



PRODUCTOS FORESTALES NO MADEREROS

INSTITUTO FORESTAL

Boletín 12 – Junio 2012



Boletín 12 – Junio 2012

PRODUCTOS FORESTALES NO MADEREROS

CONTENIDO

Exportaciones chilenas de Productos Forestales No Madereros: PERÍODO ENERO-MARZO 2012	1
Productos exportados.....	1
Países de destino	2
Empresas exportadoras	3
EXPORTACIONES CHILENAS DE ACEITE VEGETAL DE ROSA MOSQUETA	3
ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA MESA ARTICULADORA DE PFNM DE LA REGIÓN DEL BÍO BÍO	5
Referencias bibliográficas	8

Boletín de PFNM es una publicación elaborada por el "Grupo de Información Forestal y Análisis Económico", Sede Metropolitana, Instituto Forestal (INFOR)

Editor: Daniel Soto
Colaboradores:
Verónica Fuentes, Alejandro Lucero.

Boletín de Productos Forestales No Madereros es una publicación trimestral que contiene las cifras más recientes de las exportaciones chilenas para este segmento de productos, sus países de destino y las empresas involucradas.

Además se incluye un análisis de un tema destacado y antecedentes técnicos de un producto no maderero seleccionado o información de las actividades de INFOR en el ámbito de los PFNM, en base a documentación especializada. Los números del Boletín PFNM se publican en marzo, junio, septiembre y diciembre. La edición del mes de marzo contiene las cifras enero-diciembre de las exportaciones del año anterior.

EXPORTACIONES DE PFMN, ENERO-MARZO 2012

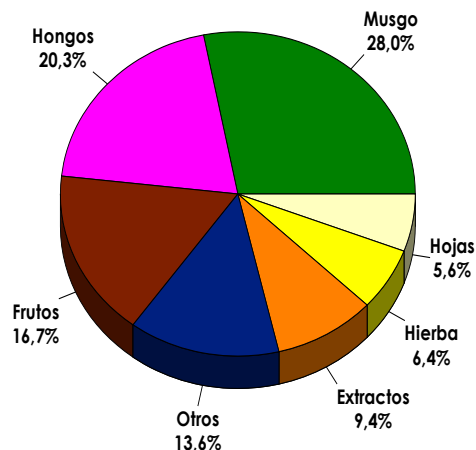
Las exportaciones de PFMN chilenas totalizaron US\$ 15,5 millones durante enero-marzo del año 2012, aumentando un 3,7% respecto a lo alcanzado en el mismo periodo del 2011. El 85,3% del monto exportado fue de productos primarios, mientras que el 14,7% restante fue de productos elaborados, proporción que se mantiene similar respecto de períodos anteriores.

Durante enero-marzo de 2012, los musgos se impusieron como el producto con mayor monto exportado, con un 28% del total y un alza de 10,4%, en relación con igual período de 2011. Con estos montos los musgos desplazaron a los hongos al segundo lugar, aunque también contribuyó a esto el hecho de que las exportaciones de hongos disminuyeron en 26,8% respecto del primer trimestre de 2011, obteniendo una participación de 20,3%.

Cabe destacar que durante el primer trimestre del año 2012, las tres principales empresas exportadoras de hongos: Hojas Export Ltda., Comercial e Industrial Aguamar Ltda., y Andifungui Exportadora S.A., disminuyeron significativamente sus montos exportados –(-95,9%, -5,9%, y -43,2%, respectivamente) comparado con igual período de 2012. En el caso de Hojas Export la importante caída se debió principalmente a que la empresa no registró envíos de hongos al mercado francés. Este país había anotado en enero-marzo de 2011 una participación del 96,6% en las exportaciones totales de hongos, por lo que su ausencia se dejó sentir en el resultado trimestral de PFMN.

El tercer PFMN con mayor monto exportado en enero-marzo 2012 fue el fruto, que alcanzó una participación de 16,7% dentro del monto total trimestral. Cabe señalar que las exportaciones de frutos tienden a concentrarse en el segundo semestre con una participación, por lo general, más baja en los primeros meses del año.

Figura 1
PFMN exportados en enero-marzo 2012
(% participación)



Los extractos de quillay se posicionaron en el cuarto lugar de los PFMN exportados en el trimestre, con una participación de 9,4%, aumentando en 28,1% su monto en relación a enero-marzo de 2011.

Luego se ubicaron las hierbas, que registraron una disminución de 11,1%, respecto de igual período de 2011. El monto de las exportaciones de hierbas está compuesto, en partes similares por hierba San Juan y por manzanilla. Las exportaciones de hojas registraron un aumento de 21,8% respecto del 2011, producto que se conforma mayoritariamente por hojas de boldo, aunque también incluye pequeñas exportaciones de hojas de eucalipto, helecho y pimienta.

La mayor alza del periodo la registró la corteza de quillay, cuyo monto de exportación se incrementó en 198,4% respecto del primer trimestre del 2011. Por el contrario, la mayor baja –sin considerar los productos que no registraron movimientos en el actual periodo– fue para las semillas, que disminuyeron en 88% su monto exportado respecto del primer trimestre 2011.



Cuadro 1
Monto de las exportaciones de PFNM (US\$ FOB)

Producto	Ene-Mar'11	%	Ene-Mar'12	%	VAR (%)
Musgos	3.938.460	26,3	4.348.150	28,0	10,4
Hongos	4.315.664	28,8	3.160.613	20,3	-26,8
Frutos	1.892.852	12,6	2.591.964	16,7	36,9
Extractos	1.137.531	7,6	1.456.675	9,4	28,1
Hierbas	1.128.275	7,5	1.002.731	6,4	-11,1
Hojas	715.867	4,8	872.226	5,6	21,8
Aceite vegetal	905.288	6,0	828.231	5,3	-8,5
Corteza	182.369	1,2	544.245	3,5	198,4
Otros PFNM	394.430	2,6	448.731	2,9	13,8
Otras mat. vegetales	100.151	0,7	263.746	1,7	163,3
Semillas	239.198	1,6	27.825	0,2	-88,4
Aceites esenciales	-	0,0	2.358	0,0	-
Cañas	2.607	0,0	-	0,0	-
Plantas de árb. Forest.	41.291	0,3	-	0,0	-
Total	14.993.985	100,0	15.547.493	100,0	3,7

En cuanto a los volúmenes, los musgos registraron un total de 1.354 toneladas, aumentando 2,5% en relación al 2011. Por otra parte, el volumen de los hongos cayó 35,8%, siendo una de las mayores bajas junto con las semillas, que disminuyeron 65,1%. Otros productos que presentaron bajas fueron las hierbas con un 15,4% menos que el 2011 y el aceite vegetal con -2,7%.

Cuadro 2
Volumen de las exportaciones de PFNM
(Toneladas)

Producto	Ene-Mar'11	Ene-Mar'12	VAR (%)
Musgos	1.322	1.354	2,5
Hongos	1.058	679	-35,8
Frutos	450	587	30,6
Hojas	582	586	0,7
Hierbas	478	405	-15,4
Otras materias vegetales	108	192	77,8
Otros PFNM	97	119	23,1
Corteza	60	101	68,5
Extractos	52	94	82,0
Aceite vegetal	53	52	-2,7
Semillas	27	10	-65,1
Aceites esenciales	-	*	-
Cañas	13	-	-
Plantas de árb. Forest.	28	-	-

*Valor inferior a 1 tonelada.

La cantidad exportada de frutos alcanzó a 587 toneladas, aumentando 30,6% en relación al primer trimestre de 2011. Otros productos con alzas importantes fueron los extractos, con un 82% más que en 2011, las "otras materias vegetales", que incluye al mimbre, se

incrementó en 77,8% y la corteza con 68,5% por sobre lo que registró en enero-marzo de 2011.

Alemania continúa liderando el ranking de los destinos de las exportaciones de PFNM chilenos, con exportaciones que representaron cerca de un quinto del monto total. La cifra de Alemania experimentó un aumento respecto del primer trimestre de 2011, que se debió principalmente a los envíos de frutos de rosa mosqueta y los hongos.

El segundo mercado fue Estados Unidos, donde los PFNM más relevantes enviados fueron los extractos y frutos de rosa mosqueta. El tercer lugar fue para Taiwán, que mostró una caída en las exportaciones, cuya causa principal estuvo en la baja en el monto exportado de musgos.

Cuadro 3
Monto de las exportaciones de PFNM según país de destino
(US\$ FOB)

País	Ene-Mar'11	%	Ene-Mar'12	%	VAR (%)
Alemania	2.803.186	18,7	3.104.155	20,0	10,7
EE.UU.	1.694.772	11,3	2.716.269	17,5	60,3
Taiwán	1.878.701	12,5	1.469.962	9,5	-21,8
China	330.610	2,2	1.051.610	6,8	218,1
España	1.411.809	9,4	984.152	6,3	-30,3
Francia	1.818.203	12,1	906.173	5,8	-50,2
Japón	547.611	3,7	750.697	4,8	37,1
Suecia	403.695	2,7	648.069	4,2	60,5
Vietnam	364.619	2,4	507.056	3,3	39,1
Argentina	547.869	3,7	501.149	3,2	-8,5
Otros	3.192.909	21,3	2.908.199	18,7	-8,9
Total	14.993.985	100,0	15.547.493	100,0	3,7

Cabe destacar el alza experimentada por los envíos al mercado chino que se originó por el incremento en las exportaciones de musgos. Este aumento, de 218,1%, le permitió posicionarse como el cuarto mayor destino de los PFNM chilenos en el primer trimestre de 2012. Otro aumento significativo alcanzaron los envíos a Suecia, en respuesta a las mayores exportaciones de frutos de rosa mosqueta.

En relación a las bajas más pronunciadas en el monto exportado por país de destino de los PFNM, se destaca que Francia cayó en 50,1%, lo



que se debió a la disminución de los envíos de hongos, aceite vegetal de rosa mosqueta y hojas de boldo.

Respecto a las empresas exportadoras durante el primer trimestre de 2012, Desert King Chile obtuvo el primer lugar con una participación de 11,5% y 22,9% más que en el primer trimestre del 2011, mientras que Sociedad Agrícola y Forestal Casino participó con 7,9% del monto, registrando un aumento de 46,6%. Cabe destacar el alza de 219%, experimentada por Comercial Futaleufu lo que la llevó a ocupar el tercer lugar representando el 6,5% del monto total exportado.

Cuadro 4
Monto de las exportaciones de PFNM según exportador,
(US\$ FOB)

Empresas	Ene-Mar'11	%	Ene-Mar'12	%	VAR (%)
Desert king Chile S.A.	1.450.911	9,7	1.783.133	11,5	22,9
Soc. Agr. y For. Casino Ltda.	837.427	5,6	1.227.283	7,9	46,6
Comerc. Futaleufu Ltda.	319.197	2,1	1.018.166	6,5	219,0
Soc. Agr. y For. Sta. Margarita Ltda.	532.149	3,5	858.639	5,5	61,4
Atlas Export. e Import S.A	518.812	3,5	738.742	4,8	42,4
Comercial Musgos Alpha Moss Ltda.	782.598	5,2	715.126	4,6	-8,6
Comerc. e Industr. Aguamar Ltda.	536.070	3,6	551.106	3,5	2,8
Seaweeds Chile I.C.S.A	612.801	4,1	530.205	3,4	-13,5
Industrias Puelche S.A.	925.414	6,2	496.647	3,2	-46,3
Conservas Los Angeles Ltda.	334.629	2,2	464.310	3,0	38,8
Otros	8.143.978	54,3	7.164.136	46,1	-12,0
Total	14.993.985	100	15.547.493	100,0	3,7

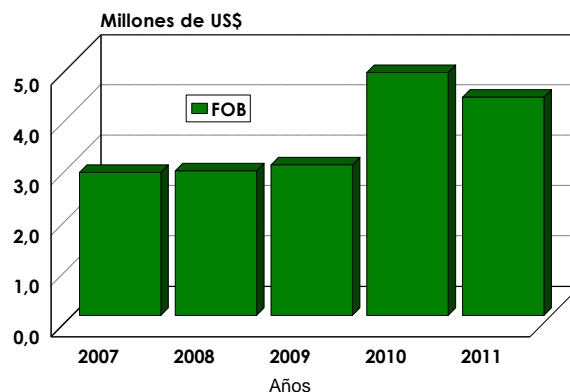
EXPORTACIONES CHILENAS DE ACEITE VEGETAL DE ROSA MOSQUETA

El aceite de rosa mosqueta es obtenido de la semilla de *Rosa rubiginosa* y *Rosa canina*. Se trata de un producto de origen natural, independiente de la técnica de extracción del aceite, y está compuesto en un alto porcentaje

por ácidos grasos esenciales poli-insaturados (linoleico, linoléico, oleico, esteárico y palmítico) llegando a más del 77%. Respecto a sus usos, presenta una importante acción en tratamientos de regeneración de pieles enfermas (envejecida, cicatrices, quemaduras, etc.), siendo uno de los pocos productos cosméticos que se utiliza tanto en medicina como en estética. Además de ser utilizado en forma pura, se usa para la fabricación de una gama de productos, como cremas, shampoo y jabones, entre otros (Flores, 2005).

Durante el año 2011, las exportaciones chilenas de aceite vegetal de rosa mosqueta totalizaron US\$ 4,3 millones, disminuyendo en 10,2% con respecto al monto obtenido en el año 2010.

Figura 2
Exportaciones de aceite vegetal de rosa mosqueta de Chile



La tendencia en las exportaciones de este producto durante los últimos 5 años muestra un período de estabilidad entre 2007 y 2009, para luego subir de nivel en los últimos dos. El aumento del año 2010 se debió específicamente a un mayor envío al mercado alemán por parte de la empresa Natural Oils.

España es el principal destino de las exportaciones de aceite de rosa mosqueta de Chile. Más atrás está Alemania, Francia, Estados Unidos y Australia.



Figura 3
Evolución a los principales países de destino de las exportaciones de aceite vegetal de rosa mosqueta de Chile

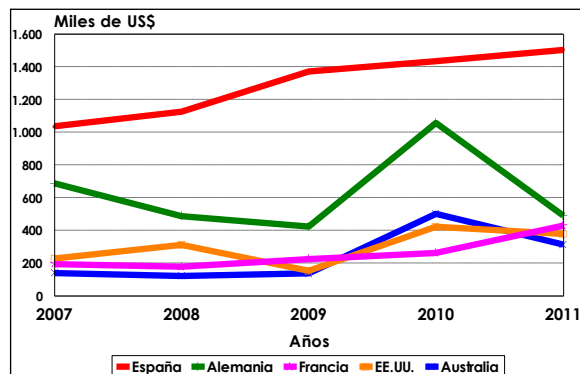
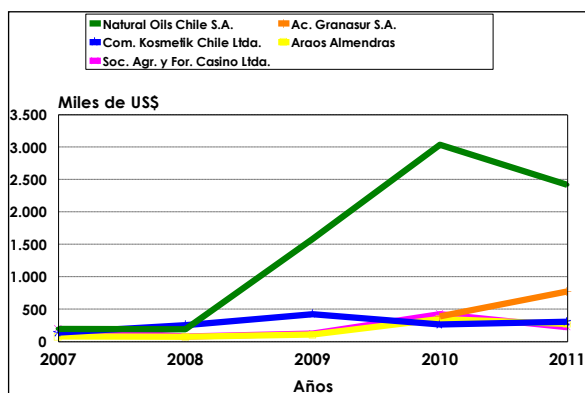


Figura 4
Evolución de las principales empresas exportadoras de aceite vegetal de rosa mosqueta de Chile



Más del 60% del monto exportado de aceite de rosa mosqueta de Chile se destina a la Unión Europea. Otras regiones que han recibido el producto son Oceanía (Australia y Nueva Zelandia); América del Norte, fundamentalmente Estados Unidos; Asia, mayormente China y Japón y América del Sur, principalmente Brasil. Un porcentaje reducido se ha enviado a países de América Central y África

Las importaciones de aceite vegetal en la UE

La Oficina de Estadísticas de la Unión Europea (Eurostat) proporciona información sobre comercio exterior intra y extra regional de esta

zona. Los datos, originados en las aduana de cada país miembro, son compilados de acuerdo a una metodología armonizada establecida por las regulaciones de la Unión Europea. La clasificación de los bienes se realiza a través de la Nomenclatura Combinada (NC), que está basada en el Sistema Armonizado (SA).

El Capítulo 15 de la Nomenclatura Combinada (y también del Sistema Armonizado) clasifica a las grasas y aceites. La descripción detallada es: "Grasas y aceites animales o vegetales, productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal".

Las partidas que componen este Capítulo 15 no señalan en forma explícita a la especie rosa mosqueta, por lo tanto, conocer cuál es el código de la NC por el cual ingresa el aceite de rosa mosqueta implica revisar las descripciones de las partidas y los flujos de comercio con que se compone este Capítulo 15.

Ahora bien, se debe tener presente que a nivel de 6 dígitos el aceite de rosa mosqueta queda clasificado en el código 151590. Entonces, la revisión de las importaciones en las estadísticas de Eurostat permite señalar que el código 15159099 es donde se registra el aceite de rosa mosqueta chileno. Cabe señalar que el código 15159099 se define en la Nomenclatura Combinada como "Las demás grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente".

Durante el año 2011, el monto total de las importaciones bajo el código 15159099 en la Unión Europea fue de US\$ 65,2 millones, equivalentes al 34,7% del monto total importado del código 151590. En términos promedio, en el periodo 2007-2011, las importaciones de la UE del código 15159099 representan un 41% del total el 151590. De los US\$ 65,2 millones importados por la UE, la participación de Chile alcanzó a 4,8%. Por otra parte, al analizar las importaciones españolas de este mismo código, se observa que a medida que los montos han ido aumentando,



la participación de Chile en el total importado por este país, ha experimentado una baja importante, pasando de 30,6% en el 2007 a 16,3% en el 2011.

Cuadro 5
Importaciones de aceites vegetales, en la Unión Europea
(millones de US\$)

CÓDIGO PRODUCTO	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
15159099	69,4	75,9	63,4	65,4	65,2
15159099 (desde Chile)	3,6	4,3	2,8	3,3	3,1
Total del código 151590	146,1	200,8	145,2	157,0	187,9

Fuente: En base a datos de Eurostat, 2012.

Cuadro 6
Importaciones de aceites vegetales en España 2007-2011
(millones de US\$)

CÓDIGO PRODUCTO	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
15159099	2,7	4,9	4,3	5,5	7,6
15159099 (desde Chile)	0,8	1,1	1,0	1,2	1,3

Fuente: En base a datos de Eurostat, 2012.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA MESA ARTICULADORA DE PFNM DE LA REGIÓN DEL BÍO BÍO DE CHILE

La Mesa Articuladora de PFNM de la Región del Bío Bío es una entidad pública privada en la que participaron el INSTITUTO FORESTAL (Sede Bío Bío)¹, FORESTAL ARAUCO, FORESTAL MININCO, MASISA, PRODESAL I, MUNICIPALIDAD DE CHILLÁN y la CORPORACION NACIONAL FORESTAL. Luego de seis años de funcionamiento, la Mesa puso fin a sus actividades en junio de 2010 con la elaboración de la **Estrategia de Desarrollo**, un

¹ Mayores antecedentes contactar a Alejandro Lucero alucero@infor.cl.

marco general que tiene como principio fomentar el trabajo conjunto entre los recolectores, empresas y sector público de la Región del Bío Bío, con una orientación hacia el uso sustentable de los PFNM y, con ello, del recurso bosque.

La Estrategia de Desarrollo de PFNM de la Región del Bío Bío entrega las directrices de funcionamiento y los lineamientos estratégicos que logran focalizar los esfuerzos de los distintos integrantes de la Mesa y, a su vez, lograr vincularse con otras entidades que puedan aportar en el logro de los objetivos de esta organización, cumplir con su misión y consolidarse en torno a su visión.

Contar con esta Estrategia, significa tener una herramienta potente que permitirá focalizar esfuerzos, recursos y voluntades, públicas y privadas, en pos de desarrollar, fomentar y consolidar el rubro de los PFNM en la Región del Bío Bío de Chile, además que puede ser replicable por organizaciones relacionadas presentes en otras regiones del país.

A continuación se presenta la Estrategia de Desarrollo de la Mesa Articuladora de PFNM de la Región del Bío Bío 2011-2013.

Lineamiento estratégico 1: Formalización y asociatividad

Actores relacionados con los PFNM, entre ellos los recolectores(as), están articulados y asociados en función de objetivos y beneficios comunes.

Objetivos estratégicos:

- Formalizar la Mesa de PFNM.
- Gestionar recursos públicos y privados para presupuesto operativo de la mesa.
- Generar vinculaciones y sinergias entre los miembros de la mesa, y de éstos con otros actores claves del rubro PFNM.
- Fomentar la asociatividad y organización de iniciativas en torno a los PFNM



Acciones:

- ✓ Formalizar la Mesa de PFMN y conformar su estructura representativa.
- ✓ Difundir y gestionar acciones tendiente a lograr recursos para el accionar de la Mesa.
- ✓ Difusión de la importante función social-ambiental del rubro de los PFMN (comunidades -recurso - ecosistema).
- ✓ Fomentar la asociatividad y las vinculaciones entre los miembros de la Mesa y de estos con otros actores relevantes del quehacer de los PFMN.

Lineamiento estratégico 2: Gestión y Transferencia Tecnológica

Gestión y transferencia del conocimiento relacionado con los PFMN y su extracción sustentable.

Objetivos Estratégicos:

- Generar información cuantitativa y cualitativa, de los recolectores y de los PFMN, accesible a todos los entes relacionados con el sector de los PFMN.
- Asegurar el manejo sustentable de los PFMN y su conservación.
- Identificar las falencias prioritarias de investigación y brechas tecnológicas.
- Promover la colaboración interdisciplinaria y asociatividad entre las instituciones dedicadas a la investigación (Institutos tecnológicos y universidades), organizaciones privadas, gobiernos y organizaciones no-gubernamentales, en relación al rubro de PFMN.
- Apoyar la difusión y transferencia tecnológica de los resultados generados por la investigación de los PFMN, privilegiando aquellos procesos tecnológicos que aporten valor agregado al producto final.
- Apoyar los procesos e iniciativas de certificación de la producción de PFMN

orientados a los mercados externos (por ejemplo la certificación orgánica).

Acciones:

- ✓ Generar un Catastro Nacional de PFMN de carácter cualitativo y cuantitativo, que detalle al menos las especies, cantidades y ubicación del recurso.
- ✓ Se debe poner la información al acceso de los niveles más primarios del sector de los PFMN, como por ejemplo las comunidades productoras. El flujo de información debe ser expedito entre los interesados en el tema.
- ✓ Evaluar el impacto sobre el recurso y el ambiente de la extracción productiva.
- ✓ Fomentar la investigación en técnicas de manejo sustentable de los PFMN y nuevas formas de procesamiento (desarrollo tecnológico) que lleven a la generación de productos con mayor valor agregado.
- ✓ Impulsar la investigación sobre los mercados externos e internos (demanda) y la comercialización de los PFMN, y que conlleven la generación de planes de negocios.
- ✓ Crear nuevos canales de transferencia tecnológica de bajo costo para los niveles más primarios del rubro, como lo son recolectores y pequeños productores.
- ✓ Fomentar el establecimiento, manejo y difusión de unidades demostrativas como herramienta práctica para la transferencia tecnológica.
- ✓ Articular y promover programas de capacitación y cursos específicos a distintos niveles: profesionales y técnicos, Sector Productivo, recolectores, etc., tendientes a disminuir las brechas tecnológicas.
- ✓ Promover la inclusión de la temática de PFMN en planes curriculares de carreras universitarias y técnicas relacionadas con los recursos naturales.
- ✓ Coordinar giras tecnológicas nacionales e internacionales orientadas a pequeños y medianos productores.



Lineamiento estratégico 3: Mercado y Comercialización

Rubro de los PFNM posicionados y consolidados en el mercado.

Objetivos Estratégicos:

- Identificar las características del mercado de los PFNM.
- Reforzar y consolidar el comercio formal de PFNM.
- Fortalecer la asociatividad de recolectores, para mejorar la gestión y comercialización de PFNM.

Acciones:

- ✓ Estudios de mercados, tendientes a fortalecer los canales de acceso a información y generar nueva información orientada especialmente a los mercados internacionales, así como también evaluar los mercados nacionales o locales.
- ✓ Fomentar el desarrollo de giras comerciales nacionales e internacionales.
- ✓ Estimular el desarrollo y mejoramiento de productos a través de la identificación de nuevos nichos mercado.
- ✓ Incorporar la certificación (certificación orgánica, comercio justo, etc.) para alcanzar nuevos mercados, fundamentalmente a nivel internacional.
- ✓ Capacitar a las asociaciones de recolectores con herramientas de comercialización como desarrollo de imagen corporativa y marca, gestión y logística para la comercialización.
- ✓ Difusión de experiencias piloto en la comercialización de PFNM y promoción de canales de comercialización establecidos.
- ✓ Contratación de gerente encargado de comercializar productos de los recolectores asociados con financiamiento público y/o privado.

Lineamiento estratégico 4: Políticas Públicas.

Rubro de los PFNM reconocidos en las políticas públicas.

Objetivos Estratégicos:

- Ser reconocidos por la institucionalidad pública como una entidad representativa y formal de los PFNM.
- Visibilizar a la institucionalidad pública las problemáticas del rubro de PFNM, entre ellas las necesidades de los recolectores, las imperfecciones del mercado y la extracción no sustentable de los recursos.
- Impulsar políticas y legislación para desarrollar el rubro PFNM en forma sustentable.

Acciones:

- ✓ Proponer la creación de incentivos o instrumentos de fomento para el desarrollo de este rubro y con un uso sustentable de los recursos.
- ✓ Participar en procesos de discusión, mejora y/o generación de políticas públicas que impacten directa o indirectamente el rubro de los PFNM.
- ✓ Articular el acceso a recursos públicos y aportes privados según la demanda real existente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Flores, D. 2005. Diagnóstico de mercado del aceite de rosa mosqueta y sus posibilidades de desarrollo. Memoria para optar al título profesional de ingeniero forestal. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Forestales. Departamento de Manejo de Recursos Forestales. [En línea]. <http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2005/flores_d/sources/flores_d.pdf>. [Consulta: mayo 2012].

