

01H1225
C11s
II

43798

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



SECTORES EN CRISIS DE LA ECONOMÍA SANTAFESINA

MUEBLES ECONÓMICOS

Anexo: Respuesta a las Observaciones realizadas al Informe Final

Rafaela, 26 de febrero de 2002

AUTORIDADES PROVINCIALES

Gobernador de la Provincia de Santa Fe

Dn. Carlos Alberto Reutemann

Ministro de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio

Ing. Miguel Angel Paulón

Secretario de Industria

Dn. Ricardo Fragueyro

Director Provincial de Desarrollo Regional y Local

Ing. Mario Leconte

AUTORIDADES CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Secretario General

Ing. Juan José Ciáccera

Directora de Coordinación

Ing. Marta Velázquez Cao

Jefe del Area Redes de la Producción Regional

Ing. Oscar González Arzac

DIAGNÓSTICO SECTOR MUEBLES ECONÓMICOS

AUTOR DEL ESTUDIO:

FUNDACIÓN CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Supervisión en la Provincia

Ing. Mario Leconte

Supervisión en el C.F.I.

Ing. Guillermo Tolone

EQUIPO PROFESIONAL

Dirección del Proyecto

Lic. Mauricio Caussi

Asistente de Dirección

Ing. Alejandro Bento

Consultor

CPN Héctor Daniel Marchi

ANEXO

RESPUESTA A LAS OBSERVACIONES REALIZADAS AL INFORME FINAL

1. INTRODUCCIÓN

En el marco de la crisis económica que desde hace meses afecta al país, y que a partir del mes de diciembre del año 2001 comenzó a profundizarse notoriamente, el sector muebles económicos vivió momentos difíciles que se exteriorizaron a través de acciones tales como movilizaciones, cortes de rutas y otras medidas que las empresas de muebles llevaron adelante por esos días. Fue entonces, que en consenso con el MAGIC y a pesar de las dudas acerca de su conveniencia que este Organismo planteó, se decidió realizar un taller en conjunto con otras acciones adicionales de la manera más prudente, a fines de no sensibilizar aún más el grado de disconformidad de los empresarios con respecto a las medidas económicas y financieras vigentes.

2. LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN DEL TALLER

A través del contacto con el Presidente de CIMA, Sr. Eduardo Turri, se convino que desde la Cámara se convocarían a las empresas más representativas del sector para la concreción de la Jornada.

El Taller se realizó en la Cámara de la Industria de la Madera y Afines de Cañada de Gómez (CIMA), el día lunes 17 de diciembre de 2001, a partir de las 14:00 hs y hasta las 17:00 hs., continuando luego con conversaciones personales con los asistentes.

3. METODOLOGIA UTILIZADA

Durante la Jornada de taller se procedió a una exposición del trabajo realizado, para lo cual se preparó una presentación en PowerPoint y transparencias que contenía los puntos claves del mencionado informe, vinculándolo en todo momento con el escenario de crisis aguda que atraviesa el sector.

Posteriormente, se presentaron las conclusiones y políticas sugeridas para mejorar la situación del sector, poniéndose a disposición de cada uno de los participantes un formulario de evaluación acerca de la importancia y la probabilidad de utilización en la empresa de cada una de las medidas propuestas.

Los resultados obtenidos fueron procesados, traducidos en porcentajes y expuestos en el Informe Final presentado oportunamente.

El modelo de cuestionario utilizado se presenta en el punto 6.

4. PARTICIPANTES

Para la selección de los asistentes se priorizó la asistencia de todos los actores, llámese instituciones públicas (Municipalidad de Cañada de Gómez), de asistencia empresarial (Fundación para el Desarrollo), Cámaras (CIMA) y empresas, éstas últimas a través de una muestra representativa.

| Empresa o institución que representa | Participante |
|---|------------------------------|
| Cañada Muebles S.R.L. | Maccari Carlos |
| Caracini Antonio | Caracini Antonio |
| Federici Eugenio y Norberto | Federici Eugenio |
| Mosconi Eldo Omar | Mosconi Mario |
| Turri Eduardo | Turri Eduardo |
| Volenteira Héctor | Volenteira Héctor |
| La Esperanza | Rodríguez Juan José |
| Baleani Hnos | Baleani Carlos |
| Fundación para el Desarrollo de Cañada de Gómez | Bessone Horacio |
| Municipalidad de Cañada de Gómez | Secretaría de Hacienda |
| ArgenGroup | Wulfson Daniel (coordinador) |

5. ACCIONES ADICIONALES

Debido a la situación de crisis económico financiera, se optó por realizar acciones adicionales para permitir el conocimiento del trabajo a todos los actores involucrados, siempre preservando la predisposición de los empresarios en esos momentos de tensión social.

Para ello, el día miércoles 12 de diciembre de 2001, se realizó una reunión con la Directora de la CIMAE Elizabeth Arn y el Lic Mauricio Caussi representante de la Fundación CDE, en donde se expuso el trabajo realizado y las conclusiones y políticas sugeridas para mejorar la situación del sector, al tiempo que se dejaron copias del informe para su distribución entre las empresas de la Cámara. Cabe citarse que si bien había confirmado su presencia el Presidente de la CIMAE, Sr. Carlos Correa, sobre la hora de comienzo de la reunión se excusó por obligaciones de último momento. Finalmente, el compromiso asumido por la CIMAE fue el de analizar y tratar el Informe en reunión de Comisión Directiva, y en caso de existir alguna objeción la harían conocer oportunamente, antes de la presentación del informe.

Por otra parte se seleccionó un grupo de empresas del Centro de Diagnóstico Esperanza – San Jerónimo Norte, dentro del cual se realizaron entrevistas los días jueves 13 y viernes 14 de diciembre de 2001 a fin de conocer la opinión respecto a las políticas propuestas.

Las empresas seleccionadas fueron las siguientes:

| Razón social | Localidad |
|------------------------------|--------------------|
| Esperanza Metal S.R.L. | Esperanza |
| Fabrimetálicos | Esperanza |
| Mimbrería “El nono Lorenzo” | Esperanza |
| Modrickra S.R.L. | Esperanza |
| Roberto Massi | Esperanza |
| Víctor y Hector Brossio S.H. | Esperanza |
| Omar y Mario Eberhardt | San Jerónimo Norte |
| Rodolfo Pioli | San Jerónimo Norte |

En las entrevistas realizadas a las organizaciones mencionadas se observó un buen reconocimiento hacia el trabajo y especialmente hacia las políticas y acciones sugeridas, que coincidieron con la visión de los empresarios referida al rumbo que el sector debiera tomar para lograr un crecimiento sostenido. La mayor coincidencia entre las opiniones relevadas radica en la necesidad de establecer un plan estratégico para el sector, y a partir del mismo, un plan estratégico para cada una de las empresas. De igual forma se destaca la importancia de fijar acciones para el mejoramiento de la competitividad del sector, equidad en la competencia con Brasil, la promoción de las exportaciones, y la reactivación del mercado

interno. En cada una de las entrevistas se debe resaltar la profunda preocupación de los empresarios respecto al presente y futuro inmediato de cada uno de sus negocios.

Asimismo se enviaron copias del trabajo al Presidente de Cámara de la Madera de Rosario, Sr. Gerardo Aguilar, para que se proceda a la distribución del Informe entre los asociados a dicha entidad, a fines de que éstos puedan emitir su opinión al respecto. Cabe consignarse que a través del Sr. Aguilar y de la Cámara que el mismo preside, se invitó a las empresas de Rosario a participar del Taller organizado en Cañada de Gómez.

6. CUESTIONARIO UTILIZADO EN EL TALLER

POLÍTICAS A IMPLEMENTAR PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR

Políticas y Acciones sugeridas.

Las políticas definidas deben abarcar tres áreas de interacción convergentes para el desarrollo de un sector:

El ámbito gubernamental (nacional y Provincial) que proporciona las condiciones macro de competencia, desarrollo y crecimiento económico y sociocultural.

El ámbito de Instituciones intermedias, nexo vital a través de sus dos vertientes estratégicas: primero en rol hacia la evaluación y construcción de soluciones marco conjuntamente con el Gobierno; segundo en su participación y colaboración en el desarrollo grupal o individual de las empresas del sector.

El ámbito empresa: factor esencial para el desarrollo de las personas y culturas, sobre el cual confluyen los esfuerzos Gubernamentales e Institucionales. Las mismas deberán adecuarse estratégica y tácticamente al nuevo entorno competitivo global brindando sus máximos esfuerzos hacia el cambio y crecimiento.

DEL GOBIERNO

1. Establecer equidad en la competencia con Brasil.

1.1 Fijación y activación de mecanismos que compensen la devaluación del Real.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

1.2 Establecimiento de medidas de control y severas sanciones, ante el ingreso de productos en forma desleal. Se deberán detectar las falencias respecto a posibles acciones de Contrabando y/o subfacturación de productos importados

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2. Promoción de las exportaciones.

2.1 Sistematización de la información sobre mercados externos.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2.2 Red informática con todas las empresas del sector para conocer las oportunidades de negocios.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2.3 Fomentar la creación de consorcios de exportación.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2.4 Creación de programas de Calidad y Desarrollo Comercial.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2.5 Establecimiento de líneas de crédito, para el financiamiento de las exportaciones

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

2.6 Propiciar viajes a centros industriales desarrollados y ferias internacionales.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

3. Desarrollo del mercado interno.

3.1 Propiciar el consumo de muebles de madera en dependencias públicas.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

3.2 Desarrollar la construcción y venta de viviendas equipadas con muebles de madera.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

3.3 *Crear líneas de financiamiento específicas que respalden el consumo de muebles de madera.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

3.4 *Garantizar el "Compre Nacional", formando una cultura al respecto a través de difusión y conocimiento.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

3.5 *Incorporación de Empresas informales, mediante regimenes impositivos especiales.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4. *Apoyo a la Gestión de las Empresas.*

4.1 *Líneas especiales de crédito para Pymes que incluyan plazos de gracia.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.2 *Flexibilizar las calificaciones crediticias de los bancos, para adecuarlas a la realidad.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.3 *Propiciar el uso de nuevos instrumentos financieros como Sociedades de Garantías Recíprocas, Fondos Fiduciarios, etc.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.4 Favorecer la reducción de costos de tarifas por servicios, mediante la contratación por grupos de empresas.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.5 Creación de Agencias de asistencia técnica profesional, con participación pública-privada (Gobierno - Universidades - entes especializados, etc.)

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.6 Elaboración de un Plan Estratégico del sector en base al desarrollo de la Cadena de Valor; respetando las particularidades de cada Centro o zona mueblera.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.7 Incorporación al Plan de Competitividad de todas las empresas del sector.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

4.8 Respecto a la legislación comercial, la legislación del cheque debe sufrir profundas modificaciones que impriman responsabilidades y aseguramiento de las operaciones.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

DE LAS INSTITUCIONES DE APOYO

5. Fortalecer el entramado institucional de apoyo al sector.

5.1 Creación de un Grupo Estratégico de apoyo a la producción, con representantes de las instituciones públicas - privadas que cumplan tal función.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

5.2. Unificar objetivos, criterios y acciones a través de éste Grupo Estratégico.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

6. Potenciar la competitividad del sector.

6.1 Asistencia Técnica de centros tecnológicos especializados y de Universidades.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

6.2 Creación de programas permanentes en Universidades que favorezcan la formación de técnicos para las empresas.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

6.3 *Programas de consultoría profesional a grupos de empresas, especialmente en temas de Comercialización, Comercio Exterior y Calidad; subsidiados parcialmente por el Gobierno.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

6.4 *Acompañar a las empresas a ferias internacionales, para aprovechar las ventajas del benchmarking.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

6.5 *Ejercer lobby ante los organismos, trabajando sobre propuestas y realidades que hacen al desarrollo de las empresas del sector.*

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

DE LAS EMPRESAS

7. Desarrollo de un Plan Estratégico.

7.1 Realizar un autodiagnóstico de cada Empresa del Sector.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

7.2 Realizar para cada una un análisis DAFO, que permita identificar sus límites internos y externos para delinear acciones estratégicas.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

7.3 Elaborar un Plan de Estratégico dentro del marco estratégico del sector, respetando la cadena de valor.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

8 Desarrollo regional del asociativismo.

8.1 Programa de Desarrollo de proveedores locales.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

8.2 Trabajo de sensibilización y armado de grupos de empresas con características comunes (alianzas), que permitan aumentar el poder negociador de las empresas con proveedores y clientes, para la reducción de los costos operativos.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

9 Priorizar las inversiones de las empresas.

9.1 Inversiones en investigación y desarrollo de productos y procesos que permitan optimizar el uso de los factores productivos y avanzar en políticas de diseño para el desarrollo de nuevos nichos de mercado.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

9.2 Inversiones en capacitación, especialmente en temas prioritarios como: Técnicas de Gestión, Técnicas de Comercialización, Diseño y Calidad.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

9.3 Búsqueda de nuevos elementos que agreguen valor al producto. Tanto factores técnicos de diferenciación, como servicios anexos. Desarrollo de investigaciones de mercado para determinar preferencias y tendencias en el consumo de los productos.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

9.4 Trabajar la especialización (por pedido - cliente - producto), mediante la formación de cursos de capacitación en diseño, técnicas de comercialización y marketing.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

10 Desarrollo de una cultura organizacional donde los conceptos de Cadena de Valor y Calidad sirvan de base para el desarrollo de una Estrategia Competitiva.

| GRADO DE IMPORTANCIA DE LA MEDIDA. | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muy importante | Algo importante | Poco importante | Nada Importante |
| | | | |

| PROBABILIDAD DE UTILIZACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA. | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Muy probable | Algo probable | Poco probable | Nada probable |
| | | | |

7. EVALUACIÓN DE LA JORNADA

A continuación se expone la nota recibida de CIMA, referida a la evaluación del Taller oportunamente realizado.



Cañada de Gómez, 20 de Diciembre de 2001

Sr.

CPN Daniel Marchi

De nuestra mayor consideración:

Por la presente agradecemos a Ud./es. el análisis que han efectuado sobre el sector del mueble en la provincia. Consideramos que este trabajo significa un valioso aporte para nuestras empresas ya que refleja la realidad de las mismas, contiene una serie de datos importantes para ser tenidos en cuenta y ha sido excelentemente expuesto por Uds. en la reunión que mantuvieramos días pasados.

Sin más, y reiterando nuestro agradecimiento los saludan muy
atte.

Eduardo Turri
Presidente

Juan J. Rodríguez
Secretario

8. CONCLUSIONES

Realizada la Jornada Taller y las acciones adicionales descritas se observó un pleno consenso de los empresarios y demás actores respecto al enfoque del trabajo, advirtiéndose también una alta coincidencia con las políticas y acciones sugeridas.

Cabe destacar que en cada una de las reuniones mantenidas las personas hicieron constante hincapié en el escenario de crisis e incertidumbre que los envuelve, viendo en las medidas propuestas una alternativa válida para enfrentar dicha situación.

Asimismo resaltaron que el informe propone objetivos estratégicos para el sector, los únicos que pueden garantizar su crecimiento, y coincidieron en que hasta el momento no estaban claramente definidos.