

2010



# FLACSO - MIPRO

Centro de Investigaciones Económicas y  
de la Micro, Pequeña y Mediana  
Empresa

Boletín Mensual de Análisis Sectorial  
de MIPYMES No. 8

## Sector Maderero

Coordinación:  
Hugo Jácome

Investigación:  
Marco Naranjo

Asistentes de investigación:

Anderson Argothy  
Julio Reyes  
Carlos Trávez  
Melany Gualavisí  
Mayra Sáenz  
David Villareal



## Índice

1. Presentación.....	2
2. El Héroe de la Economía: el Empresario.....	3
3. Algunos primeros consejos para los emprendedores en el Sector de la Madera.....	6
3.1 Introducción.....	6
3.2 Actividades Involucradas en la Industria Forestal - Maderera.....	7
3.3 Factores a tomar en cuenta antes de invertir en el Sector de Muebles de Madera..	9
3.4 Comparación entre una Carpintería Tradicional y una Moderna .....	10
Bibliografía.....	11
4.El Sector de la Silvicultura: una primera aproximación.....	12
Bibliografía.....	15
5.Anexo Estadístico.....	16

## Índice de cuadros y gráficos

Gráfico 1: Evolución de la Silvicultura y Extracción de Madera (1998 – 2008) (Miles de dólares) .....	13
Gráfico 2: Evolución de la Silvicultura y Extracción de Madera (1998 – 2008) (Miles de dólares del 2000) .....	13
Cuadro1: Estructura porcentual (a precios del 2000) de la Silvicultura y Extracción de Madera de 1998 al 2008 con respecto al PIB .....	14
Gráfico 3: Evolución de Importaciones y Exportaciones de la silvicultura .....	14
Cuadro 2: Porcentaje de trabajadores en la Silvicultura.....	15

## **1. Presentación**

El Boletín Mensual de Análisis Sectorial, en esta oportunidad, pone a consideración de sus lectores tres artículos que hacen referencia al empresario, al emprendimiento en el Sector de la Madera y a la Silvicultura o Sector Forestal.

En el primer artículo se establece que el héroe de la economía es el empresario schumpeteriano, un personaje particular que dinamiza la inversión y el crecimiento económico.

El segundo estudio, por su parte, presenta unos primeros consejos para los empresarios que deseen emprender en la fabricación de artículos de madera

Finalmente, el tercer artículo realiza una primera aproximación relativa al sector de la Silvicultura o Forestal y su incidencia en la producción nacional, el empleo y el comercio exterior.

Como en todas las ocasiones anteriores, también ofrecemos el cuadro estadístico de siempre, actualizado al mes de septiembre.

Esperamos que los estudios del presente Boletín ilustren a nuestros lectores para que se conviertan en empresarios schumpeterianos de la madera y el sector forestal.

## 2. El Héroe de la Economía: el Empresario

Marco P. Naranjo Chiriboga<sup>1</sup>

En el Boletín pasado establecimos a la Inversión real como la variable fundamental para alcanzar el crecimiento económico. Inclusive la llamábamos mágica debido a su efecto multiplicador sobre las actividades económicas, pues, por ejemplo, observábamos que la instalación de una fábrica generaba oportunidades para los productores de materias primas, de insumos y de maquinarias, además de que creaba empleos directos e indirectos, de manera que por cada dólar de nueva Inversión, el Producto Nacional crecía entre 3 y 5 dólares.

Sin embargo, también advertíamos que la Inversión es una variable que depende de muchos factores como el tamaño del mercado, las expectativas de estabilidad, las tasas de interés, las líneas de crédito, la rentabilidad esperada y, sobre todo, de la existencia de Empresarios NO adversos al riesgo.

En efecto, quienes llevan adelante los procesos de Inversión son precisamente los Empresarios, los cuales son los auténticos héroes de la economía y su sola presencia garantiza su crecimiento.

Pero detengámonos en la definición de lo que significa ser Empresario. Fue un economista de origen austríaco, Joseph Schumpeter<sup>2</sup>, el que basó su teoría del desarrollo económico en función precisamente del empresario, personaje que para ser tal debía reunir los siguientes requisitos:

1ro. **NO ser adverso al riesgo.** Un verdadero Empresario es aquel que, a pesar del reducido tamaño del mercado, de las expectativas negativas, de la creciente inestabilidad y de las elevadas tasas de interés, busca realizar inversiones. Aquello significa que los elementos adversos solo son un acicate, un reto, para sus aventuras de emprendimiento.

2do. **Crear un bien nuevo.** El Empresario previsto por Schumpeter es un innovador, un creador de mercancías nuevas, y sino de nuevas al menos diferentes. La inventiva es una de sus características fundamentales, la cual debe ser ejercitada con permanencia a fin de obtener beneficios extraordinarios.

3ro. **Descubrir nuevas fuentes de materias primas.** Esta es una característica principal del Empresario Schumpeteriano propicia especialmente en países como el nuestro. En efecto, gracias a la biodiversidad, los pisos climáticos y la multiculturalidad, el Ecuador podría convertirse en un emporio de descubrimientos de materias primas. Ciertamente podría aparecer todo un cúmulo de inversiones que giren alrededor de la investigación para la generación de nuevas fuentes de materias primas.

4to. **Conquistar nuevos mercados.** Probablemente esta característica establecida por Schumpeter para su Empresario tenga una trascendencia particular; aquello debido a que la ampliación ilimitada de la demanda significa también un crecimiento continuo de la inversión, que equivale a un aumento permanente de la producción y el empleo. En efecto, si una empresa dedicada al mercado local incursiona en el mercado regional y después en el mercado mundial observará que su mercado prácticamente se vuelve ilimitado, lo cual significa oportunidades de crecimiento infinitas. Definitivamente, un verdadero Empresario pasa del mercado local al mercado mundial, donde debe mantenerse y consolidarse a fin de encontrar una demanda ilimitada para sus productos que provoque su crecimiento permanente.

5to. **Reestructuración administrativa y productiva permanentes.** Finalmente, el Empresario Schumpeteriano realiza análisis constantes de los

<sup>1</sup> Profesor - investigador de FLACSO Ecuador

<sup>2</sup> Claudio Napoleoni. El pensamiento económico en el siglo XX, Oikos-Tau, ediciones, Barcelona, 1968

departamentos administrativos y productivos de su unidad económica, lo que le permite realizar de manera oportuna las modificaciones que eviten riesgos y potencien las capacidades productivas y administrativas, tanto propias como del personal de esas áreas claves para el cumplimiento de las características señaladas en los puntos anteriores. Ciertamente el verdadero empresario nunca tiene plena conformidad del funcionamiento productivo y administrativo de su empresa, sabe bien que lo único permanente es el cambio y que lo peor que le puede pasar a su unidad productiva es el anquilosamiento y el conformismo. Se lleva por la máxima de que “siempre es posible mejorar”.

A las características señaladas hay que agregar que este personaje tiene como principio fundamental de comportamiento el reinvertir los beneficios que obtiene por su actividad empresarial. Sus objetivos son el crecimiento de su empresa y el fundar nuevas de manera permanente. Sabe muy bien que los beneficios no son para gastarse en el consumo sino que tienen el sagrado deber de acumularse constantemente.

Con lo señalado, la clave para el crecimiento económico de una nación se basa, entonces, en tener el suficiente número de empresarios con estas características. Si un país cuenta con oleadas de empresarios schumpeterianos, tiene garantizada la inversión, el crecimiento y el empleo.

En palabras de Schumpeter, el pasar de una economía de subsistencia y repetición a una economía moderna y de acumulación se logra únicamente con la aparición en escena de los empresarios.<sup>3</sup>

Lamentablemente, en el Ecuador y en general en América Latina, el gran ausente, el factor realmente escaso, ha sido el empresario. Ciertamente nuestras naciones no han contado con empresarios schumpeterianos; por el contrario, la característica esencial de la clase empresarial de nuestro continente es la de ser profundamente adversa al riesgo.

En efecto, el empresario latinoamericano permanentemente ha buscado la protección del Estado a través de altos aranceles, condonación de créditos, disminución o eliminación de impuestos y permisividad para las prácticas monopólicas.

Ha sido común que se incentiven políticas comerciales asimétricamente protectivas estableciendo elevados aranceles para los productos importados similares a los generados por el “empresariado” nacional; pero aranceles cero a materias primas, insumos y maquinarias, descuidando de esta manera la cadena de valor y generando límites al desarrollo de la producción precisamente de materias primas, insumos y maquinarias al interior.

Asimismo, continuamente el Estado ha condonado los créditos otorgados por la banca pública a los empresarios. Bajo la amenaza de que van a quebrar, lo que provocaría un aumento del desempleo, los estados latinoamericanos han asumido las deudas del sector privado, las mismas que fueron otorgadas en condiciones especialmente blandas. Incluso deudas externas contraídas por dichos empresarios han sido estatizadas, el caso emblemático de aquello es la llamada “sucretización” de la deuda externa privada ecuatoriana realizada a principios de los años ochenta del siglo anterior.

Igualmente, a través de escudos fiscales, eliminación de impuestos y entrega directa de subsidios, los “empresarios” latinoamericanos han obtenido protección adicional directa de los gobiernos, los cuales en muchos casos y épocas han estado directamente controlados por las cámaras de la producción o por las asociaciones de bancos privados.

Por lo tanto, en lugar de enfrentar los riesgos que demanda la libre competencia,

---

<sup>3</sup> Joseph A. Schumpeter. 10 grandes economistas: de Marx a Keynes, Alianza Editorial, Madrid, 1971

los empresarios latinoamericanos han minimizado dichos riesgos con el apoyo sin medida y sin límites de los estados.

En Latinoamérica se ha popularizado la frase según la cual un empresario es exitoso cuando, manejando los hilos del poder político, logra “privatizar las ganancias y socializar las pérdidas”; lo que significa que los beneficios no deben ser distribuidos ni ser sujetos de impuestos, pero las pérdidas sí deben ser asumidas por el Estado, esto es por toda la sociedad.

Es importante, por lo tanto, el surgimiento de una nueva generación de empresarios en América Latina y en el Ecuador, los cuales deben ser sobre todo emprendedores no adversos al riesgo, inventores de nuevos o diferentes y renovados productos, descubridores de nuevas fuentes de materias primas, conquistadores de nuevos mercados, reorganizadores permanentes de sus sistemas productivos y administrativos, inversores permanentes de sus utilidades y, sobre todo, concientes que su presencia es la clave para el aumento de la inversión y el crecimiento económico.

En este sentido, la tarea fundamental de las políticas públicas, de las instituciones del Estado y de las universidades debe ser la formación de empresarios schumpeterianos.

### 3. Algunos primeros consejos para los emprendedores en el Sector de la Madera

Anderson Argothy  
Julio Reyes  
Carlos Trávez<sup>4</sup>

#### 3.1 Introducción

El presente artículo es fruto de nuestra preocupación por seguir contribuyendo al desarrollo de todos nuestros lectores en cuanto a las diferentes alternativas de inversión. Ahora vamos a introducirnos a un tema importante para la economía de nuestro país: el sector de la madera.

El tratamiento de la madera adquiere trascendental relevancia debido a la generación de empleo de mano de obra, la cual se estima en 200.000 plazas directas y alrededor de 100 000 indirectas (CORPEI- EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007).

Además, este sector es una fuente de trabajo para pequeñas y medianas empresas que se dedican a las diferentes actividades correlacionadas, las mismas que a lo largo del presente artículo se tratarán de explicar de manera simple y directa.

Pretendemos, entonces, sin el afán de agotar el tema, utilizando diversos documentos especializados de estudios sectoriales realizados en economías de mayor experiencia en tratamiento de la madera, y desde el punto de vista de la teoría empresarial, entregar algunos consejos que, desde nuestra óptica y la de varios emprendedores, se han constituido en factores de éxito para quienes se proyectan como inversores dentro de este sector, ya sea en las categorías de micro, pequeños o medianos empresarios.

#### 3.2 Actividades Involucradas en la Industria Forestal - Maderera

Es necesario considerar al sector forestal como el elemento base del cual se desprenden las actividades de transformación primaria y secundaria de la madera, además se debe tomar en cuenta a la comercialización provocada por las dos actividades anteriores. (CORPEI- EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007).

Es preciso profundizar en la división de la industria desde el punto de vista de la transformación, ya que en cada una de las fases podemos encontrar subproductos. Empecemos entonces tratando la división de la industria forestal:

**Industria Primaria:** esta industria puede ser entendida como aquella en la que la materia prima es la madera rolliza o en trozas, la cual proviene de los bosques nativos o de cultivo (Vásquez M., 2002). Dentro de esta parte de la industria se puede encontrar diferentes actividades, las cuales las vamos a ir describiendo de manera sucinta:

*Aserraderos:* son instalaciones de tipo industrial, por lo general de baja tecnología, en donde se transforma la madera en rollo mediante su corte. Se los puede catalogar de acuerdo a sus instalaciones en fijos y móviles (Los que se desplazan al bosque). En los primeros se obtiene un mejor rendimiento ya que se reduce el desperdicio. Para el caso de los segundos, el nivel de desperdicio es alto debido principalmente al tipo de tecnología que usan. (CORPEI- EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007)

*Fábricas de contrachapado:* estas se encargan de fabricar planchas de madera mediante el método de chapas pegadas de manera impar, prácticamente se las puede

---

<sup>4</sup> Becarios de la Maestría en Economía y Gestión Empresarial, FLACSO - Ecuador

fabricar con cualquier tipo de madera, también se les conoce con el nombre de triplex. Se estima que se utiliza entre el 50% y 54% de madera como materia prima, los desperdicios son utilizados como generadores de calor para el secado. Otra parte es utilizada para la elaboración de tableros de listón o tiras de madera (Vásquez M., 2002).

*Fabrica de aglomerados y MDF:* se les conoce también como tableros de partículas debido a que su composición es de partículas de madera, las cuales se unen para formar tableros. Las placas resultantes son de medida estandarizada y pueden ser utilizadas para decorado u otras actividades. (CORPEI- EXPOECUADOR-COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007). El MDF, por su parte, tiene el mismo proceso de producción que el aglomerado pero varía en su terminación al ser mas pulida y de colores claros. Se lo utiliza para muebles, puertas o decorado. Se estima que el rendimiento es de aproximadamente un 70% de la madera como materia prima utilizada. (Vásquez M., 2002)

*Fabrica de astillas:* comprende a ciertos fragmentos de naturaleza irregular que por lo general sirven para la fabricación de lápices, palillos, etc. Existe sólo una fábrica dedicada a esta actividad en el país ubicada en la provincia de Esmeraldas. (CORPEI-EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007)

**Industria Secundaria:** que es la parte de la industria que toma los elementos de la industria primaria como materia prima, para luego de procesos de transformación darles valor agregado, obteniendo como resultado muebles, pallets, puertas, pisos, artesanías y elementos para la construcción. Esta parte de la producción es más incluyente en cuanto a localizaciones y mano de obra, debido a la diversidad de productos que se pueden obtener de la madera. Aquí también podemos encontrar talleres artesanales, pequeña, mediana y gran empresa. (Gutierrez, 2005)

A continuación se describen algunos productos en los que ha incursionado la industria secundaria de la madera:

*Acabados de la Construcción:* es el uso de la madera destinada para elementos de acabados de la construcción, pudiendo ser marcos para ventanas, vigas, etc. Lamentablemente en nuestro país aun no se han estandarizado medidas y normas técnicas por lo que se ha frenado el desarrollo en este sector. (CORPEI-EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007).

*Muebles:* a pesar de no poseer elementos tecnológicos de alto nivel, conocimientos de gestión empresariales sólidos y otros aspectos que pudieran mejorar el accionar de las empresas dedicadas a esta actividad, es el sector de mayor importancia dentro de las actividades secundarias de la industria maderera (Vásquez M., 2002). A este sector se los puede catalogar dentro de dos conjuntos:

Talleres de muebles modulares

Talleres y pequeñas fabricas de muebles

*Procesadoras de balsa:* aunque no es por todos conocido, desde hace más de 50 años nuestro país es el primer productor y exportador de balsa del mundo (Vásquez M., 2002). Dentro de este rubro podemos encontrar madera cepillada, paneles, etc.

*Pisos y Puertas:* aquí se pueden encontrar productos como parquet, tiras, revestimientos, puertas en madera sólida tanto decorada como simple, entre otros productos.

*Artesanías:* podemos hallar diversidad de trabajos en madera que han ganado un prestigio internacional debido a la representatividad cultural y artística que manifiestan. A lo largo y ancho del país podemos encontrar expresiones artesanales en madera, especialmente han adquirido particular reconocimiento y significancia las piezas hechas en San Antonio de Ibarra, Cuenca y la Amazonía.



Es importante mencionar que en todas las actividades de producción descritas se debe trabajar en cuanto a la calidad de la materia prima, pues, el principal problema al que se enfrentan los productores es el obtener que dicha materia prima sea de calidad óptima en relación a la humedad de la madera, la estabilidad dimensional, el color uniforme, etc. (CORPEI- EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI, 2007)

### **3.3 Factores a tomar en cuenta antes de invertir en el Sector de Muebles de Madera**

Según Jefferson Zambrano, artesano de la madera en la parroquia Calderón del cantón Quito, el negocio de los muebles de madera tiene buenas perspectivas productivas y comerciales, debido a que se nota cierta estabilidad económica, lo cual impulsa al consumo.

“Uno de los objetivos más grandes que se tiene en la vida de muchas personas, es tener casa propia, lo cual lleva de la mano a la adquisición de muebles, y todas las personas quieren demostrar un buen ambiente en su casa con muebles que sean bonitos, y si son diferentes al resto, mucho mejor”, señala Zambrano.

A pesar de ello, el artesano indica que existen muchos inconvenientes por los que atraviesa el sector, los cuales tienen que ver con el desempeño diario de la actividad. Entre los principales tenemos el problema de abastecimiento de materia prima, toda vez que gran parte de la madera se exporta en bruto y no en muebles acabados, esto trae dos complicaciones, la primera es que no se puede asegurar la materia para poder seguir en el negocio, y la otra es que se desaprovecha la capacidad de la mano de obra ecuatoriana.

Otro problema es la competencia desleal que, en ocasiones, obliga a bajar la calidad del mueble y por ende los precios. Asimismo existen problemas en cuanto a capacitación de personal y proveedores incumplidos, los cuales entregan madera sin secar el tiempo necesario.

Sin embargo, el buen micro o pequeño empresario no se queda de brazos cruzados: “*no está muerto quien da pelea*” indica Zambrano, quien siempre busca la forma de incrementar su producción. Es así que utilizando la experiencia que aporta el artesano y los estudios realizados, hemos elaborado los **tips** o temas que deben tomarse en cuenta por parte de un buen microempresario de la madera:

**Innovación.-** Según Escorsa (1997), la innovación es “*el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado*”. Según este concepto, innovar es crear un nuevo producto con la finalidad de ser comercializado y obtener beneficios. Al respecto el artesano Zambrano señala que es necesaria la innovación, pero esta innovación debe ir relacionada con los gustos y necesidades de los clientes. Al innovar un producto es necesario ponerlo a prueba para ver si tiene aceptación, esto también trae consigo gastos que deben ser cuantificados. En ocasiones un producto puede estar exhibido por meses hasta que empieza a tener salida, pero vale la pena cualquier intento por lograr un producto diferenciado que atraiga a los clientes.

**Calidad.-** según Deming (1996) “La calidad puede definirse como la conformidad relativa con las especificaciones, es decir, el grado en que un producto cumple las especificaciones del diseño”. Dicho de otra manera, la calidad es encontrar la satisfacción en un producto cumpliendo todas las expectativas que busca algún cliente. Para Zambrano, su concepto de calidad no difiere mucho, pues lo primordial es tener clientes satisfechos. Se lleva por el adagio “un cliente satisfecho refiere a un cliente, más un cliente insatisfecho da una mala referencia a diez”, es así que se preocupa mucho de dar un excelente producto a sus compradores y así tratar de obtener

su fidelidad. El tema de la calidad no sólo tiene que ver con el producto final, pues para dar calidad debemos exigir calidad, es decir, debemos tener materia prima e insumos de buenas condiciones, solo así se puede garantizar un trabajo de acorde a lo exigido.

**Conocimiento y Capacitación.-** el conocimiento comprende hechos o datos de información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, es decir, es la comprensión teórica o práctica de un tema específico. Para un pequeño empresario de la madera es importante tener conocimiento de todos los temas que conciernen al negocio, principalmente a lo que se refiere a la adquisición de materia prima e insumos. Debe saber diferenciar los distintos tipos de madera y más aún saber si esta lista o no para utilizarse, así como el proceso de producción para cada mercancía. La mayoría de la gente que labora en el área de la ebanistería obtiene su conocimiento mediante la experiencia empírica. Tomando nuevamente las palabras del nuestro artesano Zambrano, quien manifiesta: “muchos de mis trabajadores ni siquiera han terminado la secundaria, han aprendido el arte desde muy niños con sus padres y abuelos, pero a pesar de ello considero que es necesaria la capacitación técnica”.

En el caso particular del microempresario mencionado, se ha preocupado de enseñar el mejor trato de los materiales a todos los obreros, aun teniendo experiencia previa, con el objetivo de que se optimicen los recursos y el proceso de producción sea homogéneo.

**Financiamiento.-** el diseño de un producto crediticio apropiado para los pequeños empresarios del sector de la madera es vital para que tengan sus finanzas sanas, pues les ayuda a que su flujo de caja no tenga ningún tipo de contratiempos y les permite obtener los productos elaborados justo a tiempo. Un producto financiero adecuado para este sector debe tener tres características: intereses bajos, plazos mayores y períodos de gracia. Actualmente casi no existen instituciones financieras en el mercado que ofrezcan un producto ideal para el sector, y que tomen en cuenta que este no es un negocio parecido al de cualquier otra industria. Así tenemos que créditos para capital de trabajo en el sector maderero son requeridos para compra de madera fresca y seca. La madera seca tiene la ventaja que puede ser utilizada inmediatamente, pero la madera fresca, que es económica y fácil de conseguir, demanda de hasta ocho meses para que pueda ser trabajada.

**Atención al cliente.-** es una la parte primordial del negocio, si no hay ventas no hay razón de ser del mismo. Mucho se ha escrito sobre marketing y servicios al cliente, pero la mayoría de los pequeños empresarios no tienen capacitación en esta área a pesar de su importancia, ello no quiere decir que no se pueda dar un buen trato a los compradores del producto, la atención al cliente se basa en los siguientes puntos:

*Apariencia del local.* Establece que el centro de ventas sea lo más agradable al cliente, ello ayuda a que el cliente tenga una buena imagen de cómo va a quedar su mueble en el hogar y ayude en su decisión.

*Fidelización del cliente.* Gran parte de los clientes regresan por el buen trato. En ocasiones es importante obsequiar presentes a potenciales clientes a fin de que se sientan complacidos con la negociación. El cumplimiento en la entrega de los pedidos es fundamental al respecto.

*Buscar clientes.* No se debe conformar con esperar que el cliente vaya al local, hay que salir a buscar al cliente, dentro y fuera del área de influencia, tanto al por mayor como al por menor.

*Promociones.* Gran parte de los clientes buscan ofertas convenientes; a menudo perdiendo se gana, es decir, se venden por promociones a precios más económicos, lo cual ayuda al cliente a decidirse por dichas promociones generándose beneficios mutuos.

*Seriedad en los pedidos.* Es muy importante cumplir con los gustos y deseos del cliente. Se deben dar sugerencias de diseños, espacios y otros aspectos que competen al decorado de los espacios; aquello es un plus o adicional para el producto. Otro factor fundamental hace referencia a la entrega de los pedidos a tiempo, ya que en ello apoya a la obtención de la confianza de los compradores.

*Buena gestión de las principales áreas del negocio.* Las áreas de producción, de comercio y de administración deben estar integradas de manera que se atiendan los pedidos de manera oportuna. Es necesario que el área administrativa dote de las materias primas y recursos humanos a las áreas de producción y comercialización en base a procesos de órdenes de producción, las cuales provendrán de acuerdo a los distintos pedidos que se vayan obteniendo. Es importante elaborar un cronograma de gestión con el fin de evitar contratiempos y atender de manera eficiente al cliente.

### 3.4 Comparación entre una Carpintería Tradicional y una Moderna

A continuación queremos presentar un cuadro comparativo que exprese las diferencias fundamentales entre el accionar de una carpintería tradicional y una que ha optado por la modernización, tanto tecnológica como administrativa.

<b>Carpintería Tradicional</b>	<b>Carpintería Moderna</b>
No tiene planificación estratégica	Posee un plan estratégico definido
Infraestructura limitada	Infraestructura especializada para cada actividad del negocio
Posee tecnología desactualizada	Cuenta con tecnología especializada y moderna
No tiene estructura organizacional	Tiene estructura organizacional definida
Sistema Contable elemental	Sistema de Gestión Contable
Se abastece de insumos mediante intermediarios y en pequeña escala	Adquiere insumos de alta calidad y de manera formal
No cuenta con mano de obra calificada para tecnologías de producción	Utiliza mano de obra calificada
No existe control de calidad	Existe control de calidad
No hay especialización del trabajo	Especialización del trabajo para optimizar el tiempo
Sin vínculo con el producto entregado	Trazabilidad del producto (facilidad de ventas)
Realizan nuevos diseños a partir de la copia de revistas especializadas	Desarrolla diseños propios o adopta diseños sugeridos por el comprador nacional e internacional
Tiene grandes dificultades para acceder a financiamiento	Tiene mayor acceso a financiamiento y aprovecha las líneas públicas de crédito
Rigidez ante los cambios del mercado	Versatilidad a las condiciones del mercado
No cuenta con capacidad de producción para acceder al mercado externo	Producción orientada al mercado local y a la exportación, ofreciendo productos de alta calidad con adecuados estándares de categoría internacional

**Fuente:** Página web Madeval, Página web Colineal

Es importante recalcar que en ambos agentes debe primar la calidad en el producto, aunque es imprescindible que los artesanos vayan evolucionando hacia la modernización y la asociatividad, pues de lo contrario pueden quedar relegados en el mercado y afectados de manera directa en sus ingresos.

### **Bibliografía**

CORPEI- EXPOECUADOR- COMAFORS- AIMA - CAPEIPI. (Abril de 2007). Planificación estratégica transformación y comercialización de madera en el Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.

Gutierrez, V. H. (2005). Estudio de identificación, mapeo, y análisis competitivo de la cadena de maderas y manufacturas en Bolivia. La Paz, Bolivia.

Vásquez M., E. (2002). La Industria Forestal en el Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.

#### 4. El Sector de la Silvicultura: una primera aproximación

Melany Gualavisí  
Mayra Sáenz  
David Villareal <sup>5</sup>

“El bosque cumple una función beneficiosa en el ámbito económico como productor de materia prima (la madera), inclusive en los países que poseen un porcentaje reducido de terreno cubierto por bosques”. (Galarza, 2004: 190).

El Sector de la Silvicultura<sup>6</sup> o Sector Forestal, constituye un aporte significativo al desarrollo productivo de un país, pues no solamente provee de materia prima, la madera, sino que también contribuye a la generación de fuentes de trabajo.

El Ecuador se ha caracterizado internacionalmente por la excelente calidad de su madera, además de sus manufacturas y semi-manufacturas provenientes de esta materia prima que se destinan al mercado externo.

Los segmentos industriales madereros ecuatorianos han alcanzado diversos niveles tecnológicos, por lo que han tenido un desarrollo desigual. Por ejemplo, la industria de los tableros contrachapados es considerada como una de las mejores de Latinoamérica, porque ha logrado incorporar un elevado nivel tecnológico; lo que no ha sucedido con la industria del aserrío que ha experimentado un desmejoramiento, pues ha pasado de la producción con sierra circular o de montaña a la motosierra operada al pulso.

La industria maderera ecuatoriana se encuentra representada principalmente por la de tableros, aunque es importante recordar que la industria procesadora de Balsa es la más antigua del país en el sector. La industria de tableros para consolidar su estabilidad en el tiempo se ha preocupado por generar su propio patrimonio forestal a través de bosques nativos y plantados.

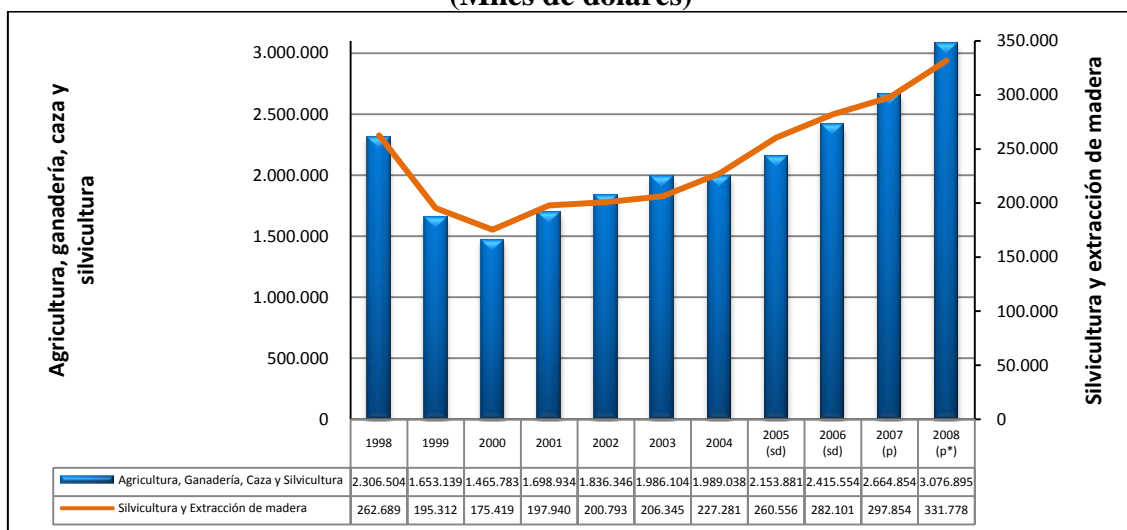
De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, la Silvicultura y Extracción de Madera representa, en promedio, aproximadamente el 10% de la cuenta nacional de Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura. Es decir, la representatividad de esta actividad dentro de su categoría es modesta. Las cifras demuestran que la actividad sufrió un retroceso en 1999 del 25%, producto de la crisis financiera vivida en el país.

---

<sup>5</sup> Becarios de la Maestría en Economía y Desarrollo, FLACSO - Ecuador

<sup>6</sup> La Silvicultura hace referencia al cultivo y explotación de bosques. Este estudio únicamente abordará este sector y no hará referencia a los elaborados de la madera.

**Gráfico 1**  
**Evolución de la Silvicultura y Extracción de Madera (1998 – 2008)**  
**(Miles de dólares)**



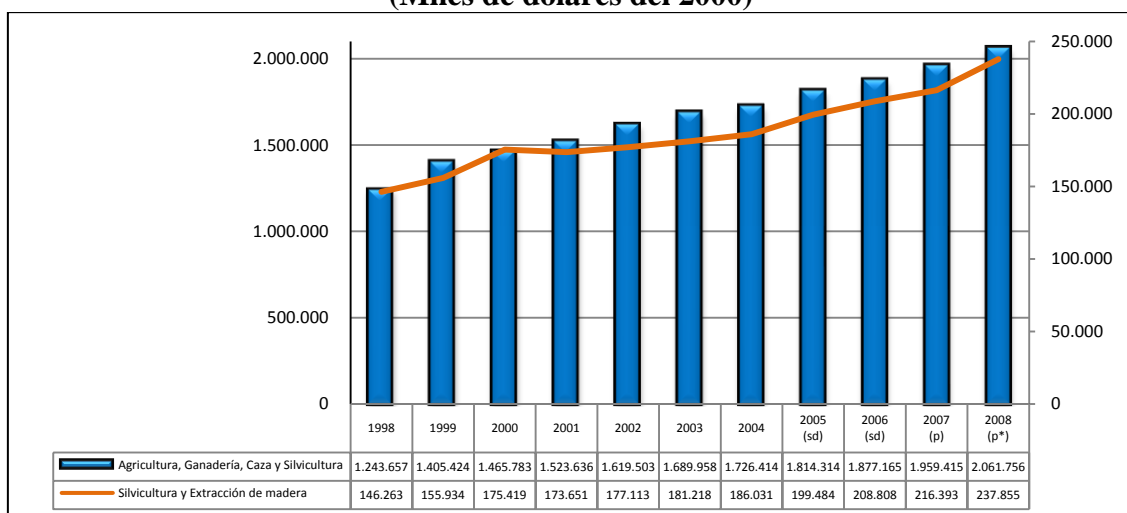
Fuente: Banco Central del Ecuador

Asimismo, en período mencionado (1998 – 2008), la actividad de Silvicultura y Extracción de Madera significó, en promedio, alrededor del 0.84% en relación al Producto Interno Bruto, lo que evidencia su poca representatividad dentro de la Producción Nacional Total.

Con dólares constantes del año 2000, esto es en términos reales o de cantidades, se puede apreciar que la actividad de la Silvicultura y de Extracción de Madera ha tenido un crecimiento sostenido a lo largo de la última década, crecimiento que también es apreciable para el Producto Interno Bruto.

De esta manera, la producción de esta actividad pasó de USD 146 millones en 1998 a una cifra prevista de más de USD 237 millones para el año 2008, lo que significa un incremento de más del 62% en la producción de dicha actividad. Por otro lado, el PIB presenta un crecimiento (en términos reales) de más del 42% durante el mismo periodo.

**Gráfico 2**  
**Evolución de la Silvicultura y Extracción de Madera (1998 – 2008)**  
**(Miles de dólares del 2000)**



Fuente: Banco Central del Ecuador

A pesar del gran incremento en la producción de la actividad de la Silvicultura, la misma es insignificante dentro del PIB del Ecuador. En el periodo de 1998 al 2008, dicha actividad a precios del año 2000, en promedio, apenas representó el 1% del PIB, siendo el año 2000 el de mayor representatividad al llegar al 1.1%.

**Cuadro 1**  
**Estructura porcentual (a precios del 2000) de la Silvicultura y Extracción de Madera de 1998 al 2008 con respecto al PIB**

Estructura Porcentual a precios del 2000	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)	2008 (p*)
PIB	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	7,5	9,1	9,2	9,1	9,3	9,3	8,8	8,7	8,7	8,9	8,8
Silvicultura y Extracción de madera	0,9	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Fuente: Banco Central del Ecuador

Pasando al análisis del comercio exterior, la representación tanto de importaciones como de exportaciones englobadas de la Silvicultura dentro del total, es casi nula. Tal es así que para el año 2009, las exportaciones alcanzaron apenas US\$16'199.140, y las importaciones US\$711.420. No obstante, como se observa en el siguiente gráfico, las importaciones son mucho menores que las exportaciones en todos los años dentro del período 2006 – 2009.

**Gráfico 3**  
**Evolución de Importaciones y Exportaciones de la silvicultura**



Fuente: Banco Central del Ecuador

En relación al mercado laboral, apenas un 0.3% de la Población Económicamente Activa está ocupada en la Silvicultura. Dentro de este total, el 94,5% se encuentra dentro de las micro y pequeñas empresas. Además, el salario medio en la rama de la Silvicultura es menor al salario promedio del resto de sectores, tal es así que un trabajador empleado en este sector gana en promedio US\$236, mientras que en el resto de sectores el salario es de US\$ 372.

Respecto a la región natural, la representación laboral del sector es mayor en la Amazonía con un 2% del total de trabajadores, mientras que en la Costa y la Sierra los

porcentajes son del 0.4% y el 0.1% respectivamente.

**Cuadro 2**  
**Porcentaje de trabajadores en la Silvicultura**

	% trabajadores en la Silvicultura
Sierra	0.11
Costa	0.35
Amazonía	1.56
Nacional	0.26

**Fuente:** INEC-ENEMDU junio 2010

Es importante dejar señalado que al hablar de Silvicultura solo nos referimos a los bosques y para nada al procesamiento y manufacturas de la madera.

### **Bibliografía**

Vásquez, Edgar (n.d). La Industria Forestal del Ecuador. pp 1-13

Galarza, Elsa (2004). La economía de los recursos naturales. Centro de investigaciones de la Universidad del Pacífico. Lima, pp. 190.

Banco Central del Ecuador



## 5. Anexo Estadístico

	Jul-09	Ago-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dic-09	Ene-10	Feb-10	Mar-10	Abr-10	May-10	Jun-10	Jul-10	Ago-10	Sep-10	Oct-10
<b>A. Crédito (1)</b>																
<b>1.- Tasas de Interés (porcentajes)</b>																
<b>1.1 Tasas efectivas vigentes</b>																
<b>1.1.1 PYMES</b>																
<i>Referencial</i>	11.1	11.1	11.4	11.3	11.3	11.3	11.2	11.4	11.4	11.39	11.35	11.35	11.33	11.27	-	-
<i>Máxima</i>	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.83	11.83	11.83	11.83	11.83	-	-
<b>1.1.2 Acumulación Ampliada</b>															-	-
<i>Referencial</i>	23.0	24.3	23.9	23.7	23.7	23.3	23.1	22.9	23.1	23.01	22.78	22.67	22.65	22.75	-	-
<i>Máxima</i>	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	-	-
<b>1.1.2 Acumulación Simple</b>															-	-
<i>Referencial</i>	29.5	27.9	28.2	25.6	28.6	27.8	28.3	27.9	28.1	27.85	27.79	26.36	24.97	24.99	-	-
<i>Máxima</i>	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	27.5	27.5	27.5	27.5	-	-
<b>1.1.2 Minorista</b>															-	-
<i>Referencial</i>	30.8	30.8	30.8	30.8	30.8	30.5	30.5	29.7	30.2	30.54	30.76	29.14	27.69	28.45	-	-
<i>Máxima</i>	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	30.5	30.5	30.5	30.5	-	-
<b>2.- Montos entregados (US\$ millones)</b>																
<b>2.1 Bancos Privados</b>	108.2	85.9	94.0	89.0	88.1	88.8	69.4	73.3	100.4	90.3	96.8	111.4	112.11	110.55	164.722	168.1
<b>2.2 Cooperativas de Ahorro y Crédito</b>	38.6	36.3	40.7	42.5	40.4	44.6	38.6	45.1	57.1	53.9	64	67.5	66.35	66.092	65.4408	60.71
<b>2.3 Instituciones Financieras Públicas</b>	4.9	4.6	5.9	7.6	8.8	19.1	20.9	0.7	29.8	29.6	28.4	1.78	44.572	1.38	10.57	11.49
<b>2.4 Mutualistas</b>	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.02	0.03	0.05	0.0	0.0	9.1	6.0
<b>2.5 Sociedades Financieras</b>	4.4	4.3	5.2	5.6	3.9	3.7	3.1	3.4	4.0	4.2	3.5	4.2	3.8	3.4	17.0	13.5

<b>B. Inflación (2)</b>																
<i>1.- Índice de Precios al Consumidor (tasa de variación porcentual del índice)</i>	-0.4	0.8	0.3	0.4	0.7	1.0	0.4	0.2	0.6	0.0	0.0	n.d	0.02	0.1	0.3	0.3
<i>2.- Índice de Precios al Productor (tasa de variación porcentual del índice)</i>	-7.2	-7.5	-8.6	-7.1	-0.4	0.7	2.5	7.2	7.8	9.0	6.8	7.2	0.7	1.4	-1.4	-
<i>2.1 IPP Productos de la agricultura, silvicultura y pesca</i>	6.8	-7.2	-13.0	-8.6	7.7	7.5	6.4	19.9	16.9	20.6	14.8	14.5	2.7	3.9	-6.2	-
<i>2.2 IPP Productos minerales, electricidad, gas y agua</i>	-5.1	-9.0	15.5	5.6	39.2	47.1	32.0	31.1	20.4	24.1	31.3	38.9	0.8	0.5	-0.8	-
<i>2.3 IPP Productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir y cuero</i>	-10.2	-7.2	-5.8	-5.3	-3.0	-1.1	0.2	1.0	4.3	4.6	3.9	4.1	0.3	1.4	0.7	-
<i>2.4 IPP Otros bienes transportables excepto productos metálicos, maquinaria y equipo</i>	0.7	-0.1	-0.7	-0.8	-1.1	-0.7	0.0	0.4	0.2	0.4	0.7	0.8	0.1	-0.2	0.6	-
<i>2.5 IPP Productos metálicos, maquinaria y equipo</i>	-22.8	-24.2	-22.6	-21.2	-16.4	-11.9	-5.2	-0.8	3.7	6.7	8.4	8.9	-1.2	-0.2	0.4	-
<b>C. Empleo y Salarios (3)</b>																
<i>1.- Total ocupados plenos urbanos por tamaño de empresa (porcentaje del total de ocupados)</i>																
<i>1.1 Microempresas</i>	-	-	43.0	-	-	46.7	-	-	46.0	-	-	45.2	-	-	-	-
<i>1.2 Pequeñas</i>	-	-	14.5	-	-	17.1	-	-	15.6	-	-	17.3	-	-	-	-
<i>1.3 Medianas</i>	-	-	4.2	-	-	3.7	-	-	3.9	-	-	3.9	-	-	-	-
<i>1.4 Grandes</i>	-	-	38.4	-	-	32.4	-	-	34.3	-	-	33.6	-	-	-	-
<i>2.- Salarios promedio primera actividad por tamaño de empresa (US\$)</i>																
<i>2.1 Microempresas</i>	-	-	194.7	-	-	188.0	-	-	204.8	-	-	201.2	-	-	-	-
<i>2.2 Pequeñas</i>	-	-	298.4	-	-	271.1	-	-	309.7	-	-	311.9	-	-	-	-
<i>2.3 Medianas</i>	-	-	399.2	-	-	328.7	-	-	410.6	-	-	407.3	-	-	-	-
<i>2.4 Grandes</i>	-	-	489.4	-	-	472.6	-	-	509.7	-	-	529.9	-	-	-	-
<b>D. Impuestos (4) (US\$ millones)</b>																
<i>1.- Impuesto al valor agregado recaudado</i>																
<i>1.1 IVA Productos de la agricultura, silvicultura y pesca</i>	287.7	268.4	284.3	285.1	289.6	320.5	399.0	264.2	307.9	307.96	331.52	348.41	345.48	318.01	350.7	367.5
<i>1.2 IVA Productos minerales, electricidad, gas y agua</i>	4.2	3.9	4.1	4.6	4.2	4.8	4.9	4.5	4.1	4.12	4.09	4.14	4.22	4.83	4.66	4.16
<i>1.3 IVA Productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir y cuero</i>	1.0	0.8	0.8	1.3	1.0	1.1	1.3	0.8	1.2	1.23	1.05	1.52	1.60	1.53	1.56	1.89
<i>1.4 IVA Otros bienes transportables excepto productos metálicos, maquinaria y equipo</i>	23.9	21.9	21.7	23.9	23.2	23.2	28.3	22.7	24.8	24.72	24.99	27.89	26.09	22.14	26.09	26.47
<i>1.4 IVA Otros bienes transportables excepto productos metálicos, maquinaria y equipo</i>	26.7	24.5	25.3	26.7	27.4	27.7	26.2	25.7	30.3	30.37	26.90	29.71	30.84	26.54	33.20	31.87

<i>1.5 IVA Productos metálicos, maquinaria y equipo</i>	18.1	15.6	19.3	18.7	24.2	18.4	20.5	20.2	21.3	21.30	20.85	23.92	23.53	22.89	24.60	27.75
<i>1.6 IVA Servicios</i>	213.7	201.6	213.1	209.9	209.7	245.4	317.8	190.3	226.0	226.2	253.64	261.23	259.20	240.08	260.54	275.4
<b>2.- RISE recaudado</b>	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.7	0.5	0.4	0.43	0.44	0.45	0.46	0.43	0.42	0.44

**Fuentes:**

*(1) Superintendencia de Bancos y Seguros*

*(2) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*

*(3) INEC - Encuesta Trimestral Nacional Urbana de Empleo*

*(4) Servicio de Rentas*