

Diagnóstico y análisis de Competitividad en talleres madereros y del mueble del Centro del Chaco Argentino

Emilio Mateu *

Tutores: Director Mg. Ing. Germán Camprubí
Co director Mg. Ing. Hugo Maldonado

Este trabajo consistió en evaluar y describir la competitividad de los talleres madereros mediante el análisis de las diferentes variables que los afectan. Se analizaron los trabajos y teorías existentes sobre competitividad aplicados a micro y pequeñas empresas de la actividad industrial. Se determinó el número de talleres madereros en el área de estudio mediante la aplicación de un “Auto-diagnóstico” al total de los mismos. Luego se seleccionó una muestra lo suficiente amplia y representativa a la que se aplicó una encuesta por diferencial semántico, más las observaciones y comprobaciones verificadas por el encuestador. De esta manera se identificaron las variables que estuvieron involucradas en el atraso tecnológico y consecuente falta de competitividad de esta industria. Se determinó el grado de instrucción y conocimientos de los RR HH responsables de la dirección de los talleres. Además de sectorizar el universo seleccionado en grupos lo más homogéneos posibles en cuanto a las variables seleccionadas. Se aplicó al total de la muestra un análisis estratégico FODA para conocer el número de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que califican a los talleres según el planteamiento de la hipótesis. La competitividad no puede ser percibida ni medida directamente. Es una categoría construida teóricamente. No pretendimos en este trabajo, medir competitividad, pero nos preguntamos ¿Cómo hacen las empresas para alcanzar una mayor competitividad? Políticas de precio por debajo de la competencia, Implementación de estrategias relacionadas con el empaque, la calidad, la diferenciación de productos, la capacidad de gestión, la innovación que es de capital importancia en la competitividad no basada en el precio. Además se requieren los conocimientos, la formación y el aprendizaje colectivo para que funcionen de manera eficaz. Se realizó en este trabajo una selección y ordenamiento de las variables0020cualitativas como la estrategia, el diseño, la comercialización, la organización de la producción, el lay out, y otras. Se discriminaron a las respuestas en competitivas y no competitivas. Por otro lado se sectorizó cuantitativamente la muestra mediante el Análisis de Componentes Principales y una segmentación del encadenamiento promedio que separó al total en seis grupos. El análisis estratégico FODA nos señalo solo 4 fortalezas, 7 oportunidades, 14 debilidades y 3 amenazas.

* Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Resistencia, Argentina. Correo Electrónico: dgp@frre.utn.edu.ar

En las conclusiones se verificó la hipótesis: a) Los titulares de los talleres no han desarrollado una estrategia productiva ni comercial para considerarles competitivos y b) El grado de escolaridad, conocimientos y capacitación de los titulares afecta la productividad de los talleres.

Maestría en Administración de Negocios
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Resistencia, Argentina
Tesis defendida el 6 de junio de 2011