

**DISCURSO FERNANDO RAGA**  
**1º ENCUESTRO FORESTAL DE NEGOCIOS DE PROCHILE**  
**1 diciembre de 2011**

Quiero iniciar estas palabras agradeciendo la invitación de ProChile a compartir con ustedes algunas ideas al cierre de este importante encuentro.

Después de más de tres décadas de pujante desarrollo, podemos decir que el sector forestal ha entrado en una etapa de madurez, convirtiéndose en un actor relevante para Chile. Con un aporte al PGB de 3,1% y una participación del 7% en el total de exportaciones del país, más de 300 mil empleos directos e indirectos y exportaciones que este año alcanzarán los US\$6 mil millones, las cifras reflejan el buen momento por el que atraviesa la industria.

En el mercado internacional, nuestro sector está presente en 118 destinos, con más de 360 productos de calidad fabricados con las mejores tecnologías, gracias a la acción de 900 empresas exportadoras.

Las plantaciones forestales son el sustento de nuestra industria, permitiéndonos preservar como país el recurso nativo tan valorado por la comunidad. Las especies de rápido crecimiento nos han posibilitado crear una industria que además proporciona múltiples beneficios, ya que este recurso permite recuperar tierras erosionadas, estabilizar cuencas y cursos de agua, así como combatir el cambio climático, al absorber CO<sub>2</sub> y transformarlo en oxígeno. Gracias a ello, hoy el sector forestal es la única industria en Chile que contrarresta el 20% de las emisiones de CO<sub>2</sub> del país, lo que nos sitúa en una posición de vanguardia.

Esta industria, además, ha dado importantes pasos en asegurar su sustentabilidad gracias a prácticas de manejo forestal adecuadas y a certificaciones de manejo forestal sustentable. Hoy, Chile tiene el 75% de la superficie total de plantaciones forestales certificada en el país -es decir, un millón 700 mil hectáreas- lo que garantiza a los consumidores que la madera proviene de plantaciones que han sido manejadas en forma sustentable. Esta cifra nos ubica muy por sobre el promedio mundial que es de 30% de los bosques productivos certificados.

Asimismo, somos el único sector que tiene la totalidad de sus rubros industriales bajo Acuerdos de Producción Limpia, los que abarcan las industrias de celulosa, aserraderos y remanufacturas, de papel periódico y de tableros y chapas, incursionando, también, hace dos años, en el desarrollo de un acuerdo para Pymes de la Región del Maule.

Lo mencionado anteriormente apunta a que hemos ido dando pasos sustanciales hacia la construcción de una imagen del sector forestal de cara a los mercados internacionales, que nos presenta como un país serio y preocupado del medio ambiente, aspecto que agrega valor al momento de ofrecer nuestros productos a clientes en países que exigen altos estándares ambientales y sociales en sus cadenas de suministro. El esfuerzo en este sentido es desplegado tanto por los grandes conglomerados, como por medianas y pequeñas empresas que cada día trabajan para mantener y mejorar su competitividad.

Cuando hoy día miramos los mercados, nuestra primera reacción es de preocupación por los acontecimientos que día a día vemos en Europa, cuyos países luchan por no profundizar su crisis financiera y evitar una recesión. Si a esto se suma una recuperación muy lenta de EEUU y una moderación del crecimiento en China, estos sucesos están ya afectando los mercados, debilitando las demandas y precios de los commodities y proyectando un impacto en los niveles de crecimiento para el próximo año en las distintos países, lo que hace esperar un 2012 que no será fácil.

Sin embargo, quienes trabajamos en las empresas y particularmente en un sector como el forestal, necesitamos poner la mirada en el largo plazo, más allá de esta coyuntura. Y allí podemos esperar un panorama que puede ser más auspicioso para nuestro país.

Por el lado de la demanda, vemos que el índice Housing Starts de EEUU lleva más de 4 años bajo 1 millón de casas, situación sin precedentes desde que se mide dicho índice (su promedio histórico está en el rango de 1,6 millones, y hoy es aprox. 650 mil). Tal vez tarde unos años más, pero volverá a remontar 1 millón. Por otra parte, China presenta un déficit creciente de madera, que se incrementará en 50 millones de m<sup>3</sup> anuales (eq. rollizos) hacia el 2015. China, además, se está transformado en un protagonista mundial en el mercado importador de astillas, esperándose que en pocos años más supere al mayor mercado existente hoy día, que es Japón. La India, por su parte, recién comienza a dibujarse como actor

importante en estos mercados, pero indudablemente su proyección tendrá también efectos sustanciales. Por otra parte, los requerimientos energéticos impuestos en Europa apuntan a generar enormes demandas de pellets que deberán provenir de diversos países, mientras se presionan al alza los precios de las maderas para fibra y los subproductos de industrias madereras.

Por el lado de la oferta, vemos que el más importante suministrador de madera para EEUU, Canadá, verá fuertemente reducida su capacidad de producción debido a una devastadora plaga; en tanto que Rusia, históricamente fuerte proveedor de trozos a China, redujo sustancialmente sus exportaciones debido a su política de fomento de industrialización local a través de un impuesto a la exportación de trozos. Por otra parte, los niveles de cosecha de países plantadores del Sur, como Chile, Sudáfrica y Nueva Zelanda, están llegando a su máximo sostenible, mientras países de Asia ven crecientes limitaciones a su oferta por razones ambientales. Muchas empresas de distintos rubros forestales cerraron sus actividades en el mundo a raíz de la Crisis Subprime, y esa capacidad de oferta en su mayoría no se ha recuperado. Y algunos países como Brasil, en virtud del fortalecimiento de sus monedas, enfrentan niveles de costos que no les permiten competir al nivel que lo hacían.

De lo anteriormente comentado, podemos concluir que aunque Europa enfrente un largo período de estancamiento, existen elementos dinamizadores de la demanda y limitadores de la oferta que permiten pensar en una nueva era de oportunidades en el mediano plazo para nuestros productos forestales, pues se proyecta un proceso de reacomodos estructurales de los mercados y los flujos de comercio en los cuales, si estamos atentos, podemos encontrar oportunidades interesantes para nuestros productos.

Se fortalecerán estas posibilidades si perseveramos en mejorar el récord ambiental y de sostenibilidad de nuestros productos, y si avanzamos en procesos de profundización y sofisticación de nuestros niveles de servicio a los clientes para capturar su fidelidad y acceder a segmentos cada vez más estables y de mejores precios, aprovechando también las relaciones ya construidas a través de los Tratados de Libre Comercio.

Varios países han tratado de desarrollar su sector forestal e incluso han logrado generar el establecimiento de importantes superficies de

plantaciones, con ventajas de rendimiento; sin embargo, aún están lejos, a quinquenios o décadas de lograr niveles de industrialización y de exportación como los que tiene nuestro país. Esto es porque en Chile disponemos de un activo estratégico en el cual no muchos reparan, por ser intangible. Se trata de la valiosa red de contactos y la experiencia comercial desarrollada en décadas de recorrer el mundo y perfeccionar las relaciones y comunicaciones con nuestros clientes, y la reputación de proveedores serios y estables que hemos logrado construir. Este activo, que protege e incrementa el valor en el sector aguas arriba de la cadena de valor, es un activo difícil de replicar, pues no se puede comprar ni desarrollar sin transitar el largo y a menudo duro camino que han recorrido y siguen recorriendo nuestras empresas.

Es hacia el fortalecimiento de este activo estratégico que apunta este encuentro organizado por Pro Chile, y de ahí su importancia. Esperamos que constituya un acercamiento a nuevos desafíos comerciales que permitan fortalecer nuestras redes; y se traduzca en más negocios para nuestras empresas, en especial aquellas con más dificultades para acceder a los mercados, y, lo más importante, en más clientes satisfechos con nuestros productos.

Muchas gracias.