

2163

47003

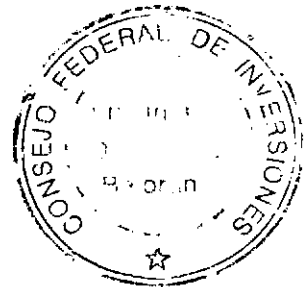
PROVINCIA DE SAN JUAN

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

**PROGRAMA GRUPOS PRODUCTIVOS DE LA PROVINCIA
DE SAN JUAN**

INFORME FINAL

Noviembre del 2006



Lic. Cristian Daniel Ruarte

I- Tarea 1: Realizar la primera reunión convocatoria con el coordinador respectivo, para la identificación y selección de los empresarios que conformaran el grupo productivo.	4
II- Tarea 2: Descripción de los 12 grupos de productores.	5
Caracterización general de cada grupo, que permita definir con precisión la metodología adecuada para actividades del Programa	5
III- Tarea 3: Una vez caracterizado se seleccionara y confirmara la integración del grupo productivo con el objeto de determinarlo como constituido. Se considerará constituido el mismo cuando este integrado por 5 empresas o productores como mínimo.	11
IV- Tarea 4: Identificar las Restricciones del Grupo Productivo a través de talleres de trabajo participativos y entrevistas con los productores involucrados para relevar los principales problemas, atendiendo las etapas de producción, comercialización y financiamiento.	13
<i>Describe brevemente los principales problemas que identifica en los siguientes aspectos de proceso productivo y comercial. Posteriormente, para cada uno de ellos, identifique las causas que según Ud. generan dichos problemas y que sugerencias realizaría para superarlos:</i>	<i>16</i>
<i>Otorgue prioridad a los problemas anteriormente enunciados.</i>	<i>19</i>
V- TAREA 5: IDENTIFICAR LOS OBJETIVOS, SOLUCIONES Y RECOMENDACIONES DEL GRUPO DE PRODUCTORES. PREPARAR UN INFORME GENERAL, IDENTIFICANDO LOS PROBLEMAS Y RECOMENDACIONES.	20
<i>Los objetivos específicos que los productores desean alcanzar son:</i>	<i>20</i>
Objetivo a largo plazo:	20
Objetivo a mediano plazo:	21
Objetivo a corto plazo:	22
Soluciones:	23
VI- Tarea 6: Elaborar el Plan de Negocios y Plan Operativo del Grupo. Elaborar un plan de Negocios sustentable, que responda a la caracterización, objetivos y soluciones identificadas precedentes.	25
OBJETIVOS A LARGO PLAZO:	26
Objetivo a mediano plazo:	26
Objetivo a corto plazo:	28
5. Análisis de las variables internas y externas: "F.O.D.A."	31
FODA:	31
6. Detectar las ventajas competitivas y los factores clave de éxito.	33
7. Análisis de las variables de la mezcla comercial.	33
B. PLAN OPERATIVO.	34
VII- Tarea 7: Asesoramiento por Grupo de productores en el periodo de implantación. Informe de Resultados.	36
VIII- Tarea 8: Desarrollo de Imagen.	36

IX- Tarea 9: Relevamiento de ferias.....	37
X- Tarea 10: Asistencia compra de Insumos.....	39
<i>Lista de Insumos Prioritarios:.....</i>	<i>39</i>
XI- Tarea 11: Conformación de Oferta.....	40
XII- Tarea 12: Taller Sobre exportación.....	40
XIII-Tarea 13: Implementación de Calidad.....	41
XIV-Tarea 14: Ratificación.....	42
XV -Tarea15 : Plan de Acción, para el desarrollo de la tercer etapa.....	42
PLAN DE ACCION.....	42
XVI- Tarea 16: ELABORACION DE UN BANCO DE DATOS.....	44
XVII- Tarea 17: RELEVAMIENTOS DE PLANES SOCIALES.....	45
XVIII-TAREAS 18: DESARROLLO DE MERCADO, CONSUMO DE CHIVO EN SAN JUAN.....	46
A) GENRALIDADES.....	46
Epoca.....	46
B) PRODUCTO- PRECIO.....	47
<i>El precio de venta oscila entre los \$9 y \$11 el Kg. del chivo faenado, dependiendo fundamentalmente de la época del año con un techo durante las fiestas navideñas.....</i>	<i>48</i>
C) VENTAS DE CHIVOS EN EL GRAN SAN JUAN.....	48
SEMÁNAL.....	48
D) Consumo de chivo en el país.....	49
E) SITUACION NACIONAL.....	50
F) SITUACINO PROVINCIAL.....	51
TOTAL.....	51
XIX- TAREA 19: ELABORACION DE ESTRATEGIA COMERCIAL.....	52
RECOMENDACION.....	52

<i>OBJETIVO</i>	52
<i>SITUACION ACTUAL</i>	53
<i>OPCIONES DISPONIBLES</i>	53
XX- Tarea 20: Mejoramiento de la estructura productiva	53
XXI- Tarea 21: Talleres y trabajos grupales	54
XXII- Tarea 22: Asistencia a ferias nacionales e internacionales	55
XXIII- Tarea 23: Aspecto Comercial	55
XXIV- Tarea 24: Capacitación	56
XXV- Tarea 25: Sancamiento Animal	57
XXVI- Tarea 26: Talleres y trabajos grupales	58
XXVII- Tarea 27: Otras actividades	58

I- Tarea 1: Realizar la primera reunión convocatoria con el coordinador respectivo, para la identificación y selección de los empresarios que conformaran el grupo productivo.

Panorama actual de la Asociación Civil de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo. Personería jurídica N° 0930/01. Presidente Hugo Moyano.

El día 6 de noviembre del 2004, el Lic. Oscar Guell, coordinador general del Programa Grupos Productivos, junto al coordinador del grupo, Producción Caprina, Lic. Cristian Ruarte, concretan su primera visita a la Asociación Civil, "Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo", en adelante "Asociación".

La reunión duró cuatro horas, desde las catorce horas hasta las dieciocho, en la misma se expuso el objetivo y el alcance del programa, se intercambiaron opiniones y preguntas entre los coordinadores y los miembros de la Asociación. De esta interacción se desprendieron los siguientes tópicos, inquietudes y necesidades.

Hoy la asociación, en lo que refiere a aspectos referentes al negocio de la producción caprina propiamente dicho, cuenta con problemas de estructura, logística, producción, comercialización y administración.

En lo que refiere a aspectos legales, es importante destacar que la asociación esta interesada en lograr la titularización de la tierra donde los productores crían sus animales.

La Asociación nos presento la inquietud y sobre la cual ya sé esta trabajando, la misma tiene que ver con la necesidad de vender 300 cabras con el objeto de realizar un cambio de raza.

En dicha reunión se expresaron deseos por parte de los productores de tener una reunión con el Sr. Ministro de la Producción de la Provincia de San Juan y/o secretarios de mencionado ministerio, sobre dicha acción también sé esta trabajando para que en la brevedad se pueda concretar mencionada reunión.

Durante la charla se expuso la necesidad de contar con el apoyo del gobierno para la construcción de un frigorífico y matadero en el Departamento de 25 de Mayo.

La asociación esta también trabajando con el Programa Social Agropecuario y con el INTA en el Programa de Desarrollo Rural.

Hoy la asociación cuenta con pequeños productores, pocos superan las 300 cabezas de ganado caprino, y todos pretenden hacer de la producción caprina una actividad rentable.

Al finalizar la reunión quedó concretada el segundo encuentro a realizarse el día sábado 4 de Diciembre del 2004 a las 14 horas.

Participaron en mencionada reunión los productores:

Nombre y Apellido	Cantidad de Cabezas (Ganado Caprino)
Héctor Aníbal, Lucero	50 cabezas
Hugo, Moyano	200 cabezas
Carlos, Soria	150 cabezas
Anselmo, Jofre	150 cabezas
Domingo, Nieva	150 cabezas
Faustino, Nievas	200 cabezas
Jorge, Abrego	100 cabezas
Alicia, Díaz	200 cabezas
Luis, Villegas	300 cabezas
Pedro, González	400 cabezas
Herenia, Moyano	140 cabezas
TOTAL	2040 cabezas

II- Tarea 2: Descripción de los 12 grupos de productores.

Caracterización general de cada grupo, que permita definir con precisión la metodología adecuada para las actividades del Programa.

A. Potencial asociativo y compatibilidad de actividades productivas

El grupo presenta una buena actitud frente a acciones de asociativismo, ello queda demostrado en el primer paso que han dado los productores al crear una asociación civil conformada legalmente.

No hay que olvidar que el grupo desde ya hace tiempo esta trabajando con el Plan Social Agropecuario (PSA), y el INTA, instituciones estas que han aportado ingredientes importantes para que el productor comprenda en toda su extensión los beneficios de la unión y el trabajo mancomunado.

A todo esto se suma el Programa Grupos Productivos, aportando la pata comercial que a los productores hoy les hace falta.

Frente a las actividades productivas, el grupo ha mostrado una fuerte compatibilidad que queda reflejada en la focalización del negocio.

Todos los productores del grupo se dedican a la cría de cabras, chivos y los respectivos subproductos que se derivan del animal.

DATOS RELEVANTES:

- Números de integrantes de la asociación: son 48 integrantes, pero asistieron a la primer reunión, 11 productores, es muy difícil que todos lleguen por problemas de transporte.
- N° de Cabezas por productor: si bien no hay estadísticas exactas a lo que el tema refiere, se estima una cantidad aproximada de 180 cabezas por productor.
- Ubicación y Dirección: los productores se hallan ubicados en el Departamento de 25 de Mayo, que tiene como cabecera la Villa Santa Rosa, la superficie del Departamento es de 4519 km². Su población es de 13.048 habitantes. El Departamento se encuentra la sur-este de la Provincia de San Juan y esta limitado por los Departamentos de Caucete, 9 de Julio, Sarmiento, las provincias de San Luis y Mendoza.

Sus actividades principales son, el desarrollo pecuario, la agricultura y el cultivo de vides y olivos; en las Casuarinas, Tres Esquinas, Rincón de Tupeli, Los Corredores y Las Trancas, lugares donde se observa el fecundo trabajo del hombre.

- Especificación de Raza: la raza con la que trabajan los productores es la raza "Criolla".
- Aporte en % que cada productor le llevaría al grupo para la venta de ganado en pie (chivos): si bien hay una buena actitud de los

productores con mencionado tema, todavía no hay definiciones concretas.

B. Experiencia empresarial, en la producción y comercialización en el mercado doméstico e internacional.

Los productores han mostrado buena voluntad y acción frente a aspecto que estén destinado a la mejora de los niveles productivos y calidad de los productos, en este caso el animal propiamente dicho. No hay que olvidar que los productores guardan el carácter de ser productores primarios y minifundistas, de escasos recursos y de poca llegada a centros que les brinden las herramientas necesarias para que puedan mejorar sus niveles de producción que en estos momentos son de suma importancia.

El grupo, en cuanto a aspectos en temas de mercadeo o comercialización presenta falencias que se observan en la falta de conocimientos de canales de distribución, fijación de precios, políticas de ventas, promoción, identificación de plazas, logística, y todos aquellos tópicos que encuadren en la tarea comercial, la venta que más realizan los productores, son transacciones con los cabriteros que pasan y merodean la zona donde los productores crían sus animales.

Por lo precedentemente expuesto queda a la vista que el trabajo que hay que realizar, y estamos realizando, con el fin de potencializar los aspectos productivos y de comercialización para poder formar parte del mercado domestico e internacional tiene que ser estratégico, constante y de mucho empeño.

C. Homogeneidad en el tamaño de las firmas

Con anterioridad se explico que eran productores pequeños, de escasos recursos, con escasos conocimientos de temas legales y comerciales. Es por ello que no existen firmas, lo que no significa, que no exista homogeneidad en los niveles de producción, esto queda demostrado en que cada productor posee alrededor de 180 animales.

D. Potencial para comercializar

El mercado pecuario caprino presenta una gama importante de oportunidades tanto el espacio interno (mercado domestico), como en el espacio externo (mercado internacional).

En el mercado interno, la Provincia de San Juan es un terreno con amplias posibilidades, dado que el producto todavía esta carente de una fuerte planificación estratégica que permita posicionar al mismo dentro de los productos de fuerte consumo interno.

Encontramos ejemplos de gran avance en el desarrollo del mercado caprino, en provincias como, Córdoba, Mendoza, Neuquén y Provincia de Buenos Aires. En las mismas encontramos avances tanto en la comercialización de la carne del animal, su cuero y leche, colocando los productos y subproductos del mismo, tanto en el mercado interno como internacional.

Para lograr lo precedentemente expuesto, mencionadas provincias han aportado un gran apoyo (técnico, logístico y financiero) desde el ámbito gubernamental.

E. Relación geográfica

Los productores se hallan ubicados en el Departamento de 25 de Mayo, que tiene como cabecera, la Villa Santa Rosa, la superficie del Departamento es de 4519 km² Su población es de 13.048 habitantes. El Departamento se encuentra al sur-este de la provincia de San Juan y esta limitado por los Departamentos de Caucete, 9 de Julio, Sarmiento, las provincias de San Luis y Mendoza.

Sus actividades principales son, el desarrollo pecuario, la agricultura y el cultivo de vides y olivos; en las Casuarinas, Tres Esquinas, Rincón de Tupeli, Los Corredores y Las Trancas, lugares donde se observa el fecundo trabajo del hombre.

Los productores hoy cuentan con un problema de logística dado a que los mismos se encuentran ubicado en forma fisica en el centro del campo a una distancia de 100 Km de la ruta más cercana.

Aquí se manifiesta la necesidad de crear un centro de acción en donde se aglutine el movimiento comercial del mercado caprino de 25 de Mayo, y también la creación de un matadero frigorífico construido a escala y que servirá para mejorar los términos de la comercialización de los animales. Otro de tema de vital importancia y a tener en cuenta es la titularización de la tierra en la que los productores realizan su tarea dada que la misma no es de ellos.

F. Idoneidad del responsable del grupo para desarrollar el Proyecto.

La Asociación Civil de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo. Personería jurídica N° 0930/01. Presidente Hugo Moyano.

Presenta en su constitución y forma de operar rasgos distintivos que permiten visualizar el potencial necesario para poder llevar a cabo el Proyecto, Programa Grupos Productivos. Producción Caprina.

Lo precedentemente expuesto queda de manifiesto en la actitud participativa y democrática que posee la Asociación Civil de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo, en adelante Asociación. El presidente de la misma ha sido elegido por voluntad y elección de los socios de la asociación desempeñándose en esta tarea desde hace ya dos años.

En el transcurso de este tiempo la asociación a marcado tendencias y voluntades que ayudan al sector caprino del departamento de 25 de Mayo, los productores, bajo la responsabilidad y conducción del señor Hugo Moyano han diligenciado acciones que van desde tramitar la tenencia de la tierra de los afectados a dicha producción hasta participar en programas (Programa de Cambio Rural INTA San Juan, Programa Social Agropecuario PSA), también tienen una activa participación en lo que respecta a cursos de capacitación (Curso de curtido y manejo de cueros, etc).

La idoneidad necesaria que en este caso requiere el conductor del Proyecto y que recae sobre la embestidura del señor Hugo Moyano, es

la adecuada, y no solo por lo expuesto con anterioridad, sino también, por el manejo y conocimiento acabado que tiene sobre los beneficios y potencialidades que el producto posee , en este caso el animal.

G. Impacto regional y encadenamientos productivos.

Antes de desarrollar el impacto regional que puede generar el mercado caprino, es bueno detenerse y expresar en forma sucinta algunas variables que nos van a permitir tener una visión de que como esta hoy el sector caprino en el departamento de 25 de Mayo -Provincia de San Juan-

Partiendo de la premisa de que sin organización no hay mercado, es decir que el mismo no esta normalizado económica y financieramente, carente de estándares y de estudios que nos permitan determinar con precisión el comportamiento de la oferta y la demanda en ítems como la carne. En este programa se ha dejado de lado sub. productos del animal como leche y el cuero, por razones de simplicidad en el análisis, y que además no afectan a la visión en sí.

Faltando una política activa de precios, ítems este que no va a ser resuelto mientras que el productor no pueda determinar con precisión aspectos tales, como cuanto cuesta alimentar un cabrito, o cuanto le cuesta producir cada kilo de carne caprina.

En lo que se refiere al aspecto comercial, es de suma importancia determinar qué tipo de calidad se va a ofrece, compatibilizarla con lo que quiere el comprador, y superar la posible diferencia entre ambas cosas, siendo esta una tarea a la que deben abocarse los productores, pero bajo el régimen de asociación para asegurar presencia constante en las góndolas de carnicerías y supermercados.

Si los ítems y variables antes expuestos, tuviesen plena vigencia en el mercado caprino del departamento de 25 de Mayo Provincia de San Juan, el impacto regional seria de fácil determinación, las circunstancias hoy no nos permite contar con información concreta, no por ello

debemos evitar la posibilidad de realizar un ejercicio mental que nos ayuden a formar escenarios posibles y futuros.

Partiendo del hecho de que en el departamento antes mencionado existen 100 pequeños productores caprinos, que la forma de trabajo es familiar, que entre todos suman una cantidad aproximada de 23.000 cabezas de animales, podríamos decir que la mano de obra aplicada en forma directa al sector llegarían a ser 400 personas, trabajando siempre en función de la carne, sin agregar subproductos como la leche y el cuero por razones de simplificación en el análisis, y sin olvidar que la cabra criolla no es lechera por excelencia.

Si aumentáramos los niveles de productividad, y construyéramos un matadero-frigorífico a escala, tendríamos de 100 a 200 personas más trabajando en el mercado caprino del departamento de 25 de Mayo.

Para lograr lo precedentemente expuesto es necesario avanzar en temas tales como, organización del mercado, infraestructura, logística, producción y comercialización, premisas estas fundamentales a la hora de querer conformar un sector productivo rentable.

III- Tarea 3: Una vez caracterizado se seleccionara y confirmara la integración del grupo productivo con el objeto de determinarlo como constituido. Se considerará constituido el mismo cuando este integrado por 5 empresas o productores como mínimo.

Como muestra de buena voluntad, y con el objeto de ir integrando un grupo productivo, los productores caprinos celebraron un Acta de Compromiso entre la Secretaria de la Producción e Inversiones representada en este acto por el Lic. Ricardo Zabala, y los productores que en adelante se detallan: Señor Héctor Hugo Moyano, Segundo Faustino Nievas, Héctor Enrique Talquenca, María Luisa Rivero, Paz Suárez, Antonio Castro, Domingo Nievas.

Es importante destacar la posibilidad de que a mencionada acta de compromiso quieran adherirse otros productores, que por razones de traslado no pudieron estar presentes en el momento que se firmo el acta, es por ello que el Sr. Presidente de la Asociación Civil

Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo, dejo abierta la inquietud de ir agregando productores al programa Grupos Productivos.

Existe una conciencia clara de los productores, de ir cumpliendo paso a paso con el objeto del programa.

Caracterización general del grupo, que permita definir con precisión la metodología adecuada y establecer los aspectos prioritarios en las siguientes actividades de este Programa.

- Potencial asociativo y compatibilidad de actividades productivas
- Experiencia empresarial, en la producción y comercialización en mercado doméstico e internacional.
- Homogeneidad en el tamaño de las firmas
- Potencial para comercializar
- Relación geográfica
- Idoneidad del coordinador o gerente para desarrollar el Proyecto
- Impacto regional y encadenamientos productivos

Identificación de Restricciones por Grupo Productivo a través de talleres de trabajo participativos y entrevistas con los productores involucrados para relevar los principales problemas del grupo, atendiendo las etapas de producción, comercialización y financiamiento.

Identificación de Objetivos, Soluciones y Recomendaciones por Grupo de productores, se preparará un informe general, identificando los problemas y recomendaciones.

Elaboración de Planes de Negocio y Planes Operativos por Grupo de Productores

Cada Coordinador de GP, elaborará un Plan de Negocios sustentable, que responda a la caracterización, objetivos y soluciones identificadas en las actividades precedentes.

Asesoramiento por Grupo de productores en el periodo de implantación

Informe General de Resultados.

Una vez conocidos los objetivos y conformado el grupo, estamos en condiciones de seguir avanzando con nuestro trabajo.

IV- Tarea 4: Identificar las Restricciones del Grupo Productivo a través de talleres de trabajo participativos y entrevistas con los productores involucrados para relevar los principales problemas, atendiendo las etapas de producción, comercialización y financiamiento.

Luego de haber entrevistado a los productores del sector, contemplando en forma fehaciente y con nuestra presencia física los diferentes lugares donde se desarrolla la actividad, utilizando un **guía de identificación de problemas** que se adjunta al final del trabajo, estamos en condiciones de realizar nuestras primeras apreciaciones, realizando un análisis FODA, que deberá ser completado a lo largo del desarrollo del Programa Grupos Productivos.

Antes del análisis FODA, es importante destacar que: Las restricciones que el grupo productivo caprino perteneciente a la “Asociación Civil Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo”, son de carácter social y económico.

Para tener mas clara esta situación, es importante aclarar ciertos aspectos que nos van a ayudar a tener un panorama más amplio en lo que respecta a los desafíos y restricciones que hoy el grupo enfrenta.

En este caso estamos hablando de un población Rural Pobre, que presenta características **(NBI) Necesidades Básicas Insatisfechas**, con graves problemas de agua (recurso este fundamental para el desarrollo del sector caprino), aquí conviene aclarar que los animales y en algunos casos las personas, toman agua de los denominados **Pozos Baldes** (pequeñas perforaciones entre 5 y 15 metros de profundidad, que contienen agua de mala calidad, debido al alto porcentaje de arsénico de la misma), con problemas de energía

eléctrica (falta de luz), con problemas de tenencia de tierra, ya que los productores no son propietarios de ellas.

Los productores conviven con adversidades climáticas, que pueden ser superadas mediante una correcta organización e inversión.

En lo que se refiere al agua, es importante destacar que las precipitaciones son de 100mm/por año, que las temperaturas en el lugar van de 45° centígrados en el verano, y 6° centígrados en el invierno.

El lugar presenta una vegetación xerófila (monte bajo y ralo); elevado PH de los suelos (salinos y alcalinos) por ello se necesita una gran extensión de campo para poder alimentar a los animales. Esta situación puede ser salvada mediante la aplicación ordenada de una suplementación alimentaria que puede ser celebrada con cereales y forrajeras, liga, gluten, maíz, heno de alfalfa, y alimento balanceado. La falta de agua y la mala alimentación producen en el producto, en este caso el animal, una baja tasa reproductividad, retrasa la pubertad, complica los partos, baja el índice de crecimiento de los cabritos, y produce una alta incidencia de enfermedades.

En cambio, las cabras suplementadas adelantan la pubertad, por lo tanto, llegan antes al peso que requieren para el primer servicio, mientras que los cabritos están listos para la faena a los 60 días.

Estos son requisitos básicos que cualquier inversión caprina debe cumplimentar, hoy nuestro sector cuenta con restricciones financieras que nos impide subsanar estas falencias.

La trazabilidad o rastreabilidad que permite conocer la historia de un producto a lo largo de la cadena de producción del mismo, en el sector caprino podría ser casi perfecta, lamentablemente estamos lejos de esta perfección.

En el caso de los cortes cárnicos, este proceso de información podría comenzar con el nacimiento del animal y su identificación única a lo largo de su vida, y mediante un sistema, adquirir la información

relacionada con el mismo, hasta llegar ésta a poder del consumidor final.

De todo lo precedentemente expuesto, se deduce que las etapas de producción, comercialización y financiamiento del grupo necesitan de un fuerte apoyo y acciones concretas.

Es por ello que se necesita, potencializar nuestra cadena de valor y agilizar nuestro proceso de trazabilidad, a fin de:

- Agregar valor a nuestros productos.
- Mejorar la calidad de los procesos y del producto final.
- Mejorar la gestión de los procesos de toda la cadena.
- Posibilitar la certificación de procesos y productos.
- Mejorar los planes sanitarios a fin de posibilitar estrategias para la erradicación de la fiebre aftosa, brucelosis, tuberculosis y otras enfermedades.
- Ofrecer información a los consumidores sobre el producto que está consumiendo.

FODA (Sujeta a cambios a medida que avance el programa)

Fortalezas:

- Dinámica de grupo con actitudes positivas hacia trabajos en grupos y voluntad para mejorar la situación actual.
- Incorporación (**lenta**) de pautas de manejo reproductivo, nutricional y sanitario.

Oportunidades:

- Mayor apertura de mercados.
- Posibilidad de aprovechar alternativas de negocio tanto en el mercado interno como externo.
- Alternativa válida para desarrollar en superficies reducidas.

- Oportunidad de instalar en forma definitiva un sector productivo, al cual desde hace años se le adjudica un potencial sumamente importante que nunca llega a concretarse

Debilidades:

- Falta de contacto directo entre sector productor e industrial.
- Necesidad urgente de lograr una situación de respaldo entre ambos sectores.
- Desconocimiento sobre las condiciones actuales de cada sector e intenciones futuras.
- Falta de inversiones en difusión de la actividad y productos, y desarrollo de mercados.
- Poca o nula interacción entre regiones productoras.
- Falta incremento en la calidad genética de los animales.

Amenazas:

- Excesiva oscilación de la demanda de carne y leche.
- Necesidad de mayores inversiones vinculadas con la producción primaria y la industria.
- Incertidumbre frente a la situación de mercado y sistema económico a corto y mediano plazo.
- Ingreso al mercado interno de productos importados y competencia con los mismos.

Guía de Identificación de Problemas

Describa brevemente los principales problemas que identifica en los siguientes aspectos de proceso productivo y comercial. Posteriormente, para cada uno de ellos, identifique las causas

que según Ud. generan dichos problemas y que sugerencias realizaría para superarlos:

a) En la organización, gerenciamiento y gestión.

Problemas: El problema que se presenta con respecto a la organización, gerenciamiento y gestión del sector, es la falta de un plan estratégico que nos permita predefinir hacia donde queremos ir en realidad con el mercado caprino.

Causas: La causa de mencionado problema se genera debido a que es un mercado relativamente joven, lo que conlleva a tener información que si bien es certera no esta totalmente actualizada, esto es en definitiva lo que nos impide ver el mercado en su totalidad y planearlo.

Sugerencias: Hacer relevamientos y estudios de mercados nacionales e internacionales, que nos permitan visualizar la verdadera situación rentabilidad del sector.

b) En el acceso al financiamiento y manejo financiero.

Problemas: Existe una marcada ausencia de líneas específicas de créditos, lo que conlleva a una inexistencia de estrategias bancarias destinadas al sector.

Causas: La imposibilidad de los productores de poder ofrecer garantías reales a la hora de solicitar líneas de créditos, (dado a que son productores muy humildes), el poco conocimiento que las entidades poseen del sector caprino y de su rentabilidad, y la ausencia de políticas crediticias, que permitan a los sectores productivos humildes invertir en capital de trabajo.

Sugerencias: Generar líneas de créditos blandas y exclusivas para el sector, asesorar técnicamente a los productores a la hora de encarar programas crediticios, elaborar programas crediticios con las cláusulas justas y necesarias, intentando no burocratizar la llegada a mencionados programas.

c) En la provisión de insumos.

Problemas: problemas logísticos, ausencia de compras conjuntas con otros productores.

Causas: Falta de diagramación de necesidades y escasos conocimientos de negociación conjunta.

Sugerencia: Asesoramiento sobre planificación de negocios y estrategias de negociación.

d) En el proceso de producción.

Problema: tenemos problemas de capacidad instalada, servicio técnico, disponibilidad y costo de los repuestos, control de calidad, distribución de la maquinaria para el flujo de producción, maquinaria adecuada, etc.

Causas: debido a falta de un plan estratégico que nos permita organizar el mercado es que surgen los problemas antes mencionados.

Sugerencias: realizar una fuerte acción en temas relacionados a las ciencias administrativas, que nos permitan elaborar economías de escalas, cursos de capacitación y asistencia técnica, elaboración de estructuras de costos y sistemas de producción, etc.

e) En el desarrollo de nuevas tecnologías, productos y servicios

Problemas: falta de estudios de mercados precisos que nos permitan conocer los gustos y preferencias de los consumidores, carencia de investigación y desarrollo.

Causas: escasos conocimientos sobre las posibilidades comerciales que el sector caprino representa, en cierto aspecto es un mercado nuevo e incipiente, falta de inversión monetaria destinada al conocimiento técnico del producto.

Sugerencias: hacer relevamientos y estudios de marketing, conformar un grupo técnico destinado a mejorar las calidades productivas del animal propiamente dicho.

f) En las ventas.

Problemas: acceso a mercados, capacidad exportadora, problemas de marketing, packaging, personal de venta, falta de estrategias de ventas conjuntas con otras empresas asociatividad, etc.

Causas: escasos conocimientos de los temas antes mencionados.

Sugerencias: seguir aplicando programas como los que en estos momentos se están llevando a cabo.

g) En la infraestructura.

Problemas: comunicaciones y servicios.

Causas: falta de elaboración de canales de comunicación y sistemas, gran escasez de aporte tecnológico que nos permita contar con los servicios necesarios.

Sugerencias: elaborar modelos y sistemas de comunicación, desarrollar una fuerte inversión en lo que a servicios se refiere.

h) En las normativas y políticas nacionales y/o provinciales vinculada al sector.

Problemas: falta de información de las políticas disponibles, diseño de políticas adecuadas.

Causas: reciente surgimiento de las necesidades de regulación.

Sugerencias: rápido accionar legislativo en lo que al tema respecta.

Otorgue prioridad a los problemas anteriormente enunciados.

- | | | |
|--------------------|--|-----|
| <u>i.</u> | En la organización, gerenciamiento y gestión | --- |
| | 5- | |
| <u>ii.</u> | En el acceso al financiamiento y manejo financiero | -- |
| | 2-- | |
| <u>iii.</u> | En la provisión de insumos | -- |
| | 6-- | |
| <u>iv.</u> | En el proceso de producción | --- |
| | 3-- | |
| <u>v.</u> | En el desarrollo de nuevas tecnologías, programas. y serv. | |
| | ---8--- | |

<u>vi.</u>	En las ventas	---
	4--	
<u>vii.</u>	En la infraestructura	--
	1---	
<u>viii.</u>	En la normativa y política nacionales y/o provinciales	---
	7-	

V- TAREA 5: IDENTIFICAR LOS OBJETIVOS, SOLUCIONES Y RECOMENDACIONES DEL GRUPO DE PRODUCTORES. PREPARAR UN INFORME GENERAL, IDENTIFICANDO LOS PROBLEMAS Y RECOMENDACIONES.

Objetivos: El grupo de productores caprino pertenecientes a la Asociación Civil, Puesteros y Ganaderos de 25 de Mayo, presenta objetivos múltiples e interrelacionados entre sí.

El objetivo general que desean alcanzar y que representa la razón de ser de esta asociación, es mejorar la calidad de vida de los productores caprinos, a través de un incremento en sus ingresos y un mejoramiento de las condiciones socioeconómicas prevalecientes.

Los objetivos específicos que los productores desean alcanzar son:

Objetivo a largo plazo:

- 1) Titularización de la Tierra: ningún productor es dueño del espacio físico en donde realiza su empresa, este hecho hace que el productor sienta temor de realizar proyectos que en un futuro pueden llegar a quedar caducos. Esta sensación se materializa cuando el productor expresa que sucedería si un día el debe entregar la tierra en la que está trabajando, a donde irán a parar todos los esfuerzos e inversiones que se han realizado.

- 2) Ayudar y estimular la creación de un matadero y frigorífico: si bien se requieren montos de dinero de gran envergadura para poder llevar a cabo mencionada empresa. Es necesario realizar los estudios correspondientes al caso, dado que la existencia de un matadero y frigorífico a escala, nos permitiría participar en el mercado nacional e internacional con ventajas con las cuales hoy no contamos.

Objetivo a mediano plazo:

- 1) Mejoramiento de la infraestructura social y productiva: en informes pasados se menciona el hecho de que sin organización no hay mercado, y sin recursos menos.

Es por ello que los productores caprinos necesitan solucionar aspectos tales como la calidad del agua que ellos necesitan para mejorar sus niveles de productividad, dado que este recurso limita en forma preponderante los niveles de producción del animal tanto en la carne como en la leche.

Otro recurso a tener en cuenta es la alimentación; es uno de los factores que más incide en el costo de producción, siendo mayor en la medida que el sistema se intensifica; a mayor producción de leche o carne, mas altos son los requerimientos nutricionales.

Mejoramiento de la infraestructura social y productiva en temas tales como.

- Manejo: el manejo representa todas las acciones técnicas o de gestión técnica de un sistema de producción, ya sea el encaste, la parición, la ordeña, y la selección, en cada una de las cuales es necesario realizar acciones que permitan lograr los objetivos.
- Alimentación: en párrafo anterior fue especificada su funcionalidad.

- **Mejoramiento animal:** En un sistema de producción, el mejoramiento animal es básico para lograr incrementos productivos, sobre la base del potencial genético del animal. Este mejoramiento se obtiene por medio de selección y cruzamiento.

La selección es una actividad anual y constante en el tiempo, que consiste en la eliminación de aquellos animales de bajo rendimiento y la mantención de los animales de mejor comportamiento productivo.

En la eliminación también se considera a todos los animales que presentan anomalías (defectos físicos, animales secos, baja prolificidad, baja producción de leche) y problemas sanitarios (Mastitis, Linfadenitis infecciosa, Brucelosis).

El cruzamiento corresponde a la introducción de animales en el piño normalmente machos de mayor capacidad genética de producción. Es la forma de introducir y fijar caracteres deseables a la masa con el objeto de incrementar la producción.

Objetivo a corto plazo:

- 2) Lograr un mejor sistema de comercialización y mercadeo: El grupo, en cuanto a aspectos en temas de mercadeo y comercialización presenta falencias que se observan en la falta de conocimientos de canales de distribución, fijación de precios, políticas de ventas, promoción, identificación de plazas, logística, determinación de costos y todos aquellos tópicos que encuadren en la tarea comercial, la venta que más realizan los productores, son transacciones con los cabriteros que pasan y merodean la zona donde los productores crían sus animales, y con aquellos compradores ocasionales que pasan por la zona.

- 3) Lograr una imagen institucional: más allá de la identificación institucional que el grupo tiene como asociación civil que es. Es necesario generar una imagen institucional de carácter comercial, en definitiva una marca comercial como grupo.

Soluciones:

- 1) En lo que se refiere a la Titularización de la tierra: la solución consiste en instrumentar la ley N° 7039, sancionada por la Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan, a los veintiséis días del mes de julio del año dos mil.

La ley establece la creación del Programa de Arraigo de Puesteros en tierras no irrigadas de la Provincia de San Juan, cuyos objetivos serán los siguientes:

- Propender al acceso del puestero a la propiedad de la tierra, legitimar jurídicamente la posesión y la tenencia ejercida por los puesteros en tierras fiscales.
- Promover el saneamiento de títulos del puestero que jurídicamente puedan acreditar la posesión y la tenencia en tierras no fiscales, por la vía judicial pertinente.
- Procurar el reordenamiento parcelario de la tierra en unidades económicas de explotación agropecuaria.

- 2) En lo que se refiere al mejoramiento de la infraestructura social y productiva: en cuanto al agua; la posible solución consiste en lograr que los posos baldes sean unos metros más profundos (entre diez y quince metros mas), esto nos permitirá contar con un caudal de agua mas elevado, por lo tanto los animales tendrían el agua necesaria.

Soluciones como generar pozos de mayor profundidad, hoy no son viables, en primer termino, porque en la zona geográfica donde sé esta trabajando, no existen estudios respecto a sí los suelos guardan las características necesarias que me aseguren que a mayor profundidad encontraríamos

agua potable con el caudal necesario; en segundo termino, en el caso de ser necesaria la realización de perforaciones más profundas, de 370mts a 470mts aproximadamente, los costos monetarios son extremadamente elevados, a razón de seiscientos pesos por metro, lo que por ejemplo nos induce a tener una estimación de que una perforación de 370mts, tendría un costo aproximado de doscientos veintidós mil pesos.

El problema de la suplementación alimentaria, se puede llegar a solucionar, através de una compra en conjunto que los productores realicen.

En temas tales como el manejo, mejoramiento animal, etc., la mejor solución es la capacitación.

3) En lo que se refiere en ayudar y estimular la creación de un matadero y frigorífico: el ejemplo a seguir, es lo que ha realizado la Provincia de Mendoza en el departamento de Malargüe. El mismo hoy cuenta con un frigorífico matadero, destinado al sector caprino, está en condiciones de faenar de 3.000 a 3.300 cabritos por día, utilizando para ello 20 operarios.

La planta "por temporada (de junio a febrero) faena un promedio de 85 mil chivitos", aunque algunos años superó las 100 mil cabezas, está ampliando su estructura, lo cual le permitirá trozar las piezas y envasar al vacío o con atmósfera controlada para diversificar la oferta".

Esto, con la salvedad de que el nuestro debería ser a escala, teniendo en cuenta los niveles de productividad y la cantidad de cabezas de animales involucradas en el sector, es lo que deberíamos hacer.

4) En lo que se refiere a lograr un mejor sistema de comercialización y mercadeo: el grupo de productores caprinos de la Asociación Civil, Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo, solucionarían sus problemas, recibiendo capacitación con respecto a temas comerciales y de mercadeo, y también siguiendo el ejemplo de otros grupos de productores, sean o no, del mismo ramo.

5) En lo que se refiere a lograr una imagen institucional: la solución esta en mostrarles lo que es poseer una marca y la ventaja que la misma otorga, es por ello que hay que armar la marca, mostrarla, y de esa manera ir incentivando al grupo a enamorarse de un proyecto comercial.

Recomendaciones del grupo de productores (Priorizando los objetivos): Reglamentar la ley 7.093 en el menor tiempo posible lo que le brindaría al puestero mayor seguridad en los emprendimiento que realice.

En temas referentes a infraestructura, es necesaria la ayuda del gobierno para poder solucionar el problema del agua, no hay que olvidar, que los productores están dispuestos a aportar los tubos o caños que sean necesarios para ganar unos metros mas en los pozos baldes y de esa manera y como se dijo anteriormente, obtener un caudal de agua mas voluminoso.

Es fundamental la creación de un matadero- frigorífico, esto le daría al sector caprino mayor inserción en el mercado, aumentando calidad en el producto, mayor ventaja comparativa y mejor salida a los mercados nacionales e internacionales.

Poder tener conocimientos de técnicas de mercadeo y marketing, le otorgaría ventaja a los productores que se verían plasmada en la rentabilidad de su operación comercial, si además, todas estas operaciones las realizan en conjunto, el efecto multiplicador, tanto en la compra de insumos como en la venta de sus productos sería sustancialmente más rentables.

VI- Tarea 6: Elaborar el Plan de Negocios y Plan Operativo del Grupo.

Elaborar un plan de Negocios sustentable, que responda a la caracterización, objetivos y soluciones identificadas precedentes.

PLAN DE NEGOCIOS.

1. Nombre de la Organización: “Asociación Civil Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo”

2. Exposición del Objetivo: En informes precedentes se expuso que el objetivo general del grupo de productores caprinos pertenecientes a la asociación

civil "Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo", es mejorara la calidad de vida de los productores caprinos, a través de un incremento en sus ingresos y un mejoramiento de las condiciones socioeconómicas prevalecientes.

Los objetivos específicos a alcanzar en el largo, mediano y corto plazo son:

OBJETIVOS A LARGO PLAZO:

1) Titularización de la Tierra: ningún productor es dueño del espacio físico en donde realiza su empresa, este hecho hace que el productor sienta temor de realizar proyectos que en un futuro pueden llegar a quedar caducos. Esta sensación se materializa cuando el productor expresa que sucedería si un día el debe entregar la tierra en la que esta trabajando, a donde irán a parar todos los esfuerzos e inversiones que se han realizado.

2) Ayudar y estimular la creación de un matadero y frigorífico: si bien se requieren montos de dinero de gran envergadura para poder llevar a cabo mencionada empresa. Es necesario realizar los estudios correspondientes al caso, dado que la existencia de un matadero y frigorífico a escala, nos permitiría participar en el mercado nacional e internacional con ventajas con las cuales hoy no contamos.

Objetivo a mediano plazo:

1) Mejoramiento de la infraestructura social y productiva: en informes pasados se menciona el hecho de que sin organización no hay mercado, y sin recursos, menos.

Es por ello que los productores caprinos necesitan solucionar aspectos tales como la calidad del agua que ellos necesitan para mejorar sus niveles de productividad, dado que este recurso limita en forma preponderante los niveles de producción del animal tanto en la carne como en la leche.

Otro recurso a tener en cuenta es la alimentación; es uno de los factores que más incide en el costo de producción, siendo mayor en la medida que el sistema se intensifica; a mayor producción de leche o carne, mas altos son los requerimientos nutricionales.

Mejoramiento de la infraestructura social y productiva en temas tales como.

- Manejo: el manejo representa todas las acciones técnicas o de gestión técnica de un sistema de producción, ya sea el encaste, la parición, la ordeña, y la selección, en cada una de las cuales es necesario realizar acciones que permitan lograr los objetivos.
- Alimentación: en párrafo anterior fue especificada su funcionalidad.
- Mejoramiento animal: En un sistema de producción, el mejoramiento animal es básico para lograr incrementos productivos, sobre la base del potencial genético del animal. Este mejoramiento se obtiene por medio de selección y cruzamiento.

La selección es una actividad anual y constante en el tiempo, que consiste en la eliminación de aquellos animales de bajo rendimiento y la mantención de los animales de mejor comportamiento productivo.

En la eliminación también se considera a todos los animales que presentan anomalías (defectos físicos, animales secos, baja prolificidad, baja producción de leche) y problemas sanitarios (Mastitis, Linfadenitis infecciosa, Brucelosis).

El cruzamiento corresponde a la introducción de animales en el piño normalmente machos de mayor capacidad genética de producción. Es la forma de introducir y fijar caracteres deseables a la masa con el objeto de incrementar la producción.

Objetivo a corto plazo:

1) Lograr un mejor sistema de comercialización y mercadeo: El grupo, en cuanto a aspectos en temas de mercadeo y comercialización presenta falencias que se observan en la falta de conocimientos de canales de distribución, fijación de precios, políticas de ventas, promoción, identificación de plazas, logística, determinación de costos y todos aquellos tópicos que encuadren en la tarea comercial, la venta que más realizan los productores, son transacciones con los cabriteros que pasan y merodean la zona donde los productores crían sus animales, y con aquellos compradores ocasionales que pasan por la zona.

2) Lograr una imagen institucional: más allá de la identificación institucional que el grupo tiene como asociación civil que es. Es necesario generar una imagen institucional de carácter comercial, en definitiva una marca comercial como grupo.

3. El equipo: Héctor Hugo Moyano, Segundo Faustino Nievas, Héctor Enrique Talquenca, María Luisa Ribero, Paz Suárez, Antonio Castro, Domingo Nievas.

El equipo anteriormente expresado cuenta con la experiencia necesaria y suficiente para entender la realidad del sector caprino.

La Asociación Civil de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo. Personería jurídica N° 0930/01. Presidente Hugo Moyano.

Presenta en su constitución y forma de operar rasgos distintivos que permiten visualizar el potencial necesario para poder llevar a cabo el Proyecto, Programa Grupos Productivos. Producción Caprina.

Lo precedentemente expuesto queda de manifiesto en la actitud participativa y democrática que posee la Asociación Civil de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo, en adelante Asociación. El presidente de la misma ha sido elegido por voluntad y elección de los socios de la asociación desempeñándose en esta tarea desde hace ya dos años.

En el transcurso de este tiempo la asociación a marcado tendencias y voluntades que ayudan al sector caprino del departamento de 25 de Mayo, los productores, bajo la responsabilidad y conducción del señor Hugo Moyano han diligenciado acciones que van desde tramitar la tenencia de la tierra de los afectados a dicha producción hasta participar en programas (Programa de Cambio Rural INTA San Juan, Programa Social Agropecuario PSA), también tienen una activa participación en lo que respecta a cursos de capacitación (Curso de curtido y manejo de cueros, etc.).

La idoneidad necesaria que en este caso requiere el conductor del Proyecto y que recae sobre la embestidura del señor Hugo Moyano, es la adecuada, y no solo por lo expuesto con anterioridad, sino también, por el manejo y conocimiento acabado que tiene sobre los beneficios y potencialidades que el producto posee, en este caso el animal.

4. *Evaluar los escenarios de negocios:* El mercado caprino presenta una gama importante de oportunidades tanto el espacio interno (mercado domestico), como en el espacio externo (mercado internacional).

En el mercado interno, la Provincia de San Juan es un terreno con amplias posibilidades, dado que el producto todavía esta carente de una fuerte planificación estratégica que permita posicionar al mismo dentro de los productos de fuerte consumo interno.

Encontramos ejemplos de gran avance en el desarrollo del mercado caprino, en provincias como, Córdoba, Mendoza, Neuquén y Provincia de Buenos Aires. En las mismas existen avances en la comercialización de la carne del animal, su cuero y leche, colocando los productos y subproductos del mismo, tanto en el mercado interno como internacional.

Para lograr lo precedentemente expuesto, mencionadas provincias han aportado un gran apoyo (técnico, logístico y financiero) desde el ámbito gubernamental.

Si bien el grupo de productores caprinos de la "Asociación Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo" no presenta las características y/o requisitos necesarios para

afrentar todavía el mercado internacional, es bueno destacar que mencionado mercado brinda excelentes condiciones.

Datos a tener en cuenta: el comercio mundial mueve alrededor de 25000 toneladas de carne caprina, lo que aproximadamente son 60 millones de dólares. La oferta mundial de carne caprina se encuentra mas concentrada que la demanda, los países que se destacan son Australia que es el país que predomina en las exportaciones, seguido desde muy lejos por Francia y China.

Otros países exportadores son Nueva Zelanda y Etiopía, que en los últimos años han tendido a la baja, lo que nos brinda a nosotros una buena oportunidad en el marco de las exportaciones.

En lo que respecta a las importaciones, es bueno destacar que existe en la actualidad una mayor cantidad de países demandantes de carne caprina, entre ellos podemos mencionar a China, Estados Unidos, Italia, Portugal, Malasia, Canadá, Trinidad, Tobago y Corea del Sur.

Partiendo de la premisa de que sin organización no hay mercado, es decir que el mismo no esta normalizado económica y financieramente, carente de estándares y de estudios que nos permitan determinar con precisión el comportamiento de la oferta y la demanda en ítems como la carne. En este programa se ha dejado de lado sub. productos del animal como leche y el cuero, por razones de simplicidad en el análisis, y que además no afectan a la visión en sí.

Faltando una política activa de precios, ítems este que no va a ser resuelto mientras que el productor no pueda determinar con precisión aspectos tales, como cuanto cuesta alimentar un cabrito, o cuanto le cuesta producir cada kilo de carne caprina.

En lo que se refiere al aspecto comercial, es de suma importancia determinar qué tipo de calidad se va a ofrece, compatibilizarla con lo que quiere el comprador, y superar la posible diferencia entre ambas cosas, siendo esta una tarea a la que deben abocarse los productores, pero bajo el régimen de asociación para asegurar presencia constante en las góndolas de carnicerías y supermercados.

Si los ítems y variables antes expuestos, tuviesen plena vigencia en el mercado caprino del departamento de 25 de Mayo Provincia de San Juan, el impacto

regional sería de fácil determinación, las circunstancias hoy no nos permite contar con información concreta, no por ello debemos evitar la posibilidad de realizar un ejercicio mental que nos ayuden a formar escenarios posibles y futuros.

Partiendo del hecho de que en el departamento antes mencionado existen 100 pequeños productores caprinos, que la forma de trabajo es familiar, que entre todos suman una cantidad aproximada de 23.000 cabezas de animales, podríamos decir que la mano de obra aplicada en forma directa al sector llegaría a ser de 400 personas, trabajando siempre en función de la carne, sin agregar subproductos como la leche y el cuero por razones de simplificación en el análisis, y sin olvidar que la cabra criolla no es lechera por excelencia.

Si aumentáramos los niveles de productividad, y construyéramos un matadero-frigorífico a escala, tendríamos de 100 a 200 personas mas trabajando en el mercado caprino del departamento de 25 de Mayo.

Esto que hoy es una debilidad, con trabajo, planificación y estrategia, se puede revertir, logrando en la Provincia de San Juan un mercado caprino sustentable y rentable.

5. Análisis de las variables internas y externas. "F.O.D.A."

FODA

Fortalezas:

- Dinámica de grupo con actitudes positivas hacia trabajos en grupos y voluntad para mejorar la situación actual.
- Incorporación (**lenta**) de pautas de manejo reproductivo, nutricional y sanitario.

Oportunidades:

- Mayor apertura de mercados.

- Posibilidad de aprovechar alternativas de negocio tanto en el mercado interno como externo.
- Alternativa válida para desarrollar en superficies reducidas.
- Oportunidad de instalar en forma definitiva un sector productivo, al cual desde hace años se le adjudica un potencial sumamente importante que nunca llega a concretarse

Debilidades:

- Falta de contacto directo entre sector productor e industrial.
- Necesidad urgente de lograr una situación de respaldo entre ambos sectores.
- Desconocimiento sobre las condiciones actuales de cada sector e intenciones futuras.
- Falta de inversiones en difusión de la actividad y productos, y desarrollo de mercados.
- Poca o nula interacción entre regiones productoras.
- Falta incremento en la calidad genética de los animales.

Amenazas:

- Excesiva oscilación de la demanda de carne y leche.
- Necesidad de mayores inversiones vinculadas con la producción primaria y la industria.
- Incertidumbre frente a la situación de mercado y sistema económico a corto y mediano plazo.
- Ingreso al mercado interno de productos importados y competencia con los mismos.

6. Detectar las ventajas competitivas y los factores clave de éxito.

Hoy el mercado caprino de la Provincia de San Juan presenta excelentes condiciones para participar en mercado caprino nacional, el producto esta presente en las cantidades necesarias, el nokhow necesario para afrontar la empresa de la carne caprina existe, el mercado no esta monopolizado, los animales presentan excelentes condiciones para ser comercializados.

Los subproductos como la leche y el cuero no deben dejarse de lado a la hora de realizar la explotación del mercado, los mismos presentan amplias posibilidades de rentabilidad y no están siendo debidamente explotados.

Los factores a tener en cuenta para que la empresa tenga éxito son:

- Infraestructura y tecnología.
- Información del mercado oportuna y precisa.
- Excelente manejo nutricional de los animales.
- Existencia de líneas blandas de créditos.

7. Análisis de las variables de la mezcla comercial.

Producto: el producto guarda características especiales que nos permite mostrar sus amplias cualidades, por ejemplo:

- La carne caprina posee menos colesterol y menos ácido úrico que la carne vacuna.
- El rendimiento de faena del animal es aproximadamente del 50%.
- El producto posee cero desperdicio, dado que del mismo se puede utilizar desde la carne, pasando por el cuero, la leche, las pezuñas del animal, el pelo, etc.

Plaza: el mercado caprino posee en la actualidad un amplio espacio nacional e internacional para su desarrollo. En el mercado interno todavía esta todo por

hacerse, sin olvidar de que existen proyectos aislados de gran envergadura en el país.

Promoción: en este aspecto hay que poner una fuerte atención, se debe desarrollar un plan estratégico de marketing, que nos permita posicionar el producto a lo largo del tiempo.

La promoción necesita de una fuerza conjunta de recursos del marketing, no debiendo ser utilizados aisladamente.

Precio: el precio es un factor de difícil determinación en el mercado caprino, dado que la oferta y la demanda son de carácter fluctuante.

De toda manera, no es imposible determinar una política activa de precios, dentro de la variada información formal e informal que existe respecto a este tema, podemos determinar precios aproximados.

B. PLAN OPERATIVO.

Los pasos que se seguirán, para cumplimentar los objetivos antes expresados se llevaran a cabo siguiendo las siguientes pautas:

1. **Los objetivos a largo plazo**, "Titularización de la Tierra y Estimular la creación de un matadero y frigorífico". Para cumplir con ambos objetivos se realizarán todas las tareas que ambos cometidos requieran.

El primero, (Titularización de la Tierra), se trabajara para que la ley 7039, que tiene como objetivo el arraigo del Puestero en tierras no irrigadas de la Provincia de San Juan, tenga su respectiva reglamentación.

El segundo, (Estimular la creación de un matadero y frigorífico), en primer termino se realizaran todos los estudios prefactibilidad y factibilidad que sean necesarios para justificar la construcción de ambos establecimientos, en segundo termino se buscaran las fuentes o líneas de financiamiento que sean necesarias para lograr la meta deseada.

Dentro de los objetivos a largo plazo, se tendrá en cuenta la implementación y certificación de normas de calidad, se identificaran las normas exigidas por el mercado objetivo, búsqueda de líneas de créditos que financien y certifiquen

las normas, selección de consultores para la implementación de las normas, selección de empresas certificadoras de normas.

2. El objetivo a mediano plazo, “Mejoramiento de la infraestructura social y productiva”, con respecto a los temas del agua y luz, para alcanzar los mismos se presentaran proyectos y/o programas en todas las instituciones que sean necesarias para alcanzar los medios que sean necesarios con el fin ultimo de cumplimentar todos los requisitos que nos ayudaran a tener una infraestructura lógica y consecuente con la empresa y/o emprendimiento.

3. Los objetivos a corto plazo, “Lograr un mejor sistema de comercialización y mercadeo y Lograr una imagen institucional”.

El primero, (Lograr un mejor sistema de comercialización y mercadeo), este objetivo es lograr, en primer termino, realizando cursos de capacitación que permitan entregarle al productor un mayor conocimiento de herramientas comerciales, además, se realizaran todas las operaciones que sean necesarias para que el productor tenga un contacto directo con sus potenciales clientes.

EL segundo. (Lograr una imagen institucional), para lograr este objetivo se realizaran todas las tareas que sean necesarias a fin de que el grupo posea todos los recursos de promoción que más sean posibles, folletería, tríptico, pagina Web, creación de presentación institucional en power point, participación en ferias nacionales e internacionales, etc.

Dentro de los objetivos a corto plazo, tendremos en cuenta la **búsqueda de clientes potenciales**, sin olvidar que ya ha habido contactos con algunos de estos posibles clientes, se apuntara para la conclusión de este objetivo, al relevamiento e identificación de mercados, búsqueda de agentes o representantes comerciales, acceder a listados de importadores, identificar ferias y rondas de negocios, solicitar estudios de mercado, etc.

También dentro de los objetivos a corto plazo, se buscara **desarrollar gama de proveedores**, estableciendo una jerarquización de insumos

prioritarios que el grupo necesita en sus diferentes etapas, realizando compras en conjuntos de los mismos.

VII- Tarea 7: Asesoramiento por Grupo de productores en el periodo de implantación. Informe de Resultados.

En el primer periodo de implantación del programa:

1. El grupo, pudo conformarse através de un acta compromiso.
2. Realizo los primeros contactos con posibles compradores de la ciudad de San Juan.
3. Abrió su espectro comercial intentando comercializar no solo la carne caprina y la leche, sino también el cuero.
4. Soluciono un problema de logística que les impedía reunirse, al poder contar con un micro que los puede agrupar sin mayores problemas.
5. Realizo sus primeras incursiones en lo que respecta a aspectos de mercadotecnia, intentando armar una estructura de costo que hasta hoy resulta difícil.

Como corolario de lo que se acaba de expresar, se puede intuir que el grupo presenta rasgos positivos frente al programa Grupos Productivos.

VIII- Tarea 8: Desarrollo de Imagen.

El grupo de productores caprinos pertenecientes a la Asociación Civil "Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo", personería jurídica 0930/01, en plena actividad y desarrollo del plan de trabajo propuesto para esta segunda etapa por el Programa, Grupos Productivos de La Provincia de San Juan, ya a desarrollado su primer instrumento de promoción, el cual se basa en un la elaboración de un tríptico.

Mencionada herramienta de promoción, tiene como objetivo:

- Poner en evidencia, la existencia de La Asociación como grupo de productores caprinos del departamento de 25 de Mayo de la Provincia de San Juan.
- Expresar el objetivo de la Asociación.

- Comentar en forma detallada el manejo y asistencia que el productor realiza sobre el producto, en este caso el animal propiamente dicho.
- Resaltar las ventajas comparativas y competitivas que el chivo de la zona presenta.

El desarrollo de este tríptico nos llevo a realizar un pequeño logotipo que en el presente se encuentra en análisis para su aceptación definitiva.

Es importante destacar que para la consecución del tríptico se aunaron las voluntades de otros dos programas que en el presente se encuentran trabajando con la asociación, estos son: Programa Social Agropecuario (PSA), Programa de Minifundio (INTA).

Esta sinergia entre los programas: Grupos Productivos, PSA, e INTA, ha resultado de vital importancia a la hora de diagramar estrategias conjuntas que nos permitan ir posicionando este producto en el mercado interno.

También es importante destacar que la prensa de la Provincia de San Juan a tomado conocimiento de la existencia de la Asociación, cumplimentando así, estrategias de promoción que incentivan al consumidor en general a conocer las virtudes del producto.

Se esta analizando la posibilidad de elaborar la presentación institucional en Power Point, la cual nos permitiría presentar la realidad del sector en forma concreta y sucinta, en diferentes conferencias y/o charlas.

Atraves de estas estrategias, y otras que a lo largo de la ejecución de esta segunda etapa el programa ira implementando, llegaremos a posicionar el producto en el mercado y en la estructura de gustos del consumido.

IX- Tarea 9: Relevamiento de ferias.

En lo que respecta al tema.

Lo primero que podemos expresar, es que el grupo de productores caprinos, trabajando con el programa, ya ha podido realizar su primera visita a un sector caprino de relevante importancia, en condición de misión exploratoria.

La misma consistió en conocer la realidad del mercado caprino del Departamento de Malargüe, ubicado en la Provincia de Mendoza.

Los productores pudieron asistir, comprobar e intercambiar conocimientos y opiniones respecto de la realidad del sector caprino.

La visita al departamento de Malargüe tuvo connotaciones sociales, políticas y económicas, que ayudaron a nuestros productores a reafirmar ideas ya concebidas por los mismos, como así también, descubrir métodos y pensamientos que reforzaran el que hacer del sector caprino en la Provincia de San Juan.

Dentro de todas las virtudes que el viaje aportó, tomo una fuerte relevancia, la idea de concebir al mercado caprino dentro de un plan estratégico, que nos permita ver al sector en su totalidad, analizando sus debilidades y fortalezas, para luego trabajar en ellas y de esta manera posicionarnos en el mercado como eslabón de una cadena de valor sustentable y sostenible.

De esta visita se extrajeron las siguientes conclusiones y deseos a los cuales nuestros productores podrían llegar:

- Ver al mercado caprino como sector productivo factible y rentable, disparador de economías alternativas, que van desde el aprovechamiento de los subproductos que el animal otorga, hasta la explotación y/o inversión turística.
- Concebir al productor caprino, ya no dentro de una economía de subsistencia, sino como economía sustentable, que le brinde el productor una nueva calidad de vida.
- Enmarcar al sector caprino dentro de un plan estratégico provincial.
- Concebir al sector caprino como factor de aglutinación, que nos permita impedir la desertificación del campo, sobre todo si este es árido o semiárido.

En definitiva esta visita fue de vital importancia, ya que nos fortaleció como grupo y nos permitió comprobar que las utopías de hoy son las realidades del mañana.

En el presente estamos incursionando en el relevamiento de ferias que se adecuen a nuestro mercado y necesidades, con el objetivo de hacer eficiente el accionar de nuestro desenvolvimiento.

Debido a la precariedad y falta de experiencia de nuestros productores, es de vital importancia analizar detalladamente la asistencia a una feria, para que la misma resulte positiva y no un dolor de cabeza.

Es por ello que se ha pensado que sería mejor visitar ferias, en el comienzo, con la característica de visita exploratoria, para luego, diagramar planes que nos permitan disfrutar a pleno las ventajas comerciales que el maravilloso mundo de las ferias nos ofrece.

En la actualidad sé esta analizando la posibilidad de asistir a la Expo Rural de Palermo 2005, asistiendo los días en el que el mercado caprino adquiere relevancia.

Es de vital importancia para el grupo comenzar a tomar mas contacto con la realidad comercial del sector, hecho este que nos ayudara a pensar y repensar el negocio desde otras ópticas.

X- Tarea 10: Asistencia compra de Insumos.

“La Asociación Civil Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo”, desde su creación hasta la actualidad no ha realizado y/o ejercitado ninguna forma o estrategia de compra de insumo en forma conjunta.

El Programa Grupo Productivo, dentro del desarrollo de su cronograma de tareas para esta segunda etapa, ha propuesto a todos los grupos la estrategia de realizar una compra de insumos prioritarios en forma conjunta, con el objetivo de conseguir mejor calidad y precio.

Los productores, han expuesto una lista de bienes de cambio necesarios para llevar a cabo el desarrollo de su principal tarea, que es la cría y venta de chivo.

Es importante aclarar, que en esta lista, no se especifican cantidades, debido a que todavía el grupo no se ha puesto de acuerdo en el volumen de insumos que necesitan.

Lista de Insumos Prioritarios:

- Forrajeras o fardos de pastos. Utilizados para la alimentación de los animales que el productor tiene en su puesto.
- Rollos de alambre, palos y de mas bienes que se utilizan para el cuidado y realización de corrales.
- Semillas destinadas a la elaboración de huertas.
- Alimentos no perecederos, tales como yerba, azúcar, arroz, fideos, etc.

XI- Tarea 11: Conformación de Oferta.

Para la conformación de la oferta, es necesario contar con datos estadísticos, que en la actualidad, algunos existen y otros están desactualizados.

Si bien el Programa Grupos Productivos, tiene en cuenta para esta segunda etapa la realización de un estudio de mercado que nos permitirá conocer con más profundidad la realidad del mercado caprino desde todos los tópicos posibles, es verdad, también, que se pueden realizar cálculos estimativos.

Parámetros para la conformación de la oferta:

Teniendo en cuenta que la Asociación cuenta con 53 socios y que los mismo poseen una media de 150 animales en pie, cada uno. Esto nos da un total de 7950 animales.

Tomando como referencia los siguientes datos:

- Particiones esperadas: 1 por año.
- El porcentaje de fertilidad es del 86%.
- Numero de cría por parición: 1.
- Mortandad: 6% anual.
- Porcentaje macho/hembra 50%.

De los datos precedentemente expuesto se desprende, que la oferta anual, de la asociación puede ser de 3213 chivatos.

XII- Tarea 12: Taller Sobre exportación.

El Programa Grupo Productivos, gracias al aporte preponderante e invaluable del Consejo Federal de Inversiones (CFI), realizo un taller de capacitación para los coordinadores, pertenecientes a mencionado programa.

El taller fue dictado y coordinado por el Contador Publico Nacional Fratalochi.

Los temas tratados fueron:

1) La oferta o Cotización de Exportación.

- Disposiciones internacionales.
- Criterios de análisis.
- Forma y oportunidad.
- Mercadería a ofertar.
- Condiciones de venta.

- Plazo de entrega.
- Normas de origen.
- Precio.
- Forma de pago.
- Vencimiento.
- Financiación.
- Otras consideraciones.

2) El precio:

- Consideraciones especiales.
- La situación económica mundial. La política económica nacional. La empresa.
- Historia del Precio de exportación.
- Información específica y complementaria.
- Disposiciones legales aplicables. El código Aduanero.
- El Valor Imponible, el Precio FOB y los Incoterms 2000.
- Hacia una planilla de cálculo.
- Obtención del Precio FOB según la legislación aduanera vigente.
- Análisis de situaciones especiales: decreto 1011 y 1012/91; Decreto 571/96; decreto 1330/ 04; I.G. 01/ 04 DGA.
- Presentación y resolución de casos prácticos.

XIII-Tarea 13: Implementación de Calidad.

Existe, plena conciencia, por parte de los productores, con respecto a la mejora continua en la calidad del producto con el que se esta trabajando, (caprinos en general).

Es por ello, que programas como, el Programa Social Agropecuario, e instituciones como el INTA, elaboran un proyecto de extrema importancia,

abocado a relevar y sanear cualquier aspecto que pueda perjudicar al producto.

Aquí cabe destacar, que el Programa Grupos Productivos de la Provincia de San Juan, apoya de manera incondicional todo proyecto que tenga como fin mejorar la calidad del producto, como así también la calidad de vida de los productores caprinos.

XIV-Tarea 14: Ratificación.

La asociación Civil; Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo, personería jurídica N° 0930/01, ratifica su plena intención de continuar trabajando en forma conjunta con el programa Grupos Productivos, en toda la siguiente etapa.

El señor presidente de mencionada institución junto a toda la comisión directiva dan pleno consentimiento para continuar con el desarrollo del programa al señor coordinador Licenciado Cristian Daniel Ruarte.

Grupo de productores:

Señor Hugo Moyano D.N.I. 11.731212; Señor Segundo Faustino Nievas D.N.I. 6.856.892; Señor Hector Enrique Talquenca D.N.I. 14.383.275; Señora María Luisa Rivero D.N.I. 13.585.216; el señor Paz Suarez D.N.I. 3.906.212; el señor Antonio Castro D.N.I. 13.917.483 y el señor Domingo Nievas D.N.I. 6.902.186.

XV –Tarea15 : Plan de Acción, para el desarrollo de la tercer etapa.

PLAN DE ACCION

PRIMEROS SEIS MESES

SEGUNDOS SEIS MESES

1. Elaboración de un Banco de Datos.
2. Relevamiento de planes sociales.
3. Elaboración de estudio de mercado.
4. Elaboración de estrategia comercial.
5. Mejoramiento de la estructura productiva.
6. Talleres y trabajos grupales.
7. Asistencia a ferias nacionales e internacionales.

1. Elaboración de un Banco de Datos.

<ul style="list-style-type: none"> • Relevamiento de la estructura y núcleo familiar de cada socio de la agrupación. • Ubicación geográfica de cada productor.
2. Relevamiento de planes socio productivo.
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de cinco planes socioproductivo, que más se adecuen a las necesidades y realidades de los productores caprinos. • Definición del plan socioproductivo, que va ser aplicado y desarrollado.
3. Elaboración de estudio de mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Definir mercado objetivo.
4. Elaboración de estrategia comercial.
<ul style="list-style-type: none"> • Definir un sistema de comercialización y mercadeo. • Definir canales de distribución, políticas de ventas y promoción. • Identificar de plazas. • Definir una operación concreta de venta.
5. Mejoramiento de la estructura productiva.
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer compras en conjunto. • Seguir tramitando el acceso a la energía.
6. Talleres y trabajos grupales (capacitación).
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los aspectos, en los cuales el productor debe ser capacitado. • Realización de un taller de capacitación abocado a conocimientos de estrategias de ventas.
7. Asistencia a ferias nacionales e internacionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Relevamiento de ferias. • Definir la asistencia a alguna de las ferias relevadas, y en el carácter de misión exploratoria.

Periodo (Mes)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Tareas												
1 Elaboración Banco de Datos	■											
2 Relevamientos de planes sociales		■	■	■								
3 Elaboración de estudio de mercado		■	■	■	■	■						
4 Elaboración de Estrategia comercial						■	■	■				
5 Mejoramiento de estructura productiva								■	■	■		
6 Talleres de trabajos grupales										■	■	■
7 Asistencia ferias nacionales e internacionales										■	■	■

XVI- Tarea 16: ELABORACION DE UN BANCO DE DATOS.

En el presente, la Asociación Civil, "Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo", se encuentra realizando un relevamiento que la permitirá acceder a información de la zona en donde la misma se halla ubicada.

Dicho relevamiento posee la característica de contener información calificada y privada.

Es importante aclarar que el productor caprino, es un sujeto reticente a entregar información y más, cuando esta se encuentra relacionada a los niveles de producción, ingresos u/o otra característica.

El relevamiento consiste en determinar lo más precisamente posible, la ubicación del puesto, en lo que se refiere a latitud, longitud y metros sobre el nivel del mar (msn).

También tiene como finalidad, determinar la cantidad promedio de animales que cada productor posee, características del espacio físico y su ingreso promedio.

En el presente solo se encuentran relevados 35 productores, es decir que estos son 35 puestos. Lo que significa un gran despliegue, debido a que hay que visitar puesto por puesto, sorteando las vicisitudes climáticas que a la fecha se presentan. Como por ejemplo el calor (40° promedio) y las fuertes lluvias.

Es importante aclarar que el trabajo presenta un leve retraso debido a que en este momento del año, los productores están asistiendo a la primera parición, con la que han hecho frente a la demanda de Navidad y año nuevo.

En lo que se refiere a información del sector caprino, y más precisamente encuestas, es importante destacar que existe mucha información dispersa, lo que nos hace pensar en un gasto de energía y recursos innecesarios.

Sería bueno que todas las instituciones que estén insertas trabajando en el sector cruzaran sus bases de datos, y así poder llegar o obtener una información más completa y fidedigna de la situación en sí.

La provincia y los productores necesitan de un plan estratégico caprino, pero para el mismo, también necesitan una información oportuna y acabada, de la coyuntura del sector, en los diferentes departamentos caprinos de San Juan.

XVII- Tarea 17: RELEVAMIENTOS DE PLANES SOCIALES

Es difícil encontrar un plan social que se adapte a la realidad del sector.

Este se dice, debido a que el mismo se encuentra alejado de los centros que manejan dicha información.

Para que un plan social funcione en la zona, es necesario que el mismo sea de fácil acceso y de fácil elaboración. Esto es por que cuando un plan es de complicada elaboración, el mismo esta destinado al fracaso tanto de su elaboración, como de su consecución.

La población a donde llegan estos planes, posee un alto grado de analfabetismo, son muy pocos los puesteros o productores que han terminado la primaria, esto impide el correcto llenado de las planillas que los planes sociales requieren, es por ello que los planes sociales deben prestar mas atención a la población donde van dirigidos.

EL productor caprino, necesita subsidiar su estructura de producción y su estructura social.

Es por ello que en el presente la Asociación, "Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo", se encuentra analizando la posibilidad de acceder a un subsidio, que se encuentra inserto en el Plan Social Agropecuario.

El mismo intenta mejorar la estructura física y social del productor.

Los planes manos a la obra como otros planes insertos en el medio, no han presentado una buena llegada y mucho menos una buena consecución.

En el presente seguimos buscando y analizando que plan social puede llegar a encajar con las extensas necesidades del sector.

Ha habido contactos con instituciones del extranjero como GTZ Alemania, pero no hemos podido llevar nada a cabo debido a que la misma ha decidido erradicarse del país.

Vamos a seguir adelante, intentando encontrar planes a nuestra medida y necesidad, y de esta manera disminuir el riesgo social que corremos.

XVIII-TAREAS 18: DESARROLLO DE MERCADO, CONSUMO DE CHIVO EN SAN JUAN.

A) GENERALIDADES.

El consumo de carne de chivo, en su mayoría de la raza Criolla, en la Provincia de San Juan, se encuentra enmarcado respecto de dos variables que lo caracterizan:

- Época.
- Forma de distribución.

Época

La época se encuentra sujeta a su vez de dos realidades del mercado local:

La primera tiene que ver con la fecha de parición de los hatos distribuidos en los 6 valles que conforman la realidad geográfica de la Provincia de San Juan, variando su fecha en función de su ubicación incluso dentro de los mismos y con una fuerte influencia del clima y las estaciones del año.

Así puede señalarse que la temporada fuerte de aprovisionamiento del chivo coincide con la iniciación del otoño y la llegada de los primeros fríos de desde Abril hasta finales de Julio inclusive.

Existen productores caprinos que programan las pariciones de sus cabras de manera que las mismas coincidan con los meses de mayor demanda de estos productos, es decir, Noviembre, Diciembre y Enero.

Durante todo el año, se recibe aprovisionamiento desde el centro de la pampa húmeda argentina, acompañando el aprovisionamiento de ganado menor, porcino, ovino y conejos.

El mismo se incrementa en volumen en los meses de ausencia de pariciones de los hatos sanjuaninos.

Para solucionar el tema de la continuidad, los comercializadores han recurrido al congelado del animal, lo que les permite contar con oferta estable todo el año.

Forma de distribución

De acuerdo al perfil de mercado realizado, la forma de distribución de los mismos es, en su gran mayoría, por intermedio de tiendas especializadas en la venta de carnes y chacinados de cerdo, corderos, productos para parrilladas, etc.

Al efecto de alcanzar una primera aproximación a la realidad del consumo de chivos en la plaza local, se entrevistó a propietarios y/o responsables de los locales más importantes en el ramo, a saber: La casa del Chacinado, Palones, papotti, Hipermercados Libertad y Supermercados Veá.

Cabe aclarar que dichas tiendas especializadas en estos rubros son abastecidas por acopiadores; entendiéndose por tales a las personas que recorren los puestos comprando los cabritos y que son trasladados a la capital de San Juan para su faena. El costo de esta última (\$3.5 por cabeza) sumado al costo de la guía de traslado (\$1.5 por cabeza) son asumidos por la casa de venta.

Este perfil indica que estas tiendas concentran sus ventas en un 70% a los restaurantes, parrilladas locales y casas de comidas para llevar, correspondiendo el restante 30% a la venta a consumidores particulares.

En cuanto al Hipermercado Libertad, el mismo comercializa entre 8 y 10 chivos semanales provistos desde granjas de Córdoba, acompañando a los restantes productos y subproductos de ganado menor. Por su parte la cadena de Supermercados Super Veá no comercializa este producto.

B) PRODUCTO – PRECIO

La carne de cabrito se comercializa en nuestra provincia acompañando al cerdo, el cordero y el conejo, realizada por las casas especializadas en la producción y venta de toda la línea de chacinados, tal como lo señaláramos en párrafos anteriores.

El cabrito es ofrecido como pieza entera listo para ser asado. Generalmente el animal faenado listo para el consumo oscila alrededor de 5.5 Kg. a 6 Kg. de peso promedio.

En la mayoría de los casos el consumidor prefiere el animal recién faenado y en muy contadas ocasiones adquiere el animal asado para lo cual paga un sobreprecio por el servicio de cocina.

Cabe señalar que en general la carne de cabrito no es un producto de consumo diario, sino en ocasiones especiales tales como: aniversarios, fiestas particulares, fiestas de fin de año, etc.

Por el contrario en el caso de los restaurantes la oferta es regular durante todo el año incrementándose para las fiestas navideñas, En los mismo el animal es ofrecido solo, o acompañando la parrillada.

Esta modalidad concentra el 70% de las ventas de la plaza local, respecto del cabrito y su creciente incremento en ventas señala a esta alternativa de comercialización de la carne caprina como la más aconsejable integrando al productor directamente a la casa de comidas. Respecto de las casas de comidas rápidas, en su mayor parte no estilan ofrecer este producto y solo realizan ventas por encargo.

Por su parte solo Hipermercados Libertad y Papotti, posee un a oferta regular durante todo el año registrando ventas de entre 8 y 10 chivos semanales de un peso mayor a (8 a 10 Kgs.) a los registrados en las tiendas especializadas. En este caso se trata de ventas de animales congelados y puede adquirirse además en sus casas de comidas para llevar. Por su parte la cadena de Supermercados Super Vea, los comercializa solamente durante las fiestas navideñas por lo que su oferta no es regular, solo ocasional y muy difícil de cuantificar.

El precio de venta oscila entre los \$9 y \$11 el Kg. del chivo faenado, dependiendo fundamentalmente de la época del año con un techo durante las fiestas navideñas.

C) VENTAS DE CHIVOS EN EL GRAN SAN JUAN

PUNTO DE VENTA	VENTA SEMANAL	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL	PORCENTAJE %
La Casa del				

Chacinado	6	24	288	10
Palones	15	60	720	25
Papotti	30	120	1440	50
Hiper Libertad	9	36	432	15
TOTAL	60	240	2.880	100

Del análisis del cuadro anterior se desprende como resultado de la encuesta un consumo cercano en el gran San Juan cercano a los 3.000 chivos anuales, de los cuales el 85% se comercializa a través de las tiendas especializadas y solo el 15% de las ventas queda en manos del Hipermercado Libertad.

Por su parte la firma Papotti es líder en ventas de carnes de chivos concentrando el 50% de las colocaciones totales detectadas.

D) Consumo de chivo en el país

El consumo de chivo en el ámbito nacional sigue los siguientes lineamientos que condicionan su comportamiento:

1. La cadena de distribución sigue en un 80% el siguiente esquema: criador – acopiador – frigorífico / tienda especializada – restaurantes.
2. El restante 20% se distribuye en tiendas especializadas como ventas en mostrador y cadenas de hiper y supermercados.
3. Su consumo carece de un mix de marketing adecuado y solo algunas parrilladas de Capital Federal y Gran Buenos Aires realizan promoción en sus avisos publicitarios, fundamentalmente en medios gráficos y eventualmente en revistas especializadas.
4. El consumo se eleva hacia las fiestas de fin de año y decae en invierno.
5. El 60% del consumo se realiza entre los meses de Noviembre, Diciembre y Enero.
6. En promedio, un 30% del consumo se concentra durante el mes de Diciembre. En importancia de consumo le siguen los meses de noviembre y enero, ambos con un consumo promedio del 10%.
7. Existe demanda insatisfecha como resultado de la desorganización en la oferta.

E) SITUACION NACIONAL

En las zonas del país que más difusión tiene la actividad caprina, la misma esta incorporada, como lo planteamos anteriormente a una gran población del sector rural que sin duda alguna a su vez es la de más bajos ingresos.

La cabra traída por los conquistadores españoles en su desembarco se multiplico por mas de 500 años, sin prácticamente ninguna mejora importante. Solamente durante la presidencia de Sarmiento se incorporaron animales mejorados a los hatos existentes. Por lo tanto esa selección natural dio una gran rusticidad a nuestros animales "criollos", acompañada por sus características de especie muy resistentes a las enfermedades, tolerancia y adecuación a temperaturas extremas y la posibilidad de obtener dos pariciones al año, en buenas condiciones de alimentación.

En los últimos años se han incorporado lotes de animales de Nueva Zelanda y de Australia, de alta producción genética para leche, carne y pelo. Pero todas las características enunciadas a las facilidades de crianza de las cabras no ha hecho multiplicar la especie caprina en los últimos años, sino por le contrario, desde el ultimo censo agropecuario de 1988 que acredito 3.7 millones de animales hasta el ultimo informe de INDEC del año 1996 disminuyo la población caprina en alrededor de 340 mil cabezas de acuerdo a los datos proporcionados por la SAGPyA.

Hoy la eficiencia general ha mostrado una leve mejoría, pero sigue siendo baja y se maneja como una economía de subsistencia. Le proporciona a las familias leche, carne y en algunas zonas, con las razas correspondientes, el famoso pelo de cabra. El cabrito es la principal producción de carne, tanto para su dieta como para su venta. Pero como para su venta, los productores recién se están empezando a organizar, los compradores que si lo están, en la época de zafra, previo acuerdo pagan estos productos a precios muy bajos, cuando no reciben a cambio otros insumos que complementen su dieta familiar. El mercado nos indica que de este precio ínfimo, y hasta la llegada del cabrito al consumidor final el precio del mismo sube notablemente.

F) SITUACION PROVINCIAL

Veremos desde el año 1.988; 93; 94; 95. También el año 2.002.

Si analizamos puntualmente la provincia de San Juan, la población caprina, es la actividad ganadera principal de la provincia. El número de animales en el censo de 1.988 era de 82.571 animales y los últimos datos de la SAGPyA hablan de 58.700 cabezas, en el año 1.996, con una declinación persistente según los números que a continuación detallamos.

CNA 1.988	ENA '93	ENA '94	ENA '95
82.571	67.701	63.400	60.723

TIPO	ENA 1996	ENA 1997	ENA 1999
Cabritos/as.	14.300	20.600	18.657
Cabrillas	6.100	8.600	9.161
Cabras	34.700	43.400	43.936
Capones y castrones	700	500	11.103
Chivatos	2.900	3.600	3.646
Sin discriminar	-----	-----	2.087
TOTAL	58.700	82.200	78.590

Al igual que la realidad nacional, San Juan no fue ajena a la disminución de la población caprina en las zonas rurales. El número de animales en el censo de 1.988 era de 82.571, mientras el mismo censo en 1.996, fue de 58.700 cabezas. Por lo tanto, en 8 años se produjo una disminución de casi 24.000 cabezas en el stock caprino, que representó alrededor del 30% de la principal actividad ganadera de nuestra provincia. Sin embargo, el censo nacional agropecuario del año 2002, muestra como dato provisorio que la existencia de ganado caprino en la Provincia de San Juan es de 74.036 animales.

XIX- TAREA 19: ELABORACION DE ESTRATEGIA COMERCIAL

RECOMENDACION

Venta a Consumidor Final:

A lo largo del programa la venta a consumidor final ha ido desarrollándose con altos niveles de aceptación, es por eso que en el desarrollo de la estrategia comercial, mencionada táctica seguirá aplicándose.

Venta a frigorífico: en el presente los frigoríficos de San Juan, están altamente distanciados de los sectores caprinos de la provincia, es entonces de vital importancia, acercar el sector caprino a los mercados conformados por los frigoríficos.

Venta a Carnicerías: las carnicerías necesitan en la actualidad cantidad y por sobretodas las cosas, continuidad, es por ello que también es de vital importancia no olvidar este segmento.

Venta a restaurantes especializados: los restaurantes especializados necesitan la presencia de pequeños volúmenes de animales, pero estos deben guardar tres requisitos indispensables, validos para lo precedentemente expuesto.

Estos tres requisitos son; **CONTINUIDAD, CALIDAD Y PRECIO.**

1. VISION A LARGO PLAZO

- Mencionada estrategia esta orientada a lograr que los productores caprinos amplíen su cadena de comercialización.
- Acorten las distancias existentes entre el sector productor e industrial.
- Aumenten sus volúmenes de venta.
- Lograr mas presencia en las góndolas y en la mente de los consumidores.

OBJETIVO

El objetivo de la estrategia comercial, es:

- Aumentar volúmenes de venta.
- Posicionar el producto paulatinamente.

- Presentar al sector caprino como un sector, estructurado, rentable y con muchas alternativas para la realización de negocios nacionales e internacionales.

SITUACION ACTUAL

- En el presente los productores caprinos, no logran colocar en tiempo y forma su producto en el mercado.
- La cadena de comercialización es: Productor – Chivatero o Recolector – Industria.
- El sector caprino no es formador de precio.
- Presenta graves problemas de estructura y logística.

OPCIONES DISPONIBLES

Las opciones que hoy están disponibles, son.

- Seguir trabajando mancomunadamente con los diferentes organismos que ayudan a la asociación “Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo”.
- Concretar en forma paulatina las estrategias comerciales antes mencionadas.
- Continuar construyendo vínculos con los sectores que se encuentran relacionado con el mercado caprino.
- Formar parte de todos los programas y proyectos que brinden créditos o subsidios, que le permitan al sector formar una estructura sólida y organizada en lo que se refiere al aspecto comercial.

De todo lo precedentemente escrito es recomendable, seguir trabajando en conjunto, no olvidar que la planificación estratégica es la columna vertebral de nuestro.

XX- Tarea 20: Mejoramiento de la estructura productiva

En el presente en lo que se refiere al mejoramiento de la estructura productiva, se han realizado los análisis necesarios para determinar las falencias en lo que al tema respecta.

En el área de **logística** no poseemos moviidades que nos permitan transportar el producto a los centros de consumos, dentro de la provincia, en lo que se refiere a **comunicación** estamos totalmente atrasados en aspectos de carácter técnicos,

nos estamos comunicando e insertando en el medio, gracias al aporte de campañas de promoción que el programa grupos productivos había planificado en su que hacer, (folletería, publicaciones en diarios, reportajes radiales, televisivos, conferencias, etc.)

En lo que se refiere a **corrales**, y **energía**. A habido un gran avance, en lo primero, los productores han recibido los precios de mercado, que deberían ser pagados para mejorar su estructura física, (palos, cañas, alambre, pasto, etc.) esto le permite tener un conocimiento mas acabado de la inversión que es necesaria realizar y de la estructura de costo que es necesaria soportar. En lo segundo, el avance a sido superior, el programa PERMER, junto con el relevamiento que se realizo en los puestos para determinar la cantidad de energía eléctrica que es necesaria para un buen desarrollo social y productivo, a seguido avanzando y con visos de gran factividad, tanto para la energía fotovoltaica como la tradicional.

A nivel **capacitación**, los productores están constantemente asistidos en temas productivos, por el INTA, PSA, y el PROGRAMA GRUPOS PRODUCTIVOS, reciben información y revistas especializadas en el tema, no solo para mejorar sus niveles de producción y su estructura productiva, sino también para mejorar su calidad de vida.

Estamos plenamente conscientes de nuestras falencias y necesidades, en lo que respecta a temas de estructuras productivas y mejoramiento productivo.

Es por ello que trabajamos fuertemente para obtener los recursos necesarios que el tema requiere, lo que nos ha llevado a conectarnos con el ministerio de desarrollo social de la provincia, para gestionar recursos que mejoren mencionada situación.

XXI- Tarea 21: Talleres y trabajos grupales

Se han realizado talleres, que han tratado temas tales como.

Las actividades que los productores pueden desarrollar para que la ley 7039 (la de arraigo del puestero, en tierras no irrigadas por le gobierno de la provincia), pueda ponerse en ejecución, taller que ha obtenido buenos resultados, dado que en el presente sé esta elaborando el registro de puesteros en la provincia.

Talleres que han tratado sobre las necesidades e inquietudes que los jóvenes puesteros e hijos de puesteros quieren solucionar, el resultado de mencionado taller arrojó la necesidad de constituir una subcomisión de jóvenes puesteros dentro del ámbito de la ASOCIACION CIVIL, PUESTEROS, GANADEROS DE 25 DE MAYO.

Sé esta trabajando con una cartilla de sanidad animal, que mejora el aspecto productivo y social de los productores y sus familias.

Queda todavía por desarrollar talleres de comercialización y capacidad negociadora.

Se esta trabajando sobre el contenido y su aplicación, debido a que los productores poseen escasos conocimientos con respecto a estos temas.

XXII- Tarea 22: Asistencia a ferias nacionales e internacionales

Debido a la poca existencia de ferias especializadas única y exclusivamente a la carne caprina, es que en la actualidad estamos realizando un estudio detallado, de cuales son las ferias nacionales e internacionales a las cuales valdría la pena asistir.

Dentro de estas posibilidades los productores han manifestado la necesidad de realizar un viaje, en carácter de misión exploratoria a la provincia de Santiago Dei Estero.

Estamos viendo si podemos realizar la actividad en forma conjunta, entre el INTA, PROGRAMA GRUPOS PRODUCTIVOS, Y LA ASOCIACION PUESTEROS GANADEROS DE 25 DE MAYO.

XXIII- Tarea 23: Aspecto Comercial

En lo que se refiere al **aspecto comercial**, la "Asociación Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo", a recibido de parte de un negocio de reciente instalación en la provincia de San Juan, la propuesta de comercializar todas las artesanías que los productores de la asociación realizan en cuero vacuno y caprino.

En el presente se nos ha presentado la posibilidad de realizar una venta al por mayor de cabras y chivos longevos, esta oportunidad es de incalculable beneficio, debido a que podríamos sacar animales que en la actualidad le producen al puestero gastos innecesarios.

EL precio de estos animales ronda los sesenta pesos aproximadamente.

También tenemos la posibilidad de realizar una pequeña venta de tres machos reproductores comúnmente denominados matuchos.

Diversificación de cartera: Los puesteros, tomando conocimiento de la ley ovina nacional, ley 25422, ha puesto en análisis la posibilidad de ampliar su cartera de productos agregando a los que ya están, las ovejas, animal este, que brinda una excelente rentabilidad en lo que se refiere a la lana, la cual presenta un precio de exportación de tres dólares el kg. Sin olvidar su aporte en leche.

La ley ovina, permite la posibilidad de acceder a créditos y subsidios de hasta \$14.000 para capacitación y desarrollo de mercados.

Entre los desafíos tanto para el mercado caprino como para el ovino, es lograr en los animales un mayor caudal de carne es por ello la necesidad de utilizar al máximo las virtudes que nos brinda mencionada ley en lo que se refiere a capacitación para mejorar la oferta productiva.

XXIV- Tarea 24: Capacitación

La Asociación en conjunto con el INTA; PSA y Programa Grupos Productivos, están diagramando un viaje a la provincia de Santiago del Estero, con el objetivo de recibir capacitación en aspectos referentes a la carne, la leche y la utilización del cuero.

Es de vital importancia que mencionado viaje pueda realizarse, debido a que esta capacitación redituaría en conocimientos que en el futuro se amalgamarían con un conjunto de acción que se están desarrollando en la actualidad.

La fecha de mencionado viaje se esta programando para marzo o abril del año 2007.

El grupo de productores caprinos, desde su conformación y hasta la fecha no ha dejado de recibir ni por un instante capacitación, en el presente en conjunto con el Programa Social Agropecuario (PSA), la Asociación esta proyectando un curso de capacitación en lo que se refiere al manejo de zampa y quesillo.

También esta presente la necesidad de recibir capacitación referente, al armado de ladrillones, o comúnmente denominados en la zona, como "MANPUESTO", block conformado por agua, barro y cemento y finalmente prensado.

XXV- Tarea 25: Saneamiento Animal

Es de vital importancia destacar el avance que se esta sucediendo en lo que se refiere a mejorar toda la situación correspondiente al saneamiento animal.

En conjunto con el **INTA, Programa Grupos Productivos, PSA y Municipalidad de 25 de Mayo**. Sé esta trabajando con ahínco, en la elaboración de un proyecto que permita obtener los fondos necesarios para llevar a cabo la implementación de un trabajo técnico y operativo, consistente en realizar el sangrado de los animales, detección de la cantidad de animales que contengan brucelosis, y posibles vías de acción destinada a mejorar mencionada.

Este proyecto recibe el nombre de "Chivito Enoconero".

La Asociación, en el presente a firmado un convenio en conjunto con la municipalidad de 25 de Mayo, convenio este, que apunta a detectar la cantidad de animales que pudiesen estar enfermos de brucelosis, para luego proceder a ejecutar el abanico de soluciones que se presentan a fin de dar por terminada mencionada enfermedad que perjudica tanto al ser humano, como al animal.

De lo precedentemente expuesto, podemos decir que en el presente se a aprobado una partida de dinero proveniente de la Nación, con el objeto de construir un laboratorio, el cual estará situado en la escuela Agrotécnica de 25 de Mayo y se destinara a realizar las muestra necesarias para afrontar el problema de la brucelosis.

XXVI- Tarea 26: Talleres y trabajos grupales

Se han realizado talleres, que han tratado temas tales como.

Las actividades que los productores pueden desarrollar para que la ley 7039 (la de arraigo del puestero, en tierras no irrigadas por el gobierno de la provincia), pueda ponerse en ejecución, taller que ha obtenido buenos resultados, dado que en el presente se está elaborando el registro de puesteros en la provincia.

Talleres que han tratado sobre las necesidades e inquietudes que los jóvenes puesteros e hijos de puesteros quieren solucionar, el resultado de mencionado taller arrojó la necesidad de constituir una subcomisión de jóvenes puesteros dentro del ámbito de la ASOCIACION CIVIL, PUESTEROS, GANADEROS DE 25 DE MAYO.

Sobre la cartilla de sanidad animal, que mejora el aspecto productivo y social de los productores y sus familias. La misma fue ya entregada y puesta en práctica.

Queda todavía por desarrollar talleres de comercialización y capacidad negociadora.

Se está trabajando sobre el contenido y su aplicación, debido a que los productores poseen escasos conocimientos con respecto a estos temas.

XXVII- Tarea 27: Otras actividades.

Este ítem, se refiere a todas las actividades que el programa GRUPOS PRODUCTIVOS, desarrollo fuera de la currícula establecida y cada plan de trabajo.

Fue de vital importancia realizar estas pequeñas desviaciones ya que sirvieron de complemento para la ejecución de las demás tareas, como así también atender las necesidades del día a día, salvaguardando entonces la unión del grupo y perduración en el tiempo.

A continuación se detallan las tareas realizadas.

Dentro del marco de la consecución de objetivos, que se plantearon en la primera etapa del desarrollo del programa, se están llevando a cabo las siguientes actividades.

Con respecto a la necesidad que los productores tienen de energía eléctrica o de cualquier otro tipo, en sus hogares y/o puestos, se han realizado gestiones abocadas a solucionar mencionado problema.

En primer termino se tuvo una primera reunión con el Secretario de la Dirección de Recursos Energéticos del Gobierno de la Provincia de San Juan, el Señor Ingeniero Antonio Luis Soler, al cual se le planteo la problemática de los productores caprinos en lo que se refiere a la energía.

Estuvieron presente en esta reunión, el Señor Secretario, la Licenciada Clara Moyano representante del INTA San Juan, el Señor Licenciado Cristian Ruarte coordinador del programa Grupos Productivos.

En una segunda reunión, convocada esta vez por el Ingeniero Antonio Luis Soler, a la cual asistieron el Señor Vicepresidente del Ente Provincial Regulador de Energía San Juan (EPRE), Ingeniero Marcos Luis Facchini, la representante del INTA y el coordinador del programa Grupos Productivos.

En la misma se hablo de la fuerte posibilidad que tienen los puesteros de solucionar su problema energético. Tanto haciendo uso de la energía unifilar, fotovoltaica y eólica.

En esta reunión, el secretario de la Dirección de Recursos Energéticos, Ingeniero Antonio L. Soler, se comprometió a realizar una visita a la reunión que la Asociación de Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo realiza, a fin de explicar en forma personal a los puesteros de la zona la realidad en lo que respecta al tema energía.

En una tercera reunión del Director de Recursos Energéticos, asistió a la reunión que precedentemente fue expuesta.

En la misma se acordó comenzar a realizar los estudios técnicos necesarios para poder colocar la energía eléctrica en los puestos donde sea posible, como así también la energía fotovoltaica y eólica.

En la actualidad los técnicos ya están visitando los puestos.

Otro de los objetivos a alcanzar por los productores, es la tan ansiada Titularización de la Tierra y/o Saneamiento de Títulos.

En lo que se refiere al tema, las gestiones que se han realizado, han logrado obtener la asistencia, en dos oportunidades, del Director de Asuntos Agropecuarios Ingeniero Renzo Caputo.

En la primera oportunidad, el señor Renzo Caputo, reafirmo la urgente necesidad que tienen los productores de ser poseedores de la tierra donde ellos por generaciones y generaciones han realizado su actividad, también participo en un taller realizado para tal fin, el cual fue confeccionado y coordinado por el Programa Social Agropecuario y el INTA, con el apoyo incondicional del Programa Grupos Productivos.

En la segunda oportunidad, el señor Renzo Caputo, expreso la urgente necesidad de elaborar un registro de puesteros en toda la provincia, y así darle curso a la ley numero 7039, ley de Arraigo del Puesteros en Tierra no Irrigadas por el Gobierno de la Provincia de San Juan.

La Asociación también contó con la visita del ex Diputado Provincial Doctor Diego Segui, creador de la ley, quien expuso las virtudes y ventajas de la misma.

Es importante destacar que la Asociación, también tuvo la visita del Señor Intendente del Departamento de 25 de Mayo y el diputado del mismo.

Se dejaron plasmadas las fuertes voluntades de aportar toda la ayuda que sea necesaria para mejorar la vida cotidiana de los puesteros/productores.

Y así obtener un mercado más organizado y rentable.

Se destacan en el desarrollo de nuestro trabajo, la realización de actividades complementarias que sirven de apoyo al plan de acción trazado por el programa.

1° Actividad número uno:

Los integrantes de la Asociación Civil, "Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo", por medio de sus representantes, solicitaron al programa Grupos Productivos, INTA y Programa Social Agropecuario (PSA).

La realización de un encuentro de jóvenes puesteros y/o productores.

Las mencionadas instituciones conforme a los solicitado, pusieron en marcha en el mencionado encuentro.

El mismo tuvo por fin, realizar un taller, en el que los jóvenes expusieran la problemática y necesidades del momento.

Una vez expuestas las necesidades y de más problemáticas; se expusieron algunas posibles soluciones.

Asistieron a mencionado encuentro:

El director de la Secretaria de la Juventud de la Provincia de San Juan, Arquitecto Fabián Peryra, autoridades del ministro de Desarrollo Humano de la Provincia y autoridades del municipio de 25 de Mayo.

Expusieron los diferentes planes y programas en los que la juventud puede participar, como por ejemplo el programa de la nación, Plan Incluir.

Mostraron plena disposición hacia los jóvenes y quedaron las puertas abiertas para próximas reuniones.

2° Actividad número dos:

En informes anteriores, se expuso la actividad que el coordinador junto con el INTA realizaron, en lo que es refiere, a la necesidad de energía que los puesteros requieren.

Luego de haber tenido una reunión con el secretario de recursos energéticos de la Provincia de San Juan, Ingeniero Antonio Soler. Y de que el mismo haya asistido a la reunión de los puesteros a explicar la problemática de la luz.

De donde surgió la información de que existía en el país, un programa denominado PERMER, que tiene como finalidad llevar energía fotovoltaica a zonas rurales alejadas.

La Provincia de San Juan a adherido a mencionado programa, es por ello que el coordinador del grupo de producción caprina, Licenciado Cristian Ruarte, a asistido a mencionado programa, realizando el relevamiento que el PERMER necesita para poder dar sus primeros pasos.

Dicho relevamiento, apunta a tres pilares básicos:

Determinar la potencia que cada productor en la actualidad usa, determinar la que quisiera usar, y determinar la capacidad de pago.

Es importante aclarar, que el PERMER, solo llevar las pantallas solares, realizara las instalaciones, que deberán ser abonadas por única vez, y también cobrara un canon mensual, por el mantenimiento de las mismas.

Solo se subsidian las pantallas.

Es de vital importancia que este programa logre su desarrollo y consecución, con el mismo resolveríamos problemas de estructura social y productiva que hoy nos impiden ser un mercado mas organizado y rentable.

En el presente sé esta trabajando en la búsqueda de terrenos fiscales que puedan ser donados, para que la Asociación Civil, Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo, pueda tener sede propia, es por ello que nos hemos puesto en contacto con el director de Catastro, Ing. Delgado, para que nos facilite información por menorizada y en programa ARBIUS, sobre cuales son las tierras disponibles en la zona y que por medio de un proyecto sean donadas a la Asociación, que en la actualidad cuenta con la fuerte posibilidad de gestionar recursos para aplicarlos a infraestructura.

La asociación a recibido en donación una computadora que mejorar el desarrollo de sus actividades, dado a que el instrumento es múltiple uso.

Es importante aclarar que la Asociación, Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo, se encuentra a punto de recambiar autoridades en su comisión directiva, y sin embargo sea cual fuere la conducción que asuma, apuestan fuertemente a la consecución y desarrollo del programa, Grupos Productivos de la Provincia de San Juan.

Sé esta trabajando en la búsqueda de terrenos fiscales que puedan ser donados, para que la Asociación Civil, Puesteros, Ganaderos de 25 de Mayo, pueda tener sede propia, es por ello que nos hemos puesto en contacto con el director de Catastro, Ing. Delgado, para que nos facilite información por menorizada y en programa ARBIUS, sobre cuales son las tierras disponibles en la zona y que por

medio de un proyecto sean donadas a la Asociación, que en la actualidad cuenta con la fuerte posibilidad de gestionar recursos para aplicarlos a infraestructura.

En función de lo precedentemente expuesto, se adjunta en el **ANEXO I**, la gestión y listado de los terrenos fiscales en disposición en el Departamento de 25 de Mayo.

Tierra: Meses anteriores y luego de varias reuniones que tuvimos con la dirección de catastro y con la dirección de Asuntos Agropecuarios, en la actualidad y en función a un plan trazado en conjunto entre los puesteros y mencionadas direcciones, es que en el presente sé esta realizando en diferentes puestos/propiedades, el trazado de los puntos que van a permitir realizar la posterior mensura de los respectivos terrenos.

ANEXO I

Dirección de Geodesia y Catastro

Oficio Nº 1596 Letra B.

FECHA DE ENTRADA 09/04/06



Cámara de Diputados
San Juan

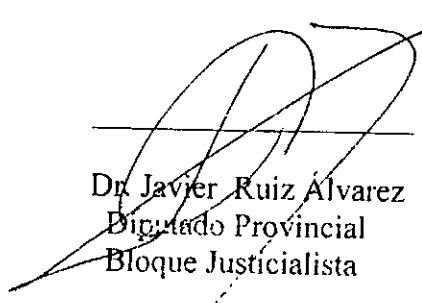
San Juan, 29 de Marzo de 2006.-

SEÑOR DIRECTOR GENERAL DE LA
DIRECCIÓN DE GEODESIA Y CATASTRO
ING. AGRIC. OMAR BLANCO

S _____ / _____ D

Me dirijo a Usted, a los fines de solicitarle tenga a bien realizar un informe Jurídico-Dominal de los terrenos fiscales ubicados en el Departamento de 25 de Mayo, a los efectos de realizar un Proyecto sobre Donación de Terrenos.

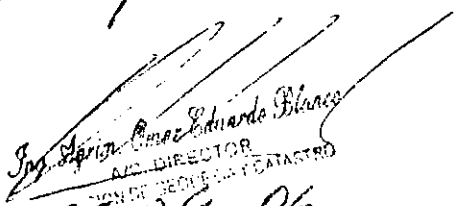
Sin otro particular, y a la espera de una resolución favorable, le saludo a Usted muy atentamente.-


Dr. Javier Ruiz Alvarez
Diputado Provincial
Bloque Justicialista

01

Dirección, fecha: 04/04/06.

Pose el Dpto Carto propio


Ing. Agr. Omar Edmundo Blanco
DIR. GENERAL DE GEODESIA Y CATASTRO
05-04-06

ING. AGRIM. OMAR E. BLANCO
A.C. DIRECTOR.
DIRECCION DE GEODESIA Y CATASTRO:

De lo solicitado informo a UD.

Nomenclatura Catastral, Propietario, Insc. de dominio y N° de plano de mensura de las parcelas fiscales del Dpto. 25 de Mayo:

1470-400700- Estado Provincial- F. Real 00-14-677-92- S/plano 14-1136.-
1480-620110- Banco de San Juan- N° 260, F° 260, T°1-25 de Mayo 1941. S/P. 14-1137.
1480-630070- " " " " " " " " " " " "
1480-590190- Estado Provincial- F° Real 00-14-676-92- S/P. 14-1185.
1480-630200- " " " 00-14-675-92- " 14-1185.
1440-420950- " " " 00-14-1313-03 " 14-1497.
1453-230690- " " " 00-14-1681-04- " 14-1613.
1440-660900- Gobierno Provincia- N°181, F°181, T° 1-25 de Mayo año 1956- S/P. 14-55.-
1468-770450- Gobierno Provincia- N° 356, F° 56, T°4 de 25 de Mayo año 1965- S/P. 14-187- lote30.
(de este plano, se registran con los mismos datos los siguientes lotes: 3,4, 5, 6, 7, 10, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38 y 40.-
1428-980290- Provincia San Juan- N°85, F°85, T°1-25 de Mayo. 1978- S/P. 14-667.-
1440-990250- " " " " " " " " " " "
1440-990260- " " " " " " " " " " "
1437-350550- " " " N° 104, F° 105, T°1-25 de Mayo 1935- S/P. 14-604.-
1437-650540- " " " N° 582, F° 82, T° 6 " " " 1979 " 14-442-
1437-810320- " " " N° 791, F° 91, T°8 " " " 1972 sin plano-
1480-330350- " N° 846, F° 46, T° 9 " 1980- S/P 14-1207-
1481-140600- " N°1022, F°22, T° 11, " 1981 " "
1481-160460- " " " " " " " " "
1481-190330- " N° 849, F° 49, T° 9 " 1981 " "
1481-190720- " N° 1022, F° 22, T°11 " 1981 " "
1481-200610- " " " " " " " "
1481-200800- " " " " " " " "

Y 61 lotes del loteo de calle 5 y La Plata. S/Plano N° 14-1714 a nombre de la Municipalidad de 25 de Mayo, Insc. al dominio Folio Real 00-14-00100-1998.

Dpto. Registros Reales. 05 de mayo de 2006.-



ING. JESÚS LETIZIA
JEFE DPTO. R. REALES
DIRECC. DE GEODESIA Y CATASTRO

Ing. Agrim. Omar Eduardo Blanco
A.C. DIRECTOR
DIRECCION DE GEODESIA Y CATASTRO

COROLARIO

Durante el desarrollo del Programa, "Grupos Productivos", tanto los productores como el coordinador del grupo, pudieron expresar, explayarse y plasmar una amplia gama de puntos que abarcan al mundo de las ciencias económicas y sociales.

Dada las características de los productores caprinos, detalladas a lo largo de este informe, es que es importante resaltar los logros y el aprendizaje que los mismos vivenciaron durante estos dos años.

Tanto los puesteros como así también el coordinador, lograron a través del Programa, comprender la compleja realidad del sector caprino; y no solo a nivel provincial, sino también nacional e internacional.

Tener una visión certera del panorama caprino, no fue fácil, muchos son los problemas que el sector tiene que afrontar y solucionar, para poder hacer de la explotación caprina un mercado desarrollado y rentable.

A lo largo de estos años, tanto la actividad pública como privada se han abocado desde diferentes puntos a estructurar y desarrollar el mercado caprino.

El desafío es arduo y duro, necesitamos darle al sector caprino un esquema socio económico que dignifique al hombre de campo en todas sus expresiones.

Los motores están en marcha, algunos kilómetros ya hemos recorridos, mas haya de los haciertos o virtudes sabemos que no han sido en vano.

El mercado tiene sus pautas, sus reglas y movimientos, aspectos estos que desde la introducción del Programa Grupos Productivos de San Juan, han sido tenido en cuenta en forma estratégica y programática.

Hemos intentado mantener la coherencia y lógica necesaria frente a los inconvenientes y desafío que el mercado caprino y el hombre de campo debe afrontar.

Es por ello que comenzamos fortaleciendo un grupo de productores caprinos, que en el presente se encuentran agrupados bajo el paraguas de una asociación denominada, Asociación, Puesteros Ganaderos de 25 de Mayo.

En cuanto a la logística, hoy los puesteros cuentan con un medio de transporte que le permite realizar la reunión de la asociación con mayor cantidad de participante, lo que ha mejorado los niveles de comunicación e información, permitiendo así tomar mejores decisiones.

A lo largo del programa, los puesteros recibieron capacitaciones y talleres de diferentes índoles, que han sido escrito en el presente informe, también participaron en misiones exploratorias, en las cuales pudieron conocer el frigorífico y matadero de Malargüe, situado en la Provincia de Mendoza, tomando conocimiento de aspectos productivos y comerciales que el caso ameritaba.

También se participo en el simposio de Internacionalización de Cuencas Lecheras Caprinas, realizado por el Consejo Federal de Inversiones (CFI), en Capital Federal. En cuanto a la titularización de las tierras, en el presente se esta elaborando el registro de puesteros, catastro a tomado diferentes puntos en diferentes puestos, para realizar las mensuras.

En lo que se refiere a energía, se realizo un relevamiento, que permitió tener un conocimiento de las necesidades y recursos que los puesteros necesitan en el hogar, y para aplicar al proceso productivo.

Se adhirió al programa PERMER, destinado a llevar energía fotovoltaica a zonas rurales.

La sanidad animal, forma parte importante, para el desarrollo del mercado.

Por lo tanto trabajamos en el tema, y en meses mas el departamento de 25 de Mayo, contara con un laboratorio que nos permitirá redimir el problema de la brucelosis.

Comercialmente, se lograron hacer ventas directas al consumidor particular, ampliando también la cartera de productos ofreciéndose el cuero del animal, como así también, las artesanías que se realizan con el mismo.

Dentro del portafolio también se ofreció el quesillo y el estiércol.

El programa sentó el precedente de ser funcional a las necesidades de los productores.

La experiencia que el programa Grupos Productivos brindo, es de incalculable valor, se abarcaron temas sociales, económicos, institucionales y de mercadeo, mas una gama mas de temas que es sector demandaba.

El Programa, fortaleció y apoyo al asociativismo, aspectos estos, necesarios en la Argentina, para que el pequeño productor pueda salir adelante a la hora de participar en el mercado.

El desarrollo del Programa a nuestro más humilde entender, fue positivo, deseamos que todos los productores del país como así también las provincias gocen de los beneficios de este programa. Gracias por todo.