



LA FORESTO- INDUSTRIA EN LA PROVINCIA DEL CHACO

Coordinadores: Ana Castellani y Martín Schorr
Investigadores: Gregorio Miranda, Ignacio Ossola, Dardo Solari
Colaboradores: Cecilia Wajcman, Martín López, Silvina Tejo

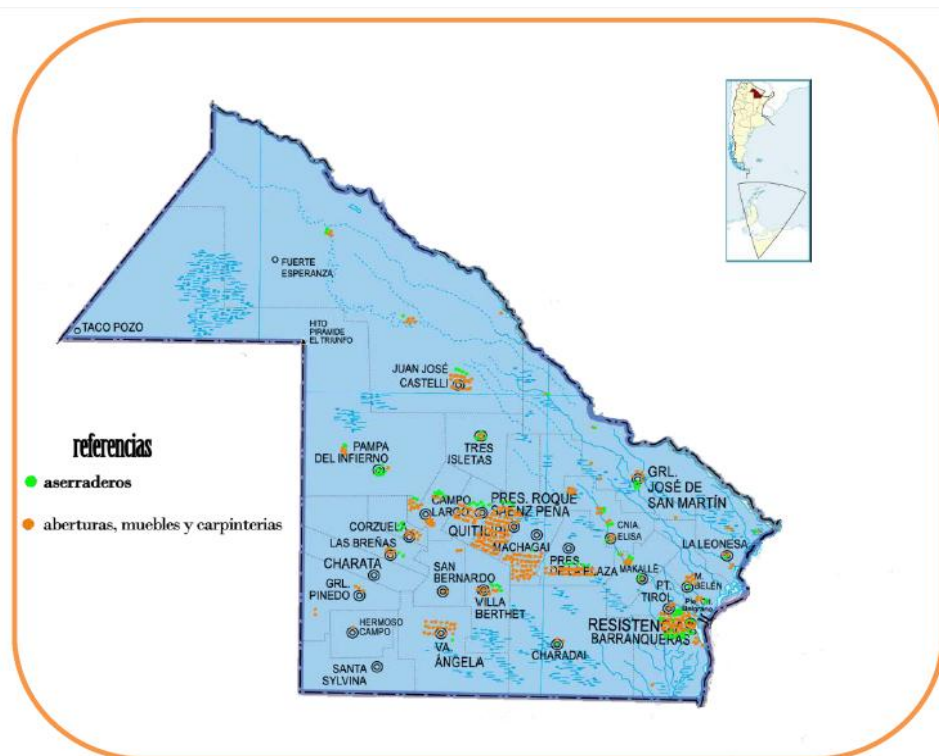
*DESAFÍOS Y
OPORTUNIDADES
PARA SU
DESARROLLO*

Contenido

PRESENTACIÓN	2
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SECTOR FORESTO-INDUSTRIAL	4
Características estructurales de la firma, mercado de destino y origen de los Insumos	7
Costos, infraestructura, impuestos y financiamiento.	8
Investigación, desarrollo y competitividad.	9
Recursos Humanos	10
Instituciones y Políticas Públicas.	10
Principales fortalezas y debilidades de la actividad.	11
Principales nudos problemáticos IDENTIFICADOS	12
A. Recursos Humanos	12
A.1. Estrategias de atracción de RH.....	12
A.2. Formación de los RRHH	12
A.3. Nuevos RRHH en la Empresa	13
B. Costos, Infraestructura, Impuestos y Financiamientos.....	13
B.1. Financiamiento	13
B.2. Líneas de Financiamiento	13
B.3. Carga Impositiva	14
B.4. Infraestructura.....	14
C. Investigación y Desarrollo – Competitividad.....	14
C.1. Innovación	14
C.2. Calidad	14
D. Mercados.....	15
D.1. Mercados nuevos	15
D.2. Acceso a Mercados Externos	15
D.3. Acceso a Proyectos de Expansión	15
E. Producto/Organización Interna	15
F. Relación Público-Privada.	16
F.1. Relación con el Estado Provincial	16
F.2. Relación con el Estado Nacional	16
Bibliografía.....	16

PRESENTACIÓN

El gobierno de la Provincia del Chaco ha definido a la foresto-industria como uno de los sectores estratégicos en la construcción de un modelo de desarrollo provincial. Ello, en vistas del importante potencial de la actividad para motorizar un nuevo perfil de especialización productivo-industrial y el desarrollo territorial dado el alto grado de presencia de productores y empresarios foresto-madereros en distintos departamentos y localidades de la provincia.



Desde la Escuela de Gobierno se ha impulsado una investigación entre Junio de 2.013 y Septiembre de 2.014 para realizar un diagnóstico del sector foresto-industrial de carácter mecánico, dejando de lado los procesos químicos del tratamiento industrial de la madera, como la producción de tanino y furfural, y el carbón, dando cuenta de los principales nudos problemáticos identificados por los actores de la industria, especialmente de las carpinterías. Teniendo en cuenta la proyección de los recursos naturales necesarios se intenta delimitar y marcar el sentido de una posible senda de desarrollo que contemple la sustentabilidad del ecosistema y el progreso de los actores participantes; sobre todos aquellos productores pequeños y medianos encerrados en un círculo vicioso de baja rentabilidad (Aguilar, 2005) donde la baja inversión, la inserción escasa en los mercados y por último la exigua rentabilidad proveniente de los bajos precios terminan creando una competencia destructiva entre los diferentes productores, lo que vuelve a iniciar este ciclo una y otra vez.

Cabe aclarar que por sector foresto-industrial entendemos tres rubros principales: Aberturas, carpinterías e implementos rurales, Pisos y parquet y Aserraderos.

La investigación encarada se organizó en torno a los siguientes objetivos:

Objetivos Generales:

- Analizar la realidad estructural y el funcionamiento actual del sector foresto-industrial en el Chaco.
- Identificar limitantes y potencialidades para el desarrollo del sector foresto-industrial en el Chaco.

Objetivos Específicos:

- Identificar y describir los principales actores vinculados directa o indirectamente al sector.
- Identificar las principales políticas públicas nacionales y provinciales que fomentan y regulan el desarrollo del sector.
- Identificar las principales limitaciones y potencialidades.
- Proponer estrategias de intervención proclives al desarrollo del sector en la provincia.

A partir de estos objetivos se encaró una estrategia metodológica que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas propias de la investigación socioeconómica, organizadas en cuatro etapas:

1° etapa: descripción del sector en base al análisis de documentos públicos, series estadísticas nacionales y provinciales, prensa diaria y encuesta telefónica a 49 empresarios del sector, entre Junio y Agosto de 2.013.

2° etapa: identificación de limitantes y potencialidades del sector a partir de entrevistas semi-estructuradas a empresarios, funcionarios públicos, agentes financieros y otros actores relevantes. Esta tarea fue realizada entre Junio y Julio de 2.013 e involucró la realización de 28 entrevistas a informantes calificados de los sectores privado y público. En el caso del sector privado, el grueso de las entrevistas correspondió a empresarios del sector y también se trabajó con referentes del sector bancario y financiero. De esta etapa, emerge el presente documento de trabajo.

3° etapa: Propuesta de intervención para el desarrollo sectorial en base al análisis de todos los datos relevados en las etapas previas, pendiente para una etapa posterior.

4° etapa: Redacción del informe final, previa discusión con diversos actores.

Como una primera aproximación al sector, y teniendo en cuenta el largo trabajo que implica la etapa 3 del mismo, hemos decidido omitir la etapa 3 en esta primera presentación, para abordarla luego con mayor profundidad y considerando todos los factores necesarios para realizar un análisis objetivo y sistemático.

PRIMERA PARTE

BREVE DESCRIPCIÓN DEL SECTOR FORESTO-INDUSTRIAL

Ante la escasez de datos consistentes y desagregados sobre el sector se definió realizar una reconstrucción del listado de empresas que lo componen usando diversas fuentes (guías, sitios web, documentos públicos) para completar la base de datos brindada por CONES. A partir de ese rastreo se pudo reconstruir un universo de alrededor de 500 firmas, con datos básicos sobre rubro de producción, localización geográfica y vía de contacto. En los cuadros que siguen se presenta a las empresas en función de su actividad principal y su ubicación geográfica en el ámbito provincial.

Cantidad de Empresas y su ubicación Geográfica

Región Geopolítica	Cantidad total de Empresas	Porcentaje sobre el total
Metropolitana	96	19,2
Centro Chaqueña	192	38,4
Norte	22	4,4
Oriental chaqueña	34	6,8
Centro Oeste	63	12,6
Umdesoch	27	5,4
Sudoeste II	25	5
Impenetrable	41	8,2
TOTAL	500	100

Fuente: elaboración en base a información propia y del CONES.

Cantidad de Empresas según Actividad Principal- Municipios

Localidad	Cantidad de Empresas	Carpinterías	Aserraderos
Quitilipi	87	84	3
Resistencia	64	44	20
Machagai	49	47	2
Presidencia de la Plaza	32	26	6
Saenz Peña	28	22	6
Villa Ángela	23	22	1
Castelli	23	19	4
Villa Berthet	13	7	6
Concepción del Bermejo	11	9	2
Corzuela	12	8	4
General San Martín	10	5	5
Fontana	10	3	7
Margarita Belén	9	8	1
Avia Terai	8	3	5
Campo Largo	8	8	0
Pampa del Infierno	8	1	7
Colonia Benitez	6	4	2

Colonia Unidas	6	4	2
Las Garcitas	6	6	0
Miraflores	6	5	1
La Verde	5	3	2
Las Breñas	7	5	2
Los Frentones	5	3	2
Mision Nueva Pompeya	5	3	2
Barranqueras	5	4	1
Colonia Elisa	4	3	1
Tres Isletas	6	3	3
Capitán Solari	4	2	2
Charadai	3	2	1
Pinedo	3	3	0
La Leonesa	3	2	1
Makallé	3	1	2
Gancedo	2	2	0
General Vedia	2	2	0
La Escondida	2	1	1
La Tigra	2	2	0
Las Palmas	2	2	0
Pampa del Indio	2	1	1
Presidencia Roca	2	1	1
Puerto Bermejo	2	1	1
San Bernardo	2	2	0
Basail	1	1	0
Ciervo Petiso	1	1	0
Hermoso Campo	1	1	0
La Eduvigis	1	1	0
Laguna Limpia	1	1	0
Puerto Tirol	3	3	0
Puerto Vilelas	1	1	0
Villa Río Bermejito	1	1	0
Total	500	393	107

Fuente: elaboración en base a información propia y del CONES.

Sobre ese universo se decidió armar una muestra intencional por cuotas según rubro de actividad a los efectos de realizar una encuesta telefónica que explorara en torno a 6 dimensiones de análisis:

- Características estructurales de la firma, mercado de destino y origen de los insumos;
- Costos, infraestructura, impuestos y financiamiento;
- Investigación, desarrollo y competitividad;
- Recursos humanos;
- Instituciones y políticas públicas;
- Principales fortalezas y debilidades de la actividad.

Encuesta Foresto-Industria Chaqueña

Ficha técnica:

- Encuesta telefónica a titulares o encargados de firmas foresto-industriales radicadas en la provincia.
- Muestreo por cuotas sobre un universo de 500 firmas clasificadas por rubro de actividad.
- Número unidades muestra: 49 casos.
- Instrumento: cuestionario semi-estructurado con 35 preguntas agrupadas en 6 dimensiones.
- Período: junio- Agosto 2013.

El análisis estadístico de los datos relevados en el cuestionario presenta los siguientes resultados (agrupados por dimensión).

Localidad	Cantidad de Establecimientos Encuestados	Producto Principal
Avia Terai	3	Aserrado de Madera
Barranqueras	1	Muebles Hogareños
Colonias Unidas	1	Aserrado de Madera; Equipamientos Rurales
Concepción del Bermejo	1	Aserrado de Madera
Corzuela	3	Aserrado de Madera; Muebles Hogareños
Fontana	3	Muebles Hogareños
Gral. José de San Martín	1	Equipamientos Rurales
Juan Jose Castelli	2	Muebles Hogareños
Las Breñas	1	Aserrado de Madera; Equipamientos Rurales
Las Garcitas	3	Equipamientos Rurales; Muebles Hogareños
Los Frentones	1	Muebles Hogareños
Machagai	5	Muebles Hogareños
Pampa del Infierno	1	Equipamientos Rurales; Muebles Hogareños
Pcia. Roque Sáenz Peña	4	Aserrado de Madera; Equipamientos Rurales; Muebles Hogareños
Presidencia de la Plaza	4	Equipamientos Rurales; Muebles Hogareños
Puerto Tirol	1	Muebles Hogareños
Puerto Vilelas	1	Muebles Hogareños
Quitilipi	8	Aserrado de Madera; Muebles Hogareños
Resistencia	15	Aserrado de Madera; Muebles Hogareños
Tres Isletas	2	Aserrado de Maderas
Villa Ángela	2	Aserrado de Madera; Equipamientos Rurales; Muebles Hogareños
Villa Berthet	2	Muebles Hogareños
Villa Río Bermejito	1	Muebles Hogareños
Total de Establecimientos Encuestados	66	

Fuente: elaboración propia.

Características estructurales de la firma, mercado de destino y origen de los Insumos

Dispersión en el año de fundación: Aproximadamente el 35,6% de las firmas, se fundó entre el año 1.970 y 2.000. El 56,6% se fundó en la primera década del siglo XXI, y el restante 7,8% se fundó en los últimos 4 años. Esto nos lleva a intuir un crecimiento considerable en el sector en la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI, pero faltaría corroborarlo con la tasa de destrucción de empresas, y el número total de empresas del sector. El promedio de vida empresarial es de 12 a 15 años.

Cantidad de empleados: El 21% no quiso contestar preguntas sobre el tema, lo que nos hace pensar que el nivel de informalidad laboral en el sector puede ser elevado. En tanto, el 69,1% de las empresas tiene entre 1 y 6 empleados y sólo el 9% tiene entre 10 y 50 empleados. El sector foresto-industrial estaría constituido así por pequeñas y medianas firmas, en tono a la morfología nacional.

Actividad Principal: Según declaraciones de los encuestados, el 26,8% de las firmas tiene como actividad más habitual el aserrado de madera, el 26,8% la carpintería y construcción de aberturas y equipamientos rurales. Sin embargo, el 46,3% restante, se dedica exclusivamente al diseño y confección de muebles hogareños.

Producto más vendido: El sector presenta gran estabilidad en cuanto a la producción y venta de productos. Tal es así, que el 97% de los encuestados declara que durante los últimos años, el producto más vendido ha sido el mismo.

Propiedad de las Firmas: El 90% de las firmas encuestadas tiene un solo dueño. En tanto, los propietarios residen, en todos los casos, en la Provincia del Chaco, lo cual implica, como consecuencia directa, que cualquier medida de fomento tendrá todos sus beneficios dentro de la provincia. Respecto de la propiedad del inmueble donde está instalada la firma, el 48,78% es propietaria del inmueble en el que realiza las actividades productivas, el 43,90% declara que el inmueble es alquilado, y sólo unos pocos lo usan de prestado o concesionado, más precisamente el 7,9%. Ninguna de las firmas encuestadas declara tener alguna hipoteca sobre sus inmuebles.

Destino de las mercaderías vendidas: El 70% coloca su producción en el Chaco, el 12,2% en el NEA y el 17% también venden a otras provincias (fuera del NEA). El 80% del total de empresas encuestadas, vende principalmente en Resistencia y en Machagai. Los destinos fuera del Chaco y el NEA son fundamentalmente 3 provincias: Buenos Aires; Santa Fe y Córdoba.

En cuanto a la distribución por actores socio-económicos, el 41% de las firmas coloca el grueso de su producción en el sector de familias (es decir, a consumidor final), el 29% en el comercio, el 22% en otros lugares (establecimientos agropecuarios fundamentalmente) y el 7,3% principalmente en el sector público y empresas privadas.

Forma de Venta: Del total de encuestados, el 70% vende por demanda, el 7,2 % por oferta y el 22% por ambas vías. Cuando hablamos de vender por demanda, nos referimos a que las firmas venden en función de lo que el cliente solicita. Los productores no generan nuevos productos conceptuales o de diseño para el consumidor, sino que es este quién se acerca a pedir muebles a medida. Por contraposición, cuando hablamos de vender por oferta, nos referimos a los establecimientos que generan sus propios diseños, innovan y presentan la posibilidad al consumidor.

Insumos: En cuanto a la compra de insumos, el 87% de los productores, lo hace en el Chaco y solo el 12.2% lo hace en el Nea. El resto (0,7%) de otro lugar.

Forma de Producción: La mayoría de los productores (56,1%) produce de forma artesanal, es decir, sin la utilización de maquinarias que produzcan en masa. El 24% lo hace de forma automatizada, es decir que todo el proceso productivo se realiza mediante máquinas y en serie. Por último, el 19,9% una combinación entre ambas formas.

El bajo nivel de automatización y de capital en maquinarias del sector conlleva a una pérdida permanente de productividad para las firmas, y esto a su vez lo hace más vulnerable a la competencia nacional. Esto redundará en problemas de sostenibilidad y sustentabilidad para los productores chaqueños.

Costos, infraestructura, impuestos y financiamiento.

Costo Principal: El 29% de los productores encuestados piensa que el principal costo de su firma son los insumos, el 14,6 % piensa que es la mano de obra y un 19,5%, la suma de todos los antes mencionados. El 36% señala que su costo principal se compone de otros elementos (como impuestos, deudas y cargas, etc.).

En el mismo sentido, el 73,2% de los propietarios o encargados no puede dar un porcentaje estimativo o preciso de lo que gasta en mano de obra. Aquí encontramos otro elemento que podría caracterizar al sector, el de llevar registros precisos de la actividad por parte de los empresarios del sector.

Infraestructura: El 70% de los encuestados evalúa positivamente la infraestructura vial existente en la provincia (Carreteras, rutas, etc.). En cuanto al FFCC, el 56,1% tiene una imagen negativa del mismo, al tiempo que sólo el 2% lo considera como infraestructura positiva para el desarrollo de la actividad, y el 41,5% no opina al respecto. En relación a los puertos, la situación es similar. El 56% tiene una imagen positiva y el 44% no opina.

Cuando se los consultó respecto de servicios básicos y de comunicación, el 63,4% piensa que la telefonía favorece el desarrollo productivo de la actividad, el 100% piensa que el tendido eléctrico es propicio para desarrollar la actividad y el 87% piensa que el servicio de agua potable es positivo para el sector.

Presión Tributaria: El 82,9% de los empresarios consultados cree que la carga impositiva es alta, en especial por las cargas sociales y el IVA. Otros factores determinantes son: el impuesto a las Ganancias, aportes patronales, guías de porte de dirección de bosques, etc.

Un 14,2% de los productores considera que la presión tributaria de la actividad es moderada y que no afecta en gran medida el desarrollo del sector. Por último, sólo el 2,4% considera que la carga impositiva es baja.

Acceso al crédito: Según los empresarios de la muestra, el 89% de las firmas no accedió a financiamiento en los últimos 5 años. Sólo el 11% tuvo acceso al mercado de crédito, pero a través de la banca privada.

Con respecto a la necesidad de financiamiento, en los últimos cinco años el 50% de los empresarios intentaron acceder a financiamiento bancario, pero no pudieron hacerlo. El 32,4% dijo no necesitarlo y el 17% contestó que no existen posibilidades de financiamiento bancario.

El 42,9% dice necesitar acceder a financiamiento en la actualidad, especialmente para comprar inmuebles o maquinarias. El 28% manifiesta la necesidad de comprar insumos y el 28,6% necesita financiarse para ampliación o remodelación de la planta.

Investigación, desarrollo y competitividad.

Innovación: Según la encuesta realizada, el 85,4% no realizó ningún tipo de innovación. Sólo el 14,6% ha realizado innovaciones, pero en general son adaptaciones de productos ya existentes. De ese 14,6% que declara haber innovado, sólo la mitad dice haber creado un producto completamente nuevo.

Sin embargo, a pesar del escaso grado de innovación en el sector, el 58% de los encuestados cree que es necesario innovar. El 22% cree que no es importante encarar procesos de innovación, y el 19,5% no contestó la pregunta. Entre los factores que consideran pueden ayudar a impulsar procesos de innovación, se encuentran las medidas de política macroeconómica.

Asociatividad: Existe un nivel muy bajo de asociatividad en el sector. El 85% de los encuestados, manifiesta no haber tenido ningún tipo de experiencia de conjunto. Sólo el 14% realizó una experiencia de relación con otros actores.

En cuanto a los fines de la asociación, en su mayoría se debe simplemente a asociaciones transitorias de comercialización (un 50% de los que tuvieron experiencias asociativas). El otro 50% se asoció para producir o comprar insumos. De acuerdo a las experiencias de asociación, el 66% de los consultados no tuvo una buena experiencia, y 33,4% rescató resultados buenos o regulares. Dentro del 85% que nunca tuvo experiencias de asociación, el 48,6% no quiere hacerlo, al 17,1% nunca se le ocurrió, el

2,9% no tiene con quien, el 11,4% no cree que sea necesario y el 20% declaró que no lo hace por otras razones.

Normas de Calidad en los Productos: Amplia cantidad de productos que no acceden a normas de calidad mínimas. El 90,2% de los encuestados nunca accedió a normas de calidad para ninguno de sus productos, o no contestó la pregunta. Sólo el 4,9% accedió alguna norma.

En la misma tónica, pero con resultados opuestos, cuando se consulta sobre normas de seguridad, el 73,2% de las firmas encuestadas sostienen que sí aplican normas de seguridad e higiene, mientras que el 14,6% dice que no. El resto, 12,2%, no contestó la pregunta.

Recursos Humanos

Calificación del Personal: El 32,5% de las firmas considera que el personal está altamente calificado para la actividad que realiza, el 57,7% piensa que su personal esta medianamente calificado y el 10%, que esta poco calificado.

Posibilidad de la firma para acceder al mercado Laboral: Del análisis realizado en la encuesta, surge que el 87,5% considera difícil o imposible conseguir mano de obra calificada cuando tiene que incorporar un nuevo trabajador.

Con respecto a las causas que los actores del sector atribuyen a esta situación, encontramos que se hace referencia al poco acceso para aprender el oficio y la falta de nivel educativo en general de los trabajadores, en algunos casos rozando el analfabetismo. Esto genera una resistencia al aprendizaje y un problema a la hora de capacitar y/o especializar al personal.

Siguiendo con la misma problemática, el 58,5% de los encuestados cree que la oferta educativa de su zona no es adecuada para la actividad productiva o que directamente no existe oferta educativa relacionada con la foresto-Industria. Solo el 19,5% respondió positivamente, es decir que está conforme con la oferta educativa, y el 20% no respondió.

Respecto de los canales por los que las firmas terminan contratando el personal, el 42,5%, incorpora personal por vínculos familiar, el 50% por contacto o referencia y el 7,5 por avisos publicitarios, organismos gubernamentales y otros.

Instituciones y Políticas Públicas.

Acceso a instituciones y Beneficios: Según datos de la encuesta, el 58,5% de los empresarios no conoce instrumentos de promoción/apoyo o financiamiento público, ni políticas de fomento de la actividad. A su vez, en los encuestados se pone de manifiesto un escaso conocimiento de instrumentos nacionales (los pocos instrumentos que conocen son del gobierno provincial).

El 92,7% de las empresas nunca accedió a un instrumento de promoción; dentro de los motivos principales, nos encontramos con que un 65, 7% no logró el acceso por no reunir los requisitos o no conocer ninguno de los instrumentos. El 34% restante no quiso. Solo el 7% tuvo la posibilidad de acceso y lo calificó como “bueno”.

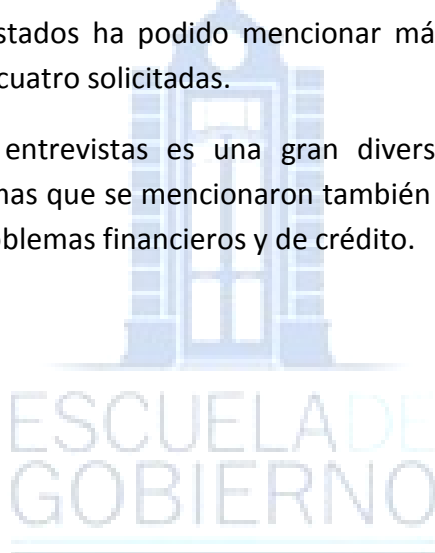
Respecto de los dos programas de fomento más importantes para el sector de la Foresto-Industria, “Vetanoble” y “Aberturas Chaqueñas”, el 92,5% de las firmas no accedió a ninguno de los dos programas. Si bien existen diversas causas, la principal (el 74% de los casos aproximadamente), es el no cumplimiento de los requisitos mínimos para el acceso. Del 7,5% que accedió, el 66,7% calificó la experiencia como buena y el 33% restante la calificó como regular.

Asociatividad Gremial: Del total de encuestados, sólo el 10% se encuentra actualmente formando parte de una asociación gremial. El 90% no está bajo ninguna asociación.

Principales fortalezas y debilidades de la actividad.

La mayoría de los encuestados ha podido mencionar más de dos fortalezas y gran porcentaje ha logrado las cuatro solicitadas.

Lo que se notó en las entrevistas es una gran diversificación de las fortalezas mencionadas. Los problemas que se mencionaron también son diversos y exhaustivos, aunque sobresalen los problemas financieros y de crédito.



SEGUNDA PARTE.

Principales nudos problemáticos IDENTIFICADOS

En este apartado se sistematizan los principales nudos problemáticos identificados en las entrevistas en profundidad, y las encuestas realizadas a empresarios del sector foresto-industrial del Chaco y a funcionarios que se desempeñan en áreas vinculadas con la problemática productiva e industrial.

Para facilitar la lectura se ha procedido a clasificar a la información recabada en función de las entrevistas hechas a los empresarios del sector, delimitando una serie de dimensiones específicas para ellos y relacionándolo con las experiencias de los demás actores del sector.

En lo que hace al nivel gubernamental se resalta la visión que se tiene de la industria como un sector estratégico para avanzar en la paulatina redefinición del perfil de especialización productiva del Chaco. Ello, asociado a actividades, como la industria del mueble y derivados, con gran arraigo local y un importante potencial en lo que refiere a la generación de valor agregado y puestos de trabajo en la provincia (es la segunda actividad productiva en términos de valor agregado), la articulación público-privada, la promoción de la asociatividad y la mejora en los canales de comercialización de los productos derivados de la actividad como vía para acceder a mayores escalas productivas y niveles de productividad y competitividad sistémica.

En cuanto al sector privado se destaca la fuerte expansión de la cantidad de firmas experimentada en los años recientes. También se ponen de manifiesto las ostensibles potencialidades existentes de desarrollo industrial a partir de una articulación estrecha con el sector agropecuario y el sector público (compre chaqueño, aberturas chaqueñas, Vetanoble, obra pública, entre otras).

A. Recursos Humanos

A.1. Estrategias de atracción de RH

En general, es un oficio que no requiere preparación técnica institucionalizada. A partir de la práctica, es posible insertarse en el rubro sin mayores complicaciones.

No hay disponibilidad de personal con alto grado de calificación. Esta situación genera una alta rotación del personal. La estacionalidad de la actividad genera un clima de inestabilidad laboral para los trabajadores.

A.2. Formación de los RRHH

Se observa reducida coordinación y articulación por parte de diversos organismos públicos provinciales entre sí, y entre estos y el sector privado, lo que deriva en escasez de trabajadores calificados para la actividad. Hay diferencias sustanciales entre

lo que pretenden los empresarios y los contenidos teórico-técnicos que brindan las instituciones de formación.

Las escuelas secundarias parecerían no preparar adecuadamente a los alumnos para tener conocimientos técnico-prácticos sobre el oficio. Falta explotar esa posibilidad, sobre todo en los principales polos productivos de la provincia (Machagai, Quitilipi, Resistencia).

A.3. Nuevos RRHH en la Empresa

En general la oferta laboral es abundante. Los empresarios aseguran poder contratar personal de escasa calificación, con facilidad.

Existe un nivel muy elevado de rotación del personal. La imposibilidad de regularización del personal hace que éstos circulen de firma a firma. Existe un problema financiero de corto plazo impide la remuneración a tiempo del personal. La estacionalidad de las tareas productivas dificulta la estabilidad laboral.

Se observa la escasa presencia de instancias de acompañamiento estratégico a las empresas con respecto a la estabilidad laboral y productiva (no se tienen contemplaciones fiscales ni laborales, aún a sabiendas de la estacionalidad del rubro).

B. Costos, Infraestructura, Impuestos y Financiamientos

B.1. Financiamiento

Desconocimiento sobre líneas de crédito. Los empresarios no conocen líneas de crédito de fomento (de ningún nivel, ya sea Provincial, Nacional, o Municipal).

Falta de requisitos necesarios para acceder a financiamiento conveniente. Los pocos que conocen líneas de crédito, no cumplen los requisitos para acceder. Esta situación genera un deterioro de las condiciones de existencia y expansión de las firmas, a través de endeudamiento privado. Las empresas se ven obligadas a financiarse a través de créditos privados, lo que supone un costo financiero mayor.

B.2. Líneas de Financiamiento

El 89 % de los entrevistados no accedió a financiamiento en los últimos 5 años, limitando las mejoras en infraestructura y el crecimiento del sector.

El 50% intentó acceder a líneas de crédito pero no cumplió con los requisitos. Los que lograron acceder (11%), lo hicieron a través de créditos comunes, no líneas de fomento.

El 32,4% declara no necesitar financiación. El 17% no conoce alguna línea de financiamiento.

B.3. Carga Impositiva

El 14,2% piensa que la carga impositiva es moderada, y el 2,4% piensa que es baja. Algunos ven como positivos los altos costos de cartas de Porte, emitidos por la Dirección de Bosques, ya que regula la tala indiscriminada y protege el abastecimiento de materia prima.

Según comentan los productores, les genera grandes dificultades afrontar las cargas impositivas (Ganancias, IVA, Costos Laborales y Guías de Porte de Dirección de Bosques). La excesiva presión tributaria hacia las Pyme y micro-Pyme podrían explicar el elevado nivel de informalidad del sector, concluyen los empresarios.

B.4. Infraestructura

La mayoría de las firmas cree que la infraestructura vial, la red telefónica y los tendidos de agua y energía eléctrica impactan de forma positiva en el sector.

Sin embargo, la totalidad de los empresarios piensa que es indispensable mejorar el funcionamiento del servicio de ferrocarriles y la situación portuaria de la provincia, siendo estos dos medios de transporte los más económicos para trasladar la producción hacia los centros urbanos más rentables.

C. Investigación y Desarrollo – Competitividad

C.1. Innovación

Sólo el 7% de los encuestados realizó innovaciones concretas (productos o procesos totalmente nuevos). El 8% dice haber innovado pero sólo realizó adaptaciones o modificaciones de productos ya existentes. El 85% de las firmas, no innovaron en los últimos años. Las exigencias del mercado y las dificultades de adaptación de la producción a las transformaciones en las preferencias de los consumidores, alejan a la foresto-industria chaqueña de los principales centros de consumo.

El 42% de los entrevistados considera que no es productivo innovar. Esto denota el estancamiento de competitividad que existe en el sector. Se produce siempre lo mismo, y se compete sólo a través de precios, lo cual destruye la rentabilidad y la posición financiera de las firmas, y pone en peligro la sostenibilidad del sector.

Sólo el 14% manifiesta haber tenido experiencias asociativas, generalmente para compra de materia prima (madera, principalmente) o ventas puntuales. Sin embargo, no tuvieron buenas experiencias actuando en conjunto con otros productores.

C.2. Calidad

El 90,2% de los encuestados nunca accedió a normas de Calidad. Sólo el 4,9% accedió en alguna oportunidad, para algún producto específico. Esta situación también contribuye al alejamiento de los productores chaqueños de los grandes centros de consumo, puesto que estas normas de calidad generan buena reputación de los productos y garantizan un determinado margen de rentabilidad

D. Mercados

D.1. Mercados nuevos

Existen muchos nichos de mercado a explotar. El Chaco vende aproximadamente el 70% de su producción a consumidores finales de la provincia. Los grandes aglomerados urbanos todavía no están explotados (aunque según estimaciones de Cones, más del 75% de los productos termina en el mercado de Buenos Aires o Santa Fé, lo cual supondría un gran peso de intermediarios acopiadores en el mercado, que además, se quedan con la mayor parte de los beneficios).

El Chaco cuenta con ventajas comparativas respecto de la región. El tipo de madera y la disponibilidad de la misma, hacen que los costos de producción para los productores sean considerablemente menores que la media (sin considerar los costos social-ambientales y la tasa de extracción ilegal de madera nativa).

D.2. Acceso a Mercados Externos

Existen exposiciones y ferias donde se pueden exponer nuevos productos. Las ciudades de mayor potencial consumidor generan espacios para mostrar los productos.

Sin embargo, pocas son las firmas que tienen posibilidad de llegar a exponer sus diseños. En general, son empresas que ya comercializan en grandes centros urbanos. Las micro-Pyme no tienen capacidad operativa para realizar ese tipo de exposiciones.

D.3. Acceso a Proyectos de Expansión

Programas de Fomento y expansión de las firmas, como Veta Noble y Aberturas Chaqueñas, colaboran a una mejora en la calidad y competitividad de los productos de la región.

Sin embargo, el 92% de encuestados no accedió a ninguno de estos programas (el 75% no reunía los requisitos). Los que accedieron, calificaron la experiencia como buena o regular. Esto deja ver alguna instancia fallida en la implementación de políticas. A nuestro criterio, se implementan políticas “empaquetadas”, estereotipadas, que no tienen en cuenta la realidad del sector.

E. Producto/Organización Interna

Los empresarios encuestados rescatan la buena calidad de los productos y la confección a medida del cliente. Responsabilidad y atención personalizada. Sin embargo, no hay llegada a los grandes aglomerados urbanos y eso genera un problema de rentabilidad. Sin embargo, los patrones de producción no siguen las tendencias actuales. Los productores continúan produciendo lo mismo que producían hace 5 años o más, sumado a la ineficiencia en el uso de la madera (utilizando otros procesos productivos, podría ahorrarse hasta un 40% de madera, optimizando la producción y generando beneficios socio-ambientales).

Graves problemas gerenciales propios de las Micro-Pyme. No se diferencia la administración de la parte operativa. Los directivos se preocupan más por solucionar problemas urgentes que por generar nuevos negocios.

F. Relación Público-Privada.

F.1. Relación con el Estado Provincial

Siendo la Foresto-Industria la segunda cadena de valor más importante de la provincia, el Estado provincial tiene incentivos para intervenir allí, puesto que pequeños cambios podrían generar efectos multiplicadores considerables

De la misma manera, se ve en la obligación de actuar con celeridad en el control estratégico del monte nativo, puesto que los niveles de deforestación son muy elevados, y las estimaciones más optimistas registran un horizonte muy corto para el autoabastecimiento de materias primas. La deforestación excesiva no sólo trae problemas de mediano y largo plazo para el abastecimiento de madera nativa, sino que también genera alteraciones que pueden ser irreversibles para el ecosistema.

Sin embargo, no existe un vínculo estrecho entre el Estado provincial y el sector. La mayoría de las políticas no tienen recepción por parte de las empresas consultadas o no se encuentran direccionadas a los establecimientos que fueron parte de la muestra.

F.2. Relación con el Estado Nacional

El Estado nacional genera políticas de protección de bosque y fomento a la industria, pero no son potencialmente aplicables a las pequeñas empresas y a los establecimientos informales existentes en la provincia.

Bibliografía

- Perduca, C. (2012). *“Caracterización del Complejo Económico de la Industria Maderera de la Provincia del Chaco en el año 2012 como objeto de Políticas de Desarrollo Local”*. Resistencia: Escuela de Gobierno
- Lifton, S. y Aguilar, E. (2007). *“La Cadena Foresto-Industrial del Chaco. Producción Forestal y explotación del monte en el Chaco”*. Resistencia: CONES.
- Lifton, S. y Aguilar, E. (2007). *“La Cadena Foresto-Industrial del Chaco. Un claro motivo para explotar el monte de manera sustentable”*. Resistencia: CONES.
- Lifton, S y Aguilar, E (2007). *“La Cadena Foresto-Industrial del Chaco. Una alternativa al Actual modelo forestal del Chaco: Forestación con especies de rápido crecimiento”*. Resistencia: CONES.
- Aguilar, E. y Agostini, S. (2005). *“El desarrollo forestal en el Chaco: Una Política para la Industria del Mueble”*. Resistencia: CONES.



Calle Roque Sáenz Peña 143 – Resistencia - Chaco

Tel.: 0362 444-9433

E-Mail: contacto@escueladegobierno.chaco.gov.ar

Página web: www.escueladegobierno.chaco.gov.ar

Gobierno del Pueblo de la Provincia del Chaco