

2161

4001

**PROVINCIA DE SAN JUAN**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (C.F.I.)**

**PROGRAMA GRUPOS PRODUCTIVOS DE LA PROVINCIA  
DE SAN JUAN- 2º ETAPA**

**GRUPO UVA DE MESA II**

**LIC. MAURO GERMAN HERRERA LOPEZ**



**INFORME FINAL**

**Octubre de 2006**

## **Abstract**

El grupo de productores de Uvas de Caucete posee como característica más importante su experiencia individual, éstos poseen vastos conocimientos sobre las distintas etapas de la producción y comercialización de su producto, además algunos de ellos se han desempeñado en tareas tales como armado de parrales y empaque. Cabe mencionar la traumática experiencia que tuvo el coordinador con la caída del Grupo de Ajos que significó armar de manera rápida pero a la vez más eficiente este Grupo de Productores de Uva de Mesa de Caucete. Esta experiencia le ha dado a al coordinador la madurez necesaria en la toma de decisiones que mantienen el espíritu ganar-ganar cuando se trabaja en equipo.

Este grupo está decidido a progresar en conjunto, por ello sus productores ven con buenas perspectivas todo el trabajo realizado hasta ahora y plantean a su coordinador como un trabajo de varias temporadas afirmar el grupo. Como ejemplo de esto los productores han empezado a poner en práctica un plan de curaciones proporcionado por el INTA, el cual tiene como destino unificar el proceso de elaboración de la uva. Para acompañar este progreso el coordinador solicitó información a los productores para buscar presupuestos de insumos prioritarios, que luego de ser revisados por el grupo fueron tenidos en cuenta a la hora de comprar en conjunto estos insumos.

Para complementar este aspecto el coordinador les acercó un par de alternativas para la compra de insumos (formas de pago, precios diferenciales, etc.) que serán utilizadas en la próxima compra en conjunto.

Por otro lado también hay que mencionar que ha sido difícil para el coordinador encontrar alternativas de venta que se ajusten a las características del tipo de productor pequeño de uva. Por esto que es que la internacionalización de las actividades del Grupo pasaron a segundo plano en pos de sumar experiencia en el mercado interno, que se vuelve cada vez más interesante por su constante nivel de exigencia y el crecimiento del precio que los mercados ofrecen.

Para responder a estos niveles de exigencia es que el grupo participará de capacitaciones para lograr entender conceptos claves para la implementación de normas de calidad, esto les permitirá a los productores entender la necesidad de mejorar los procesos relacionados a su producto.

En síntesis el coordinador ve positivamente los cambios que poco a poco van realizando los integrantes para sumar al grupo. También se analiza positivamente el ingreso de nuevos productores para aportar diferentes variedades. Fundamentalmente hay que destacar la predisposición de mejorar lo hecho hasta ahora por el grupo, y el coordinador, que tratan de favorecer la diversificación incrementando la oferta potencial del Grupo.

## INDICE

Abstract.....	2
<b>TAREAS DESARROLLADAS.....</b>	<b>5</b>
I- TAREA 1: DESARROLLO DE IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GRUPO.....	5
II- TAREA 2: IDENTIFICACIÓN DE INSUMOS PRIORITARIOS. BÚSQUEDA DE PROVEEDORES.....	6
III- TAREA 3: CONFORMACIÓN DE OFERTA POTENCIAL DEL GRUPO.....	8
IV- TAREA 4: RELEVAMIENTO DE FERIAS, RONDAS DE NEGOCIOS Y MISIONES COMERCIALES VINCULADAS CON EL GRUPO. RED DE COMERCIO EXTERIOR.....	9
V- TAREA 5: ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN A FERIAS, RONDAS DE NEGOCIOS Y MISIONES COMERCIALES VINCULADAS CON EL GRUPO. RED DE COMERCIO EXTERIOR.....	10
VI- TAREA 6: INICIACIÓN DE PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE NORMAS. RED DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	12

## **TAREAS DESARROLLADAS**

### ***I- Tarea 1: Desarrollo de Imagen Institucional del Grupo.***

En cuanto a la imagen institucional el coordinador les comentó la experiencia de otros grupos productivos, incluso les llevó ese material a varias reuniones para que pudieran observar lo que se puede mostrar en un tríptico o folleto. Para ello el coordinador ha solicitado varios presupuestos, incluso en el estudio MAS DISEÑO, que realizó la imagen de varios Grupos Productivos (Grupo Turismo, Grupo Caprino, Grupo Melones, entre otros).

Como primera medida, hace ya un tiempo atrás, el coordinador creó un correo electrónico para incluirlo en los contactos que se realizan con distintos mercados. Incluso el coordinador tomó fotografías la temporada pasada del proceso de cosecha y empaque, para ya contar con este material al momento de concretar la elaboración del folleto.

En cuanto a la realización de la imagen institucional, los productores la consideran importante para comunicar lo que el grupo realiza en cuanto a la producción de Uvas. En referencia al tríptico en éste, se pretende mostrar tanto la calidad de la uva, como así también resaltar como lugar de origen a Cauce. Es importante destacar que por una cuestión presupuestaria del grupo, atraso del cobro de la uva, no se ha concretado aún la elaboración del folleto y el resto de la imagen.

Para solidificar la imagen grupal, cabe destacar que el grupo participará de la II Misión Comercial a Mercados Concentradores de Frutas y Hortalizas a realizarse desde el 5 de agosto hasta el 12 del mismo mes, recorriendo Buenos Aires, Rosario y Córdoba. En ésta misión se pretende desarrollar la comercialización grupal de la uva hacia mercado interno, logrando contactos en los distintos puestos de los mercados.

## ***II- Tarea 2: Identificación de insumos prioritarios. Búsqueda de proveedores.***

El coordinador gracias a la colaboración del Ing. Rodrigo Espíndola, INTA Caucete, ha podido obtener un calendario de elaboración de la uva, variedad Superior, mediante el cual se han determinado con fechas estimativas todas las tareas necesarias para la producción de la mencionada variedad de uva, como así también los diferentes insumos prioritarios que serán necesarios en el resto del año productivo.

En cuanto a Agroquímicos y Fertilizantes los siguientes son los insumos necesarios para todos los productores:

- Nitrato de amonio 33-00-00
- Oxiclورو de cobre WP 84%
- Azufre micronizado DF 80%
- Sulfuramida GB 0.3%
- Glifosato 48%

En cuanto a la búsqueda de proveedores, el coordinador ha realizado un estudio en la provincia relevando todos los proveedores que se encuentran en San Juan. También se indagaron proveedores mayoristas en Buenos Aires, pero la dificultad de trabajar con ellos, es que se manejan con cantidades demasiado importantes para las necesidades del grupo. Por esto, es que el coordinador ha determinado que los proveedores locales serán la mejor opción.

Algunos de los proveedores más importantes son:

- Nutrientes del Sur
- La Agraria
- Agro Soluciones
- Agro Oeste
- Petrosur SRL

Cabe aclarar que el coordinador ya ha solicitado presupuestos a los proveedores de los mencionados insumos, obteniendo muchos datos sobre los precios y la tendencia al aumento constante. Estas variables serán analizadas en las próximas reuniones para determinar la oferta más conveniente para concretar la compra en conjunto.

También el coordinador realizó un trabajo exhaustivo, para la temporada pasada, sobre los insumos de envase y demás embalajes para la preparación en cajas de la uva. Este trabajo generó innumerables contactos que han sido permanentemente consultados tanto para la elaboración de cajas de exportación, como para la venta a mercado interno. Cabe destacar que el desarrollo de proveedores de insumos y su consulta permanente, mantiene al grupo informado además de que éste puede con exactitud determinar el costo de producir una caja de uva, ya que los insumos junto al transporte son los ítems mas importantes en la construcción del costo.

### **III- Tarea 3: Conformación de oferta potencial del Grupo.**

La oferta potencial del grupo se puede dividir en dos partes, dependiendo de las variedades.

1. Uva de exportación: Variedad Thompson Seedless (o Superior)
2. Uva para mercado interno: Variedad Cereza, principalmente.

En cuanto a la variedad Superior, el grupo pretende comercializarla en cajas de cartón corrugado de 4,5 Kg. o de 8,2 Kg. Esta uva se empaca en cestas de plástico de 0.5 Kg. o de 1 Kg., pudiendo ser también comercializada en bolsas de plástico tales como: carry bag u otra similar. Esta última opción es la menos utilizada por su menor resistencia al viaje, pudiendo deteriorar en mayor medida la uva hasta su destino.

La temporada pasada el grupo dispuso de 30.000 Kg. de la mencionada uva de exportación, esperando poder aumentar este año esa cantidad, para poder exportar por cuenta propia. Cabe recordar que la temporada pasada la uva se vendió a una Cooperativa que la exportó hacia Alemania e Inglaterra.

Si de mercado interno se trata, la Variedad Cereza es la más importante en cantidad. En esta variedad el grupo puede ofrecer cajas de madera de 12 o 13 Kg. (torito) o cartón corrugado, dependiendo del mercado y el precio. En estas cajas la uva se coloca directamente dentro de una bolsa que hace de fondo (bolsa camisa) o puede incluir separadores entre racimos.

La temporada pasada el grupo dispuso de mas de 80.000 Kg. de esta variedad que fue comercializada en el mercado local, debido a que las ofertas que tuvo el grupo no fueron convenientes en cuanto al precio y cantidad.



#### ***IV- Tarea 4: Relevamiento de ferias, rondas de negocios y misiones comerciales vinculadas con el grupo. Red de Comercio Exterior.***

El Relevamiento elaborado por el coordinador debería dividirse en dos, las ferias, rondas y misiones a realizarse en el país y las de carácter internacional.

El coordinador se encuentra decidido a plantear a los productores la participación en las ferias, rondas y misiones de carácter nacional debido al criterio que ha adoptado el grupo de vender las uvas al mercado interno, básicamente para acumular experiencia en venta conjunta. Por supuesto que el Grupo no descarta la posibilidad de atender un pedido internacional, solo que por ahora los costos y la falta de experiencia hacen que se priorice el desarrollo del mercado nacional. Para esto es que se han generado contactos con empresas muy importantes para el desarrollo de toda la cadena productiva para año a año hacer más eficiente el proceso de elaboración y preparación de la uva.

En cuanto a los eventos nacionales la información en este momento es poco precisa debido a la época del año, sin embargo el Grupo ya tiene decidido volver a participar en la Misión a Mercados Concentradores a realizarse en 2007 con fecha a determinar, como así también aquellas rondas de negocios que se concreten el próximo año.

De cualquier manera el grupo no descarta la posibilidad de asistir a alguna feria u exposición internacional como la Fruit Logistic 2007 (Alemania) o la Frozen 2007 (España), para profundizar el conocimiento de nuestro producto y conocer a los referentes mas importantes de la actividad. Relacionado a esto el coordinador ha estado indagando algunos créditos o facilidades para que algunos de los productores realicen la visita a alguna de las ferias mencionadas.

***V- Tarea 5: Asistencia y participación a ferias, rondas de negocios y misiones comerciales vinculadas con el grupo. Red de Comercio Exterior.***

Es de destacar que el grupo participó de la II Misión Comercial a Mercados Concentradores a Buenos Aires, Rosario y Córdoba, realizada entre los días 5 y 12 agosto de 2006.

En esta misión comercial se visitaron los siguientes mercados:

- Mercado Central de Buenos Aires
- Mercado de la Plata
- Mercado de Beccar
- Mercado de Fisherton
- Mercado de Productores de Rosario
- Mercado Concentrador de Córdoba

El coordinador compartió esta experiencia con dos productores que pudieron viajar a dicha misión (los demás productores viajaron el año pasado a la primera edición de esta misión). Fundamentalmente el coordinador se avocó a realizar nuevos contactos comerciales y a profundizar los realizados con anterioridad (temporada pasada) para el desarrollo del mercado interno que es muy importante para el grupo debido al crecimiento del mismo con respecto a otros años.

Como resultado de esta participación los productores pudieron observar todo el manejo comercial y operativo de los distintos mercados, como así también pudieron conocer en persona a sus posibles compradores.

En el grupo la participación en este viaje ha tenido gran éxito debido a que muchos de los contactos realizados se han comunicado con el coordinador con interés de comprar las uvas que el grupo ofrece. Cabe mencionar que el coordinador ya ha tenido reuniones con 4 de ellos y en los próximos días vendrá un comprador de Rosario para elaborar un plan de abastecimiento de uvas hacia el citado mercado por parte del Grupo.

El coordinador, en representación del Grupo, participó recientemente en la "I Feria Agro Industrial Rawson 2006" que se realizó los días 3, 4 y 5 de noviembre en la Provincia de San Juan.

En esta feria se expuso la forma de trabajo del grupo, como así también la posibilidad de realizar contactos para la venta de las uvas.

También para el coordinador fue una excelente oportunidad para conocer a los productores de algunos Grupos Productivos, como así también para comentar mutuamente la experiencia acontecida en estos dos últimos años.

**VI- Tarea 6: Iniciación de proceso de implementación de normas.  
Red de Gestión de Calidad.**

En cuanto a la implementación de normas el grupo, después de discutir este tema en varias reuniones, está próximo a participar en los cursos de capacitación que ofrecerán en San Juan dos ingenieros especializados en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Control de Puntos Críticos (HACCP), cabe mencionar que estos profesionales dictarán estos cursos gracias a un plan de capacitación surgido de un convenio entre CFI y el Gobierno de la Provincia de San Juan. La decisión del grupo se basa en la conveniencia que los productores le ha otorgado a la mejora continua de la calidad y a la implementación de normas, temas que fueron explicados por el coordinador.

Como primera medida se tomarán estos cursos, a los que asistirán los productores y jefes de cuadrillas, para lograr una sensibilización en la cadena productiva para posteriormente luego de haber asimilado el concepto de Calidad y conociendo las ventajas de la implementación de normas, poder llevar a cabo dicha tarea en cada finca.