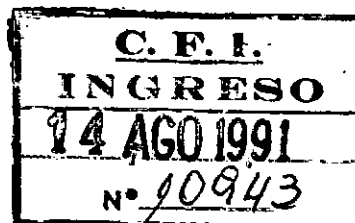


BUENOS AIRES, AGOSTO 14 DE 1991.-

SEÑOR  
SECRETARIO GENERAL  
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
ING. JUAN JOSE CIACERA  
PRESENTE



De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. a efectos de elevarle cuatro (4) ejemplares del INFORME DE AVANCE relacionado con las tareas que se vienen desarrollando con relación al estudio de la ADECUACION DEL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO CON ORIENTACION A LA CAPTACION DE MERCADOS EXTERNOS para la Provincia de Misiones.

Quedo a su disposición para formular cualquier aclaración o comentario que estime pertinente.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo muy atentamente.

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'C. E. Morena'.

DR. CARLOS EDUARDO MORENA



3567/

I N F O R M E   D E   A V A N C E

A D E C U A C I O N   D E L   S E C T O R   I N D U S T R I A L  
M A D E R E R O   C O N   O R I E N T A C I O N   A   L A  
C A P T A C I O N   D E   M E R C A D O S   E X T E R N O S

CONSULTOR: DR. CARLOS EDUARDO MORENA  
BUENOS AIRES, AGOSTO 14 DE 1991.

O/H/225  
M26a  
I

## I N F O R M E   D E   A V A N C E

EL ESTUDIO DE ADECUACION DEL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO CON ORIENTACION A LA CAPTACION DE MERCADOS EXTERNOS SE PUSO EN MARCHA CONFORME EL CRONOGRAMA DE TRABAJO ORIGINAL PROPUESTO DE CINCO MESES DE DURACION.

AL MOMENTO DE CONFECCIONARSE EL PRESENTE INFORME DE AVANCE, LAS TAREAS DESARROLLADAS HAN SIDO LAS SIGUIENTES:

### **1. REUNIONES DE COORDINACION PREVIAS AL INICIO DEL ESTUDIO**

SE EFECTUARON DOS REUNIONES DE TRABAJO CON LOS FUNCIONARIOS RESPONSABLES DEL CFI, A LOS EFECTOS DEL INTERCAMBIO DE OPINIONES RESPECTO A LOS ALCANCES DEL TRABAJO, METODOLOGIA A UTILIZAR Y DETERMINACION DEL CRONOGRAMA DE TAREAS.

TAMBIEN EL CONSULTOR, Y CON EL MISMO PROPOSITO, MANTUVO SENDAS REUNIONES CON EL DR. HUMBERTO SCHIAVONI, SUBSECRETARIO DE ECONOMIA DEL MINISTERIO DE HACIENDA Y ECONOMIA DE LA PROVINCIA DE MISIONES Y CON EL SR. RICARDO MASLUMIAN, PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES, INDUSTRIALES Y COMERCIANTES FORESTALES DE MISIONES (AFICOFOM), AUTORIDADES REPRESENTANTES DE LOS ORGANISMOS PROVINCIALES RESPONSABLES DEL ESTUDIO.

### **2. PROCESO DE IDENTIFICACION Y SELECCION DE PRODUCTORES**

EL PROCESO DE IDENTIFICACION Y SELECCION DE LOS PRODUCTORES PROVINCIALES PARA DESARROLLAR EL ANALISIS DE LAS POSIBILIDADES DE INSERCIÓN EN LOS MERCADOS EXTERNOS, FUE REALIZADO EN FORMA CONJUNTA POR LA SUBSECRETARIA DE ECONOMIA DEL ANTEDICHO MINISTERIO Y POR LA AFICOFOM.

LAS EMPRESAS SELECCIONADAS FUERON INICIALMENTE SIETE (7). A PEDIDO DEL CONSULTOR SE AGREGO OTRA. EL CONSULTOR MANIFESTO A LAS AUTORIDADES DE AMBOS ORGANISMOS QUE EL NUMERO DE EMPRESAS SELECCIONADAS PARA EL MUESTREO ERA POCO REPRESENTATIVO DEL SECTOR INVOLUCRADO.

DICHAS AUTORIDADES SEÑALARON QUE LA ENTENDIAN REPRESENTATIVA YA QUE SI BIEN LA PROVINCIA DE MISIONES CUENTA CON MAS DE 400 ASERRADEROS, LA TIPOLOGIA DE DICHAS EMPRESAS ES MUY DISPERSA. SEGUN SE INFORMO, EN MUCHOS CASOS SE ENCUENTRAN EMPRESAS NETAMENTE UNIPERSONALES O PERTENECIENTES A UN GRUPO FAMILIAR, LAS QUE PODRIAN DEFINIRSE COMO MICROEMPRESAS, Y QUE POR OTRA PARTE, SE LOCALIZAN GRAN CANTIDAD DE PEQUEÑAS EMPRESAS, ALGUNAS DE PORTE MEDIANO Y UNAS POCAS GRANDES.

ASIMISMO MANIFESTARON QUE A FIN DE APROVECHAR EN UNA PRIMERA INSTANCIA LOS RESULTADOS QUE PUEDA PROPORCIONAR EL PRESENTE ESTUDIO, SE HABIAN SELECCIONADO POCAS EMPRESAS Y DE TIPO MEDIANO Y GRANDE, EN LA PRESUNCION DE QUE SU ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y

DE MANAGEMENT, SU SITUACION COMERCIAL, FINANCIERA, TECNOLOGICA Y DE PRODUCCION LES PERMITIRA, DE UNA MANERA RAPIDA Y EFICIENTE, CON CIERTAS ADAPTACIONES, LOGRAR UNA CAPACIDAD REAL DE NEGOCIACION PARA PODER ASI INSERTARSE EN LOS MERCADOS EXTERNOS, ENTENDIENDOSE QUE DE ESTA MANERA LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO TENDRIAN UN MAS RAPIDO EFECTO MULTIPLICADOR EN EL SECTOR.

### 3. PREPARACION DE ENCUESTA EXTENSIVA A LOS PRODUCTORES SELECCIONADOS

PARA EVALUAR A LAS EMPRESAS, SE PREPARO UN FORMULARIO-ENCUESTA, CON INFORMACIONES QUE -EN ALGUNOS CASOS- ERAN DE TIPO CONFIDENCIAL. TAMBIEN SE ELABORO UN INSTRUCTIVO DE LA ENCUESTA PARA SER UTILIZADO COMO GUIA PARA SU INTEGRACION.

DICHO FORMULARIO FUE REMITIDO A LA SUBSECRETARIA DE ECONOMIA, QUIEN A SU VEZ LO ENVIO DIRECTAMENTE A LAS FIRMAS SELECCIONADAS PARA EL ESTUDIO, A FIN DE QUE PREPARARAN LAS INFORMACIONES REFERIDAS A DATOS ESTADISTICOS, TANTO ECONOMICOS COMO FINANCIEROS Y DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION.

EL FORMULARIO-ENCUESTA TENIA COMO OBJETIVO DETERMINAR LA SITUACION REAL EN QUE SE ENCUENTRA LA EMPRESA, PARA LUEGO PODER DETERMINAR SUS POTENCIALIDADES CON REFERENCIA A LOS MERCADOS EXTERNOS Y PODER TAMBIEN DETERMINAR EN QUE ASPECTOS NECESITA DE INNOVACIONES, ADAPTACIONES, ASISTENCIA TECNICA O CAPACITACION.

EN ESTE SENTIDO EL FORMULARIO ENCUESTA DISEÑADO INCLUIA PREGUNTAS Y SOLICITUDES DE INFORMACION SOBRE LOS SIGUIENTES TOPICOS:

- A) PERFIL DE LA EMPRESA
- B) DESAGREGACION DE LOS PRINCIPALES INDICADORES
- C) ASPECTOS LABORALES
- D) ASPECTOS DE PRODUCCION, INGENIERIA Y TECNOLOGIA
- E) ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION
- F) ASPECTOS FINANCIEROS Y FISCALES
- G) EXPERIENCIAS PASADAS DE COMERCIO EXTERIOR
- H) FACTORES QUE PUEDEN OBSTACULIZAR EL PROCESO DE EXPORTACION
- I) EL CONTEXTO NACIONAL
- J) COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

### 4. RELEVAMIENTO DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS

ESTE TRABAJO SE EFECTUO DURANTE LOS MESES DE MARZO Y ABRIL DE 1991, VISITANDO PERSONALMENTE A LAS EMPRESAS SELECCIONADAS EN DIFERENTES LOCALIDADES DE LA PROVINCIA DE MISIONES, CON EL OBJETIVO DE COMPLETAR LOS FORMULARIOS Y OBTENER LAS INFORMACIONES REQUERIDAS.

SE DEJA CONSTANCIA QUE DE LAS OCHO (8) EMPRESAS FINALMENTE SELECCIONADAS, DOS (2) DE ELLAS SE NEGARON A INTEGRAR EL FORMULARIO-ENCUESTA A PESAR DE LOS INSISTENTES PEDIDOS DEL CONSULTOR EN TAL SENTIDO.

## 5. REUNIONES DE COORDINACION CON LOS RESPONSABLES PROVINCIALES

DURANTE EL PERIODO EN QUE SE DESARROLLO EL RELEVAMIENTO DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS, SE MANTUVIERON REUNIONES INFORMATIVAS Y DE COORDINACION CON LOS YA MENCIONADOS DOCTOR SCHIAVONI Y SEÑOR RICARDO MASLUMIAN.

## 6. REUNIONES DE COORDINACION POSTERIORES AL RELEVAMIENTO

EL CONSULTOR MANTUVO UNA REUNION DE TRABAJO CON LAS AUTORIDADES DEL CFI INVOLUCRADAS EN ESTE ESTUDIO, EN DONDE EXPLICÓ LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL RELEVAMIENTO DE LAS EMPRESAS Y EL GRADO DE RECEPTIVIDAD HALLADO EN LAS MISMAS.

ASIMISMO, SE REALIZÓ OTRA REUNION CON EL PROPOSITO DE DETERMINAR EL PERFIL DEL CONSULTOR A CONTRATAR PARA LA REALIZACION DEL ANALISIS TECNOLÓGICO Y PRODUCTIVO DE LAS EMPRESAS INVOLUCRADO EN EL PRESENTE ESTUDIO.

## 7. PRESENTACION DE INFORME PARCIAL

LA PRESENTACION DEL INFORME PARCIAL FUE EFECTUADA EL DÍA 28 DE MAYO DE 1991, DENTRO DE LOS TERMINOS PREVISTOS EN EL CONTRATO DE LA CONSULTORIA Y EL CRONOGRAMA DE TAREAS.

## 8. ESTUDIOS DE MERCADOS EXTERNOS

A LOS EFECTOS DE ANALIZAR LOS REQUERIMIENTOS DE PRODUCTOS Y LAS POSIBILIDADES DE COLOCACION QUE OFRECEN LOS MERCADOS EXTERNOS, LA CONSULTORIA SE CENTRO EN LA OBTENCION DE INFORMACIONES A LOS FINES DE ELABORAR LOS PERFILES DE MERCADO, TRABAJANDO SOBRE FUENTES DOCUMENTALES DE INFORMACION. LA DOCUMENTACION RECOLECTADA PARA LA ELABORACION DE DICHOS PERFILES SE REFIRIO EXCLUSIVAMENTE A MUEBLES TERMINADOS Y SUS PARTES Y PIEZAS, ASI COMO A ABERTURAS.

ASIMISMO, DURANTE EL MES DE MAYO DE 1991 SE VIAJO A ALEMANIA FEDERAL, BELGICA, FRANCIA, HOLANDA E ITALIA DONDE SE REALIZÓ UNA INVESTIGACION DE CAMPO CON EL MISMO PROPOSITO, TAREA QUE FUE REALIZADA POR EL AYUDANTE TECNICO DE LA CONSULTORIA, LIC. DANIEL AVARO.

ADICIONALMENTE, EN DICHO VIAJE SE DESARROLLO UN CONTACTO PERSONAL CON ORGANIZACIONES EMPRESARIALES EN ALEMANIA FEDERAL E ITALIA CONDUCTENTES A ANALIZAR LAS POSIBILIDADES QUE TENDRIAN LAS EMPRESAS MISIONERAS EN MATERIA DE COOPERACION EMPRESARIAL, INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICA CON CONTRAPARTES DE DICHOS PAISES, ASPECTO QUE SERA PROFUNDAMENTE DOCUMENTADO EN EL INFORME FINAL.

## 9. REUNION DE TRABAJO CON LOS EMPRESARIOS SELECCIONADOS

CONCLUIDA LA PRIMERA FASE DEL TRABAJO, ESTO ES, LA IDENTIFICACION Y SELECCION DE PRODUCTORES, LA CARACTERIZACION DE PRODUCTOS MADEREROS EXPORTABLES Y LA SELECCION DE MERCADOS, LA CONSULTORIA ENTENDIO CONVENIENTE REALIZAR UNA REUNION DE TRABAJO CON TODOS LOS EMPRESARIOS SELECCIONADOS, A LOS EFECTOS DE INFORMARLOS SOBRE LOS AVANCES DEL ESTUDIO.

DICHA REUNION SE CONCRETO EL DIA 27 DE JUNIO DE 1991 EN LA CIUDAD DE MONTECARLO, PROVINCIA DE MISIONES, CONCURRIENDO A LA MISMA REPRESENTANTES DE CINCO (5) DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS Y EL VICEPRESIDENTE DE LA APICOFOM.

EN BASE A LA INFORMACION SUMINISTRADA Y FUNDAMENTALMENTE CONFORME A LAS EXPERIENCIAS RECOGIDAS EN LA INVESTIGACION DE CAMPO, LOS EMPRESARIOS PRESENTES EN LA MISMA, ESTABLECIERON UN ORDEN PRIORITARIO CON RELACION A LOS PRODUCTOS TESTIGO QUE PODRIAN DESARROLLARSE EN EL PRESENTE ESTUDIO DE ADECUACION.

## 10. REUNION DE COORDINACION CON EL CONSULTOR EN ASPECTOS TECNOLOGICOS Y PRODUCTIVOS

SE LLEVARON A CABO DOS REUNIONES CON EL SR. MARIO BORSETO, DESIGNADO POR EL CFI PARA LA REALIZACION DEL ANALISIS DE LOS ASPECTOS TECNOLOGICOS Y PRODUCTIVOS DEL ESTUDIO, DE LA CUAL PARTICIPARON FUNCIONARIOS DEL CFI, DONDE SE DEFINIERON LOS ALCANCES Y METODOLOGIA DE SU TRABAJO.

ASIMISMO EL CONSULTOR MANTUVO OTRA REUNION CON EL SR. BORSETO PREVIA A SU VIAJE A LA PROVINCIA DE MISIONES, EN LA CUAL LE ENTREGO INFORMACION REFERIDA A LAS EMPRESAS A VISITAR, ASI COMO COMENTARIOS DE COMO PROCEDER RESPECTO DE LA SELECCION DE LOS PRODUCTOS TESTIGOS EN FUNCION DE LO DETERMINADO EN LA REUNION CON LOS EMPRESARIOS DESCRIPTA EN EL PUNTO 9.

## 11. RELEVAMIENTO DE LAS EMPRESAS POR EL CONSULTOR EN ASPECTOS TECNOLOGICOS Y PRODUCTIVOS

EL SR. MARIO BORSETO DESARROLLO SU GESTION DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 20 AL 27 DE JULIO, ACOMPAÑADO DE UN FUNCIONARIO DEL CFI.

## 12. REUNIONES DE COORDINACION

SE REALIZO UNA REUNION EN EL CFI DE LA CUAL PARTICIPARON REPRESENTANTES DE DICHO ORGANISMO, EL SR. MARIO BORSETO Y EL LIC. DANIEL AVARO, EN LA CUAL SE INFORMO SOBRE LOS RESULTADOS DE LA VISITA DEL SR. BORSETO A LAS EMPRESAS, Y SE COORDINARON LOS PASOS A SEGUIR PARA LA ELABORACION DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES DEL ESTUDIO DE ADECUACION.

ASIMISMO, EL CONSULTOR, A POSTERIORI DE LA ANTEDICHA REUNION, MANTUVO DOS ENCUENTROS CON EL SR. BORSETO VINCULADAS CON LA DEFINICION DE LOS PRODUCTOS TESTIGOS.

### 13. PRESENTACION DEL INFORME DE AVANCE

SE EFECTUA LA PRESENTACION DEL PRESENTE INFORME DE AVANCE EL DIA 14 DE AGOSTO DE 1991, DENTRO DE LOS TERMINOS PREVISTOS EN EL CONTRATO DE LA CONSULTORIA Y EL CRONOGRAMA DE TAREAS.

### 14. COMENTARIOS GENERALES SOBRE LA ACTIVIDAD REALIZADA

A) EN OPINION DEL CONSULTOR, EL ESTUDIO SE VIENE DESARROLLANDO ADECUADAMENTE, DENTRO DE LOS ALCANCES Y TIEMPO ESTABLECIDOS EN EL CRONOGRAMA DE TAREAS.

B) DEBE SEÑALARSE QUE LA CONSULTORIA ENCONTRO INICIALMENTE CIERTO DESINTERES DE PARTE DE LOS EMPRESARIOS SELECCIONADOS EN LOS ALCANCES Y POSIBILIDADES DEL ESTUDIO, LA CUAL PUDO SUPERARSE EN FUNCION DE LA INSISTENCIA PUESTA DE MANIFIESTA EN EL DESARROLLO DEL TRABAJO PROFESIONAL Y MEDIANTE EL CONSTANTE CONTACTO MANTENIDO CON DICHS EMPRESARIOS. EN TAL SENTIDO, FUE MUY POSITIVA LA REUNION MANTENIDA EN MONTECARLO QUE SE EXPLICARA EN EL PUNTO 9 CITADO PRECEDENTEMENTE.

C) NO OBSTANTE LO ANTEDICHO, EL SR. MARIO BORSETO MANIFESTO QUE DURANTE SUS VISITAS, EL GRADO DE INTERES DE PARTE DE LOS EMPRESARIOS FUE ESCASO, LO QUE CAUSO EXTRAÑEZA PARA ESTA CONSULTORIA, PUESTO QUE NO SE CONDICE CON LO QUE SE HABIA AVANZADO Y CONVERSADO HASTA DICHO MOMENTO, NO ENCONTRANDO AL MOMENTO EXPLICACIONES O JUSTIFICATIVOS ANTE DICHO CAMBIO DE CONDUCTA.

D) EN FUNCION DE LO DEFINIDO CON LOS EMPRESARIOS, LOS PRODUCTOS TESTIGOS PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE ADECUACION SERIAN LOS SIGUIENTES:

- PARTES Y PIEZAS DE MUEBLES
- MUEBLES EN KITS
- ABERTURAS

E) DE ACUERDO A LOS TRABAJOS DE RELEVAMIENTO EFECTUADOS, LOS PROBLEMAS MAS SERIOS QUE CONDICIONARIAN EL PROCESO DE ADECUACION PARA LAS FIRMAS SELECCIONADAS SERIAN LOS SIGUIENTES:

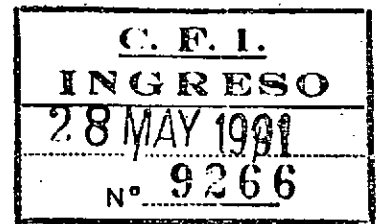
- DISPONIBILIDAD DE MADERA
- CALIDAD DE MADERA
- COSTO DE LA ENERGIA

LOS DOS PRIMEROS CASOS SE REFIEREN PRINCIPALMENTE A AQUELLAS EMPRESAS QUE NO DISPONEN DE BOSQUE PROPIO

  
DR. CARLOS EDUARDO MORENA

Buenos Aires, Mayo 28 de 1991

Señor  
Secretario General del  
Consejo Federal de Inversiones  
Ing. Juan José CIACERA  
S. / D

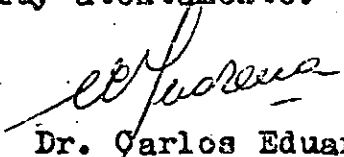


De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted a efectos de elevarle cuatro (4) ejemplares del INFORME PARCIAL relacionado con las tareas que se vienen desarrollando con relación al estudio de la ADECUACION DEL SECTOR INDUSTRIAL MEDERERO CON ORIENTACION A LA CAPTACION DE MERCADOS EXTERNOS para la Provincia de Misiones.

Quedo a disposición para formular cualquier aclaración o comentario que estime pertinente.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo muy atentamente.

  
Dr. Carlos Eduardo Morena

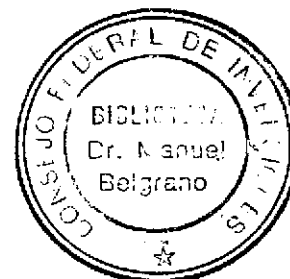




# INFORME PARCIAL

ESTUDIO: ADECUACION DEL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO CON ORIENTACION A LA CAPTACION DE MERCADOS EXTERNOS.

BUENOS AIRES, 27 DE MAYO DE 1991.-



## 1. SINTESIS DEL TRABAJO REALIZADO

Al día 27 de mayo de 1991, ya se han relevado las empresas que componen la muestra, aunque en algunos casos se observan demoras en la provision de informacion para completar el perfil comercial, economico financiero, organizacional, tecnologico y de produccion de las empresas analizadas.

Por otra parte, ya se han definido los principales productos exportables, partiendo de la base de la madera simplemente aserrada, hasta manufacturas con alto nivel de valor agregado. Esta definicion, es valida como supuesto por el momento, ya que a medida que se avanza en la investigacion de los mercados externos, se observan algunas limitaciones para ciertos productos en algunos mercados, o bien, nuevas oportunidades en otros paises, derivadas de las tendencias del consumo, de nuevas normalizaciones, o como resultado de nuevas tecnologias. De manera que, cuando se finalice el analisis de los mercados externos, tendremos una definicion concreta sobre cuales son los bienes derivados de la industria maderera que estan siendo demandados, para luego entrar en la fase de analisis final, donde en funcion de los costos y los niveles de adaptaciones requeridos, se concluire cuales productos tienen viabilidad comercial en el mercado internacional.

## 2. PROCESO DE IDENTIFICACION Y SELECCION DE PRODUCTORES

El proceso de identificacion y seleccion de productores e industriales madereros de la provincia de Misiones, para desarrollar el analisis de las posibilidades de insercion en los mercados internacionales, fue realizado en forma conjunta por la Subsecretaria de Economia del Ministerio de Hacienda y Economia de la Provincia de Misiones y por la Asociacion de Productores, Industriales y Comerciantes Forestales de Misiones (APICOFOM), entidad que, como su nombre lo indica, agrupa a productores, industriales y comerciantes de la madera de la provincia homonima.

Debido a que la provincia de Misiones cuenta con mas de 400 aserraderos, la tipologia de dichas empresas es muy dispersa. En algunos casos, encontramos empresas netamente unipersonales o de grupo familiar, las que podrian definirse como microempresas. Por otra parte, se localizan un sinnúmero de pequeñas empresas, algunas de porte mediano y unas pocas grandes.

A fin de aprovechar en una primera instancia, los resultados de este estudio, se han elegido empresas de tipo mediano y grande, a sabiendas de que su estructura organizacional y de management, su situacion comercial, financiera, tecnologica y de produccion, con ciertas adaptaciones, les permitira de una manera rapida y eficiente, lograr una capacidad real de negociacion para poder asi insertarse en los mercados externos.

El listado de las empresas seleccionadas figura en anexo 1.

### 3. EVALUACION DE LAS FIRMAS SELECCIONADAS

El objetivo final del presente trabajo, es el de definir las potencialidades de insercion de las empresas seleccionadas en el mercado internacional. A traves del analisis de las empresas se conoce cuales son los productos con capacidad real y/o potencial de exportacion. No obstante, como los estudios de mercado determinan cuales productos o bienes demandan se demandan internacionalmente, es necesario luego evaluar en que medida, las empresas pueden adaptarse alas exigencias de dichos mercados, y si sus estrategias de insercion y de formulacion de politica de producto, precio, canales, promocion y publicidad, les permiten alcanzar una posicion competitiva. Los costos de adaptacion de ciertos productos, pueden crear la necesidad de inversiones que, analizadas en el mediano o largo plazo, no resulten redituables o bien puedan traer crecientes beneficios economicos.

Para evaluar a las empresas, se preparo un simple formulario-encuesta, con informaciones que -en algunos casos- eran de tipo confidencial. Dicho formulario fue remitido a la Subsecretaria de Economia del Ministerio de Hacienda y Economia de Misiones, quien a su vez, lo envio directamente a las firmas seleccionadas para este estudio, a fin de que prepararan las informaciones referidas a datos estadisticos, tanto economicos como financieros y de produccion.

Posteriormente, durante los meses de marzo y abril, se visito personalmente a las empresas seleccionadas, en diferentes localidades de la provincia de Misiones, con el objetivo de completar los formularios y obtener las informaciones requeridas.

De las ocho (8) empresas seleccionadas, tres de ellas proveyeron la informacion en forma completa, tres de ellas lo hicieron en forma parcial, y dos firmas no respondieron.

El formulario-encuesta que se envio a las empresas, que se incluye como Anexo 2, tenia como objetivo determinar la situacion real en que se encuentra la empresa, para luego poder determinar sus potencialidades con referencia a los mercados externos, y poder tambien determinar en cuales aspectos, se necesita de innovaciones, adaptaciones, asistencia tecnica o capacitacion.

En ese sentido, el formulario-encuesta incluia preguntas y solicitudes de informacion sobre los siguientes topicos:

#### A) PERFIL DE LA EMPRESA

Su objetivo es el de conocer la forma jurídica, el tamaño, las vinculaciones a grupos empresariales, las relaciones de control comercial o económico-financiero que pudieran existir sobre la misma, su antigüedad, la clasificación como productor, fabricante, comercializador o cooperativa; la identificación de su management; su capital; sus activos fijos; su capacidad instalada; sus principales productos de fabricación; y las estadísticas de sus principales indicadores económicos, esto es, producción, costos, compras, ventas, exportaciones e importaciones.

#### B) DESAGREGACION DE LOS PRINCIPALES INDICADORES

Se desagregan por productos, insumos, bienes de capital y servicios los principales indicadores económicos antes citados. En los casos de exportación e importación, se desagregan sus mercados de destino y sus países de origen/procedencia (según el caso), respectivamente.

#### C) ASPECTOS LABORALES

A través de este cuestionario, se detecta la mano de obra utilizada por la empresa, tanto cualitativa como cuantitativamente; sus niveles de educación y la participación familiar dentro de la estructura laboral de la empresa; la organización gremial; los conflictos con el personal y el nivel de salario y cargas sociales.

#### D) ASPECTOS DE PRODUCCION, INGENIERIA Y TECNOLOGIA

Interesa conocer como se erigió la planta; la síntesis del proceso productivo; los insumos básicos que se utilizan, condiciones de su adquisición, y determinación de aquellos considerados críticos; la tecnología utilizada, sus incorporaciones, innovaciones y la eventual asistencia tecnológica que ha obtenido; los factores influyentes para la compra de equipos; el estado en que se encuentran; los obstáculos a la producción; la dotación de maquinarias; los detalles de la superficie ocupada y los sistemas de servicios de pre o post venta que están disponibles.

#### E) ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION

Se pretende conocer como se manejan los aspectos de personal, la contabilidad y los impuestos; como así también la forma en que se desarrollan los sistemas de comercialización en el país.

#### F) ASPECTOS FINANCIEROS Y FISCALES

Se pretende conocer la situación financiera de la firma, su grado de endeudamiento y sus límites de endeudamiento futuro en caso de operaciones de exportación, como así también la carga tributaria que afecta a su negocio.

#### G) EXPERIENCIAS PASADAS DE COMERCIO EXTERIOR

Se hacen algunas preguntas para evaluar las experiencias recientes en materia de exportación e importación, así como los aspectos que incidieron positiva o negativamente en tales casos.

#### H) FACTORES QUE PUEDEN OBSTACULIZAR EL PROCESO DE EXPORTACION

Se analizan todos aquellos posibles obstaculos, barreras o trabas, burocraticas, o bien cambiarias, fiscales, bancarias, financieras, aduaneras, administrativas o de transporte, que puedan afectar la capacidad de colocacion de bienes en el mercado externo

#### I) EL CONTEXTO NACIONAL

Se hace un somero analisis del contexto nacional, en donde los empresarios madereros deben hacer sus negocios.

#### J) COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

Se solicita a cada firma determine segun su propia realidad, los puntos fuertes, neutros y debiles que hacen a su posicion competitiva dentro de la industria.

## RESUMEN DE LA EVALUACION PRELIMINAR

De las seis (6) empresas que respondieron el cuestionario, el analisis es el siguiente:

### A) PERFIL DE LAS EMPRESAS

En relacion a su forma juridica, tres de las firmas estan constituidas como sociedades anonimas, dos de ellas como sociedades de responsabilidad limitada y una como sociedad en comandita por acciones. Dichas formas juridicas son aceptables desde el punto de vista de la exportacion, y el financiamiento de operaciones con el exterior.

De acuerdo a la clasificacion sobre empresas emanada de la Comunicacion A 1600 del Banco Central de la Rep. Argentina, una firma es considerada pequena, dos de ellas son consideradas medianas y tres de ellas son consideradas grandes empresas. Esta diferenciacion, lleva a que algunas firmas -particularmente las grandes- puedan encarar proyectos mas ambiciosos de exportacion, aunque las pequenas o medianas pueden ser mas aptas para la cooperacion empresarial con empresas del exterior.

De acuerdo a lo estipulado en la ley de sociedades comerciales, ninguna de las empresas es controlada, controlante o vinculada, ni forman parte de grupo economico o holding alguno, ni del pais ni del exterior. Tampoco existen relaciones de control comercial o economico financiero por parte de o sobre otras sociedades, ni del pais ni del exterior.

En todos los casos analizados, las empresas son productoras y comercializadoras, aunque debe distinguirse que en el concepto de productor, se entiende el de la madera aserrada o algun derivado (p.ej la madera terciada), ya que si nos referimos al concepto de productor forestal, en casi todos los casos, se cuenta con bosque propio, pero existen proporciones variables de adquisicion de madera en bruto, proveniente de bosques de terceros. Esta dependencia, en los casos que ocupa un porcentaje relativamente importante, puede acarrear problemas de provision en el futuro, -tales como mayores precios- si los propietarios de los bosques, encuentran mas atractiva la colocacion de su producido a la industria celulosica, habida cuenta de los planes de reactivacion, crecimiento e inversion que se detectan en este complejo industrial, con miras a los proximos 20 años.

En cinco casos, las empresas nunca han formado parte de consorcios o cooperativas de produccion, ya sea porque no se ha presentado la oportunidad, o bien porque se cuenta con plantaciones propias. Solo en un caso, se ha formado parte del denominado Consorcio Forestal Misiones, pero que solo actua como un grupo tecnico, similar al concepto de los consorcios de experimentacion de AACREA en el sector de la agricultura. Sin embargo, segun se vera mas adelante, puede existir una vocacion de asociacion en forma consorciada, tanto para la obtencion de insumos o tecnologia del exterior, como para la colocacion debienes en el mercado internacional.

En referencia a la afiliacion a camaras, asociaciones gremiales empresarias, uniones o asociaciones industriales o regionales, se detecto que en cuatro casos, se pertenece a APICOFOM, en dos casos a la Camara de Industria y Comercio de la Ciudad de Montecarlo, en un caso a AMAYADAP, en un caso a CAIMATER, y

solamente una de las firmas entrevistadas, formaba parte de una camara especifica del comercio extyerior, esto es CACEXMI, la Camara de Comercio Exterior de Misiones. Como comentario, debemos destacar que no cabe duda que dichas afiliaciones, se vinculan con la defensa de los intereses del productor o por aspectos de lobby o asesoramiento productivo, comercial, fiscal o laboral. Sin embargo, en un solo caso se detecta una afiliacion a una entidad que exclusivamente tiene como objetivo la promocion del comercio exterior. Esta circunstancia debera adptarse en el futuro, ya que las empresas encuentran en las camaras de comercio exterior, un aliado inevitable para sus planes de promocion de ventas al exterior, ademas de una herramienta eficaz de consulta para los aspectos operacionales de los negocios internacionales, sin dejar de mencionar la informacion.

Respecto del grado de antiguedad de las firmas, el promedio ponderado se situa en unos cuarenta (40) años.

Todas las empresas tienen sus plantas en la provincia de Misiones, aunque tres de ellas tienen domicilio legal y comercial en Misiones, y tres de ellas tienen la administracion y el area comercial en la ciudad de Buenos Aires. Para las firmas radicadas en Buenos Aires, dicha localizacion puede ser una ventaja en materia de operativa del comercio exterior, pero en lo que se refiere a los esfuerzos de consorciacion por ejemplo, podria ser una desventaja.

Con referencia a la educacion del management, se presentan las siguientes variantes. De cuatro respuestas en todos los casos, la formacion del presidente o propietario de la firma, en dos casos era universitaria y en dos casos es secundaria, y su promedio de edad se situa en los 45 años.

Con relacion al gerente general, en tres casos su formacion es universitaria y en un caso secundaria, conun promedio de edad de 45 años..

Con relacion al jefe de produccion, dos de ellos son graduados universitarios y uno de nivel secundario, y su promedio de edad tambien oscila los 45 años.

En relacion al jefe de finanzas, en solo un caso en que se cuenta con esta figura, el mismo es graduado universitario y de 52 años.

Respecto del jefe de comercializacion, solo una empresa lo posee, es de nivel secundario y con una edad de 43 años.

Respecto del jefe de administracion, en los dos casos en que se cuenta con ellos, los mismos tienen nivel universitario y con un promedio de edad de 40 años.

En relacion al jefe de exportaciones, en ninguno de los cuatro casos respondidos, se cuenta con dicha figura.

En resumen, si bien el management se encuentra en una edad madura y en terminos generales, bien educado, debe profundizarse la capacitacion y la asistencia tecnica, no solo para formar nuevos cuadros en relacion al comercio exterior, sino tambien a tecnicas financieras, de administracion, de comercializacion y de produccion de bienes que se demandan en el exterior. En este

ultimo aspecto, es destacable, el acuerdo de asistencia tecnica que la Provincia de Misiones mantiene con el GTZ Organismo Aleman de Cooperacion Tecnica, junto a APICOFOM y otras entidades, aunque dicho acuerdo viene a capacitar particularmente al personal mas que al nivel gerencial. Se pueden detectar organismos de asistencia tecnica para este nivel. Por otra parte, la UNAM prepara ingenieros forestales en la ciudad de Montecarlo, de donde iran saliendo nuevos profesionales capacitados en modernas tecnicas de produccion, que pueden ser perfeccionados en organismos del exterior, o bien en la region, con asistencia tecnica de organismos foraneos.

En terminos generales, debemos seÑalar que el management de las firmas no tiene una adecuada preparacion para negocios internacionales.

Finalmente, en relacion a departamentos dentro del organigrama de la empresa, sobre cuatro respuestas, dos firmas tienen depto. de produccion, una firma tiene depto de finanzas, una firma tiene depto de comercializacion, dos firmas tienen depto. de administracion, pero ninguna tiene depto de exportacion, importacion o comercio exterior, ni depto. de control de calidad.

En dos casos, las empresas no contaban con ninguno de esos esquemas dentro de su organigrama.

Ello implica que si se ha de actuar en el exterior, habra necesidad de crear estas areas dentro de las empresas, o una asistencia tecnica grupal en caso de consorciacion.

Sobre los bienes producidos, de seis firmas analizadas, el siguiente es el esquema de productos ofrecidos:

- Maderas aserradas: 5 firmas.
- Terciados: 1 firma.
- Revestimientos: 1 firma.
- Tableros compensados: 1 firma.
- Machimbre: 3 firmas.
- Madera para pasta celulosica: 1 firma.
- Tableros de listones : 1 firma
- Chips para pasta celulosica: 1 firma.
- Molduras: 1 firma
- Aserrin y corteza: 2 firmas.

Respecto del capital de las firmas, la diferencia de la tipologia de empresas, determina que el capital de una de ellas sea de U\$S 587.000.- mientras que en el caso mas alto, el capital asciende a U\$S 12.000.000.- De la misma manera sucede con el activo fijo, en donde el menor valor es de U\$S 383.000.- y en el caso mas alto es de U\$S 9.500.000.-

En todos los casos, las empresas tienen un 100% de capital nacional.

Con referencia a la capacidad instalada, el margen de ociosidad y los datos de produccion, ventas, exportacion, importacion, compras totales y costos totales, no se cuenta al momento con suficientes datos como para hacer la evaluacion preliminar.

#### B) DESAGREGACION PRINCIPALES INDICADORES

Debido a que algunas firmas han entregado informacion parcial, y en otros casos, todavia se espera su remision, no se cuenta al momento con suficientes datos como para hacer una evaluacion preliminar.

#### C) ASPECTOS LABORALES

De cinco empresas que respondieron, una ocupa 20 personas, otra 40 personas, otra 52 personas, otra 144 personas y la otra 326 personas. El principal componente de dicha fuerza laboral es la mano de obra no calificada en la mayoria de los casos. En promedio general, cerca de un 10% de la fuerza laboral cumple funciones administrativas, y cerca de un 5% es el porcentual de tecnicos y profesionales.

En este ultimo caso, su preparacion universitaria es de las carreras de Ingenieria, Contador Publico o Administracion de Empresas.

En lo que respecta a la capacitacion de la mano de obra calificada, existe un porcentaje intermedio entre los que tienen educacion primaria y los que recibieron educacion secundaria. Adicionalmente, se observa una experiencia laboral promedio de 5 a 10 años en casi todos los obreros calificados. La formacion de esa mano de obra ha sido in situ, esto es, en las propias plantas industriales de las empresas, con poca capacitacion en otras fuentes. En aras de una mayor calificacion del personal, se observa como altamente interesante, la capacitacion posterior en la ciudad de Montecarlo, al amparo de la Asociacion Centro Tecnologico de la Madera, acuerdo firmado entre la Subsecretaria de Bosques y Forestacion de la Provincia de Misiones y el GTZ de Alemania, junto a camaras y organismos vinculados al sector.

La sindicalizacion y agremiacion de la mano de obra, es un aspecto importante para las condiciones sociales del trabajador. Sin embargo, en esta industria forestal de Misiones, la agremiacion al sindicato de la madera, no ofrece inconvenientes ni conflictos al sector empresarial, al menos en los cinco casos analizados. En consecuencia, el nivel de conflictos gremiales es practicamente nulo. Solo se detecta un solo dia por año de perdida de trabajo por dicha razon en una sola empresa. En otro caso, solo se paro la produccion por una demanda de pago de salarios en termino (no de incremento salarial), pero el inconveniente se debio a una iliquidez de la empresa, resultante de la captacion de depositos derivados del Plan BONEX en el primer mes de 1990, lo cual no implica un acto de hostilidad o de reclamo de mejoría salarial o de condiciones sociales por parte de los trabajadores de la industria.



Con referencia al costo de la mano de obra en la industria maderera de Misiones, en relacion al costo nacional, en cuatro casos se estimo que era identico, mientras que en un caso se menciona que era mayor a la media nacional.

En cambio, en identica comparacion con referencia al promedio internacional, la mayoria contesto que era alto, en relacion a otros paises competidores, como es el caso de Brasil o Paraguay. De todas formas, en casos de cooperacion empresarial con naciones europeas por ejemplo, el costo de la mano de obra no parece ser un elemento significativo del costo como para perder competitividad. En todo caso, ese problema es mas serio en relacion a la energia, a la que nos referimos mas adelante.

En todos los casos se ha considerado que las cargas sociales que se soportan en nuestro pais son altas. En un caso se opino que, en todo lo concerniente al sector existen altisimas asimetrias con Brasil, competidor importante en esta industria, y que ello podria ser problematico en funcion del proyecto de creacion del Mercado Comun del Cono Sur -MERCOSUR-.

#### D) ASPECTOS DE PRODUCCION, INGENIERIA Y TECNOLOGIA

En cinco casos sobre seis empresas que respondieron, cuatro de ellas no construyeron sus plantas sobre la base de estudios de factibilidad, y dos los hicieron sobre ciertos proyectos. No obstante, todas las modernizaciones progresivas, tanto de maquinarias como de obra civil, han tenido en cuenta estudios o proyectos.

Las razones de la puesta en marcha de las firmas tienen diferentes motivaciones. En un caso, se construyo la planta porque se contaba con plantaciones propias, en otros casos, porque era una industria floreciente, y en otros casos, porque se contaba con un regimen de promocion industrial que devolvia impuestos, ademas de los subsidios y creditos fiscales otorgados en su momento por el IFONA.

Si bien cuando se establecieron las plantas no habia estudios o informes sobre la rentabilidad economica de las inversiones, ello si se tiene en cuenta ahora en los ultimos años.

Con referencia a los insumos basicos que se utilizan en el proceso productivo, faltan completar algunas informaciones, por lo que no es adecuado realizar un detalle en este informe preliminar. Sin embargo, caben algunas apreciaciones.

Una de ellas se refiere particularmente a uno de los insumos criticos, esto es, la energia electrica. Siendo que es un insumo importante del proceso productivo, se presentan dos problemas fundamentales en este aspecto. Por un lado, su alto costo, que se informa es de aprox U\$S 0.25 el KW, y que es unicamente provisto en forma monopolica por la empresa EMSA, el cual es notablemente mas caro que el costo energetico del resto del pais, y es casi 5 veces mas caro que en Paraguay, donde un KW cuesta casi U\$S 0.05. Algunas empresas utilizan sustitutos o energias no convencionales, y en ese sentido es importante acelerar el proyecto de energia de biomasa impulsado en la Provincia de Misiones por la Secretariade Energia de la Nacion. Otras alternativas estan bajo estudio.

Pero de todas formas, el potencial exportador maderero de la Provincia de Misiones y su efecto multiplicador sobre la economia local, se veran seriamente afectados si el costo de la energia se mantiene en esos terminos informados.

Por otra parte, existe el problema de los cortes de energia. En una empresa se informaron 102 horas 26 minutos de cortes de electricidad en el periodo Julio 90-Febrero 91, lo que medido en terminos de produccion, ocasiona un 15% de perdida real sobre la produccion, afectando obviamente la productividad, y en consecuencia la rentabilidad de las firmas, que en actividades de exportacion, suele ser menos de la mitad de ese valor. De manera que para poder tener competitividad en el exterior, las firmas deberian hacer un doble esfuerzo, considerando entonces que deben subsanar ese efecto negativo para poder competir en mercados internacionales. Es decir, deben considerar ese 15% en forma negativa, algo que los otros paises competidores no tienen, y de alli que su nivel de esfuerzo comercial deberia ser redoblado, lo cual implica que no siempre los resultados pueden ser positivos.

El otro aspecto se refiere a la influencia del complejo celulosico papelerero sobre la actividad industrial maderera. A menos que se revierta la actual situacion de politica forestal, donde la inversion en nuevas plantaciones ha disminuido, y si se considera la creciente demanda del complejo industrial celulosico para los proximos años, las empresas industriales madereras que dependan de materia prima provista por bosques de terceros, podran encontrar serias limitaciones para su obtencion, lo cual se podria traducir en precios de insumo mas altos, disminuyendo su capacidad competitiva, o debiendo pasarse a la fabricacion de bienes con mayor contenido tecnologico. En el proximo informe se presentaran mas datos sobre esta problematica, asi como algunas propuestas.

El bajo grado de internacionalizacion de las empresas analizadas, conduce a que en muy pocos casos, se importen materias primas - que de todas formas no tienen alta participacion en el producto base (madera aserrada)--. Diferente es el caso de la importacion de repuestos, partes o piezas, por cuanto estos vienen a servir para la manutencion de los equipos importados.

De todas formas, todas las empresas opinan que es viable la adquisicion en forma consorciada de insumos, a los fines de un proceso de exportacion.

La base tecnologica con la que comenzaron las firmas, en algunos casos fue de tipo conocida y en otros, desarrollada. En los tiempos en que se establecieron las industrias, habia poca oferta de equipos, poca informacion y pocas opciones tecnologicas. Pero de todas formas, todas las empresas han tenido nuevas incorporaciones tecnologicas a traves de la adquisicion de equipos para renovacion y mejora de los procesos productivos.

La mayoria de las empresas ha considerado que su tecnologia es adecuada, aunque algunos opinan que es obsoleta y otros, que debe mejorar, en funcion de negocios con el exterior. Nadie opera bajo subcontratacion, ni licencias tecnologicas del pais o del exterior, aunque en dos casos se ha recibido asistencia tecnologica local.

Sobre los aspectos de producción, faltan determinar algunas informaciones con precisión -y que deben ser informadas por las empresas-, para poder hacer una evaluación correcta.

#### E) ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION

Resumiendo las preguntas realizadas sobre la administración de la empresa, se desprende que los aspectos de personal, son manejados en forma directa por el sector empresarial, o bien a través de delegados. Los aspectos de administración son coordinados en algunos casos por contadores externos, o bien por los socios o jefe administrativo propio, esquema -este último- que opera de idéntica forma en el caso de los aspectos impositivos.

En lo que se refiere a la comercialización doméstica, las seis firmas entrevistadas, respondieron que como política principal, desarrollan la venta directa, aunque en dos casos, se recurre al uso de viajantes. Los canales de distribución en el país, son, en algunos casos los mayoristas y en otros casos los minoristas. Solo en un caso, se vende a usuarios directos.

La promoción se realiza por visitas personales y avisos esporádicos en medios informativos del sector.

Con referencia a las tendencias del mercado argentino, la mayoría opino que 1988 fue un año estable, y que 1990 lo fue en decadencia. Para 1989, las opiniones se dividen entre mercado estable y en decadencia.

#### F) ASPECTOS FINANCIEROS Y FISCALES

Todas las empresas analizadas opera con capital de giro propio. De todas formas, tres de ellas tienen márgenes de endeudamiento en entidades financieras, y habitualmente se utilizan líneas de crédito, fundamentalmente para capital de trabajo, no así para adquisición de equipos.

En el caso de tener que ampliar la planta, incorporar nuevas maquinarias y requerir mayor capital de trabajo para lograr insertarse en mercados externos, las firmas tienen límites atractivos de posible endeudamiento, siempre en relación con su capital. Los rangos de esas posibilidades van desde los U\$S 100.000.- para la más pequeña a U\$S 3.000.000.- para la firma más grande.

Respecto de la situación fiscal, todas las firmas opinan que la carga fiscal en general es alta, aunque es de nivel medio en lo que respecta a las tasas e impuestos municipales.

#### G) EXPERIENCIAS PASADAS DE COMERCIO EXTERIOR

De los seis casos analizados, tres empresas no tienen experiencia, una de ellas fue informada al presente, y dos firmas restan de enviar las informaciones.

Dada la situación, conviene hacer un análisis y presentarlo en el próximo reporte.

## H) FACTORES QUE PUEDEN OBSTACULIZAR EL PROCESO DE EXPORTACION

Sobre este particular, las empresas opinaron mayoritariamente que cuentan con un volumen de producción apropiado como para encarar acciones de promoción y colocación de bienes en mercados externos. En todos los casos, se menciona como importante, la necesidad de contar con financiamiento, tanto para capital de trabajo como para adquisición de equipos.

Con respecto a si se necesita algún incentivo especial, las empresas no desean nada en particular, salvo que el gobierno nacional no grave las exportaciones con impuestos, y que los insumos también estén liberados de cargas fiscales.

Respecto de los recursos humanos capacitados para exportación, solo dos empresas creen tener personal formado para encarar negocios de exportación. De todas formas, ese conocimiento se supone que es básico, y que sería necesario encarar acciones profundas para capacitar adecuadamente a una base mayor de personas en el negocio internacional.

La mayoría de las empresas, no desea encarar negociaciones con empresas comercializadoras, a fin de que estas coloquen sus bienes en los mercados del exterior. Solo una empresa manifestó voluntad positiva en ese terreno.

Por el contrario, y esto es algo muy positivo, todas las empresas estarían dispuestas a encarar negociaciones para la formación de un consorcio de exportación, en el convencimiento de que con este esquema, pueden ofrecer mayores volúmenes, diversificar mercados y lograr menores costos.

También, la mayoría de las firmas está dispuesta a fabricar en subcontratación internacional.

Respecto de la información comercial, todas las firmas están interesadas en recibir información del tipo y clase que se informan en el cuestionario.

Con respecto a la asistencia técnica, la mayoría desea recibir servicios sobre control de calidad y diseño, a la vez que en nuevas tecnologías y equipos y envases y embalajes, como asesoramiento legal.

Con referencia a la capacitación, de solo cuatro empresas que informaron, los principales temas de interés se refieren a financiación, joint ventures, integración con Brasil y ferias y exposiciones.

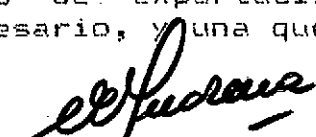
En relación al apoyo institucional requerido, se manifestó interés sobre los temas de ferias, misiones, contacto con agregados comerciales en el exterior y estudios de mercados externos.

## I) EL CONTEXTO NACIONAL

Sobre la base de respuestas de cuatro firmas, se opina que el clima general para hacer negocios en la Argentina no es bueno, y que no se pueden programar acciones de mediano y largo plazo orientadas al sector externo.

Las firmas tambien creen que la politica nacional respecto del sector maderero tampoco ayudan a generar una adecuada oferta exportable, y que en caso de mejorarse, dicha oferta mejoraria.

Las cuatro firmas opinaron que para aumentar la capacidad exportadora del sector se necesitan politicas de promocion del sector, reglas de juego claras y estabilidad economica, incentivos fiscales, incentivos financieros, incentivos aduaneros. En la pregunta si para el fin antes mencionado se necesitaba una mayor apertura al exterior (tanto de importacion como de exportacion), tres firmas consideraron que no era necesario, y una que si era necesario.

  
DR. CARLOS EDUARDO MORENA.



ANEXO I

LISTADO DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS

- HENTER ICSA (Montecarlo)
- PUERTO LAHARRAGUE S.C.A. (Montecarlo)
- MADERALPA S.R.L. (Montecarlo)
- INDUSTRIA MADERERA JARDIN AMERICA S.R.L. (Jardín America)
- QUEIROZ S.A. (Eldorado)
- REPA MADERAS S.A. (Eldorado)
- LIPSIA S.A. (Puerto Esperanza)
- MASTER INDUSTRIAL MADERIL (Posadas)

PROYECTO SUBSECRETARIA DE ECONOMIA DE MISIONES- C.F.I.

ADECUACION DEL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO CON ORIENTACION A LA  
CAPTACION DE MERCADOS EXTERNOS

CUESTIONARIO DE EVALUACION PARA LAS EMPRESAS

FECHA EN QUE SE COMPLETA EL CUESTIONARIO \_\_\_\_\_

FECHA EN QUE SE CONCRETA LA ENTREVISTA \_\_\_\_\_

NOMBRE DE LA EMPRESA/RAZON SOCIAL.....

PERSONA QUE COMPLETA EL CUESTIONARIO Y CARGO.....

CONSULTOR QUE REALIZA LA ENTREVISTA.....

TELEFONO PARA CONTACTO.....

FAX.....TELEX.....

NOTA ACLARATORIA: LA ENCUESTA DEBE SER COMPLETADA POR EL  
PROPIETARIO DE LA FIRMA, O EN SU DEFECTO, POR EL PRESIDENTE,  
VICEPRESIDENTE, GERENTE GENERAL O SOCIO GERENTE, SEGUN SEA EL  
TIPO DE ENTE SOCIETARIO.

LA INFORMACION DEBE SER EL FIEL REFLEJO DE LA VERDAD Y CON LA  
MAYOR ACTUALIZACION POSIBLE. LOS DATOS SE CONSIDERAN DE CARACTER  
CONFIDENCIAL. LAS INFORMACIONES QUE HACEN A LA SECRECIA COMERCIAL  
O INDUSTRIAL, PUEDEN OMITIRSE EN ESTE CUESTIONARIO, PERO DEBIERAN  
SER COMUNICADAS EN LA ENTREVISTA PERSONAL A LOS CONSULTORES, LOS  
QUE LA TRATARAN CON LA MAXIMA CONFIDENCIALIDAD.

EN LOS CASOS EN QUE UNA PREGUNTA O INFORMACION A COMPLETAR NO  
FUERA APLICABLE, DEJAR EN BLANCO. POR EJEMPLO, SI SE SOLICITA EL  
NUMERO DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE EXPORTADORES Y LA EMPRESA  
NO LO POSEE, EL CAMPO QUE CONTINUA DEBE DEJARSE EN BLANCO.

EN LOS CASOS DE PREGUNTAS QUE NO SE COMPRENDA SU SIGNIFICADO, SE  
PODRAN COMPLETAR CUANDO SE REALICE LA ENTREVISTA PERSONAL CON EL  
CONSULTOR.

1.PERFIL DE LA EMPRESA

1.00 NOMBRE/RAZON SOCIAL.....

2.01 FORMA JURIDICA.....

2.02 EMPRESA PEQUENA ☐ MEDIANA ☐ GRANDE ☐ CONTESTAR ACORDE A LA CARACTERIZACION DADA POR LA COM A 1600 DEL BCRA.

2.03 DE ACUERDO A LA LEY DE SOCIEDADES ANONIMAS, LA SOCIEDAD ES CONTROLADA ☐ CONTROLANTE ☐ VINCULADA ☐ NO APLICABLE ☐

2.04 LA SOCIEDAD FORMA PARTE DE UN GRUPO ECONOMICO SI ☐ NO ☐ EN CASO AFIRMATIVO, DESCRIBIR ACTIVIDADES DEL GRUPO Y LAS RELACIONES DE PERTENENCIA ACCIONARIA ENTRE LAS EMPRESAS.

2.05 EXISTEN RELACIONES DE CONTROL COMERCIAL O ECONOMICO-FINANCIERO POR PARTE DE O SOBRE OTRAS SOCIEDADES, YA SEA COMO EMPLEADOR DE PRODUCTOS O PROVEEDOR DE RECURSOS (MATERIAS PRIMAS, FINANCIEROS, ETC). SI ☐ NO ☐ CASO AFIRMATIVO, INDICAR EL MONTO OPERADO EN EL ULTIMO EJERCICIO ECONOMICO ANUAL CERRADO PARA CADA UNA DE LAS POSIBLES RELACIONES OPERATIVAS

2.06 LA EMPRESA ES PRODUCTOR/FABRICANTE ☐ COMERCIALIZADORA ☐ COOPERATIVA DE PRODUCCION ☐ GRUPO ECONOMICO ☐

2.07 LA EMPRESA HA FORMADO PARTE ALGUNA VEZ DE UN CONSORCIO DE FABRICANTES O DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCION SI ☐ NO ☐ EXPLIQUE RAZONES YA SEA RESPUESTA AFIRMATIVA COMO POSITIVA

2.08 CITE LAS CAMARAS, ASOCIACIONES GREMIALES EMPRESARIAS, UNIONES O ASOCIACIONES INDUSTRIALES O REGIONALES A LAS QUE PERTENECE LA EMPRESA.....

3.00 FECHA DE CREACION.....

4.01 DOMICILIO LEGAL.....

4.02 DOMICILIO COMERCIAL.....

4.03 DOMICILIO PLANTA INDUSTRIAL.....

5.01 NOMBRE DEL PROPIETARIO O PRESIDENTE/EDAD/ESTUDIO.....

5.02 NOMBRE DEL GERENTE GENERAL/EDAD/ESTUDIO.....



5.03 NOMBRE DEL JEFE DE PRODUCCION/EDAD/ESTUDIO.....  
 .....  
 5.04 NOMBRE DEL JEFE DE FINANZAS/EDAD/ESTUDIO.....  
 .....  
 5.05 NOMBRE DEL JEFE DE COMERCIALIZACION/EDAD/ESTUDIO.....  
 .....  
 5.06 NOMBRE DEL JEFE DE ADMINISTRACION/EDAD/ESTUDIO.....  
 .....  
 5.07 NOMBRE DEL JEFE DE EXPORTACION/EDAD/ESTUDIO.....  
 .....  
 5.08 LA EMPRESA POSEE: DEPTO DE PRODUCCION SI[] NO[] DEPTO DE  
 FINANZAS SI[] NO[] DEPTO DE COMERCIALIZACION SI[] NO[]  
 DEPTO DE ADMINISTRACION SI[] NO[] DEPTO DE EXPORT SI[] NO[]  
 DEPTO DE IMPORT SI[] NO[] DEPTO CTROL. DE CALIDAD SI[] NO[]  
 DEPTO DE SERVICIO DE POSTVENTA SI[] NO[]  
 6.00 PRODUCTOS DE FABRICACION DE LA EMPRESA  
 6.01  
 6.02  
 6.03  
 6.04  
 6.05  
 7.01 CAPITAL DE LA EMPRESA EN U\$S.....  
 7.02 ACTIVOS FIJOS EN U\$S.....  
 7.03 ORIGEN DEL CAPITAL: NACIONAL...% EXTRANJERO...%  
 8.01 CAPACIDAD INSTALADA.....  
 8.02 MARGEN DE OCIOSIDAD: EN 1988...% EN 1989...% EN 1990...%  
 9.00 PERSONAL TOTAL.....  
 9.01 ADMINISTRATIVO..... 9.02 PRODUCCION.....  
 10.00 PRODUCCION TOTAL EN U\$S 11.00 VENTAS TOTALES EN U\$S  
 10.01 1988..... 11.01 1988.....  
 10.02 1989..... 11.02 1989.....  
 10.03 1990..... 11.03 1990.....

12.00 EXPORTACIONES EN U\$S  
12.01 1988.....  
12.02 1989.....  
12.03 1990.....  
14.00 COMPRAS TOTALES EN U\$S  
14.01 1988.....  
14.02 1989.....  
14.03 1990.....

13.00 IMPORTACIONES EN U\$S  
13.01 1988.....  
13.02 1989.....  
13.03 1990.....  
15.00 COSTOS TOTALES EN U\$S  
15.01 1988.....  
15.02 1989.....  
15.03 1990.....



## 2. DESAGREGACION PRINCIPALES INDICADORES

1.00 PRODUCCION TOTAL EN U\$S - 1988 (DETALLAR VOLUMEN FISICO)	1989	1990
1.01 PRODUCTO 1	.....	.....
1.02 PRODUCTO 2	.....	.....
1.03 PRODUCTO 3	.....	.....
1.04 PRODUCTO 4	.....	.....
1.05 PRODUCTO 5	.....	.....
2.00 VENTAS TOTALES EN U\$S - 1988 (DETALLAR VOLUMEN FISICO)	1989	1990
2.01 PRODUCTO 1	.....	.....
2.02 PRODUCTO 2	.....	.....
2.03 PRODUCTO 3	.....	.....
2.04 PRODUCTO 4	.....	.....
2.05 PRODUCTO 5	.....	.....
3.00 EXPORTACIONES EN U\$S - 1988 (DETALLAR VOLUMEN FISICO)	1989	1990
3.01 PRODUCTO 1	.....	.....
PAISES COMPRADORES.....		
3.02 PRODUCTO 2	.....	.....
PAISES COMPRADORES.....		
3.03 PRODUCTO 3	.....	.....
PAISES COMPRADORES.....		
3.04 PRODUCTO 4	.....	.....
PAISES COMPRADORES.....		
3.05 PRODUCTO 5	.....	.....
PAISES COMPRADORES.....		
4.00 IMPORTACIONES EN U\$S - 1988 (DETALLAR VOLUMEN FISICO)	1989	1990
4.01 PRODUCTO 1	.....	.....
PAISES PROVEEDORES.....		
4.02 PRODUCTO 2	.....	.....
PAISES PROVEEDORES.....		

4.03 PRODUCTO 3	.....	.....	.....
PAISES PROVEEDORES.....			
4.04 PRODUCTO 4	.....	.....	.....
PAISES PROVEEDORES.....			
4.05 PRODUCTO 5	.....	.....	.....
PAISES PROVEEDORES.....			
5.00 COMPRAS TOTALES EN U\$S - 1988	1989	1990	
(DETALLAR VOLUMEN FISICO)			
5.01 INSUMO 1	.....	.....	.....
MAQUINARIA/EQUIPO 1	.....	.....	.....
SERVICIO 1	.....	.....	.....
5.02 INSUMO 2	.....	.....	.....
MAQUINARIA/EQUIPO 2	.....	.....	.....
SERVICIO 2	.....	.....	.....
5.03 INSUMO 3	.....	.....	.....
MAQUINARIA/EQUIPO 3	.....	.....	.....
SERVICIO 3	.....	.....	.....
5.04 INSUMO 4	.....	.....	.....
MAQUINARIA/EQUIPO 4	.....	.....	.....
SERVICIO 4	.....	.....	.....
5.05 INSUMO 5	.....	.....	.....
MAQUINARIA/EQUIPO 5	.....	.....	.....
SERVICIO 5	.....	.....	.....
6.00 COSTOS TOTALES EN U\$S - 1988	1989	1990	
6.01 PRODUCTO 1	.....	.....	.....
6.02 PRODUCTO 2	.....	.....	.....
6.03 PRODUCTO 3	.....	.....	.....
6.04 PRODUCTO 4	.....	.....	.....
6.05 PRODUCTO 5	.....	.....	.....

### 3. ASPECTOS LABORALES

#### 1.00 MANO DE OBRA UTILIZADA

CATEGORIA	NUMERO	FULL TIME	PART TIME
1.01 PROFESIONALES/TECNICOS .....	.....	.....	.....
1.02 ADMINISTRATIVOS .....	.....	.....	.....
1.03 OBREROS CALIFICADOS .....	.....	.....	.....
1.04 OBREROS NO CALIFICADOS .....	.....	.....	.....
1.05 TOTAL .....	.....	.....	.....
1.06 LOS TITULARES Y FAMILIARES REPRESENTAN UN....% DEL TOTAL DE PERSONAL OCUPADO			
1.07 LOS PROFESIONALES/TECNICOS REPRESENTAN UN....%-DEL TOTAL DE PERSONAL OCUPADO			

#### 2.01 EDUCACION DE LOS PROFESIONALES/TECNICOS (CITAR CARRERAS)

#### 2.02 EDUCACION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO (CITAR ESTUDIOS).....

#### 2.03 EDUCACION DE LA MANO DE OBRA CALIFICADA (EJ. ESCUELAS TECNICAS, EXPERIENCIA Y ANTIGUEDAD EN EL SECTOR, OTROS).....

#### 2.04 LOS DIRECTORES Y ADMINISTRADORES DE NUESTRA EMPRESA TIENEN UNA ADECUADA EXPERIENCIA INTERNACIONAL SI ☐ NO ☐

#### 2.05 NUESTRA DIRECCION Y ADMINISTRACION TIENE UNA ACTITUD FAVORABLE RESPECTO DE LA EXPORTACION SI ☐ NO ☐

#### 3.01 QUE ORGANIZACION GREMIAL TIENEN LOS EMPLEADOS.....

#### 3.02 DIAS NO LABORABLES POR CONFLICTOS GREMIALES: 1989...1990...

#### 4.01 CONSIDERA UD. QUE EL COSTO DE LA MANO DE OBRA EN LA INDUSTRIA MADERERA EN MISIONES ES ALTO☐ MEDIO☐ BAJO☐ EN COMPARACION AL PROMEDIO NACIONAL

PARA EL FROMEDIO INTERNACIONAL ES ALTO☐ MEDIO☐ BAJO☐

#### 4.02 EL SALARIO PAGADO POR SU EMPRESA ES EN FROMEDIO, MAS ALTO (+15%)☐ SIMILAR☐ MAS BAJO (-10%) ☐ , QUE EL PAGADO POR OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR EN LA ARGENTINA.

#### 4.03 TIENE SU EMPRESA ALGUN GRADO DE FLEXIBILIDAD LABORAL SI ☐

NO ☐. CASO AFIRMATIVO, CITE RAZONES.....

4.04 CONSIDERA UD. QUE LAS CARGAS SOCIALES SON ALTAS ☐  
MEDIANAS ☐ BAJAS ☐

#### 4. ASPECTOS DE PRODUCCION, INGENIERIA Y TECNOLOGIA

1.01 CONSTRUYO SU PLANTA SOBRE LA BASE DE LAS RECOMENDACIONES DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SI[] NO[]

1.02 LA PUESTA EN MARCHA DE SU EMPRESA ESTUVO BASADA EN UN ESTUDIO DE RENTABILIDAD ECONOMICA SI[] NO[]. HUBO OTRAS RAZONES (CITAR).....

1.03 ACTUALMENTE, O AL MOMENTO DE LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA, SE CUENTA O SE CONTABA CON ALGUN REGIMEN DE PROMOCION INDUSTRIAL, ESPECIAL, SECTORIAL O NACIONAL SI [] NO [] DETALLES.....

1.04 DESCRIBA EN HOJA SEPARADA UNA SINTESIS DEL PROCESO DE FABRICACION DE CADA PRODUCTO, CON DESCRIPCION DE SECUENCIAS Y DURACION DE LAS ETAPAS.

2.01 CITE LOS INSUMOS BASICOS QUE UTILIZA PARA LA FABRICACION (DESASREGAR POR MATERIA PRIMA, SEMIELABORADO, AGUA, GAS, ENERGIA, SERVICIOS)

DEL PRODUCTO 1.....

DEL PRODUCTO 2.....

DEL PRODUCTO 3.....

DEL PRODUCTO 4.....

DEL PRODUCTO 5.....

2.02 CITE ORIGEN, COSTO UNITARIO PROMEDIO EN U\$S, CONSUMO POR UNIDAD DE PRODUCTO, Y CONDICIONES DE COMPRA DE LOS INSUMOS.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.03 UTILIZA ALGUNA MATERIA PRIMA IMPORTADA SI[] NO[]. EN CASO AFIRMATIVO, CITE TIPO, ORIGEN Y MONTO UNITARIO EN MONEDA DE PAIS DE ORIGEN O EN U\$S. CITE SI TIENE PREFER. ARANCELARIAS

.....

.....

.....

.....

.....

2.04 PROCESO DE OBTENCION DE LAS MATERIAS PRIMAS NACIONALES

	CANTIDAD		CALIDAD			ENTREGA
	SUFIC	INSUFIC	BAJA	ALTA	RAPIDA	C/DEMORAS
INSUMO 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.05 PROCESO DE OBTENCION DE LAS MATERIAS PRIMAS IMPORTADAS

	CANTIDAD		CALIDAD			ENTREGA
	SUFIC	INSUFIC	BAJA	ALTA	RAPIDA	C/DEMORAS
INSUMO 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INSUMO 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.06 SI RESULTARA FAVORABLE A SUS COSTOS Y EN FUNCION DE UN PROCESO DE EXPORTACION, SERIA VIABLE PARA SU EMPRESA LA COMPRA DE INSUMOS EN FORMA CONSORCIADA CON OTRAS FIRMAS DEL RAMO SI ☐ NO☐. RAZONES.....

2.07 CITE LAS MATERIAS PRIMAS, COMPONENTES, BIENES SEMIELABORADOS O SERVICIOS QUE SON CRITICOS O DE ALTO COSTO

.....

.....

3.01 CUAL FUE EL ORIGEN DE LA TECNOLOGIA CUANDO SE CREO LA FIRMA TECNOL. CONOCIDA ☐ TECNOL. DESARROLLADA ☐

3.02 CITE LOS CRITERIOS UTILIZADOS PARA LA ADOPCION DE DICHA TECNOLOGIA.....



.....  
3.03 HA HABIDO INCORPORACIONES TECNOLOGICAS SI ☐ NO☐. EN CASO  
AFIRMATIVO, CITAR FECHAS Y FORMAS.....  
.....

3.04 CONSIDERA QUE SU ACTUAL TECNOLOGIA ES DE NIVEL ADECUADO ☐  
OBSOLETA ☐ ES BUENA PERO DEBE MEJORAR ☐ OTROS.....

3.05 SU FIRMA OPERA BAJO ALGUNA LICENCIA DE FABRICACION SI☐NO☐

3.06 SU FIRMA OPERA BAJO SUBCONTRATACION SI☐ NO☐

3.07 SU FIRMA HA TENIDO COOPERACION O ASISTENCIA TECNOLOGIA  
SI☐ NO☐. CASO AFIRMATIVO: LOCAL☐ DEL EXTERIOR☐. CITE

LOS ORGANISMOS, INSTITUTOS O EMPRESAS.....  
.....  
.....

3.08 SU EMPRESA REALIZA DESARROLLO O INVESTIGACION TECNOLOGICA  
SOBRE NUEVOS PRODUCTOS SI ☐ NO ☐. CASO AFIRMATIVO CITE EL  
PRESUPUESTO ANUAL EN U\$S.....(1989).....(1990)

4.01 EL NIVEL DE PRODUCCION (SEGUN PATRONES DE LA INDUSTRIA) ES  
ALTO ☐ MEDIO ☐ BAJO ☐ MUY BAJO ☐ DE ESTACIONALIDAD ☐

4.02 LA PRODUCCION ES SERIADA ☐ A PEDIDO ☐

4.03 CUALES DE LOS SIGUIENTES FACTORES INFLUYERON EN LA COMPRA  
DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

BAJO COSTO MANO DE OBRA ☐ FRANQUICIA PARA LA IMPORTACION  
DE BIENES DE CAPITAL ☐ LIBERACION/REDUCCION DE ARANCELES  
DE IMPORTACION ☐ DESGRAVACION IMPOSITIVA ESPECIAL ☐  
FACILIDADES FINANCIERAS ☐ MAQUINARIA USADA C/BAJO COSTO ☐

4.04 INDIQUE EL PORCENTAJE DE MAQUINAS IMPORTADAS:....%

4.05 CUANDO HA COMPRADO EQUIPOS O MAQUINARIAS, GENERALMENTE HAN  
SIDO: NUEVAS ☐ USADAS DE MENOS 5 AÑOS ☐ DE MAS 5 AÑOS ☐

4.06 EVALUE LAS ACTUALES CIRCUNSTANCIAS CON RESPECTO A SU PARQUE  
DE MAQUINAS, EQUIPOS Y APARATOS.

EQUIPO OBSOLETO ☐ EQUIPO MUY USADO ☐ INSUFICIENTE  
CAPACIDAD INSTALADA ☐ CAPACIDAD SUBUTILIZADA U OCIOSA ☐  
MANTENIMIENTO INADECUADO ☐ PROBLEMAS DE REPUESTOS,  
LUBRICANTES Y SERVICIOS DE-POST-VENTA ☐

4.07 CITE OTROS OBSTACULOS A LA PRODUCCION.....  
.....

#### 4.08 DOTACION DE MAQUINARIAS

TIPO DE MAQUINA	MARCA	AÑO COMPRA	VALOR ACTUAL EN U\$S SEGUN VALUACION BANCARIA
-----------------	-------	------------	--

.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			

#### 4.09 MAQUINARIAS MAS UTILIZADAS (OBSTACULIZAN PROCESO PRODUCC)

TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....

#### 4.10 MAQUINARIAS MENOS UTILIZADAS (EXCESO CAPAC. PRODUCTIVA)

TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....
TIPO.....	HS.DE USO/DIA.....

#### 4.11 DETALLES DE LA SUPERFICIE OCUPADA POR LA EMPRESA

FUNCION	M2		SE CONSIDERA		
	EXTERIOR	INTERIOR	ESCASA	OPTIMA	EN EXCESO
PRODUCCION	.....	.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DEPOSITO	.....	.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EXPEDICION	.....	.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OFICINAS/LOCALES	.....	.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.12 SI SU EMPRESA TUVIERA QUE INCURSIONAR EN MERCADOS EXTERNOS,  
INCORPORARIA NUEVOS EQUIPOS/MAQUINARIAS NACIONALES O  
IMPORTADOS SI[] NO[]. RAZONES.....

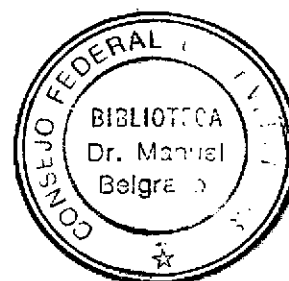
5.01 EL DISEÑO DE LOS PRODUCTOS DE SU FABRICACION: ES PROPIO []  
DE LOS CLIENTES [] EL QUE RIGE EN EL MERCADO []

5.02 CONSIDERA QUE SU EMPRESA TIENE BUENA CALIDAD SI [] NO []

5.03 EXISTE UN SISTEMA DE CALIDAD DENTRO DE SU EMPRESA SI[] NO[]

5.04 LA EMPRESA TIENE LOS SIGUIENTES SISTEMAS

LOCALIZACION DE FALLAS SI[] NO[] CONTROL DEL PROCESO DE  
PRODUC.SI[] NO[] EVALUACION DE PROVEEDORES SI[] NO[]  
INSPECCION DE ENTRADA SI[] NO[] RECHAZO SI[] NO[] REPROCESO  
SI[] NO[] REINSPECCION SI[] NO[] SELECCION ELEMENTOS  
DEFECTUOSOS SI[] NO[] DE RECLAMACIONES SI[] NO[]  
DE GARANTIAS SI[] NO[]



## 5. ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION

1.01 CUENTA SU EMPRESA CON UN ORGANIGRAMA DE TRABAJO SI ☐ NO ☐

1.02 COMO SE MANEJAN LOS ASPECTOS DE PERSONAL.....

1.03 COMO Y QUIEN MANEJA LA CONTABILIDAD INTERNA DE LA EMPRESA

1.04 COMO Y QUIEN MANEJA LOS ASPECTOS IMPOSITIVOS DE LA EMPRESA

1.05 COMO SE HACE EL REGISTRO DE LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA:  
MANUAL ☐ MECANIZADO ☐ COMPUTARIZADO ☐ OTROS ☐

2.01 CUALES SON SUS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION EN EL PAIS  
VENTA DIRECTA ☐ VIAJANTES ☐ LICITACIONES ☐ OTROS  
INTERMEDIARIOS ☐ VENTA POR MAILING ☐ OTROS ☐ CITE.....

2.02 CUALES SON SUS CANALES DE DISTRIBUCION EN EL PAIS  
MAYORISTAS ☐ MINORISTAS ☐ DISTRIBUIDORES ☐ GRANDES  
TIENDAS ☐ SUPERMERCADOS ☐ OTROS ☐ CITE.....

2.03 SU EMPRESA INVESTIGA PERIODICAMENTE EL MERCADO SI ☐ NO ☐

2.04 DE QUE MANERA SU EMPRESA PROMOCIONA O PUBLICITA EL PRODUCTO

2.05 DE QUE MANERA CAPTA NUEVOS CLIENTES EN EL PAIS.....

2.06 TENDENCIAS DEL MERCADO LOCAL EN LOS ULTIMOS ANOS

ANO	EN CRECIMIENTO	ESTABLE	EN DECADENCIA
1988	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1989	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1990	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.07 MOTIVOS DE VENTA DE SUS PRODUCTOS EN EL MERCADO LOCAL  
PRECIO ☐ CALIDAD ☐ SISTEMA DE DISTRIBUCION ☐ PROMOCION ☐  
OTROS FACTORES.....

2.08 UTILIZA SU EMPRESA ALGUN SISTEMA PARA OBTENER INFORMACIONES  
DE MERCADO.....

2.09 EXISTE ALGUN TIPO DE COMPETENCIA DESIGUAL EN EL MERCADO  
LOCAL, TAL COMO IMPORTACION SUBSIDIADA O CON DUMPING,  
REGULACIONES PROTECCIONISTAS, ETC. SI ☐ NO ☐

## 6. ASPECTOS FINANCIEROS Y FISCALES

1.01 SU EMPRESA OPERA CON CAPITAL DE GIRO PROPIO SI ☐ NO ☐

1.02 ACTUALMENTE, SU EMPRESA TIENE ENDEUDAMIENTO SI ☐ NO ☐  
CASO AFIRMATIVO CITE ACREEDORES, MONTOS Y PLAZOS DE  
VENCIMIENTO.....

.....  
.....  
.....

1.03 SU EMPRESA UTILIZA HABITUALMENTE LINEAS DE CREDITO Y  
PARA CAPITAL DE TRABAJO SI ☐ NO ☐  
PARA ADQUISICION DE EQUIPOS SI ☐ NO ☐  
CASO AFIRMATIVO CITE BANCOS QUE LE OTORGAN FINANCIAMIENTO

.....  
.....

1.04 CUAL ES SU MARGEN DE ENDEUDAMIENTO EN EL TOTAL DE ENTIDADES  
BANCARIAS .....EN OTRAS FUENTES.....

1.05 CUENTA SU EMPRESA CON UN PROGRAMA DE FLUJO DE CAJA MENSUAL  
SI ☐ NO ☐

1.06 EN CASO DE TENER QUE AMPLIAR LA PLANTA, INCORPORAR NUEVAS  
MAQUINARIAS Y REQUERIR MAYOR CAPITAL DE TRABAJO, PARA  
LOGRAR INSERTARSE EN MERCADOS EXTERNOS, Y SI SU EMPRESA  
PUDIESE TOMAR CREDITOS EN CONDICIONES VENTAJOSAS, CUAL  
SERIA EL LIMITE EN U\$S DE ESE POSIBLE ENDEUDAMIENTO A LARGO  
PLAZO: U\$S.....

2.00 ADJUNTE LOS BALANCES O CUADROS DE RESULTADOS DE LOS ULTIMOS  
TRES ANOS.

3.00 LA CARGA TRIBUTARIA EN GENERAL QUE SOPORTA SU EMPRESA ES  
ALTA ☐ MEDIA ☐ BAJA ☐

3.01 QUE PORCENTAJE DE SU FACTURACION SE LO LLEVAN LOS IMPUESTOS  
NACIONALES, PROVINCIALES Y MUNICIPALES...% (EN CASOS DE  
IMPUESTOS COMO EL IVA QUE TIENEN CREDITO Y DEBITO FISCAL,  
TOME EN CUENTA SOLAMENTE LA PORCION QUE FINALMENTE LE  
RESULTA PAGAR)

3.02 LAS TASAS E IMPUESTOS MUNICIPALES SON ALTAS ☐ MEDIANAS ☐  
BAJAS ☐

3.03 LAS TASAS E IMPUESTOS PROVINCIALES SON ALTAS ☐ MEDIANAS ☐  
BAJAS ☐

3.03 LAS TASAS E IMPUESTOS NACIONALES SON ALTAS ☐ MEDIANAS ☐  
BAJAS ☐

3.04 LOS IMPUESTOS DE IMPORTACION DE INSUMOS SON ALTOS ☐  
MEDIANOS ☐ BAJOS ☐

3.05 LOS IMPUESTOS Y CARGAS DE EXPORTACION SON ALTOS ☐ MEDIANOS  
☐ BAJOS.

# 7. EXPERIENCIAS PASADAS DE COMERCIO EXTERIOR

(RESPONDER SOLO SI ES APLICABLE AL CASO DE SU EMPRESA)

1.01 CUALES FUERON LOS MOTIVOS QUE LO LLEVARON A EXPORTAR?

.....  
 .....

1.02 CUANDO EXPORTO, RECIBIO INCENTIVOS SI ☐ NO ☐ CUALES?

1.03 EN LOS PAISES DE DESTINO, HABIA ACUERDOS BILATERALES CON LA ARGENTINA SI ☐ NO ☐ CITAR.....

1.04 QUE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA TENIA O TIENE SU EMPRESA PARA LA EXPORTACION?.....

1.05 SUS VENTAS AL EXTERIOR FUERON DIRECTAS O CON ALGUN TIPO DE INTERMEDIARIO.....

1.06 DE QUE MANERA SE RELACIONO CON LOS CLIENTES DEL EXTERIOR...

.....

1.07 CUALES SON SUS CANALES DE DISTRIBUCION EN EL EXTERIOR MAYORISTAS ☐ MINORISTAS ☐ DISTRIBUIDORES ☐ GRANDES TIENDAS ☐ SUPERMERCADOS ☐ OTROS ☐ CITE.....

1.08 SU EMPRESA INVESTIGA PERIODICAMENTE LOS MERCADOS INTERNACIONALES SI ☐ NO ☐

1.09 DE QUE MANERA SU EMPRESA PROMOCIONA O PUBLICITA EL PRODUCTO

.....

1.10 TENDENCIAS DEL MERCADO EXTERNO EN LOS ULTIMOS ANOS

ANO	EN CRECIMIENTO	ESTABLE	EN DECADENCIA
1988	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1989	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1990	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.11 MOTIVOS DE VENTA DE SUS PRODUCTOS EN EL MERCADO EXTERNO PRECIO ☐ CALIDAD ☐ SISTEMA DE DISTRIBUCION ☐ PROMOCION ☐

OTROS FACTORES.....

1.12 UTILIZA SU EMPRESA ALGUN SISTEMA PARA OBTENER INFORMACIONES DEL MERCADO INTERNACIONAL SI ☐ NO ☐ CUALES.....

.....

1.13 QUE ESFUERZOS DESARROLLA SU EMPRESA PARA PROMOVER EXPORTAC: PARTICIPA EN MISIONES COMERCIALES ☐ PARTICIPA EN FERIAS EN EL EXTERIOR ☐ VIAJES DE NEGOCIOS ☐ CORRESPONDENCIA ☐ ENVIÓ DE MUESTRAS ☐ FOLLETOS ☐ NOMBRA AGENTES ☐ OFRECE

INCENTIVOS ☐

1.14 COMO FIJA LA EMPRESA SUS PRECIOS PARA EXPORTACION. CITE....

.....

1.15 POR QUE PUERTO, AEROPUERTO O PASO DE FRONTERA HAN SALIDO  
LAS EXPORTACIONES:.....

1.16 SUS COSTOS DE TRANSPORTE HACIA ESOS PUNTOS DE SALIDA HAN  
SIDO: ELEVADOS ☐ RAZONABLES ☐ REDUCIDOS ☐

1.17 HA DADO ALGUNAS CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO EN SUS VENTAS  
AL EXTERIOR SI ☐ NO ☐ CUALES.....

1.18 COMO HA FINANCIADO LA EMPRESA LAS OPERACIONES DE PRODUCCION  
PARA EXPORTACION. CITE.....

1.19 SU EMPRESA TIENE REPRESENTANTES EN ALGUN PAIS SI ☐ NO ☐  
CITE.....

1.20 CON QUE BANCOS HA OPERADO EN COMERCIO EXTERIOR?.....

.....

1.20 CUALES DE LOS SIGUIENTES TRAMITES LE HAN RESULTADO  
ENGORROSOS EN LA EXPORTACION?  
LOS ADUANEROS ☐ LOS BANCARIOS ☐ LOS DEL FINANCIAMIENTO AL  
CLIENTE ☐ LOS FISCALES ☐ LOS REFERIDOS A REEMBOLSOS ☐ LOS  
DE TRANSPORTES ☐ LOS CAMBIARIOS ☐ LOS ADMINISTRATIVOS ☐

2.01 CUALES FUERON LOS MOTIVOS QUE LO LLEVARON A IMPORTAR?

.....

.....

2.02 CUANDO IMPORTO, RECIBIO INCENTIVOS TALES COMO PREFERENCIAS  
ARANCELARIAS O FRANQUICIAS ESPECIALES SI ☐ NO ☐ CUALES

.....

2.03 QUE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA TENIA O TIENE SU EMPRESA PARA  
LA IMPORTACION?.....

2.04 SUS COMPRAS AL EXTERIOR FUERON DIRECTAS O CON ALGUN TIPO DE  
INTERMEDIARIO.....

2.05 DE QUE MANERA SE RELACIONO CON LOS PROVEEDORES DEL EXTERIOR

.....



8. FACTORES QUE PUEDEN OBSTACULIZAR EL PROCESO DE EXPORTACION

- 1.01 ESTIMA UD. QUE SU EMPRESA CUENTA CON UN VOLUMEN DE PRODUCCION APROPIADO PARA LA EXPORTACION, AUN CUANDO SEAN NUEVOS PRODUCTOS CON MAYOR VALOR AGREGADO SI ☐ NO ☐

RAZONES.....

- 1.02 SI LA EMPRESA ENCARA UN NEGOCIO O PROYECTO DE EXPORTACION EN EL FUTURO, CREE UD. QUE NECESITARA 1) FINANCIAMIENTO ADICIONAL DE CAPITAL DE TRABAJO SI ☐ NO ☐ 2) FINANCIAMIENTO PARA COMPRA DE EQUIPOS, MAQUINARIA Y APARATOS SI ☐ NO ☐

- 1.03 QUE OTRO TIPO DE FINANCIAMIENTO NECESITARIA. INDIQUE.....

- 1.04 ESTIMA QUE SU EMPRESA NECESITARIA ALGUN TIPO DE INCENTIVO ESPECIAL POR PARTE DEL GOBIERNO SI ☐ NO ☐ PORQUE.....

- 1.05 CREE UD. QUE SU EMPRESA TIENE RECURSOS HUMANOS CAPACITADOS COMO PARA ENCARAR NEGOCIOS DE EXPORTACION SI ☐ NO ☐

RAZONES.....

- 1.06 ESTARIA DISPUESTO A ENCARAR NEGOCIACIONES CON UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL, PARA QUE ESTA SE OCUPE DE VENDER SUS PRODUCTOS EN EL EXTERIOR SI ☐ NO ☐

- 1.07 ESTARIA DISPUESTO A FABRICAR EN SUBCONTRATACION INTERNACIONAL, SEGUN DETALLES Y ESPECIFICACIONES DEL COMPRADOR EXTRANJERO SI ☐ NO ☐

- 1.08 ESTARIA DISPUESTO A FORMAR UN CONSORCIO DE EXPORTACION O UNA COOPERATIVA DE EXPORTACION, CON PRODUCTORES DE BIENES SIMILARES O COMPLEMENTARIOS, DE LA PCIA. DE MISIONES O DEL N.E.A. SI ☐ NO ☐ EN CASO POSITIVO O NEGATIVO, DE RAZONES

- 1.09 ESTARIA DISPUESTO A FORMAR UN JOINT VENTURE, ASOCIANDOSE O CREANDO UNA NUEVA EMPRESA CON UN SOCIO EXTRANJERO QUE LE APORTE CAPITALES, TECNOLOGIA Y ACCESO AL MERCADO INTERNACIONAL SI ☐ NO ☐ RAZONES.....

- 2.01 TIENE SU EMPRESA OBSTACULOS EN MATERIA DE ENVASES Y/O EMBALAJES SI ☐ NO ☐ DE QUE TIPO.....

- 2.02 DESDE SU LOCALIZACION EN LA PCIA. DE MISIONES, TIENE SU EMPRESA PROBLEMAS CON EL TRANSPORTE PARA ACCEDER A LOS PUERTOS DEL ATLANTICO ARGENTINO SI ☐ NO ☐ CITE.....

2.03 CONOCE DE ALGUNAS EXPERIENCIAS DE SALIDA DE PRODUCTOS MISIONEROS POR PUERTOS DE BRASIL (P.EJ. PARANAGUA) SI ☐ NO ☐. INFORME DETALLES.....

2.04 TIENE PROBLEMAS DE INFRAESTRUCTURA DE RUTAS O CAMINOS DESDE SU UBICACION GEOGRAFICA PARA SACAR LA PRODUCCION AL EXTERIOR SI ☐ NO ☐

2.05 DESDE SU LOCALIDAD, TIENE PROBLEMAS DE COMUNICACIONES AL EXTERIOR, SEA POR TELEFONO, FAX O TELEX SI ☐ NO ☐

2.05 EN SU CIUDAD O EN LA PROVINCIA DE MISIONES, CONSIDERA QUE EXISTE UNA ADECUADA OFERTA DE SERVICIOS BANCARIOS DE COMERCIO EXTERIOR

- EN EL ASPECTO OPERATIVO SI ☐ NO ☐

- EN EL ASPECTO PROMOCIONAL SI ☐ NO ☐

3.00 QUE TIPO DE INFORMACION COMERCIAL DESEARIA UD. RECIBIR O ESTARIA DISPUESTO A ADQUIRIR:

- INFORMACION SOBRE MERCADOS EXTERNOS ☐

- INFORMACION SOBRE PRECIOS DEL EXTERIOR ☐

- ESTADISTICAS SOBRE IMPORTACIONES ☐

- LISTADOS DE COMPRADORES ☐

- OPORTUNIDADES COMERCIALES ☐

- TRAMITES DE IMPORTACION U OTRAS EXIGENCIAS ☐

- INFORMACION SOBRE TRANSPORTE MARITIMO ☐ AEREO ☐ TERR ☐

- OPORTUNIDADES DE SUBCONTRATACION INTERNACIONAL ☐

- INFORMACION BANCARIA Y CAMBIARIA ☐

- INFORMACION ADUANERA LOCAL ☐

- OPORTUNIDADES DE JOINT VENTURES ☐

4.00 REQUERIMIENTOS DE ASISTENCIA TECNICA / CAPACITACION / APOYO INSTITUCIONAL QUE SU FIRMA DESEARIA RECIBIR

4.01 ASISTENCIA TECNICA

- NUEVAS TECNOLOGIAS Y EQUIPOS ☐

- CONTROL DE CALIDAD ☐

- DISENO ☐

- ENVASES Y EMBALAJES ☐

- COSTOS Y PRECIOS DE EXPORTACION ☐

- DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA EXPORTACION ☐

- PUBLICIDAD Y PROMOCION

- DESARROLLO DE CANALES DE DISTRIBUCION EN EL EXTERIOR ☐

- IMPORTACION ☐

- ASPECTOS LEGALES ☐

4.02 CAPACITACION

- CURSO BASICO DE EXPORTACIONES ☐

- CURSO BASICO DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL ☐

- CURSO SOBRE SELECCION DE MERCADOS EXTERNOS ☐

- CURSO SOBRE DESARROLLO DE PRODUCTO ☐

- CURSO SOBRE COSTOS Y PRECIOS ☐

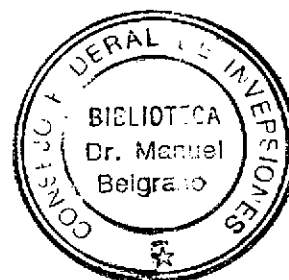
- CURSO SOBRE ELECCION DE CANALES EN EL EXTERIOR ☐

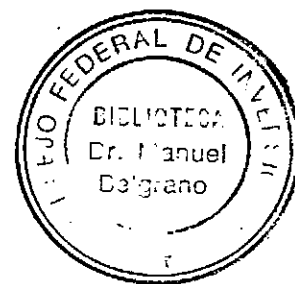
- CURSO SOBRE FINANCIACION DEL COMERCIO EXTERIOR ☐

- CURSO SOBRE TRANSPORTE Y DISTRIBUCION FISICA []
- CURSO SOBRE ENVASES Y EMBALAJES []
- CURSO SOBRE JOINT VENTURES []
- CURSO SOBRE PARTICIPACION EN FERIAS INTERNACIONALES []
- CURSO SOBRE LA INTEGRACION CON BRASIL Y ALADI []
- CURSO SOBRE NEGOCIACION DE OPERACIONES INTERNACIONALES []
- CURSO SOBRE ORGANIZACION DEL DEPTO DE EXPORTACIONES []

#### 4.03 APOYO INSTITUCIONAL REQUERIDO

- ESTUDIOS DE MERCADOS EXTERNOS []
- CONTACTO CON AGREGADOS COMERCIALES []
- PARTICIPACION EN FERIAS INTERNACIONALES []
- ORGANIZACION DE MISIONES COMERCIALES AL EXTERIOR []
- DEPOSITO CONJUNTO EN ZONA FRANCA DEL EXTERIOR []
- FORMACION DE UNA TRADING COMPANY []





## 9. EL CONTEXTO NACIONAL

### 1.00 EL GRADO DE ESTABILIDAD POLITICA Y ECONOMICA

1.01 ES ADECUADO EN ARGENTINA Y EL CLIMA GENERAL PARA HACER NEGOCIOS? SI ☐ NO ☐

1.02 AUN CUANDO LA COYUNTURA SE PUEDE PRESENTAR INCIERTA Y VOLATIL, PUEDE SU EMPRESA PROGRAMAR ACCIONES DE MEDIANO Y LARGO PLAZO ORIENTADAS AL MERCADO EXTERNO SI ☐ NO ☐

2.01 CREE UD QUE LA POLITICA NACIONAL RESPECTO DEL SECTOR MADERERO AYUDA A GENERAR UNA ADECUADA OFERTA EXPORTABLE SI ☐ NO ☐

2.02 SI ES NEGATIVO, CREE QUE DE MEJORARSE, LOGRARIA AUMENTAR LA OFERTA EXPORTABLE SI ☐ NO ☐

2.03 PARA AUMENTAR LA CAPACIDAD EXPORTABLE, SE NECESITAN INVERSIONES. ELLO DEPENDE DE:

- LAS POLITICAS DE PROMOCION DEL SECTOR SI ☐ NO ☐
- LAS REGLAS DE JUEGO Y LA ESTABILIDAD ECONOMICA Y POLITICAS SI ☐ NO ☐
- INCENTIVOS FISCALES SI ☐ NO ☐
- INCENTIVOS FINANCIEROS SI ☐ NO ☐
- INCENTIVOS ADUANEROS SI ☐ NO ☐
- UNA MAYOR APERTURA AL EXTERIOR SI ☐ NO ☐

## 10. COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

1.00 DETERMINE EN CUALES DE ESTOS FACTORES SU EMPRESA ES COMPETITIVA (SIGNO +), CUALES LE SON INDIFERENTES (SIGNO =) Y CUALES SON ANTICOMPETITIVOS (SIGNO -)

### CONCEPTO

### PUNTUACION

- REPUTACION DE LA MARCA O DE LA EMPRESA
- TECNOLOGIA PROPIA
- CAPACIDAD FINANCIERA
- CONOCIMIENTO DE CONDICIONES LOCALES
- CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO EN EL EXTERIOR
- ECONOMIAS DE ESCALA EN PRODUCCION
- ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS
- TAMAÑO DE LA FIRMA FRENTE A RIVALES
- ECONOMIAS DE ESCALA EN DISTRIBUCION
- BAJOS SALARIOS
- BAJAS CARGAS SOCIALES
- MEJOR PRODUCTIVIDAD LABORAL
- PROTECCION GUBERNAMENTAL
- ACCESO A MATERIAS PRIMAS ESCASAS
- PREFERENCIAS ARANCELARIAS EN MERCADOS EXTERNOS

## NOTAS ACLARATORIAS

- EN EL PUNTO 1.2.02 EN CASO DE DUDA CONSULTAR CON EL DEPTO DE COMERCIO EXTERIOR DEL BANCO PCIA. DE MISIONES U OTRO BANCO.
- EN EL PUNTO 1.5.01/02/03/04/05/06 EN CASO DE NO EXISTIR, DETALLAR "INEXISTENTE".
- EN EL PUNTO 1.6.01 Y SUBSIGUIENTES, DETALLAR LOS CINCO PRINCIPALES PRODUCTOS DE LA EMPRESA.
- EN EL PUNTO 1.8.01 CONSIGNAR DE LA SIGUIENTE MANERA: EJEMPLO " XXX PUERTAS/MES" O "CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO DE XXXX PIES CUBICOS POR MES" O "XXX PIES CUBICOS/ANO"
- EN EL PUNTO 2.2.00, 2.3.00, 2.4.00 Y 2.5.00 CONSIGNAR EL VOLUMEN FISICO. POR EJEMPLO 3000 TONELADAS, 1500 PUERTAS, 1500 MESAS, 4 MAQUINAS GARLOPAS, O COMO CORRESPONDA.
- EN EL PUNTO 2.5.01 AL 2.5.05 CITAR POR EJEMPLO, INSUMO 1: MADERA DE PINO INSIGNE ASERRADA, INSUMO 2: MADERA DE PINO ELLIOTIS ASERRADA, INSUMO 3: QUIMICOS; MAQUINARIA 1: GARLOPA, MAQUINARIA 2: TUPI, MAQUINARIA 3: POLIPASTO GRUA; SERVICIO 1: AGUA, SERVICIO 2: ENERGIA ELECTRICA, SERVICIO 3: GAS, ETC.
- EN EL PUNTO 4.4.07 CITAR LOS ATRIBUIBLES MERAMENTE AL PROCESO PRODUCTIVO, NO ASI OTROS PROBLEMAS DE TIPO FINANCIERO O ECONOMICO O DE POLITICA INDUSTRIAL O POLITICA ECONOMICA.
- EN EL PUNTO 4.4.09 SE REFIERE A LAS MAQUINARIAS QUE TIENEN MAYOR USO Y QUE OBSTACULIZAN UN CRECIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO, Y QUE CONSECUENTEMENTE, HABRIA QUE AUMENTAR LA DOTACION.
- EN EL PUNTO 4.4.10 SE REFIERE A LAS MAQUINARIAS QUE TIENEN MENOR USO DENTRO DEL PROCESO PRODUCTIVO.