clientes de este tipo de productos.

2.2 Estrategias para el contacto comercial

Chile es un país afín en cuanto a lenguaje, cultura, costumbres, etc, aunque le dan mucha importancia a la formalidad y seriedad, asimismo se recomienda no hacer mención de ciertos temas políticos que puedan ser sensibles al interlocutor chileno.

Por tanto es importante disponer de un catálogo convenientemente editado, de calidad, que se muestre como imagen del mueble español, como paso previo para

una posterior contratación, aunque, salvo para un tipo de mueble muy sencillo y estandarizado, no es habitual la compra por catálogo.

Por lo general a la hora de comercializar mueble, el proceso habitual pasa por el contacto previo con un distribuidor o representante, siendo más usual la figura del distribuidor. No obstante, hay que tener en cuenta, que un importador/distribuidor no trabaja en exclusiva para un único fabricante, a no ser que se trate de una marca renombrada, ya que al ser pedidos en general muy reducidos, se estaría autolimitando las posibilidades en un mercado pequeño.

Además por ser un mercado muy competitivo en precio, la entrada se hace difícil, por lo que los muebles han de demostrar otras cualidades, principalmente referentes al diseño, etc

2.3 Promoción y publicidad

De la misma forma, se hace conveniente darse a conocer en muestras internacionales, en la que la Feria Internacional del Mueble de Valencia tiene un importante peso específico a pesar de que todavía destacan otros certámenes como la Moebelmesse que se celebra en Colonia (Alemania) y la Feria de Milán.

A juicio de alguno de los protagonistas del mercado, la más apropiada y eficaz forma de promoción, aunque probablemente sea también la más costosa, es la de promover visitas comerciales tanto de prescriptores de opinión, como de profesionales a las ferias que tengan lugar (Vease Feria del Mueble de Valencia), así como a las fábricas españolas, que permitan conocer in situ la oferta.

Si bien la inserción de anuncios en revistas, publicaciones especializadas, suplementos de periódicos, etc, se hace prácticamente necesaria, ésta quizá, vendría de la mano de una efectiva promoción anterior, la cual podría responder a alguna de las siguientes formas:

Edición de una guía (suponiendo que exista material suficiente) que recoja de forma sinóptica la presencia más destacada del mueble español en Chile, a modo de ejemplo, la revista Ambientes diseña y produce la guía "Diseño italiano en Chile", que da cabida en sus páginas a una muestra muy amplia de objetos, mobiliario, diseño industrial, así como pisos y revestimientos.

Reportajes en la revista "Vivienda y decoración" del diario "El Mercurio", que aparece como suplemento los sábados y que es referencia para el segmento ABC1C2, sobre todo en cuanto a mueble contemporáneo, de diseño y clásico. La misma función, pero destinado a un público profesional, la desempeña la revista independiente "Ambientes".

- Plataforma logística : En cuanto a la distribución y a la promoción del mueble, jugó un importante papel, para las empresas asociadas a la misma, la exposición permanente de mueble de la Región de Murcia en Buenos Aires, como plataforma logística desde la que se abordó el mercado argentino, aunque en menor medida afectó también el chileno, por ser Buenos Aires ciudad referencia también para Chile. Algunas de las funciones consistían en la

realización, tanto de los trámites de importación como los de consolidación de contenedores, resolviéndole estos pasos al minorista., además de llevar a cabo la distribución de los muebles. Esta plataforma dejó de funcionar debido a la fuerte crisis sufrida por Argentina a finales de 2001.

No obstante, existen opiniones no favorables a una exposición permanente, porque una muestra genérica requiere de un determinado grado de stock, y de un adecuado manejo del mismo. Además al ser Chile un mercado de precio y debido al tipo de cambio del Euro, este tipo de showrooms no pueden ser rentables. Además sería necesario contar con un buen conocedor del mercado a cargo de dicha muestra que se encargase de agilizar todo lo relacionado con el intercambio comercial.

Otras fórmulas ensayadas en Chile para dar a conocer la oferta, pueden dar una idea de cómo realizar la puesta en práctica de una exitosa difusión del mueble español:

HABITAR ITALIANO en el marco del "Italian Festival"- JUNIO 2004

Una forma de dar a conocer el diseño italiano se llevó a cabo en junio de este año, por medio de una iniciativa conjunta entre el Instituto Italiano para el Comercio Exterior, y Federlegno, invitando a participar a 5 destacadas universidades chilenas: Universidad Andrés Bello, Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad del Desarrollo, Universidad Diego Portales, y Universidad Mayor.

Esta difusión/exposición multidisciplinar -no se ceñía a un solo aspecto relacionado con el diseño, aunque sí que era el protagonista principal- tenía por objeto realzar las bondades de la cultura italiana a través de una cadena de eventos, así como establecer un sinnúmero de interrelaciones entre todas las áreas presentes.

Algunos de esos actos fueron, los cursos de cocina, degustaciones de gastronomía regional, un concurso de diseño italiano, homenajes a la danza y la música italiana, lanzamiento de libros, etc. Para mayor información, dirigirse a:

<http://www.italtrade.com/countries/americas/chile/habitar.htm>

Aunque no parece haber sido una fórmula exitosa, al menos en lo que a llegada al público final se refiere, quizá si que haya tenido mayor repercusión en el mundo universitario y profesional. Por ello, sería deseable fomentar este tipo de relación empresa-universidad, por los réditos que a futuro se puedan obtener de este tipo de cooperación.

Otras posibles oportunidades de promoción podrían presentarse del siguiente modo:

PLAN BICENTENARIO

Consiste en un plan maestro diseñado para conmemorar el Bicentenario de la República que contará con una cartera de proyectos a ejecutar paulatinamente a fin de que el país pueda lograr, en el año 2010, una infraestructura acorde con sus expectativas.

En total, el Plan Bicentenario considera 239 proyectos de todo tipo, en el ámbito nacional, 63 en el ámbito regional y 176 en el ámbito urbano, y su ejecución se traducirá en una inversión pública y privada superior a los 6.000 millones de dólares..

El éxito de su implementación está estrechamente ligado a la aportación de los Gobiernos Regionales, y las Municipalidades, por lo que se hace recomendable mantener una relación fluida con estos actores.

Dentro del Plan, una de las áreas involucradas será la de la cultura, dentro de la cual destaca, el proyecto "Centro Internacional de Las Culturas", que tiene prevista su puesta en marcha para el segundo semestre de 2005, y en el que previsiblemente las distintas nacionalidades, en forma rotatoria, tendrán un lugar en el que exponer aspectos relacionados con la cultura de sus países. Esta podría ser la plataforma desde la que dar a conocer aspectos relacionados con el diseño y el mueble español.

En Chile existe una página web dedicada a las compras provenientes del sector público, que normalmente se publican a través de licitaciones:

<http://www.chilecompra.cl/>

2.4 Tendencias de la distribución

El estado actual en el que se encuentra la distribución en Chile, es el de un canal reducido. Ello se debe a lo atomizada que está la industria, con una competencia brutal en precios, y escasos márgenes para el fabricante, los cuales se verían aún más mermados, de tener que contar además con un intermediario. Además es relativamente nueva la presencia de mueble importado, lo que hace que aún se sigan los esquemas tradicionales de distribución, que responden a una concentración en pocos actores, en contraposición a los canales modernos de distribución, que responden a una mayor especialización, y separación de funciones.

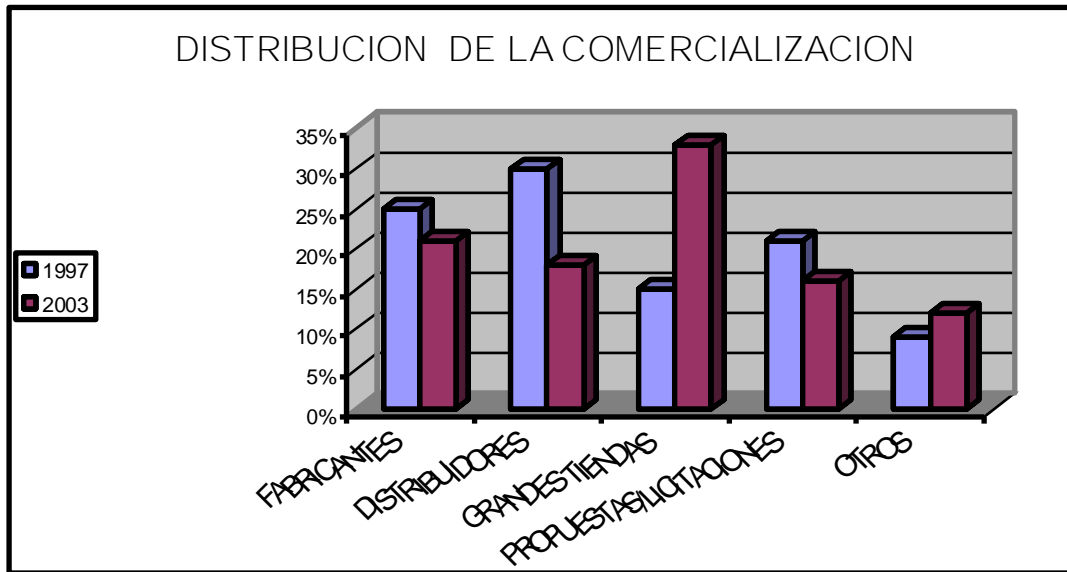
No obstante, existe una clara tendencia a una mayor especialización, lo cual contribuye a que una parte importante de la industria tenga que recurrir necesariamente a los distribuidores, precisamente por no contar con los recursos suficientes para llegar al público final.

Destaca asimismo el papel aglutinador, que en la distribución en general y de muebles en particular, están acaparando las grandes tiendas, puesto que éstas están dando un paso cualitativo pasando de la simple comercialización a ofrecer muy variadas y dilatadas formas de pago, las cuales en muchos casos fidelizan y/o atrapan al cliente durante años. Asimismo, los grandes almacenes cuentan, en la mayor parte de los casos, con fábricas que realizan los muebles que comercializan y que suelen tener una buena relación calidad-precio. Un ejemplo que hace al caso, es el de Feval, fabricante de la cadena Falabella, cuya sección de colchones ha sido recientemente adquirida por Flex.

Por otra parte, un pequeño porcentaje es importado y comercializado como sucede con Natuzzi en Ripley, Almacenes París

De igual manera, se tiende a la especialización no tanto por origen del mueble importado - únicamente cabría aquí la diferenciación entre mueble nacional y foráneo-, sino por el estilo de mueble, abriéndose aún más la brecha entre el cliente tradicional con gusto clásico y el nuevo cliente, con mayor predilección por el mueble contemporáneo.

Por tanto, la distribución de la comercialización, sigue el siguiente esquema:



Fuente: asimad

-Fabricantes nacionales venden directamente al público (Show-room propios) y abastecen a los distribuidores y grandes tiendas.

2003---21 %

1997----25 %

Si comparamos el estado actual, con la situación de hace 6-7 años, los fabricantes han perdido posiciones, aunque no serían los más afectados.

-Distribuidores tradicionales, comprende las pequeñas y medianas tiendas.

2003----18 %

1997----30 %

Han resultado fuertemente perjudicados, transfiriendo prácticamente toda su cuota a las grandes tiendas.

-Grandes tiendas. Son las grandes comercializadoras con puntos de venta en sus tiendas donde se concentra el mayor poder comprador, sobre todo en la Región Metropolitana y a través de las tiendas distribuidas en el resto de las Regiones. Ofrecen variedad y grandes facilidades crediticias.

2003----33 %

1997----15 %

Han restado poder a prácticamente el resto de los operadores del mercado.

-Propuestas y Licitaciones. Normalmente solicitan muebles de baño, oficina y cocina, además de muebles especiales.

2003----16 %

1997----21 %

-Otros. Lo componen los pequeños talleres y artesanos, generalmente por encargo.

2003----12 %

1997----9%

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (AGRO+CONSUMO+SERVICIOS)

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

La República de Chile se encuentra entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes, en el extremo suroccidental del continente americano. Limita al norte con Perú, al noroeste con Bolivia, al este con Argentina, al oeste y sudoeste con el océano Pacífico y al sur con el paso de Drake, con una superficie total de 756.626 Km². Además Chile reclama la soberanía sobre 1.250.000 Km² de territorio antártico en el que posee bases científicas y militares.

La longitud del país es de 4.270 Km. (desde su frontera con Perú hasta el Cabo de Hornos), con una anchura media de 200Km., (máxima de 468 Km. y mínima de 90 Km.). Su geografía se caracteriza por grandes contrastes y diversidad en el terreno, que incluye amplias zonas desérticas en el norte del país, como es el desierto de Atacama, zonas montañosas con nieves perpetuas, estepas en la zona austral y paisajes polares en su extremo sur. La gran extensión de este país permite tener una amplia gama de climas, que van desde la aridez del desierto en el norte, hasta las lluvias torrenciales en la zona sur. Sin embargo y siguiendo las definiciones oficiales, los climas de Chile se pueden dividir en tres grupos: árido, templado y frío.

La población de Chile es de 15.116.435 habitantes (INE- Censo 2002), de los cuales el 50,48% son mujeres y el 49,52% son hombres. Aunque la densidad demográfica es de 20,4 Hab./Km², la mayor densidad de población se encuentra en la Región Metropolitana donde se localizan 6.061.185 habitantes (40%). El porcentaje de población urbana es del 86,6%. La esperanza de vida que presenta la población chilena para el periodo 2000-2005 es de 79,04 años para las mujeres y de 72,99 años para los hombres.

Chile es un país en el que conviven distintos grupos étnicos; el 77% de la población es mestiza, el 20% son descendientes europeos y el 3% restante son indios mapuches. No existe ninguna religión oficial, pero según el estudio realizado por el Instituto de Sociología de la Universidad Católica en el año 2001, el 74,4% de la población chilena se declaran católicos, un 13,9% son evangélicos y un 3% profesan otras religiones. La lengua oficial es el español.

1.2. Factores económicos

La economía chilena se ha caracterizado en los últimos años por su estabilidad macroeconómica, que contrasta con la situación de sus países vecinos lo que ha supuesto una importante atracción de inversiones; primero en el sector de la minería y a continuación en el sector servicios (especialmente en electricidad, telecomunicaciones y banca) a las cuales hay que añadir las inversiones en manufacturas, construcción, etc.

Salvo en minería, la gran mayoría de las inversiones están lideradas por empresas españolas (Endesa, Telefónica, Santander, BBVA, etc.) y por ello España es el segundo país con mayor inversión acumulada en Chile después de EE.UU.

Cuadro 1: Principales datos económicos de Chile. Fuente: Banco Central de Chile.

Concepto / Año	2001	2002	2003
PIB (mill. US\$)	68.257	66.418	71.772
PIB per cápita (US\$)	4.395	4.393	4.604
Tasa var.real de PIB (%)	2,8	2,1	3,3
Inflación anual (%)	2,6	2,8	1,1
Balanza Comercial (mill. \$)	2.054	2.513	2.938
Tipo de cambio medio (Peso/1\$)	656,2	712,4	599,4
Desempleo (% tasa de paro)	7,9	7,8	8,5
Tipo de interés (media anual%)	5,07	4,05	2,7
Déficit Público (% del PIB)	-0,3	-0,8	-0,9
Deuda externa (en dólares)	37.790	40.395	43.391

Como se puede observar en el cuadro, la economía chilena presenta unas favorables cifras económicas: un considerable crecimiento del PIB, tasas de inflación bajas, balanza comercial positiva, moderadas tasas de desempleo, bajos tipos de interés, déficit público controlado y una moderada deuda externa, de la que un 80% proviene del sector privado.

En lo referente al crecimiento del PIB, en los últimos 4 años, el descenso del crecimiento respecto del 2000, en 2001 y 2002, se fundamenta en el contexto de desaceleración económica mundial y en la importante crisis de Argentina, que se inició en el 2001 y que le afectó muy directamente, al ser uno de los principales socios comerciales. En concreto, la gran devaluación del peso argentino perjudicó tanto a las exportaciones chilenas como a las importantes inversiones realizadas por Chile en dicho país.

Ante esta situación de desaceleración, se está practicando una política monetaria expansiva que busca reactivar el crecimiento del PIB, lo cual unido al contexto actual de recuperación de la economía internacional ha permitido un mayor crecimiento del PIB en 2003 (3,3%) y el alza de las estimaciones para 2004, situándose en un rango comprendido entre el 5% y el 5,5%.

En cuanto al sector exterior chileno, tienen un peso muy importante las exportaciones de cobre, que representaron el 36% del total exportado en 2003, destacando también las exportaciones agropecuarias y forestales. Los principales socios comerciales son: UE, EE.UU., Argentina, Japón y China.

En los aspectos comerciales Chile sigue una estrategia de política internacional basada en el regionalismo abierto con una gran apertura comercial; para lo cual ha negociado Tratados de Libre Comercio con Canadá, Centroamérica, México, UE, EFTA, EE.UU. y Corea, así como Acuerdos de Complementación Económica con Mercosur, Perú, Venezuela, Ecuador, Cuba, Colombia y Bolivia¹. Actualmente se encuentra en negociaciones con Nueva Zelanda y Singapur está interesado en iniciarlos con India, Japón y China. Además es miembro de la OMC, APEC y como acuerdo multilateral, está inscrito en las negociaciones del ALCA.

1.3. Distribución de la renta disponible

La población chilena, según el censo del 2002, es de 15.116.435 distribuidos en grupos de edad y por sexos de la siguiente manera:

Edad	Hombres	Mujeres	Total
0-14	1.982.037	1.908.089	3.890.126
15-29	1.850.682	1.823.557	3.674.239
30-44	1.753.369	1.813.580	3.566.949
45-59	1.103.558	1.164.085	2.267.643
60-74	573.613	673.694	1.247.307
75- +	184.436	285.735	470.171
Total	7.447.695	7.668.740	15.116.435

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

La población chilena esta repartida en 4,141 millones de hogares. Los hogares están formados por 3,7 personas, con un promedio de 1,5 personas por familia que perciben ingresos.

La escala social chilena está organizada por los siguientes grupos: el grupo ABC1 (clase alta y media-alta); el grupo C2 (clase media); el grupo C3 (clase media- baja); y el grupo DE (clase más baja).

El grupo ABC1 representa el 10% de la población y está integrada por aquellos que reciben los ingresos más altos. El ingreso promedio por familia es de 2,4 millones de pesos(*) mensuales. Estos consumidores son los menos sensibles al precio y más a la calidad de los productos.

El grupo C2 se encuentra integrado por el 20% de la población. Este grupo está formado por profesionales universitarios y nuevos empresarios. El ingreso promedio de las familias es de 880.000 pesos mensuales. Estos consumidores son sensibles al precio, pero también prueban en ocasiones los productos selectivos.

El grupo C3 concentra al 25% de la población. Está formado por profesionales sin estudios, profesores de primaria y secundaria, y pequeños comerciantes. El ingreso medio por familia es de 540.000 pesos al mes. Estos consumidores también son sensibles al precio y, a través del pago fraccionado y de las tarjetas de crédito consumen productos más selectivos.

Según Adimark, el 60% de los hogares conformados por personas de entre 26 y 35 años se concentran en los segmentos ABC1, C2 y C3.

El grupo D está integrado por el 35% de la población y formado por personas con estudios medios acabados o sin acabar, en su mayoría obreros, camareros, empleadas del hogar, etc. El ingreso promedio por familia es de 320.000 pesos.

El grupo E concentra al 10% de la población. Está formado por personas con estudios básicos incompletos, no tienen profesión y realizan trabajos ocasionales. El ingreso promedio familiar es de 120.000 pesos.

(*) Euro = 750 pesos chilenos (Agosto 2004)

1.4. Tendencias sociopolíticas

Chile es una República presidencialista de corte democrático presidencialista. En el país existe una clara delimitación e independencia entre los tres poderes del Estado. El poder ejecutivo es liderado por el Presidente de la República, que además es el Jefe de Estado y es elegido cada seis años. El poder judicial está representado por la Corte Suprema, que dicta la justicia apoyada por la Corte de Apelaciones.

El tercer poder, el legislativo, es bicameral y está formado por la Cámara de los Diputados y por el Senado. La primera está integrada por 120 miembros que son elegidos cada cuatro años y representan a las trece regiones que conforman el país, que son las siguientes:

- I Región de Tarapacá
- II Región de Antofagasta
- III Región de Atacama
- IV Región de Coquimbo
- V Región de Valparaíso
- VI Región del Libertador General Bernardo O'Higgins
- VII Región del Maule
- VIII Región del Bio Bio
- IX Región de la Araucanía
- X Región de los Lagos
- XI Región de Aisén del General Ibáñez del Campo
- XII Región de Magallanes y la Antártica Chilena
- Región Metropolitana de Santiago

El Senado está formado por 48 senadores, 38 de ellos elegidos por sufragio, 9 por designación directa y uno vitalicio, que es exPresidente de la República. En la actualidad y desde el 11 de marzo del 2000, el Presidente de la República es D. Ricardo Lagos, miembro del Partido por la Democracia (PPD), partido de centro

izquierda perteneciente a la Concertación, junto con el Partido Demócrata Cristiano (PDC), el Partido Socialista (PS) y el Partido Radical Social Demócrata (PRSD). La concertación es la coalición que gobierna actualmente. En la oposición, destacan los partidos Renovación Nacional (RN) de derecha y Unión Democrática Independiente (UDI) de ultraderecha, que se agrupan en la Alianza por Chile.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

El tipo de mueble demandado en Chile y que puede despertar cierto interés para el exportador de mueble español podría clasificarse en:

Mueble de oficina: Actualmente es quizás el segmento en el que el mueble español puede tener una mayor presencia, sin que sea especialmente significativa dentro de toda la oferta que se da cita en Chile.

No es posible establecer una cifra concreta de cuota de mercado participada por el mueble de oficina español, ya que o bien se encuentra estancada o retrocede, y que la oferta española, no es especialmente conocida, frente a otras como la italiana. En Chile existe una oferta muy amplia, encontrándose una oferta minoritaria de mueble de distintas nacionalidades, como colombiano y mexicano, cuyos muebles correspondiéndose con importaciones de empresas matrices en sus respectivos países. Igualmente hay un pequeño hueco para el mueble canadiense y norteamericano.

De suma importancia es el nuevo auge constructor que se está produciendo al compás de la reactivación económica, que toma cada vez más fuerza, aunque el alcance no es tan impactante como el período de impulso constructor que tuvo lugar a principios de los 90, en el que se emprendieron los proyectos que ahora conforman la zona de negocios o nuevo centro en las comunas de Providencia y Las Condes.

Tras el parón constructor que trajo consigo la excesiva exposición de la economía chilena a la crisis asiática de finales de los 90, que redujo notablemente la capacidad de acometer nuevos proyectos, las perspectivas presentes y futuras son halagüeñas, ya que para 2004 se proyecta la construcción de 150 mil metros cuadrados de oficinas, superior a los 50 mil metros cuadrados que se promovieron en 2003. De esos 150 mil, se estima ya en el primer semestre de 2004, en unos 42 mil sólo los destinados a clase A, es decir el segmento más alto, mientras que para la 2ª mitad del año, el pronóstico es de unos 35 mil para ese mismo segmento. Otra señal, que apunta hacia esta dirección optimista es la puntual caída en un 28% de la "vacancia", concepto que viene a definir los metros cuadrados de oficina disponibles.

A principios de los 90, el equipamiento de gran parte de estos edificios se realizó en mueble norteamericano que se caracteriza, mueble de calidad, funcional, pero carente del diseño que ahora parece empezar a alhajar, vestir las áreas profesionales. Datos aportados por empresas apuntan a la práctica desaparición dentro de los esquemas de importación, de ese mueble de alto nivel norteamericano para dar paso a un mueble europeo, de igual calidad, pero menos sobrio, al ser un

mueble, en muchos casos, contemporáneo. Por lo que se refiere al mueble de estilo, aunque pervive, y tiene un mercado cautivo para cierto tipo de negocios de corte clásico, como los despachos de abogados, y, más eventualmente, ciertas instancias oficiales, como ministerios, municipalidades, en donde siempre se tiende a dar una imagen más sobria y seria, este tipo de mueble parece encontrarse en franco retroceso.

Para obtener información de contratación pública, dirigirse a la siguiente página web: <http://www.chilecompra.cl/>

Dentro del mobiliario de oficina, habría que diferenciar los distintos niveles que lo conforman, el mueble destinado a nivel administrativo, mobiliario de recepción, mobiliario de salas de eventos, salas de juntas y mueble a nivel de gerencia.

A nivel administrativo, se prima la economía, característica que hace prácticamente imposible la entrada de empresas españolas, por no poder competir en precio con una industria nacional que fabrica productos muy similares en calidad y en diseño, que en muchos casos son imitaciones o copias.

La situación cambia en lo referido a los otros niveles, recepción, salas de juntas y eventos o anfiteatros, en donde entran en juego otras variables, como la imagen que la empresa quiera dar al visitante, etc, existiendo, por tanto una mayor laxitud presupuestaria.

Por lo que se refiere a la distribución, el canal difiere del utilizado para otro tipo de muebles. Es válido para todo tipo de muebles de oficina, pero especialmente intenso para el caso de un mueble de línea universal y producción industrial en serie, es decir, el afecto a las áreas administrativas de la empresa. Para este caso, el modo habitual suele ser el acudir, por parte de fabricantes y/o distribuidores, además de diseñadores/arquitectos (cobrando éstos últimos una importancia creciente como escalón intermedio), a la publicación de propuestas, licitaciones y concursos para proyectos corporativos que convocan desde medianas empresas hasta grandes instituciones (bancos, AFP-Administradoras de Fondos de Pensiones, de gran importancia en Chile, debido a que son las encargadas de gestionar los fondos que se canalizan desde el trabajador al sistema de pensiones, ISAPRES- Instituto de Salud Previsional -encargada de las aportaciones al sistema de salud). El procedimiento pasa por acudir directamente al show-room del fabricante o a través de catálogo.

Dentro del segmento que componen las pequeñas empresas, por no tener capacidad para la convocatoria de concursos, éstas suelen acudir directamente a la tienda o al show-room del fabricante, saltándose el paso intermedio del diseñador. Según fuentes del mercado, las pequeñas empresas podrían suponer un porcentaje de las ventas ligeramente superior al 30-35%, mientras que el mercado que se dirige a las propuestas o licitaciones, alcanzaría el 65-70%.

Estas mismas fuentes asignan un 10% a la comercialización del mueble gerencial dentro del mueble de oficina.

Por otra parte, valoran la parte correspondiente a importación en aproximadamente 20%-30% de todo el mercado de oficina. Además, como ya se indicaba, una parte sustancial de la importación se centra en los apartados de gerencia y de salas de eventos, etc mencionadas.

No obstante, aunque el canal tiende a alargarse poco a poco, a través de la figura de mediador que representa el diseñador/decorador/arquitecto, dista aún de concretarse esa especialización para la otra parte del mercado que suponen las pequeñas empresas.

Un reparto aproximado de la cuota que ostentan los diferentes países de los que se importa, establece en la práctica totalidad de operadores consultados, una posición prevalente para Italia, en torno al 40-60%; otros países exportadores, pero a cierta distancia, serían Francia, España y la zona asiática.

El acondicionamiento con participación de profesionales suele realizarse prácticamente en su totalidad conforme a la oferta con la que cuentan en sus propias tiendas y show-room, los importadores/distribuidores de mueble extranjero, dejando un hueco residual para la importación directa por parte del diseñador/decorador/arquitecto. Con respecto al precio de ese mueble importado, éste en muchos casos suele duplicarse al llegar al cliente, por cuanto no es factible la compra en el exterior de mobiliario masivo. De la misma manera los plazos y las condiciones de entrega, frenan notablemente la transacción de este tipo de mueble.

Adicionalmente a estas condiciones, señalar la eventual fortaleza del Euro en 2003 y 2004 tanto frente al peso chileno como frente al US\$ (segunda referencia monetaria en el país) como importante rémora para la exportación de mobiliario español.

Mueble de diseño o contemporáneo: Por ser un tipo de mobiliario a caballo de todos los demás, considerado hasta hace poco como complementario, se va configurando cada vez más como sustitutivo. A través de su inserción en los conjuntos de oficina y mezclado con el de hogar, se configura como la otra opción por donde se ha de plantear nuestra incursión en el mercado chileno.

Por tanto se hace necesaria la entrada en este es nicho ya que, aunque aún se encuentra en sus inicios, su introducción está siendo muy rápida, en lo que a difusión entre el público de sus creaciones se refiere. De hecho a pesar de que tan sólo cuenta 10-15 años en Chile, no ha dejado de crecer continuamente, estimándose hoy en día según fuentes del mercado en un 10-15% la parte que le corresponde dentro del conjunto total del mueble. De dicha estimación, la práctica totalidad sería de mueble importado, al no existir todavía el concepto de "diseño chileno", aunque se está intentando desarrollar. Como debilidad cuenta, por desconocido, con la opinión del público, ni con un respaldo a nivel industrial -por adolecer dicha industria del nivel tecnológico oportuno-. El ejemplo más conocido de diseño chileno a nivel nacional y foráneo es un diseño de silla de Cristián Valdés.

Por otra parte sigue siendo muy restrictivo el mercado objetivo, debido al poder adquisitivo, muy limitado en el mercado chileno, por no reunir una masa crítica suficiente, al posicionarse solamente como potenciales compradores una muy escasa

clase pudiente, que no excedería, en el mejor de los casos de un millón de personas, frente a una población de 15 millones.

Puesto que el mueble de diseño, es un tipo de mueble que tiene su canal natural a través de profesionales en la materia, es previsible que su desarrollo se produzca precisamente a través de ellos, por lo que no se presume un reparto homogéneo (al menos hasta que esté implantado con fuerza) entre el diseño destinado a hogar, es decir el destinado al cliente final, y el que encuentra su mercado en el cliente institucional, el equipamiento no residencial, esto es, empresas, universidades, colectividades, establecimientos hoteleros y comerciales, etc.

Por tanto una aproximación en cifras para el mercado de diseño residencial (cliente final), lo estima entre US\$ 5 y 8 millones.

La distribución se realiza bien por el sistema de venta directa, a través de la propia marca extranjera que está establecida con su/s propio/s establecimiento/s como el caso de las italianas Lovato, Miodino, Bticino, o bien son representantes.

El otro procedimiento de distribución pasa por la tienda especializada, con amplios show-room, que dan cabida a todo tipo de mobiliario de distintas marcas competidoras, sin ningún lazo de exclusividad, salvo en contadas ocasiones, en las que el vendedor final se asegura, que por el hecho de tratarse de un pequeño mercado, no tendrá competencia. Como ya se ha expuesto, es el mercado no residencial, el que actualmente y a corto plazo ofrece más alternativas y mejores perspectivas.

En particular en Chile, confluyen una serie de circunstancias que parecen favorecer a estos bienes de consumo. Al auge en la construcción de vivienda y de oficina especialmente en Santiago, se añade la imagen de modernidad de Chile, que como continuación a la apertura comercial que está experimentando el país, y que se impulsa tanto a nivel público con la construcción de grandes proyectos, como aeropuertos, estaciones, museos, auditorios, edificios de colectividades en general, así como a nivel privado, con numerosos proyectos turísticos hoteleros, expansión de clínicas privadas tanto en número como funcionalmente, asumiendo muchas de ellas las funciones propias de hospitales.

Dentro de los bloques de pisos y apartamentos que se encuentran en las comunas de ingresos medio-alto de Santiago, se observa que los lobbys o halls de entrada suelen contar con un conjunto de mobiliario de cierta categoría.

Las numerosas universidades, tanto públicas como privadas, viven también un proceso de renovación, si bien su capacidad de compra se ve más restringida que en otro tipo de proyectos corporativos, y se tiende a un mueble más masivo, no hay que descartar, sin embargo, su gradual aproximación al diseño.

El hábito de consumo para el cliente prototipo de mueble contemporáneo de hogar, establece que la tendencia es, a diferencia de lo que ocurre con el mueble de estilo, esto es, a comprar un conjunto entero para todo el ambiente, a formar un ambiente variado y ecléctico, tomando de uno y otro sitio.

La fidelidad a una marca o a un determinado origen del mueble no es una característica que defina al comprador chileno de diseño.

Otra de las características que acompaña a la adquisición de este tipo de muebles, es la disponibilidad de un amplio surtido, así como la exigencia de soluciones globales, que incluyan un servicio post-venta con posibles recambios, un servicio técnico que se encargue del posible montaje, los detalles, etc, dificultando la exportación de este tipo de muebles y promoviendo en muchos casos, el paso de una exportación a una asociación casi forzosa con un agente del país.

Mueble de hogar y mueble clásico o de estilo: A juzgar por las opiniones recibidas, al menos la parte de este segmento correspondiente a mueble de estilo se identifica con un mercado en declive, en el que apenas hay espacio para un mueble de alto nivel, la ausencia de un mercado que lo justifique.

El mueble de estilo según estimaciones de Asimad, no acapara más allá del 4-5%, y esto es debido a la reducción paulatina del segmento de población al que va dirigido este mueble. Además de las razones de edad y cambios en los gustos, se añade un debilitamiento en el poder adquisitivo de la clase media, que a su vez ha redundado en una progresiva desaparición del que, hasta hace unos años (10-15 años), era el distribuidor habitual de este tipo de mueble, generalmente de pequeño o mediano tamaño y en muchos casos, tiendas especializadas, que trabajaban con mueble tanto chileno, como importado.

Hábitos de consumo Según la opinión de alguno de estos distribuidores, la incidencia de esos 2 factores la fuga de clientes se ha visto agudizada por la irrupción de las cadenas de multitiendas o grandes almacenes hace alrededor de 10 años, las cuales aprovecharon esa debilidad adquisitiva por parte de la clase media , ofreciendo además de una más amplia gama con multitud de registros, y unas condiciones de financiación mucho más asequibles, que el pago al contado que ofrecían los distribuidores con no demasiados recursos. Asimismo, se consolidaba una mentalidad generalizada entre la clientela, que desplazaba el concepto de exclusividad y de calidad inserto en la idea del “mueble para toda la vida”, y asumía como factor de compra la rotación periódica del mobiliario cada cierto tiempo. Con ello, el mueble que se empezó a comercializar no era para que durase, produciéndose a la vez una bajada simultánea en precio y calidad.

Distribución, la mayor parte de la distribución y comercialización del mueble de hogar, recae sobre los grandes almacenes, que cada vez absorben una mayor parte del mercado. Los muebles que ofertan abarcan todos los ámbitos de la casa, y son de producción nacional e importados, variando las proporciones según la política de cada cadena, aunque tienden a estar equiparados. Generalmente mueble nacional e importado comparten espacio, sin hacer distinción en sus salas de venta. Estos establecimientos, con la publicidad masiva de sus colecciones, marcan además la pauta y tendencias de cada temporada.

Otra parte del mercado la acaparan empresas fabricantes de Chile y de Argentina establecidas en Chile, que a su vez son distribuidores de sus propios muebles, suelen

especializarse en muebles de un solo tipo, dormitorio o salón, etc y complementan su gama con mueble importado.

La razón de su subsistencia ante las cadenas multitiendas ha sido entre otras, la adopción de sus métodos de diferimiento de pago ya que, al ser fabricantes contaban con más recursos para hacerlo que los meros distribuidores tradicionales. Algunos de los casos de mayor renombre son Muebles Sur, CIC, Rosen. El mueble que se comercializa en ambos casos corresponde a un segmento medio, medio-alto.

La importación tanto en un caso como en otro, es mayoritariamente asiática, procedente de China, y Malasia (siendo en muchos casos, reconocibles copias de productos europeos) también mueble brasileño y en menor proporción, pero generalmente de mayor precio y calidad, producción europea. Los márgenes aproximados con los que operan ambos tipos de actores suelen ser del orden del 65-70%

Por lo que respecta a un mueble de alta calidad, los operadores del mercado citan la oleada valenciana de mueble de estilo que llamó insistentemente a las puertas chilenas hace aproximadamente 5-6 años, y aunque en un principio el mercado se hizo eco de sus ofertas, realizándose importaciones, más tarde dicha oferta sucumbió ante la opción del bajo precio y del mueble no duradero descrito arriba.

Actualmente, el mueble de alta y muy alta calidad se realiza a pedido, el cual es satisfecho por artesanos y en la propuesta es habitual la mediación de diseñadores/arquitectos, etc, por lo cual se infiere que las posibilidades del mueble español, y de otras nacionalidades, como el boliviano y colombiano -con maderas tropicales que en Chile no se encuentran y calidades muy logradas-, son mínimas. Se augura pues, una mayor participación de diseñadores, un fortalecimiento aún mayor de las grandes tiendas a costa de la casi completa desaparición de los distribuidores tradicionales, mientras que los fabricantes/distribuidores se mantienen.

En el segmento medio-bajo del mueble de hogar, conviene mencionar mercados "persas", similares a los rastros españoles, como el mercado del "Bio-Bio" en la estación de metro FRANKLIN, mercado casi informal, en el que bajo el techo de un mismo almacén o nave industrial (galpón) y casi sin delimitar el espacio entre unos y otros, congrega a fabricantes y distribuidores menores de todo tipo de muebles de hogar, generalmente de fabricación nacional, con clientes de escasa a media capacidad adquisitiva, oscilando la categoría de los muebles de media a muy baja calidad. Por lo general es un mercado al contado, aunque pueden ofrecer condiciones de financiación a corto plazo.

Muebles de cocina/baño: Por las características del mueble, el cual requiere de una solución integral, es decir, de la adquisición de todo un conjunto de muebles para los que se hace necesaria la instalación y el servicio postventa, se necesita un servicio técnico que, o bien se presta estando presente en el mercado, o bien a través de una joint venture.

Esta situación se acentúa cuando el mobiliario reúne rasgos de diseño o es de estilo contemporáneo cuyo montaje, mantenimiento, etc, por tratarse generalmente de un producto único, corresponde en exclusiva al fabricante.

Distribución/comercialización: Para el mueble de cocina y baño, existen distintas formas de comercialización en función del cliente al que se dirijan.

En primer lugar, diferenciar por segmentos:

Cientes de bajo-muy bajo nivel adquisitivo: las necesidades de este relativamente amplio segmento suelen ser satisfechas por los pequeños fabricantes y talleres, especialmente abundantes en la Región Metropolitana y los materiales empleados son de ínfima calidad.

Un segundo escalón en la segmentación la componen los clientes de poder adquisitivo medio-bajo: la respuesta a esta demanda se encuentra en las grandes cadenas de construcción y de venta de materiales, las cuales ofrecen un mueble estándar o RTA (Ready To Assemble/Arm) y los volúmenes comercializados son grandes, por representar posiblemente la clientela más numerosa. La rentabilidad asociada a este tipo de mueble es baja, especialmente para el fabricante. Especialmente notable es la difusión que ha ido alcanzando en los últimos años el mueble modular, que coincide en muchos casos con el tipo de mueble que desde España se está exportando al mercado chileno

Por último y para una demanda más selecta, se encuentra la tienda especializada, bien sea una división de un fabricante mediano-grande, o bien con oferta de mobiliario importado. Gran parte de esta demanda cuenta con el asesoramiento profesional de diseñadores.

Por otro lado, la fórmula más utilizada ante la demanda directa que efectúan las empresas constructoras, son las propuestas del fabricante ante las mismas constructoras. En tales propuestas, las constructoras suelen entregar una parte del valor total, y la parte restante, depende del avance que experimente la instalación, puesto que aunque el mueble se elabora en fábrica, se arma directamente en la obra. En ocasiones son las propias constructoras las que fabrican e instalan los muebles. La rentabilidad ligada a este negocio es más alta que la que afecta a la venta a grandes cadenas.

Este mercado se compone generalmente de muebles con menor grado de estandarización que los RTA de las grandes cadenas de materiales de construcción, puesto que se trata de proyectos a medida. La calidad del mueble vendrá generalmente en función del valor de la obra y de la comuna o división administrativa donde se realiza la construcción, mientras que el estilo del mueble variará según el tipo de, ya sea un piso familiar, o un "loft" o apartamento unipersonal para personas solteras, o bien, una casa unifamiliar. Por tratarse de proyectos a medida, se hace prácticamente necesaria la presencia in situ en el mercado. De ahí que la inmensa mayoría de los encargos corresponda a fabricantes locales, y sólo para proyectos muy selectos y específicos podría recurrirse a un mobiliario importado. Por ello que

los fabricantes locales suelen ofrecer su gama junto con productos exclusivos de importación, como es el caso de Budnik, MK.

Para la realización de estas propuestas/licitaciones, las empresas fabricantes cuentan con equipos especializados de venta, presentes en el terreno donde existe una supuesta demanda, así como unidad de instaladores, etc.

Hábitos de consumo: la principal ventaja para el operador de este tipo de mueble es su carácter perentorio o de primera necesidad en una casa. Si relacionamos esta característica con el proceso constructor que está teniendo, y va a tener lugar en Santiago y en Chile, al menos durante el ciclo económico favorable, se podría afianzar una posición como primer paso de introducción en el mercado.

2.2. Hábitos de compra

En la mayoría de los casos, el hábito de compra está ampliamente influido por la disponibilidad monetaria, siendo muchas veces el factor de decisión para efectuar la compra. En particular la compra a crédito para bienes de consumo duradero se ha convertido en mayoritaria. Otras forma de pago muy extendida y segura en Chile son los cheques, con independencia de la cuantía.

2.3. Preferencias

Prácticamente todas las fuentes profesionales consultadas, coinciden en señalar las bondades del mueble español, manteniendo su neutralidad en lo que a gusto y calidad respecta frente al mueble italiano, pero incidiendo en que el precio, es muy similar, aunque por lo general, inferior al producto italiano, se advierten sin embargo importantes obstáculos que resultan en un obstáculo importante para el mueble español en este segmento de diseño, debido a que la imagen del mueble español no está aún forjada y menos aún la percepción chilena del diseño español, concepto éste en el que Italia nos lleva una ventaja considerable.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las fuentes del mercado consultadas coinciden en señalar la alta calidad del mueble español, el cual goza además de relativa difusión entre los profesionales del sector, los cuales conocen la oferta no tanto así entre el público final.

Aunque como principal obstáculo nos encontramos el precio, calificado incluso de pretencioso, no por la calidad, que como ya hemos dicho, sí que reúne el producto, sino más bien por una falta de relación según la percepción del público al que dichos muebles irían destinados.

Esta asociación sí que se produce, en cambio, en el mueble italiano, el cual cuenta con un serio bagaje de "Imagen-país" que respalda cualquier creación, que cuente con el sello Made in Italy.

Operadores del mercado señalan, que los precios españoles son, en un amplio porcentaje, similares a los italianos, sin que a su vez los muebles vengan bendecidos por ese sello intangible de calidad.

V. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

SALÓN DEL MUEBLE

Espacio Riesco-Comuna de Huechuraba

Hasta hace 6 años, en Estación Mapocho, contaba con un 90% de expositores locales, y un 10% aproximadamente de expositores extranjeros. No obstante se desaconseja la participación en la misma

SANTIAGO DISEÑO

Comprende 2 tipos de actividades paralelas

-Circuito de Tiendas: invitación a las tiendas de diseño de Santiago a presentar sus objetos de diseño englobados en las siguientes categorías:

- Diseño industrial
- Luminarias y objetos
- Mobiliario

-IV Encuentro empresas de diseño.

Más información en:

<http://www.revistambientes.cl/>

“EDIFICA”

Más que un encuentro para especialistas en muebles, reúne a actores del rubro de materiales y equipamiento para la construcción, pero podría ser interesante de cara entrar en contacto con esa área.

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE LA MADERA

<http://www.asimad.cl/>

INSTITUTO FORESTAL

<http://www.infor.cl/>

CORPORACIÓN DE LA MADERA

<http://www.corma.cl/>

CATAS-CHILE: CENTRO CERTIFICACIÓN CALIDAD DEL MUEBLE

<http://www.catas-chile.cl/>

ASOCIACIÓN CHILENA EMPRESAS DE DISEÑO

<http://www.qvid.cl/>

DISEÑO, DECORACIÓN, ARQUITECTURA, CONSTRUCCIÓN

<http://www.dac.cl/>

ASOCIACIÓN DE DECORADORES DE CHILE

<http://www.add.cl/>

ASOCIACIÓN DE OFICINAS DE ARQUITECTOS

<http://www.aoa.cl/>

IMPORTADORES DE MUEBLES DE HOGAR

ALMACENES PARIS

Importan fundamentalmente muebles de Hogar destinados al segmento medio-alto.

Las áreas de mueble de hogar serían:

Comedores, salones los productos

Importan de muchos y muy diferentes países

Asia: China, Malasia, Vietnam, Singapur

Sudamérica: Brasil, Argentina, Colombia.

EEUU y en menor medida Italia.

Las áreas de mueble de hogar serían:

Comedores, salones los productos se traen de todo el mundo.

Livings.

Dormitorios, provenientes de EEUU, India.

Terraza (Asia).

Tel: 56-2-3367905 3367000

Fax: 56-2-

Email: <mailto:jinfante@almacenes-paris.cl>

ALMACENES RIPLEY-COMERCIAL ECCSA

El tipo de muebles que comercializan se divide en:

Rústico, clásico y moderno.

Han importado en ocasiones muebles para comedor-living, sofás (futon) de España.

Importan un porcentaje importante del total de sus ventas

Huérfanos 979-Santiago Centro

Santiago

Tfno: 56-2-6941000

Fax: 56-2-6941006

Francisco Valdés-analista productos

Tfno: 56-2-6941296

Email: <mailto:fvaldes@ripley.cl>

Verónica Sutil-responsable compras

Tfno: 56-2-6941150

Email: <mailto:vsutil@ripley.cl>

<http://www.ripley.cl/>

COLCHONES ROSEN

El tipo de muebles importados en los últimos tiempos son los siguientes:

Dormitorio juvenil e infantil.

Muebles ocasionales como telefonera, taburetes, vitrina bar, etc...

Dormitorio líneas contemporáneas, moderna y clásica

Sofa línea contemporánea y moderna

Muebles de madera clásicos con marquetería en dormitorios y línea de entretenimiento.

Sillones de descanso con diversas funcionalidades (masaje, calor, etc...)

Tfno: 56-2-620 54 65

Fax: 56-2-620 53 72

Email: <mailto:fernando.ramirez@rosen.cl>

Fernando Ramírez-gerente de compras

DISTRIBUIDORA ANDES S.A.

Distribuidores mayoristas de muebles de hogar, living, dirigidas a un segmento medio-alto.

Volumen de importación en torno a los 100.000 US\$.

Los Fresnos 500

Santiago de Chile

Tel.: 56 2 7387361

Fax.: 56 2 7387364

Email: <mailto:andes1@andesmuebles.cl>

Juan Antonio Gómez-gerente comercial

FALABELLA

La comercialización de mueble importado no es muy alta, se decantan más bien por mueble nacional. De Europa no traen prácticamente nada.

Tienen tiendas en las que se comercializa mueble masivo y otras de rango medio.

Rosas 1665-Santiago Centro

Santiago de Chile

Tfno: 56-2-3802000

Fax: 56-2-3802138

Isabel Ibieta-Responsable compras

Email: <mailto:iibieta@falabella.cl>

<http://www.falabella.cl/>

KLAMMER & EYZAGUIRRE LTDA.

Importan muebles para terraza, sillas, sofás de España.

Avda. Nueva Costanera 4281 Of. 301

Vitacura – Santiago de Chile

Tel.: 56 2 2061714

Fax.: 56 2 2083419

Email: <mailto:kammereyzaguirre@usa.net>

Hernán Eyzaguirre

IMPORTADORA DE MUEBLES Ltda.

Importan mueble de madera clásicos de Indonesia y Argentina

Tel: 56-2-2445820 4537806

Fax: 56-2-2445820

Email: marceloeroman@hotmail.com

Marcelo Román

INTERDESIGN S.A.

Importan de Italia muebles de hogar y también de oficina aunque en menor proporción. Ambos van dirigidos a segmentos altos de precio.

Avda. Isidora Goyenechea 3200

Las condes - Santiago

Tel: 56-2-2314114

Fax: 56-2-2461197

Email: info@interdesign.cl

ventas@interdesign.cl

Sitio Web:

Ljuvica Kirigin-gerente compras

MAPLE CHILE S.A. GRUPO MAPLE

Son la filial de una empresa mexicana.

Importan muebles de hogar, dormitorios en madera, etc y también muebles de oficina destinados a gerencia desde México.

AVDA LOS ZAPADORES 0721

Tfno: 56-2-7409112 7409113

Fax: 56-2-7409113

Email: <mailto:asj@grupomaple.com>

Gerente Alejandro Salcedo

MUEBLES ALMARZA

Actualmente no importan, pero disponen de un show-room que podría ser de gran interés para posibles exportadores a la hora de organizar eventos y dar a conocer estos diseños a sus clientes.

Presidente Erazuriz, 2.965

Santiago

Mueble clásico

Tel: 56 2 6816174 Fax: 562 6816174

Invitado: D. Alfonso Almarza D. Jaime Almarza

Email: <mailto:alfonso@almarzamuebles.cl>

SERVIMAD

Importan todo tipo de muebles, generalmente bajo pedido para propuestas, proyectos, licitaciones a medida.

La cifra total de importaciones de todos sus productos es de unos US\$ 6 millones

PORTO MADERO 9710, 2º PISO, PUDAHUEL

Tfno: 56-2-54484105448429

Email: <mailto:mpena@servimad.cl>

Margarita Peña-Dpto nuevos negocios.

<http://www.servimad.cl/>

SUR DISEÑO

Son fabricantes y pertenecen a la empresa Muebles Sur, a la vez son importadores de todo tipo de muebles.

Su punto fuerte son los sofás cuya procedencia es italiana y brasileña.

Igualmente importan accesorios de Italia, Francia.

Importan y fabrican sillas para hogar y oficina, decoración de pubs, etc.

Sillones para oficina de Bolivia.

NO importan actualmente nada de España, aunque sí que lo han hecho con anterioridad.

AVDA ALONSO DE CORDOBA 3206

Tfno/fax: 56-2-2074160

Email: <mailto:sdsubg@123.cl>

Andrea Stappum.

TAZ S.A.

AV. BUSTAMANTE 885

ÑUÑO A

SANTIAGO

Tel: 56-2-2693412

Fax: 56-2-2233901

Email: <mailto:ventas@taz.cl>

Sitio Web:

Patricia Cáceres

Katherine Alvarez

IMPORTADORES DE MUEBLES DE OFICINA

ARKITEK S.A. - INTIDISEÑO S.A.

Todos los precios, también importan muebles de hogar.

AV. ISIDORA GOYENCHEA 2895

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-2324325

Fax: 56-2-2322644

Email: arkitek@arkitek.cl

Marcela Ortiz-Área importaciones.

ARREDORAMA

Importan muebles de oficina, de hogar y también destinados a amueblar clínicas, hospitales, espacios comerciales, etc.

Un 20% de la importación que realizan se dirige al segmento de muy alto nivel, centrándose en proyectos muy específicos.

Estuvieron en contacto hace tiempo con empresas españolas, sin que se concretaran relaciones comerciales fluidas.

Importan muebles de Italia

LOS COIGUES 701 MOD.18

QUILICURA

SANTIAGO

Tel: 56-2-7391418

Fax: 56-2-7391417

Email: <mailto:info@arredorama.com> <mailto:andreastorace@arredorama.com>

Sitio Web:

Andrea Storace

BASFLEX

Importan sillas

NUEVA COLON 1061

INDEPENDENCIA

SANTIAGO

Tel: 56-2-7772750

Fax: 56-2-7379704

Email: <mailto:ventas@basflex.cl>

Sitio Web:

Jesús Gracia.

BASH INDINA

Importan y fabrican muebles de oficina. Tanto una actividad como otra abarca todos los segmentos y precios del mueble de oficina, a nivel administrativo, como de alta gerencia.

La cifra de importaciones está en torno a US\$ 1 millón.

Importan de España exclusivamente sillería (butacones, etc) en torno a 120.000-150.000 € en 2003, Italia, y de EEUU en mayor proporción.

DIAGONAL JOSE MARIA CARO 2630

RECOLETA

SANTIAGO

Show Room en Nueva Costanera 4067

Tel: 56-2-6203552 6212131

Fax: 56-2-6223757 6212103

Email: mailto:bash@bash.cl

gpalacios@bash.cl molavarria@bash.cl

Sitio Web:

Gregorio Palacios.

Máximo Olavaria.

ERGOTEC JAIME UGARTE & CO Ltda.

Importan sillería y sillones de oficina de Italia, Argentina y una línea de Canadá, dicho mobiliario va dirigido a todos los niveles de la empresa, y sólo suponen una pequeña parte del negocio, puesto que también son fabricantes.

LA TRAVESIA 6179

PUDAHUEL

Tel: 56-2-7474050 7869420

Fax: 56-2-7474050

Email: mailto:ctraub@ergotecmuebles.cl

Sitio Web:

Carlos Traub-gerente

Paola Mosto-área comercial

ESTEBAN MINASSIAN Y CIA. LTDA.

Se dedican fundamentalmente a amueblar centros, empresas, instituciones bajo propuesta.

Importan muebles alta gerencia de Italia principalmente, también de USA y de Argentina.

AV. DEL PARQUE 4680-A OF.405 CIUDAD EMPRESARIAL

HUECHURABA

SANTIAGO

Tel: 56-2-4449255

Fax: 56-2- 4449249

Email: minassian@minassian.cl

amorales@minassian.cl

ffarias@minassian.cl

Sitio Web:

Alvaro Morales-Area comercio exterior

Felipe Farias- Diseñador de la empresa.

FERNANDO MAYER S.A.

Importan partes, cerrajes y ellos realizan muebles de diseño.

AV. PDTE. KENNEDY 7308

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-3702277 3702200 3702250

Fax: 56-2-3702211

Email:

Sitio Web:

Gonzalo Fuentes-Area importaciones.

INDUMETAL LTDA

Fabrican muebles de oficina más modestos, mientras que los destinados a gerencia (sillas, sillones de calidad) se importan de Italia.

AV. RECOLETA 1735

RECOLETA

SANTIAGO

Tel: 56-2-6219003

Fax: 56-2-6219003

Email: indumetal@adsl.tie.cl

Sitio Web:

Vincenzo Vanella

INTERDESIGN S.A.

Importan muebles de hogar y también de oficina aunque en menor proporción, de Italia. Ambos van dirigidos a segmentos altos de precio.

AV. ISIDORA GOYENCHEA 3200

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-2314114

Fax: 56-2-2461197

Email: info@interdesign.cl

ventas@interdesign.cl

Sitio Web:

Ljuvica Kirigin

INTERGROUPE S.A.

Importan mobiliario de oficina, siendo una parte importante de Argentina y otra parte de España.

EL ROSAL 4732 PARQUE EMPRESARIAL EL ROSAL

HUECHURABA

SANTIAGO

Tel: 56-2-7547500

Fax: 56-2-7547501

Email: <mailto:intergroupe@intergroupe.cl>

Sitio Web: <http://www.intergroupe.cl/>

Benjamín Huaiquimil.

INTERHAUS

Fabrican mobiliario de oficina estandarizada en base a línea italiana.

Realizan soluciones integrales de diseño y equipamiento de oficina.

Importan un muy pequeño porcentaje de sillas italianas.

AV. ANDRES BELLO 2909

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-3355887

Fax:

Email:

Sitio Web:

Carolina Sánchez.

LOVATO CHILE LTDA.

Importan mobiliario de oficina de todo tipo, exclusivamente de Italia.

Lovato Chile es la filial chilena de esta empresa italiana.

LAS DALIAS 2261

MACUL

SANTIAGO

Tel: 56-2-2387746

Fax: 56-2-2399037

Email: lovato@netline.cl dmaldonado@lovato-chile.cl

Sitio Web:

Daniel Maldonado-gerente empresa

MIODINO

Importan de su matriz en Italia todo tipo de muebles de oficina.

NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO17

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-4481058

Fax: 56-2-4481052

Email: <mailto:ventasmd@miodino.cl>

Leonor Durán-dpto compras.

MUEBLES EPOCA S.A.

Importan muebles de la línea Haworth, empresa de EEUU, que adquirió la línea española KEMEN.

También importan sillería italiana y argentina

AV. ISIDORA GOYENCHEA 3124

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-3629595

Fax: 56-2- 3621739

Email: <mailto:epoca@epoca.cl>

Marcela Ramírez

MUEBLES JUAN CARLOS PRIETO Y CIA. LTDA.

Importan de la matriz argentina todo tipo de muebles de oficina, aunque incluso en los muebles de menor nivel, incorporan cierta calidad.

AV. ANDRES BELLO 2905

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-2461973

Fax: 56-2-2461973

Email: <mailto:mueblesjcprieto@terra.cl>

Sitio Web: <http://www.prietomaderasymuebles.cl/>

Showroom:

Av. Andrés Bello 2905, Las Condes (Portada de Vitacura)

Juan Carlos Prieto: Gerente General

Pedro Letelier : Gerente Ventas

MUEBLES LIBERONA Y CIA.LTDA

Importan partes y piezas de sillería, pero no muebles completos.

Proveen el mobiliario a bancos, hospitales, etc.

BENOZZO GOZZOLI 5346-5350

SAN JOAQUIN

SANTIAGO

Tel: 56-2-5523253

Fax: 56-2-5525645

Email: <mailto:liberona@manquehue.net>

Sitio Web:

MUEBLES LLULL LTDA.

Importaron hace tiempo de EEUU, y de Europa (Alemania).
Están interesados en importar muebles modulares o RTA.
FABRICA - EXPOSICION Y VENTAS: AV. GENERAL BUSTAMANTE 330
PROVIDENCIA
SANTIAGO

Tel: 56-2-2228403
Fax: 56-2- 2226712
Email: <mailto:sgll@muebleslull.cl>
Sitio Web: <http://www.muebleslull.cl/>

SERGIO GOITIA LLULL
GERENTE GENERAL
Presidente Asociación industriales de la madera (ASIMAD)

MUEBLES SUR

Importan sillería para oficina de Asia, especialmente de China.
CURICO 244-220
SANTIAGO CENTRO
SANTIAGO

Tel: 56-2-2222039 2225824
Fax: 56-2-6344577
Email: mueblessur@chileinternet.com <mailto:agna@mueblessur.cl>
Sitio Web: www.mueblessur.cl
Aña Aguade-área commercial.

MUEBLES TIMAUKEL LTDA.

Importan sillas y partes de sillas de Taiwán.
La importación estaría en torno a los 50.000-100.000 US\$.
PORTUGAL 574
SANTIAGO CENTRO
SANTIAGO

Tel: 56-2-6341135 6352937
Fax: 56-2- 6351136
Email: <mailto:mueblestimaukel@entelchile.net>

NOVA IMAGEN S.A.
Importan muebles de oficina y escritorios de Italia, dirigido a la gerencia, mientras que las estaciones de trabajo a nivel administrativo provienen de Canadá.
La importación se cifra en torno a US\$ 1 millón.
AV. ANDRES BELLO 2777 PISO 1 EDIFICIO DE LA INDUSTRIA
LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-2497970

Fax: 56-2- 2030338

Email: <mailto:ventas@novaimagen.cl>

Sitio Web:

Mario Fischman-gerente.

Cecilia Escobar-diseño y venta.

QUATTRO OFFICE INTERNATIONAL

Importan de su matriz colombiana, aunque una muy pequeña parte de todas sus ventas, por la demora que supone la entrega.

Se dedican a todo tipo de mueble de oficina.

EL CONQUISTADOR DEL MONTE 4808

HUECHURABA

SANTIAGO

Tel: 56-2-2485090

Fax: 56-2-2485092

Email: <mailto:info.chile@quattrointernational.com>
marketing.chile@quattrointernational.com

Sitio Web:

Marcela Romero, área de Marketing.

ROCHA Y CIA**HILAT**

Importan de Colombia (cajoneras) un 70% del total, de Italia (archivadores), y mueble de oficina a nivel gerencial de Argentina.

Importaron muebles de España

El volumen de importación oscila entres 60.000-120.000 US\$.

Tfno: 56-2-9461387 9461397 9461860 9461393

Fax: 56-2-9461860

Email: mrestrego@multioficina.cl <mailto:rmendez@multioficina.cl>

Sitio web: www.multioficina.cl

Marta Restrego-gerente ventas

Raúl Méndez-

SPECTRA

Son representantes de una marca argentina.

Importan también diversos artículos relacionados con la iluminación.

LOS ALERCES 1987

Tfno: 56-2-2386328 2371145 2371193 2371209

Fax: 56-2-2386328

Email: spectra@adsl.tie.cl

STILO MONDO

Importan bajo pedido muebles de línea italiana, generalmente de Italia o Argentina, aunque dependiendo siempre del gusto del cliente

AV. LUIS PASTEUR 5766
VITACURA
SANTIAGO

Tel: 56-2-2180828
Fax: 56-2-2180853
Email: mailto:stilomondo@hotmail.com
Sitio Web:
Patricia Méndez-dpto comercial.

STYLE OFFICE

Importan de Canadá (estaciones de trabajo), e Italia (muebles destinados a gerencia, etc)

ASTURIAS 97
LAS CONDES
SANTIAGO

Tfno: 56-2-2497970
Fax: 56-2-
Email: mailto:rvivencio@novaimagen.cl
Sitio web:
Rodrigo Vivencio.

SUR DISEÑO

Son fabricantes y pertenecen a la empresa Muebles Sur, a la vez son importadores de todo tipo de muebles.

Su punto fuerte son los sofás cuya procedencia es italiana y brasileña.

Igualmente importan accesorios de Italia, Francia.

Importan y fabrican sillas para hogar y oficina, decoración de pubs, etc.

Sillones para oficina de Bolivia.

NO importan actualmente nada de España, aunque sí que lo han hecho con anterioridad.

AVDA ALONSO DE CORDOBA 3206
VITACURA

Tfno/fax: 56-2-2074160
Email: mailto:sdsdbg@123.cl
Andrea Stappum-gerente compras

TRONCURA

Actualmente no importan, pero están valorando la posibilidad de importar las partes o insumos para fabricación propia de muebles de oficina, aunque no descartan la importación en exclusiva de una determinada línea de muebles de oficina.

SANTA ROSA 7576 PARAD. 19
LA GRANJA
SANTIAGO

Tel: 56-2-5254327
Fax: 56-2-5500901

Email: <mailto:troncura@troncura.cl>

<mailto:lissette@troncura.cl>

Sitio Web:

Lisette Vásquez, área comercial

IMPORTADORES/DISTRIBUIDORES MUEBLE CONTEMPORANEO, (OBJETOS, ILUMINACIÓN) DE DISEÑO

ARKITEK S.A. - INTIDISEÑO S.A.

Todos los precios, también importan muebles de hogar.

Av. Isidora Goyenechea 2895

Las Condes

Santiago

Tel: 56-2-2324325

Fax: 56-2-2322644

Email: arkitek@arkitek.cl

Marcela Ortiz-Área importaciones.

ARTEKNIA

Importan artículos de iluminación, principalmente de Italia

Avda apoquindo 6411

Las Condes-Santiago de Chile

Tfno/fax: 56-2-2116071

Omar Venegas-gerente compras

Email: <mailto:omar.venegas@arteknia.cl>

<http://www.arteknia.cl/>

COTIDIANA PATRICIA CASTRO

Tienda de arquitectura, diseño y decoración situada en la zona exclusiva de Vitacura que distribuye productos de decoración para el hogar en cristal, cerámica, etc. y entre los cuales se encuentra la empresa española La Mediterranea.

Av. Alonso de Córdova 4035 - Vitacura

Santiago – Chile

Tel. +562 371 8772

Fax +562 2065 693

E-mail: pcastro@cotidiana.cl

Oficina:

Luis Pasteur 5280

Of. 13 – Vitacura

Santiago – Chile
Tel. +562 2191090
Fax +562 2199511

D&G DECORACIONES
Tienda de mobiliario de diseño situada en la zona de Vitacura.

Av. Alonso de Córdova 3990 - Vitacura
Santiago – Chile
Tel. +562 2088682

EMPORIUM DESIGN
Importación objetos de diseño

Vitacura 3879
Vitacura-Santiago de Chile
Tfno: 56-2-2280020
Email:

GM DECORACIÓN
Tienda de decoración en la que se comercializa mobiliario moderno y de diseño, tapices, telas, objetos de decoración, etc. situada en la zona de Vitacura. También realizan proyectos de decoración e interiorismo.

Av. Alonso de Córdova 4060 – Vitacura
Santiago – Chile
Tel. +562 2080237
Fax +562 2071041
E-mail: gmdecoracion@entelchile.net

GRIS, ARQUITECTURA Y DECORACIÓN
Tienda de mobiliario moderno y de diseño situada en la zona exclusiva de Vitacura. Realizan proyectos de decoración e interiorismo.

Av. Alonso de Córdova 4270 – Vitacura
Santiago – Chile
Tel. +562 2065678
E-mail: gris@terra.cl

IMAGEN
Tienda de Objetos de decoración, regalos y accesorios situada en la zona exclusiva de Vitacura. Comercializa producto de gama media y alta, nacional y de importación. Su punto de venta no es muy grande pero la disposición del producto está muy cuidada.

Av. Alonso de Córdova 4034 - Vitacura
Santiago – Chile
Tel. +562 208 9636

IMPORTADORA E.M.S Ltda.
Importan artículos de iluminación industrial, principalmente de Italia.

Suecia 567
Providencia-Santiago de Chile
Tfno: 56-2-3356424
Fax: 56-2-3356425
Email: <mailto:mfarias@ems.cl>
Marco Farías- gerente comercial
<http://www.ems.cl/>

INTERDESIGN

Importador y minorista de mueble de hogar, oficina e iluminación de gama alta. Su punto de venta distribuido en tres niveles está situado en Las Condes, una de las zonas comerciales y de negocios de la ciudad.

Isidora Goyenechea 3200 – Las Condes
Santiago – Chile
Tel. +562 2314114
Fax +562 2461197
E-mail: info@interdesign.cl

Distribuye productos de Artemide, Ingo Maurer, Oluce, Ing. Castaldi, Crassevig, Fiam, Horm, Tacchini y Alessi.

INTERLIGHT

Importan artículos de iluminación, principalmente de Italia, también de China y España. .

Manquehue 385
Las Condes
Tfno: 56-2-2024845
Fax: 56-2-2024845
Email: <mailto:tempora.jf@123.cl>
Joaquin Falabella

MUEBLES ALMARZA

Actualmente no importan, pero disponen de un show-room que podría ser de gran interés para posibles exportadores a la hora de organizar eventos y dar a conocer estos diseños a sus clientes.

Presidente Erazuriz, 2.965

Santiago

Tel: 56-2 6816174

Fax: 56-2 6816174

D. Alfonso Almarza

D. Jaime Almarza

Email: <mailto:alfonso@almarzamuebles.cl>

OPENDARK

Dedicada a la iluminación arquitectónica, importa la práctica totalidad.

El reparto podría ser aproximadamente del 50-60%, importación italiana, 30% español, otro pequeño porcentaje argentino, de Taiwán.

Avda El Bosque Norte 0158

Tfno/fax: 56-2-3737100

Email: info@opendark.cl

<http://www.opendark.cl/>

Paola Martínez-secretaria gerencia

SANTIAGO-MILAN

Importan por el momento, exclusivamente mobiliario italiano, aunque no descartan otras opciones.

Avda Nueva Costanera 3714

Tfno/fax: 56-2-2085105

Email: mailto:stgo_milan@email.com

Raúl Romo-gerente compras

Página web en construcción

SIGNORIN CHILE S.A.

Importador mobiliario e iluminación de diseño de Italia, España, etc.

Vitacura, 2949

Vitacura – Santiago

Teléfono: (56-2) 2335414

Fax: (56-2) 2340379

Sr. Mario Galdames (Director Ejecutivo)

Juan Ignacio Galdames

Email: <mailto:signorin@adsl.tie.cl>

SUR DISEÑO INTERNACIONAL

Importador y distribuidor de mueble de hogar, oficina, complementos e iluminación. Comercializa producto de gama media y alta, nacional e importado de Italia, España y Alemania entre otros países.

Dispone de un punto de venta de 1.500 m² distribuido en 4 plantas en Vitacura, una de las zonas de comercio exclusivo de la ciudad de Santiago.

Entre las marcas españolas con las que trabaja encontramos a Mobles 114 y Stua.

Sur Diseño Internacional forma parte del grupo Muebles Sur, empresa creada en 1944 por unos arquitectos de Barcelona. Éstos disponen de 3 puntos de venta en Santiago (Las Condes, Santiago Centro y Providencia) en los que comercializan muebles nacionales o de importación, iluminación y objetos de decoración.

Av. Alonso de Córdova 3026

Santiago – Chile

Tel. y Fax +562 2074160

E-mail: surdiseno@entelchile.net <mailto:sdsubg@123.cl>

Andra Stappum-gerente compras

VIENA MUEBLES, S.A.

Tienda de mobiliario situada en la zona exclusiva de Vitacura. Básicamente su oferta está centrada en la sillería de madera de estilo moderno y tradicional de origen argentino

Av. Nueva Costanera 3766 – Vitacura

Santiago – Chile

Tel.: 56-2- 6681451 2062218

Fax : 56-2- 6240996 2062352

Email: <mailto:vienna@terra.cl>

Jose Miguel Benavides- Gerente

IMPORTADORES DE MUEBLE DE COCINA Y BAÑO

ATIKA

Se dedican a la importación de cerámica.

Importaron una partida de muebles de baño puntualmente de una empresa española.

NO parecen tener gran interés en seguir importando muebles.

Tno: 56-2-4883015

Fax: 56-2-4883007

Email: c.heresi@atika.cl

Claudia Heresi

BUDNIK HNOS

Importan en exclusiva la línea de muebles de cocina de FORLADY.

Tfno : 56-2-3980100
Fax : 56-2-2123058
Email : <mailto:fmarquez@budnik.cl>
Jose Antonio Alonso, área comercial.

COMERCIAL HISPANO CHILENA LTDA. - ROCA EUROPA
Representante de ROCA en Chile
TIL-TIL 2592
MACUL
SANTIAGO

Tel: 56-2-7829500
Fax: 56-2-2384801
Email: <mailto:rojas@chc-roca.cl>
Sitio Web:
Rodrigo Rojas
Juan Manuel Hidalgo-Gerente comercial.

INKITESA
Importan mueble, tableros modulares desde España para montar las cocinas.
AV. APOQUINDO 5220
LAS CONDES
SANTIAGO

Tel: 56-2-2206711
Fax: 56-2-2203409
Email: <mailto:equipamientosespa@yahoo.com>
Francisco Rojas León
Socio Gerente

INKITESA en SAN FELIPE
Tfno: 56-34-518515
Fax: 56-34-518124

MAYSOL
Han importado mueble modular de cocina español, aunque hace más de un año que no lo hacen.
PADRE HURTADO 681
LAS CONDES

Fono: 56-2-2299528 2351800
Fono/fax: 56-2-2299528
Email: <mailto:maysolventas@areaconstruccion.cl>
Andrés Barrigas-gerente

MK - MAURICE KHAMIS
Importadora de muebles de cocina y baño.

Importadora y distribuidora de accesorios de baño.
AV. LAS CONDES 11400 LOCAL 11 TORRES SAN DAMIAN
VITACURA
SANTIAGO

Tel: 56-2-2170101
Fax: 56-2-2156075
Email: <mailto:paulinagallo@mk.cl>
Sitio Web:
Paulina Gallo-Jefa producto

MUEBLES ARATA

Posible interés en importación de cierta línea de muebles de cocina y baño
TABANCURA 1530
VITACURA SANTIAGO CHILE
Teléfono: (56 2) 2371796215 4644
Fax: (56 2) 215 4644
E-mail: <mailto:ventas@arata.cl> <mailto:proyectos@arata.cl>

Marcela Yáñez
Aldo Arata-Gerente

YOLITO
Importan muebles modulares y estándar de España
AV. LAS CONDES 7090
LAS CONDES
SANTIAGO

Tel: 56-2-7500600
Fax: 56-2-7500651
Email: <mailto:cmora@yolito.cl>
Claudia Mora-diseño
Marcel Reyes-gerente

IMPORTADORES/DISTRIBUIDORES DE MUEBLES MODULARES, RTA

EASY (Grupo CENCOSUD)
Importan RTA, es decir mueble destinado a un segmento medio-bajo, destinado a oficina en una pequeña proporción, a hogar, dormitorio

Tfno: 56-2-9590374 9590300

Fax: 56-2-

Email: <mailto:sagonzalez@easy.cl>

Sergio González-área comercial

IMPORTADORA EXIT Ltda.

Importa mueble de línea plana, o RTA de Brasil

Tfno/fax: 56-2-8416673 8416752

Email: <mailto:exit@terra.cl>

Mauricio Reino-gerente general

IMPORTADORA-EXPORTADORA YARDAS Ltda.

Importan tableros modulares o RTA, para la fabricación de muebles de hogar y escritorios, closets (armarios empotrados) de Argentina y Brasil

AVDA CENTRAL 550

PARQUE INDUSTRIAL AEROPUERTO QUILICURA

Tfno: 56-2-7390444

Fax: 56-2-7390444-almohadilla-(37)

Fernando Orellana-Dpto compras

Email: <mailto:fernando.orellana@yardas.cl>

Página web en construcción

INKITESA

Importan mueble, tableros modulares desde España para montar las cocinas.

AV. APOQUINDO 5220

LAS CONDES

SANTIAGO

Tel: 56-2-2206711

Fax: 56-2-2203409

Email: <mailto:equipamientosespa@yahoo.com>

Francisco Rojas León

Socio Gerente

INKITESA en SAN FELIPE

Tfno: 56-34-518515

Fax: 56-34-518124

MELMAN

Son fabricantes de mobiliario escolar y de casinos.

Actualmente no importan, aunque sí que lo han hecho hace tiempo, mueble modular.

GENERAL VELÁSQUEZ 1966, ESQUINA LO ESPEJO

Tfno/fax: 56-2-6810876

Email: <mailto:melman@melman.cl>

Roberto Mansur-Gerente

Fernando Melhuish-Gerente

MUEBLES LIBERONA Y CIA.LTDA

Importan partes y piezas de sillería, pero no muebles completos.

Proveen el mobiliario a bancos, hospitales, etc.

BENOZZO GOZZOLI 5346-5350

SAN JOAQUIN

SANTIAGO

Tel: 56-2-5523253

Fax: 56-2-5525645

Email: <mailto:liberona@manquehue.net>

Sitio Web:

PRODUCTORA DE EQUIPAMIENTOS D'HOMO

Importan RTA, y modulares para fabricar muebles de TV, closets, de Argentina y Brasil

CORDOBA Y FIGUEROA-QUINTA NORMAL

Tfno: 56-2-7723122

Fax: 56-2-7723122

Email: <mailto:rmelero@adsl.tie.cl>

Rufino Melero-Gerente

3. BIBLIOGRAFÍA

-Informe sobre el sector industrial del mueble de madera, ASIMAD (Asociación Gremial Industriales de la Madera , Agosto 2003.

-Estudio "Mueble en Chile" año 1999 de la Oficina Comercial.

-Estrategia, artículo industria secundaria

-Entrevistas con:

-Andrea González, coordinadora Revista Casa & Decoración, suplemento del Diario La Tercera.

-Andrea Storace, gerente de Muebles Arredorama.

-Fernando Ramírez, responsable de compras de Colchones Rosen.

-Angelo Garay y Gabriel Rojas, agencia de prensa El Generador.

-Juan Ignacio Galdames, Muebles Signorin.

- Nelson Ebersperger, gerente revista Ambientes.
- Andrea Stappum, responsable compras Sur Diseño.
- Tomás Harrison, gerente ASIMAD, Asociación Industriales de la Madera.
- Marcela Salazar, representante de compras Decor-house.