

PROVINCIA DE SAN JUAN

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (C.F.I)

PROGRAMA GRUPOS PRODUCTIVOS

“DULCES Y CONSERVAS VEGETALES”

INFORME FINAL

1º SEMESTRE SEGUNDA ETAPA

Abril de 2006

Lic. MARIA ELIA VIDELA GUTIERREZ

Índice

1. Índice	1
2. TAREAS DESARROLLADAS	2
I- Tarea 1: Desarrollo de Imagen Institucional.	3
II- Gestión de Habilitaciones:	3
III- Tarea 1: Análisis y evaluación de mercados alternativos.....	4
a. Mercado Nacional	4
IV- Relevamiento de Ferias, Rondas de Negocios y Misiones comerciales vinculadas con el mercado objetivo.....	5
V- Organizar y colaborar con el grupo en la Participación en ferias, rondas d e negocios o misiones comerciales identificadas.	6
VI- Iniciar el proceso de implementación de normas de calidad sugeridas por el mercado objetivo.....	7
VII- Otras actividades:.....	7

TAREAS DESARROLLADAS

Plan de tareas segunda etapa

"Grupo Dulces y Conservas Vegetales"

1º Semestre

1. Desarrollo y concreción de imagen institucional. Desarrollo de folletería y pagina WEB.
2. Gestión de habilitaciones de los registros de establecimientos elaboradores y los registros de los productos alimentarios ante las reparticiones publicas pertinentes.
3. Análisis y evaluación de mercados alternativos En una primera etapa se ha fijado como meta el mercado nacional.
4. Relevamiento de ferias, rondas de negocios y misiones comerciales vinculada con el mercado objetivo.
5. Organizar y colaborar con el grupo en la Participación en ferias, rondas de negocios o misiones comerciales identificadas.
6. Iniciar el proceso de implementación de normas de calidad sugeridas por el mercado objetivo.

2º Semestre

1. Teniendo en cuenta el mercado nacional como objetivo, elaborar un plan de negocio que permita alcanzar, satisfacer y consolidar la presencia de los productos del grupo en el mercado
2. Preparación de la oferta exportable del grupo para la Concreción de operaciones comerciales.
3. Desarrollar una metodología para la inserción del grupo en mercado gourmet nacional.
4. Colaborar para la definición de la figura asociativa mas conveniente
5. Finalizar el proceso de implementación de normas de calidad.

I- Tarea 1: Desarrollo de Imagen Institucional.

a. Desarrollo y concreción de imagen institucional. Desarrollo de folletería y pagina WEB.

Como se mencionó en las etapas anteriores, el grupo de Dulces y Conservas Vegetales, ha decidido mantener la identidad individual, de cada uno de sus integrantes, confeccionando una oferta grupal, en donde figuran todas las empresas en sí mismas poniendo de manifiesto la voluntad de trabajar en conjunto.

Por esto se confeccionó un catálogo extenso en donde figuran los productos de los integrantes simultáneamente, apoyándose en su diversidad de rubros y estilos, manteniendo la rusticidad a la que apuntan dichas empresas.

Por otro lado los integrantes han incrementado su diseño de imagen, por ejemplo: se adjunta en el CD el catálogo digital de la empresa EL JARILLAL, el logo recientemente conseguido por la empresa LA TIMBIRIMBA.

En la última reunión del GP se llegó al acuerdo de iniciar por medio de la FUNDACION FORTALECER, el desarrollo de una página WEB que contenga a todos los integrantes.

Como conclusión de esta tarea llegamos a ver que los integrantes del grupo de DULCES Y CONSERVAS VEGETALES han emprendido un camino de crecimiento inteligente en cuanto a su desarrollo de imagen y marketing, por esto se da como iniciada esta etapa ya que esta tarea no concluye de manera determinante sino que sigue en permanente movimiento.

II- Gestión de Habilitaciones:

a. Registros de establecimientos elaboradores y los registros de los productos alimentarios ante las reparticiones publicas pertinentes.

Durante los inicios de la tercera etapa se plasmo definitivamente algunos de los objetivos imprescindibles para el crecimiento de las individualidades y por lo tanto del grupo.

Los trámites iniciados a fines de la segunda etapa se obtuvieron sin ningún inconveniente. La empresa el JARILLAL venia comercializando de manera irregular, ya que no le era necesario estar habilitada, pero luego de ver el crecimiento de su empresa, se vio en la necesidad de hacerlo, ya que los

comercios no compran, ni dejan en concesión sin estar habilitado por la Secretaría de Estado de Salud Pública. Por lo tanto el JARILLAL ha dado un paso muy importante, se le han gestionado ante dicha secretaria los siguientes N° de habilitación:

- **RNE N°: 18000948**
- **Cáscaras de naranjas amargas en almíbar N° RNPA: 18006643**
- **Mermelada de damasco N° RNPA: 18006644**
- **Dulce de uva N° RNPA: 18006645**
- **Pasas de uva N° RNPA: 18006646**

A su vez se han programado un listado de mejoras en el tiempo de las condiciones del establecimiento en donde funciona la firma. Este programa de mejoras en un compromiso a 6 meses aproximadamente ante las autoridades de SESP. Además se iniciarán otras inscripciones de 5 productos más.

En cuanto a la empresa LA TIMBIRIMBA, que elabora productos deshidratados, se le han otorgado todo lo pertinente para comenzar con los trámites de habilitación frente a SESP (secretaría de estado de salud pública). Durante una visita a sus instalaciones se le marcaron todas las mejoras oportunas para comenzar los trámites, se le sugirió alguno de los mecanismos de flujo del proceso y detalles a tener en cuenta.

Como conclusión de esta tarea podemos decir que se ha avanzado mucho en la misma, y que no es un proceso aislado del todo, sino que son cambios permanentes y definitivos hacia el crecimiento de estas empresas.

III- Tarea 1: Análisis y evaluación de mercados alternativos.

a. Mercado Nacional

Como se mencionó en las etapas anteriores, el grupo de Dulces y Conservas Vegetales, ha decidido mantener la identidad individual, de cada uno de sus integrantes, confeccionando una oferta grupal, en donde figuran todas las empresas en sí mismas poniendo de manifiesto la voluntad de trabajar en conjunto.













En el informe anterior se explicó el desarrollo de imagen institucional, tanto individual como los objetivos grupales de pertenecer a una página Web en grupo.

Todas las tareas ejecutadas hasta el momento apuntan sobre todo al enfoque primordial de dar un salto de crecimiento en el mercado regional como puntapié para alcanzar el mercado nacional. El grupo ha fijado como meta primordial de este programa en el que participan, incursionar en el mercado nacional y permanecer en el mismo.

En los primeros meses del presente año se ha comenzado una planificación clara de objetivos. Estudiando las oportunidades y las limitaciones del grupo para afrontar tal desafío. Como por ejemplo las realizaciones de inscripciones frente a la Secretaría de Estado de Salud Pública.

IV- Relevamiento de Ferias, Rondas de Negocios y Misiones comerciales vinculadas con el mercado objetivo.

En este momento el grupo se encuentra estudiando la posibilidad de asistir a eventos de carácter nacional como herramienta de promoción. Se esta analizando los calendarios de ferias nacionales, sin descartar el poder asistir a ferias internacionales como se detallan en la siguiente tabla:

Artículos	País	Sector	Fecha	Acciones
EXPOALIMENTOS	San Juan, Puerto Rico	Alimentos Bebidas	y 2006-04-01	 
APAS	San Pablo, Brasil	Alimentos Bebidas	y 2006-05-22	 
· SIAL CHINA	Shanghai, China	Alimentos Bebidas	y 2006-05-29	 
· FANCY FOOD	Nueva York, Estados Unidos	Alimentos	2006-07-09	 
· PMA	San Diego, Estados Unidos	Frutihortícola	2006-10-20	 
· SIMO	Madrid, España	Software	2006-11-01	 

Los pedidos hacia el grupo de dulces y conservas no se encuentran en condiciones de enfrentar mercados altamente competitivos. Por esto el GP no contempla la posibilidad de asistir a misiones comerciales por el momento.

V- Organizar y colaborar con el grupo en la Participación en ferias, rondas d e negocios o misiones comerciales identificadas.

Como se explicó en la actividad N° 4, la realidad del grupo de "Dulces y Conservas Vegetales" es limitada en cuanto a la demanda de los mercados internacionales, por lo tanto, nuestro GP ha decidido focalizar su energía en participar de ferias nacionales, las mismas que son de nuestro interés se detallan a continuación:

● **expoelgourmet 2006**

La más importante muestra de gastronomía y vinos del país y de la región, anuncia su edición 2006, que se desarrollará del 05 al 09 de julio en el Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center.

Del 5 al 9 de Julio.

Hotel Sheraton Buenos Aires. Argentina.

Av. Leandro N. Alem 1193

Salones: Libertador, Retiro y Catalinas.

Días de Semana: 16:00 Hs a 23:00 Hs

Sábado y Domingo: 12:00 Hs a 22:00 Hs

Costo de la entrada: \$25

● **Baires Expoalimentaria 2006**

Centro Costa Salguero - Pabellón: 6 Avda. Costanera Rafael Obligado y J. Salguero http://www.publitec.com/baires_expo_alim06.htm 31 de Julio de 2006 al 02 de Ago de 2006

● **Expo Delicatessen & Vinos desde el 10 al 13 de Junio 2006 en Córdoba, Sheraton Hotel.**

VI- Iniciar el proceso de implementación de normas de calidad sugeridas por el mercado objetivo.

El grupo conoce y comprende la imperiosa necesidad de acoplarse a un sistema de gestión de calidad. Por lo tanto se les ha suministrado a los integrantes gran cantidad de información, en forma de guías para la implementación de BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA, POES, Y HACCP.

En primera instancia se ha comenzado con el desarrollo de BPM en conservas, este tema ha sido comprendido y se esta implementando en cada uno de los establecimientos que participan del programa. Los principales ítems que contienen las guías se detallan a continuación:

- **Capítulo 1. Materias Primas**
- **Capítulo 2. Principios Generales**
- **Capítulo 3. Buenas Prácticas de Manufactura en la Elaboración**
- **Capítulo 4. Almacenaje**
- **Capítulo 5. Transporte**
- **Capítulo 6. Documentación**
 - Ejemplos de registros
 - Control de calidad de materias primas
 - Control de procesos
 - Control de producto terminado
 - Control de etiquetado/encajonado
 - Control de sanitización de línea

Este material se adjunta en el soporte magnético del Informe.

VII- Otras actividades:

1. En el transcurso de dos meses se ha fomentado la formalización del asociativismo, como resultado de esto los integrantes están analizando los trámites para agruparse dentro de un marco legal.
2. Recopilación de información de sistemas de gestión de calidad aplicada a cada uno de los productos de los grupos productivos.
3. Planificación de charlas de capacitación en dichos temas.