

PROVINCIA DE CHACO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SEGUNDA ETAPA DEL PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA
LA CENTRAL AGROALIMENTARIA DE CHACO.

INFORME FINAL

Marzo 2013



ING. AGR. MARIANO LECHARDOY

INDICE TEMÁTICO

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| EXTRACTO DEL DOCUMENTO..... | página 3. |
| INTRODUCCION..... | página 6. |
| OBJETIVOS DEL ESTUDIO..... | página 5. |
| PLAN DE TAREAS..... | página 7. |
| TAREAS CORRESPONDIENTES AL ESTUDIO..... | página 9. |
| TAREA 1, Licitación, adjudicación y construcción | página 12. |
| TAREA 2, Avances y dificultades encontradas en el proceso..... | página 17. |
| TAREA 3, Situación operativa actual de los mayoristas y productores | página 21. |
| TAREA 4, Necesidades y expectativas de los usuarios en la CAR | página 26. |
| TAREA 5, Configuración interna de la nave. | página 28. |
| TAREA 6, Vendedores Ambulantes, modernización de sus vehículos..... | página 32. |
| TAREA 7, Necesidades de carga y modalidad de venta ambulante. | página 34. |
| TAREA 8, Proveedores de carros de venta ambulante adecuados | página 36. |
| TAREA9, Costos de los mismos y alternativas de financiamiento..... | página 38. |
| TAREA 10, Identificación de otros sectores de interés | página 40. |



EXTRACTO DEL DOCUMENTO

EXTRACTO DEL DOCUMENTO

El presente documento es el Producto Final de la Segunda Fase de Estudios orientados a diseñar, construir, poner en marcha y trasladar la operatoria frutihortícola a la nueva Central Agroalimentaria de Resistencia.

El trabajo tuvo los objetivos particulares de realizar el seguimiento de los procesos administrativos tendientes a concretar la licitación, adjudicación y construcción de la Central, proponer un sistema de asignación de espacios en la nueva ubicación para los operadores mayoristas y productores de la Cooperativa Frutihortícola del Nordeste, identificar equipamientos adecuados para la sustitución de los carros de caballo utilizados por los vendedores ambulantes que concurren a comprar al mercado actual y promover la incorporación de nuevos sectores y empresas de valor agregado para instalarse en el ámbito de la misma.

A partir del proyecto arquitectónico inicial y en función de modificaciones presupuestarias provinciales que redefinieron la superficie a ser construida durante la primera etapa, se planteó la necesidad de realizar sucesivos llamados a licitación ya que las demandas surgidas de los pliegos no se consideraban alcanzables por los oferentes en función del precio.

Finalmente, se solicitó a la Dirección de Proyectos del Ministerio de Obras Públicas de la Provincia que realizara una reducción de la obra, acorde con el presupuesto disponible y así poder contar con las ofertas que finalmente se presentaron en diciembre de 2012.

Actualmente una comisión evaluadora se encuentra analizando las tres propuestas presentadas y se estima que a mediados de marzo de 2013 se adjudique.

Las cuestiones antes mencionadas incidieron en el proceso de propuestas para la adjudicación de espacios ya que la superficie planificada es muy similar a la actual, a partir de esta nueva situación, el consultor propuso alternativas de maximización en la utilización del espacio interior como se desarrolla en la Tarea 5, Configuración Interna de la Nave.

Es importante mencionar también que el consultor agrupó las funciones de almacenamiento refrigerado en el extremo más lejano del acceso para favorecer las ventas mayoristas y el ambiente comercial.

Asimismo, los nuevos sectores analizados como potenciales clientes de la CAR, deberán esperar para incorporarse, hasta que se ubiquen definitivamente los actuales mayoristas.

De ahora en mas y una vez adjudicada la licitación, deberá definirse un cronograma de obras y comenzar a partir de allí la negociación con los mayoristas para el traslado, definir específicamente el órgano gestor de la CAR, dotarlo de capacidad jurídica y operativa para la acción, redactar el reglamento operativo del mercado, definir las nuevas tarifas, horarios, servicios, controles y contratos individuales que se firmarán con los usuarios.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Las autoridades de la Provincia de Chaco identificaron la necesidad de desarrollar una infraestructura que permita aportar una mayor transparencia en la comercialización de frutas y verduras, carnes, pescados y otros alimentos frescos, acorde al dinamismo que se observa en los mercados, y con un diseño que haga un adecuado aprovechamiento de las nuevas tecnologías disponibles.

Para ello durante 2011 encargaron y finalizaron diferentes estudios y trabajos que concluyeron en los siguientes resultados:

- Proyecto Arquitectónico de la Central.
- Modelo de Contrato para el Fideicomiso de Administración de la Obra.
- Modelo de Gestión de la Central.
- Alternativas de Negociación con los usuarios actuales.
- Análisis Económico Financiero de la Actuación.

Considerando concluida la primera etapa, las autoridades provinciales han dado inicio a los procesos que desembocaron en la licitación, adjudicación y construcción de la central, traslado de las actividades actuales e incorporación de nuevas actividades y sectores.

Este es el informe final de la segunda etapa de estudios y propuestas ad hoc para lograr la continuidad de este proceso tendiente a concretar la mencionada operación en un clima de colaboración con los actores actuales y con la mayor celeridad posible.

La finalidad del presente trabajo es contar con un programa de actuación para la operación de la Central Agroalimentaria y traslado del Mercado Frutihortícola de Resistencia, incorporando otros sectores alimentarios y servicios de valor agregado, evolucionando hacia el concepto de Central Logística y Comercial Alimentaria mejorando la productividad de los espacios actuales, valorizando los espacios libres, dando oportunidades a otros productores de mejorar sus condiciones de comercialización y ampliando la oferta de alimentos de buena calidad y a precios adecuados para los consumidores locales y regionales.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Proponer y coordinar acciones para la construcción y puesta en marcha del Proyecto "Central Agroalimentaria para el Área Metropolitana de la Ciudad de Resistencia - Chaco",

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Realizar el seguimiento de los procesos administrativos tendientes a concretar la licitación, adjudicación y construcción de la Central Agroalimentaria de Resistencia.
2. Proponer un sistema de asignación de espacios en la nueva Central Agroalimentaria de Resistencia para los operadores mayoristas y productores de la Cooperativa Frutihortícola del Nordeste.
3. Identificar equipamientos adecuados para la sustitución de los carros de caballo utilizados por los vendedores ambulantes que concurren a comprar al mercado actual
4. Promover la incorporación de nuevos sectores y empresas de valor agregado para instalarse en el ámbito de la Central Agroalimentaria.

PLAN DE TAREAS DEL ESTUDIO

PLAN DE TAREAS DEL ESTUDIO

1. Identificar, sistematizar y realizar el seguimiento de los procesos administrativos relacionados con la licitación, adjudicación y construcción de la CAR.
2. Realizar reportes de los avances y de las dificultades encontradas en el proceso anterior que permitan a las autoridades del Ministerio de Planificación, de Obras Públicas y al Gobernador tomar acciones correctivas o de impulso.
3. Realizar el mapeo de la ubicación actual de los mayoristas y productores de la Cooperativa Frutihortícola del Nordeste consignando la siguiente información individual:
 1. Superficie ocupada, comercial y depósito.
 2. Equipamiento, cámara frigorífica y otros.
 3. Existencia de oficina u otra facilidad
 4. Cerramientos
4. Identificación y registro de las necesidades y expectativas de cada uno de los usuarios en la CAR, superficie comercial, depósito, en superficie o planta alta, oficinas.
5. Definir en conjunto con los actores la configuración interna de la nave, ubicación de la playa libre, pasillos y puestos.
6. Identificación y registro de los vendedores ambulantes que deseen participar de un proceso de modernización de sus vehículos.
7. Información sobre las necesidades de carga, conservación y modalidad de venta ambulante.
8. Identificación de proveedores para la construcción de carros de venta ambulante adecuados a productos perecederos.
9. Costos de los mismos y alternativas de financiamiento.
10. Identificación y acercamiento con sectores de interés a ser incorporados a la CAR, supermercadismo, producción avícola, caprinos, pesca, flores y plantas.

TAREA 1

Identificar, sistematizar y realizar el seguimiento de los procesos administrativos relacionados con la licitación, adjudicación y construcción de la CAR.

TAREA 1

Identificar, sistematizar y realizar el seguimiento de los procesos administrativos relacionados con la licitación, adjudicación y construcción de la CAR.

Un poco de historia, a la fecha del segundo informe de avance se había completado el llamado a Licitación para la Construcción de la Central Agroalimentaria y con fecha 8 de mayo 2012 debía realizarse la apertura de los sobres para analizar, evaluar y eventualmente adjudicar la obra a alguno de los oferentes.

El consultor realizó el seguimiento de la mencionada apertura pero la misma se reprogramó sin fecha cierta, la información acerca de esta reprogramación fue comunicada al consultor por el Subsecretario de Inversión del Ministerio de Obras Públicas del Chaco, Ing. Hugo Atanasoff.

El mismo funcionario informó el 21 de junio de 2012 que el proceso licitatorio, a pedido de las empresas, había sido modificado nuevamente, en este caso se solicitó al Director de Proyectos del Ministerio de Obras Públicas, Arq. Pedro Burgos, la modificación edilicia de la propuesta con el objetivo de reducir la inversión necesaria.

El seguimiento del expediente se llevó adelante con la colaboración de Juan Carlos Totaro, Responsable de la Unidad Ejecutora del PROSAP en la Provincia del Chaco y de los responsables del Departamento de Contrataciones y Licitaciones del Ministerio de Obras Públicas a cargo de la Ingeniera Edith Romero.

A su vez, las cuestiones productivas y organizativas se coordinaron directamente con el Ministro de la Producción de la Provincia del Chaco, Dr. Enrique Orban.

El procedimiento previo al llamado fue el siguiente.

1. Diseño del Proyecto Arquitectónico Ejecutivo **(Cumplido)**.
2. Definición de detalle constructivo **(Cumplido)**.
3. Presupuesto de base **(Cumplido)**.
4. Pase de la documentación anterior del Ministerio de Planificación a la Subsecretaría de Inversión Pública del Ministerio de Obras Públicas de la Provincia, para su evaluación técnica y económica. **(Cumplido)**.
5. Expediente administrativo, Actuación Simple N°E32-2011-2390-A. **(Cumplido)**.

6. Análisis técnico económico de la actuación en la Dirección Técnica a cargo del Arquitecto Pedro Burgos. **(Cumplido)**.
7. Dictamen Favorable y Previsión Presupuestaria para construir una primera etapa por un monto de 58 millones de pesos destinada a construir la urbanización de la parcela completa y el 70% de la nave, necesaria para la ubicación de la totalidad de la operatoria frutihortícola del mercado actual. **(Cumplido)**.
8. Pase de la actuación y conformación de la Actuación SimpleN°E32-2011-4-E a la Dirección de Licitaciones y Contrataciones a cargo de la Ingeniera Edith Romero quien manifiesta la necesidad de contar con la documentación que otorgaba el uso de la parcela a la Cooperativa, se realiza la presentación de esta documentación, decreto Tenev, que se adjunta. **(Cumplido)**.
9. Llamado a licitación. **(Cumplido)**.
10. Apertura de sobres, prevista para el día 8 de mayo de 2012, **(Reprogramada para Julio de 2012)**.
11. Encargo de modificación del proyecto arquitectónico para reducir las necesidades de inversión. Arquitecto Pedro Burgos. **(Cumplido, ver Plano en Tarea 5)**

PROVINCIA DEL CHACO



**Ministerio de
Infraestructura
y Servicios Públicos**

LICITACIÓN PÚBLICA 11/12

OBRA:
CONSTRUCCIÓN
CENTRO AGROALIMENTARIO
RESISTENCIA - 1ª ETAPA

REPARTICIÓN EJECUTORA DEL PROYECTO: Secretaría de Planificación y Evaluación de Resultados. Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos

PRESUPUESTO OFICIAL: PESOS CINCUENTA Y OCHO MILLONES CUARENTA Y DOS MIL QUINIENTOS VEINTIDÓS CON CCHENTA Y DOS CENTAVOS (\$ 58.042.522,82).

FECHA DE APERTURA: 8 de mayo de 2012 a las 10

PRECIO DEL LEGAJO: Pesos DOS MIL QUINIENTOS (\$ 2.500).

SISTEMA DE CONTRATACIÓN: Ajuste alzado.

PLAZO DE EJECUCIÓN: Veinticuatro (24) meses calendario

FINANCIACIÓN: Fondo Federal Solidario y Rentas Generales.

GARANTÍA DE OFERTA: 1% del Presupuesto oficial

LUGAR DE ADQUISICIÓN Y CONSULTA DE PLIEGOS: Dirección de Licitaciones y Certificaciones, dependiente del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, Casa de Gobierno, 2º piso, Edificio B, sito en Marcelo T. de Alvear 145, ciudad de Resistencia, Chaco, a partir del 29 de marzo de 2012.

LUGAR Y FECHA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS: En la Mesa de Entradas y Salidas de la Dirección de Licitaciones y Certificaciones dependiente del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, Casa de Gobierno, 2º piso, Edificio B, sito en calle Marcelo T. de Alvear 145, ciudad de Resistencia, Chaco, hasta las 9 del 8 de mayo de 2012.

LUGAR DE APERTURA DE LA LICITACIÓN: En el salón de Reuniones del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, Casa de Gobierno, 2º piso, Edificio B, sito en calle Marcelo T. de Alvear 145, ciudad de Resistencia, Chaco.

Para intervenir en la presente licitación, el oferente deberá presentar un Certificado de Habitación con Capacidad de Contratación Anual libre de acuerdo con las reglamentaciones vigentes que a tal fin otorga el Registro Provincial de

Gobierno del Pueblo de la Provincia del Chaco

12. Ante la falta de ofertas recibidas y propuestas de adecuación por parte de potenciales oferentes, la Provincia decidió fijar una Nueva fecha de presentación

de ofertas para el, **5 de Setiembre de 2012.**

13. Sin embargo para esa fecha tampoco se logró convocar el interés de los inversores y, con la intervención del Sr. Gobernador de la Provincia y de los Ministros de Planificación y de Obras Públicas, se decidió convocar a una reunión técnica a la que asistió este consultor en conjunto con el Arquitecto Mauro Romero. La reunión se realizó el 7 de noviembre a las 10hs. en las oficinas del Ing, Codutti, Ministro de Planificación y Ambiente.
14. Durante la reunión el Ingeniero Codutti instruyó a Juan Carlos Tótaró a consultar la situación del proceso licitatorio al Ministerio de Obras Públicas y como resultado de esa consulta, el Arquitecto Burgos nos informó que se habían recibido tres ofertas y se estaba creando una comisión evaluadora para su análisis y eventual adjudicación.
15. La comisión evaluadora estará formada por el Arquitecto Burgos, por la Ingeniera Edith Romero, por un representante del Ministerio de Economía y otro a definir.
16. Los trabajos de análisis de las propuestas se iniciaron en febrero y se estima que a mediados de marzo se contará con una decisión, según informan desde la oficina de contrataciones.
17. Según pude constatar tomando vista del Expediente E23-2012-1487/E, los oferentes fueron:
 1. Chaco Construcciones, Arq. Juan Carlos Fortuny.
 2. Escala SRL, Cesar Cleris Contes, Liger, Río Bermejo.
 3. DAL Constructora, ILAG Constructora.
18. También, según el mismo Expediente, surge que el plazo de ejecución de la obra es de 12 meses a partir de la adjudicación.

TAREA 2.

Realizar reportes de los avances y de las dificultades encontradas en el proceso anterior que permitan a las autoridades del Ministerio de Planificación, de Obras Públicas y al Gobernador tomar acciones correctivas o de impulso.

TAREA 2

Realizar reportes de los avances y de las dificultades encontradas en el proceso anterior que permitan a las autoridades del Ministerio de Planificación, de Obras Públicas y al Gobernador tomar acciones correctivas o de impulso.

Las principales se reportan en el informe de la tarea 1 toda vez que no se han podido concretar los pasos tendientes a la adjudicación de la licitación e inicio de las obras, a la fecha de este informe parece que el gobierno se encuentra bien encaminado y próximo a tomar una decisión de adjudicación.

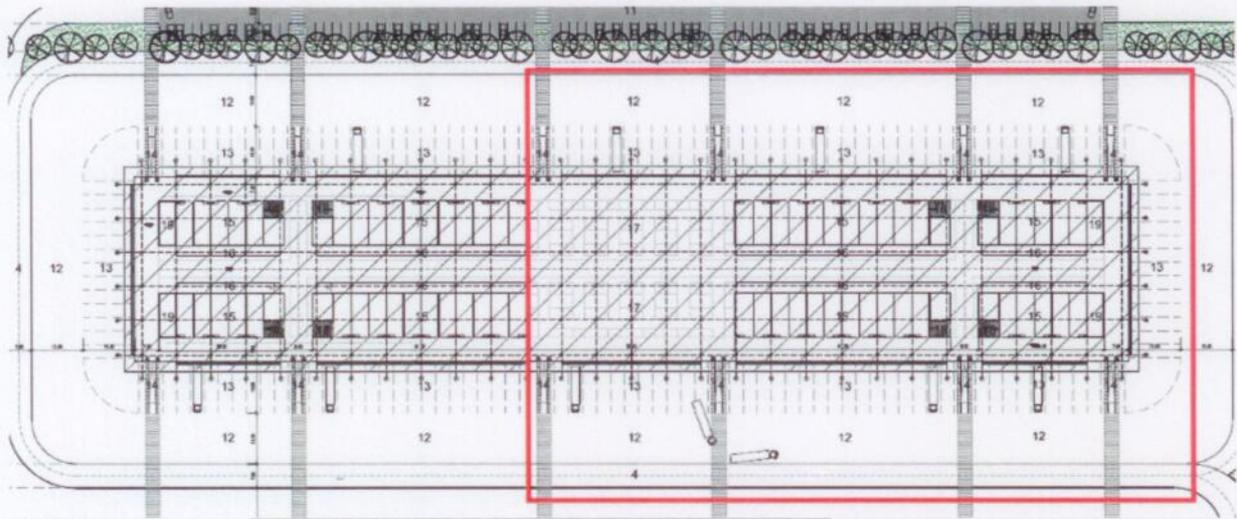
Estas demoras e indecisiones hacen contraproducente avanzar en un proceso de concientización y voluntad colectiva de mejora ante un eventual traslado con los usuarios, por lo que ese contacto se ha dejado en un stand by, con la autorización y visto bueno de las autoridades provinciales. Este hecho condiciona los resultados de la tarea 6, "Identificación y registro de los vendedores ambulantes que deseen participar de un proceso de modernización de sus vehículos", ya que la presencia del consultor levanta expectativas que luego podrían no cumplirse. Para poder avanzar satisfactoriamente en una estimación inicial se procedió a contar los vehículos y tipificarlos, este desarrollo se verá en la tarea 6 de este documento.

No obstante esto el consultor sigue en contacto con el presidente de la cooperativa, Américo Barúa para mantener los vínculos de confianza entre ambos.

El proceso de búsqueda de financiamiento viene siendo observado desde el inicio de los trabajos del consultor y pasó por diferentes etapas y alternativas de financiamiento, la Secretaría de Comercio Interior de la Nación a través del Mercado Central de Buenos Aires, el Programa de Servicios Agrícolas Provinciales PROSAP, el Fondo Federal Solidario y Rentas Provinciales.

Todas estas fuentes fueron analizadas para ser canalizadas a través de la creación de un fideicomiso de administración, algunas de ellas no progresaron en la concreción y finalmente, según se observa en la publicación del llamado a Licitación, se obtuvo un importe de cincuenta y ocho millones de pesos (\$58 millones) provenientes del Fondo Federal Solidario y de Rentas Generales de la Provincia.

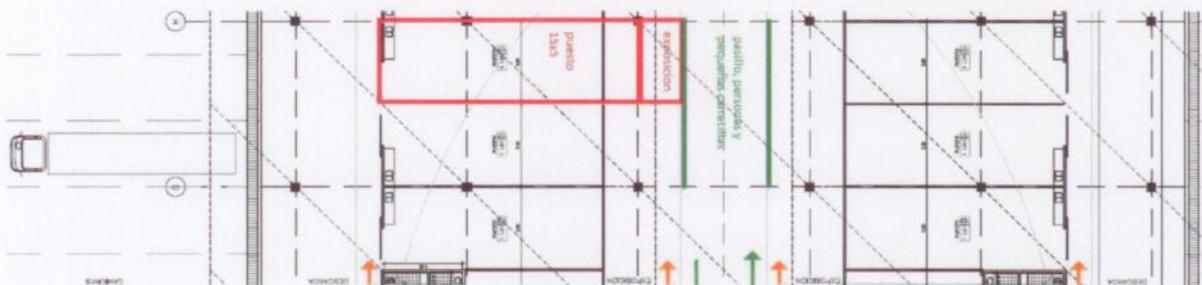
A partir del presupuesto disponible y en función de lo informado por la Dirección técnica de la Subsecretaría de Obras Públicas, la reducción en la superficie construida de la nave será del 40%, quedando disponibles unos 4.800 m² para alquilar.



El rectángulo rojo indica el espacio de nave que se construirá, abarca también el vial.

De estas cifras surge una diferencia de aproximadamente 1.000 m² en menos.

Una de las propuestas de solución aportadas por el consultor es reducir el pasillo central y agrandar los puestos como puede verse en el gráfico que sigue.



En rojo se propone extender la superficie ocupada por el puesto hasta la columna y la exposición hasta el pasillo central, eliminando las áreas especiales de circulación.

Esto aporta unos 450 m² adicionales, quedando reducido el déficit a otros 500 m².

A pesar de todos esos esfuerzos por reducir la inversión inicial necesaria, las empresas insistieron en la imposibilidad de cumplir con las condiciones constructivas a partir de los recursos previstos.

Así se decidió reformular el proyecto constructivo en orden a reducir los costos previstos.

La tarea de reformulación estuvo a cargo de la Dirección Técnica del Ministerio de Obras Públicas de la Provincia, a cargo del Arquitecto Pedro Burgos.

Se solicitó al consultor que colabore con esa Dirección para reformular el proyecto afectando mínimamente la funcionalidad de la actuación, la que sin embargo debió ser nuevamente reducida por cuestiones presupuestarias.

En base a esta realidad, el Ministerio de Obras Públicas decidió realizar nuevas modificaciones al proyecto diseñado por el Arquitecto Mauro Romero, a través de la Dirección de Proyectos.

En este punto es importante realizar algunos comentarios que surgen de mi experiencia en este tipo de proyectos y que resultan generalmente en idas y vueltas, avances y retrocesos hasta llegar a la meta final:

1. Los trabajos iniciales del mercado central de Buenos Aires comenzaron en los años 60 y el mercado fue terminado en el 1983, el traslado de los mayoristas de los otros mercados metropolitanos degradados debió realizarse por la fuerza pública.
2. El Mercado de Montevideo viene desarrollando un proyecto de relocalización y ampliación desde el año 1994 y todavía no han llegado a definir el proyecto definitivo.
3. Mercabarna (Barcelona) hace 8 años que estudia adecuar o renovar sus 7 naves mayoristas de venta de productos frutihortícolas.
4. Otras ciudades como Lima, DF etc, tienen los mismos inconvenientes.

Porqué pasan estas cosas?, porque en estos sectores confluyen intereses y actores muy diversos, con diferentes intereses particulares y colectivos, baja institucionalidad y diferencias culturales entre el mundo rural y el urbano.

No debemos dejarnos abatir por estos contratiempos, el sector de los alimentos frescos tiene futuro, solo basta ver el documental "el peso de una nación", cuya visión recomiendo.

Tenemos que insistir en este proyecto, acercando las necesidades de los actores y haciendo realidad las alternativas financieras.

TAREA 3

Realizar el mapeo de la ubicación actual de los mayoristas y productores de la Cooperativa Frutihortícola del Nordeste consignando la siguiente información individual:

1. Superficie ocupada, comercial y depósito.
2. Equipamiento cámara frigorífica.
3. Existencia de oficina u otra facilidad.
4. Cerramientos.

AVANCE DE LA TAREA 3

Realizar el mapeo de la ubicación actual de los mayoristas y productores de la Cooperativa Frutihortícola del Nordeste consignando la siguiente información individual:

- Superficie ocupada, comercial y depósito.
- Equipamiento cámara frigorífica.
- Existencia de oficina u otra facilidad.
- Cerramientos.

Superficie Ocupada.

Es importante mencionar que en un puesto mayorista de frutas y hortalizas, se pueden diferenciar dos funciones fundamentales, la comercial y la logística.

La función comercial está relacionada con la exposición del producto y a la negociación entre el mayorista y el comprador.

En los mercados modernos, con pasillo central, muestra y parada, la función comercial se desarrolla en el pasillo y en el espacio de muestra, mientras que las operaciones logísticas de depósito de mercaderías, preparación y entrega de pedidos, se dan en el interior y en el muelle.

En un mercado como el de Resistencia, este análisis es de difícil realización ya que su funcionamiento es más anárquico y los espacios comercial y logístico se encuentran superpuestos.

Fundamentalmente pueden diferenciarse dos espacios las paradas y los depósitos.

En las paradas no existen cámaras frigoríficas, las mismas, cuando existen se encuentran en los depósitos.

En el mismo sentido, la falta de espacio impide la existencia de oficinas o despachos en las paradas, las mismas existen de forma improvisada en los depósitos pero podríamos decir que no tienen relevancia en el funcionamiento del mercado actual.

Consideramos que en el mercado nuevo, algunas empresas podrían llegar a solicitarlas.

A continuación se presentan las cifras de ocupación de espacio por empresa a nivel comercial y de depósito.

Para que el lector se oriente en la lectura de las tablas, se muestran las numeraciones de las naves.



Superficie individual por empresa en el espacio comercial

| | Puestos | Superficie Unitaria | Superficie Total | | | cantidad | sup |
|--------------------|------------|---------------------|------------------|-----------|--|------------|------|
| | 26 | 36 | 936 | | | | |
| | 4 | 20 | 80 | | | 32 | 36 |
| Nave 1 | 30 | | 1016 | 52 | | 20 | 32,5 |
| | 1 | 5 | 5 | | | | |
| | 1 | 15 | 15 | | | 9 | 28 |
| | 20 | 10 | 200 | | | 12 | 21 |
| | 22 | 20 | 440 | 47 | | 26 | 20 |
| | 4 | 5,5 | 22 | | | | |
| | 4 | 11 | 44 | | | 2 | 18,5 |
| Nave 2 | 52 | | 726 | | | 6 | 18 |
| Nave 3 | 20 | 32,5 | 650 | | | 13 | 17 |
| | 6 | 18 | 108 | 22 | | 1 | 15 |
| | 12 | 21 | 252 | | | | |
| Nave 4 | 18 | | 360 | | | | |
| Nave 5 | 12 | 11,2 | 134,4 | | | 12 | 11,2 |
| Nave 6 | 9 | 28 | 252 | | | 4 | 11 |
| | 2 | 18,5 | 37 | | | 20 | 10 |
| | 6 | 36 | 216 | | | 4 | 5,5 |
| Nave 7 | 8 | 31,625 | 253 | 41 | | 1 | 5 |
| Nave 8 | 13 | 17 | 221 | | | | |
| Total Naves | 162 | | 3612,4 | | | 162 | |

Superficie individual por empresa en el espacio de depósito

| | Unidades | Superficie Unitaria | Superficie Total |
|------------------------|-----------|---------------------|------------------|
| | 8 | 84 | 672 |
| | 1 | 120 | 120 |
| | 2 | 150 | 300 |
| | 6 | 180 | 1080 |
| Total Depositos | 17 | | 2.172 |

En relación a la disponibilidad de cámaras climatizadoras, según informan las autoridades de la cooperativa, las mismas se centran en la maduración de bananas mas que en la conservación en frío.

Los maduraderos se ubican en el depósito contiguo a las naves 1 y 2 con una superficie estimada de 700m².

En cuanto a los cerramientos de los espacios comerciales se dan de la siguiente manera:

1. **Naves 1, 2 y 3:** las paradas están conformadas por cerramientos metálicos tipo tejido, al finalizar la rueda de ventas los puesteros pueden cerrar completamente su espacio.
2. **Naves 4, 7 y 8:** a pesar de no encontrarse frente a un pasillo tradicional, las paradas poseen cerramientos con puerta.
3. **Naves 5 y 6:** las paradas se organizan en base a una retícula pintada en el suelo y no poseen cerramiento.

TAREA 4

Identificación y registro de las necesidades y expectativas de cada uno de los usuarios en la CAR, superficie comercial, depósito, en superficie o planta alta, oficinas.

TAREA 4

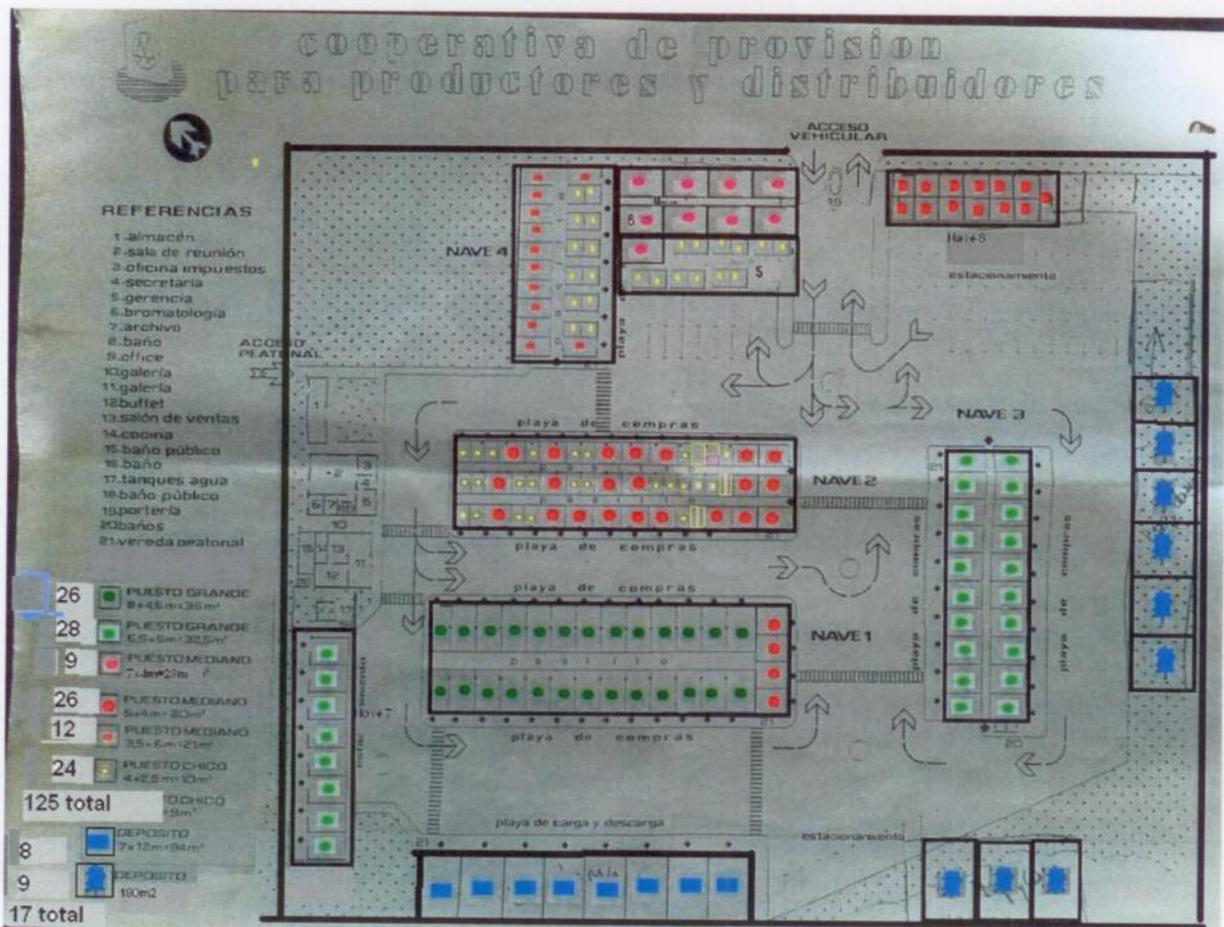
Identificación y registro de las necesidades y expectativas de cada uno de los usuarios en la CAR, superficie comercial, depósito, en superficie o planta alta, oficinas.

En base a las nuevas condiciones de edificación planteadas por la reestructuración presupuestaria, la disponibilidad de espacio en la primera etapa plantea el desafío de ubicar a la totalidad de las operaciones y empresas actuales en el nuevo espacio.

Este espacio será del 70% del planificado inicialmente y por lo tanto no contempla crecimiento e superficie individual sino mejoras en las operaciones y en la productividad logística.

A partir de estos supuestos y en base a entrevistas realizadas con las autoridades de la cooperativa se realizan las propuestas de organización posible en la tarea 5.

Se presenta a continuación la situación actual en base a la identificación y clasificación de puestos grandes, medianos y chicos, mas depósitos.

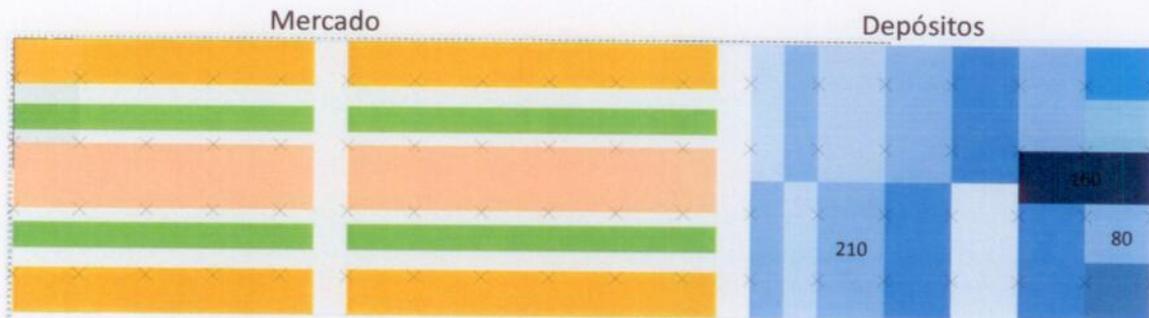


TAREA 5

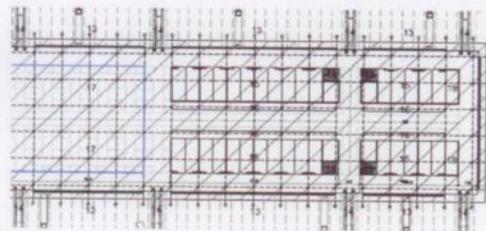
Definir en conjunto con los actores la configuración interna de la nave, ubicación de la playa libre, pasillos y puestos.

AVANCE DE LA TAREA 5

Definir en conjunto con los actores la configuración interna de la nave, ubicación de la playa libre, pasillos y puestos.



| | sup | cant | oferta | | |
|------------|-----|------------|--------|------------|------------|
| depósitos | 84 | 8 | 80 | 4 | |
| | 180 | 9 | 105 | 4 | |
| | | | 160 | 3 | |
| | | | 210 | 6 | |
| | | | | 17 | |
| Paradas G | 36 | 26 | 35 | 20 | -6 |
| | 32 | 28 | 35 | 20 | -8 |
| Paradas M | 28 | 9 | 25 | 40 | 31 |
| | 20 | 38 | 20 | 5 | -33 |
| Paradas Ch | 10 | 52 | 10 | 50 | -2 |
| | | 153 | | 135 | -18 |



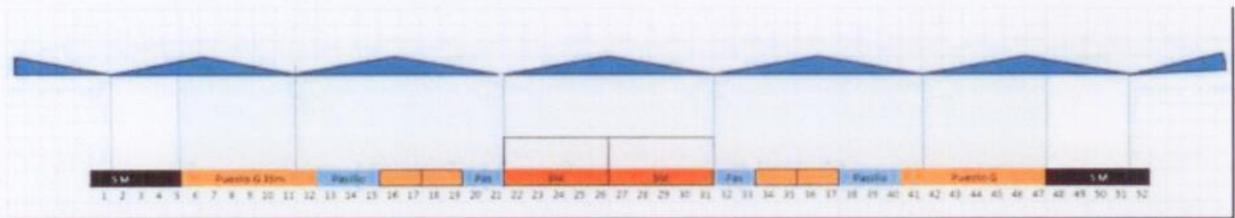
Se propone ubicar las empresas comerciales en base a la distribución de 4 pasillos.

Las paradas grandes se ubicaran con fondo a los muelles de carga y descarga por ser las que más mercadería mueven.

Las empresas más chicas (libres) se ubican en una retícula con frente al pasillo y fondo a una parada similar.

Estas paradas (verdes) se abastecen a partir de de los pasillos, ya que no son volúmenes individuales importantes.

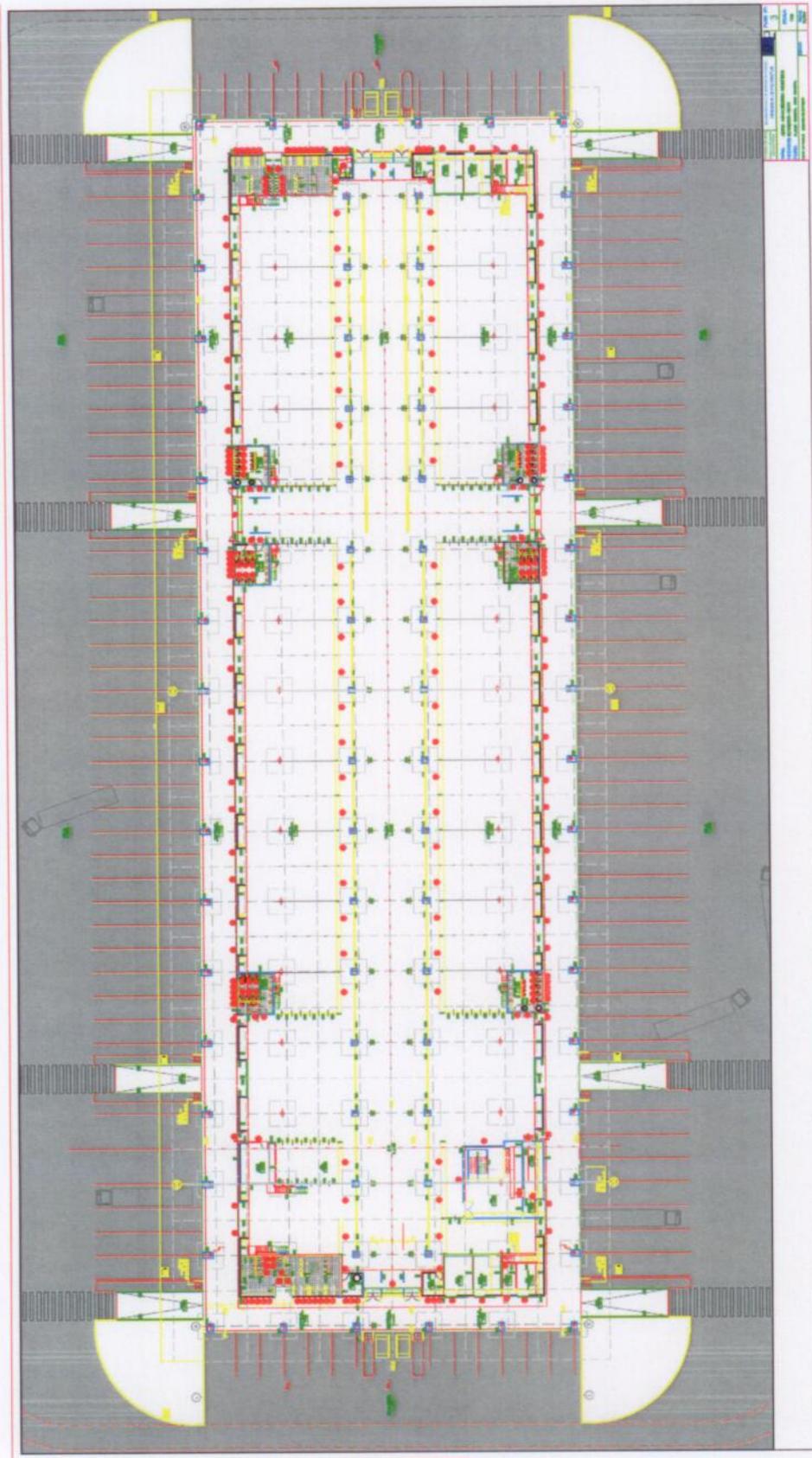
Las paradas grandes (naranjas), tienen instalaciones disponibles para montar oficinas en el nivel superior y cámaras frigoríficas.



Respecto de las operaciones realizadas en los depósitos, los mismos se ubicarán en uno de los extremos de la nave y en esa área no existirán pasillos.

Todos los depósitos tendrán acceso directo desde el muelle.

A continuación se presenta la imagen de la nueva planta diseñada por el Departamento de Proyectos de la Provincia a cargo del Arq. Burgos.



TAREA 6

Identificación y registro de los vendedores ambulantes que deseen participar de un proceso de modernización de sus vehículos.

TAREA 6

Identificación y registro de los vendedores ambulantes que deseen participar de un proceso de modernización de sus vehículos.



Como puede verse en la imagen los vendedores ambulantes utilizan principalmente carros de tracción a sangre, tirados por caballos.

Es incipiente el uso de motocicletas, tipo zanella cargo.

En base a las restricciones manifestadas en cuanto a la indefinición de fechas de inicio de las obras y de las recomendaciones realizadas por el presidente de la Cooperativa, y con el acuerdo del Ministerio de Planificación, como ya se mencionara en puntos anteriores, no se realizaron entrevistas particulares sino recorridas y preguntas aleatorias a los vendedores ambulantes.

De estas actividades podemos mencionar algunos puntos de interés:

1. De los aproximadamente 200 vendedores ambulantes mencionados en diferentes informes, como por ejemplo el realizado por el Ing. Winograd, este consultor ha podido constatar en mas de 10 visitas realizadas entre 2011 y 2012 que nunca superan los 100 vehículos por día de compra y que de ellos aproximadamente 40 utilizan motocicletas en lugar de carros de tracción a sangre.
2. De los que utilizan carros de tracción a sangre (entre 60 y 80 vendedores), considero que sólo una mínima cantidad, entre el 20 y 30% estaría en condiciones de cambiar su modo y pasarse a vehículos motorizados que serían los únicos habilitados para llegar hasta las nuevas instalaciones.
3. La principal limitante del 70% restante es la edad de los vendedores y la segunda su falta de iniciativa al cambio.

TAREA 7

Información sobre las necesidades de carga, conservación y modalidad de venta ambulante.

TAREA 7

Información sobre las necesidades de carga, conservación y modalidad de venta ambulante.

En este caso la realidad indica que el proceso de modernización de los vendedores ambulantes pasa por abandonar el carro a caballo y pasar a la motocicleta similar a las que muestro en la imagen inferior.



La principal limitación de este vehículo tal cual viene de fábrica es la falta de protección contra los rayos solares y por lo tanto el deterioro de la mercadería.

La segunda, es que en general, ya sea por costumbre o necesidad, los vendedores que utilizan carros de caballo, en general van de a dos.

Este tipo de vehículos puede transportar hasta 350 kg, o sea mas de 20 bultos o cajones, por lo que su limitación principal es por volumen y no por peso.

Estas cantidades son suficientes sin embargo ya que los carros de caballo no superan los 15 a 20 bultos.

TAREA 8

Identificación de proveedores para la construcción de carros de venta ambulante adecuados a productos perecederos.

AVANCE DE LA TAREA 8

Identificación de proveedores para la construcción de carros de venta ambulante adecuados a productos perecederos.

Hemos tomado contacto con algunos talleres que podrían adaptar o bien techos o bien cajas térmicas, el señor Gustavo Jensen trabaja en proyectos con INTA y a partir de contactos realizados por el Ingeniero Carlos Paz, se ha ofrecido a colaborar con estos procesos de adaptación en su taller de Resistencia.

Por otro lado en el punto 9 donde se presentan los costos también figuran los proveedores de vehículos.

AVANCE DE LA TAREA 9

Costos de los mismos y alternativas de financiamiento.

AVANCE DE LA TAREA 9

Costos de los mismos y alternativas de financiamiento.

Se presentan a continuación los resultados del relevamiento de características, modelos y precios de los vehículos propuestos.

Zanella Z-Max 110: \$11.000 – \$13.500

- Transmisión cardánica, suspensión trasera con elástico y delantera con doble amortiguador, caja de carga trasera, tablero análogo.

- 1,4 m² de superficie - 740 litros de capacidad.



INFORMACIÓN TÉCNICA

ESPECIFICACIONES DE MOTOR

| | |
|---------------|---------------------------------------------------|
| TIPO | Motocilindrico 4 tiempos 107cm ³ 7.2hp |
| TRANSMISIÓN | Cardánica manual 4 velocidades y reversa |
| REFRIGERACIÓN | Por aire natural |
| ARRANQUE | Eléctrico y por pedaleo |

ESPECIFICACIONES DE CHASIS

| | |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| DIMENSIONES | Largo 3050mm / Ancho 1120mm / Alto 1170mm |
| DISTANCIA DEL SUELO | 150mm |
| CAPACIDAD DE CARGA | 300kg (excluye conductor) |
| PESO VACÍO | - |
| CAPACIDAD DE TANQUE | 11Lts |
| RODADO | Delantero: 3,25-16" Trasero: 3,25-16" |
| LLANTAS | Delantero: Aluminio - Travesa: Chapa estampada |
| FRENOS | Delantero: Tambor Trasero: tambor en ambas ruedas |
| SUSPENSIÓN | Delantero: doble amortiguador hidráulico Trasero: elástico y espiral |
| CONSUMO | - |
| VELOCIDAD MÁXIMA | 50km/h (recomendada) |

Zanella Z-MAX 200: \$16.500 - \$18.500

- Caja de carga trasera, chasis reforzado, velocímetro análogo, baúl portaobjetos con llave. 126 cm x 170cm x 37cm.
- 2 m2 de superficie- 790 litros de capacidad.



INFORMACIÓN TÉCNICA

ESPECIFICACIONES DE MOTOR

| | |
|---------------|--------------------------------------------------|
| TIPO | Monocilíndrico 4 tiempos 193cm ³ 15Hp |
| TRANSMISIÓN | Manual 5 velocidades y reverse |
| REFRIGERACIÓN | Por líquido |
| ARRANQUE | Eléctrico y por palanca |

ESPECIFICACIONES DE CHASIS

| | |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| DIMENSIONES | Largo 3250mm / Ancho 1250mm / Alto 1400mm |
| DISTANCIA DEL SUELO | 165mm |
| CAPACIDAD DE CARGA | 350kg (carga húmeda 1000kg) |
| PESO VACÍO | 370kg |
| CAPACIDAD DE TANQUE | 16,3litros |
| RODADO | Delantero: 4.50-12" Trasero: 4.50-12" |
| LLANTAS | Acero |
| FRENOS | Delantero: tambor Trasero: tambor en ambas ruedas |
| SUSPENSIÓN | Delantero: forquilla hidráulica Trasero: estático y amortiguador hidráulico |
| CONSUMO | 3,2litros / 100km |
| VELOCIDAD MÁXIMA | 65km/h |

Zanella Z-Max 200 Truck: \$24.500 - \$26.500

- Chasis reforzado, velocímetro completo, estéreo integrado, llave de contacto, toma de aire de la cabina sobre el techo, espejos desplazados para mayor campo de visibilidad, control de dirección con volante. Dimensiones de la caja 126cm x 170cm x 37cm.
- 2 m2 de superficie-790 litros de capacidad.



INFORMACIÓN TÉCNICA

ESPECIFICACIONES DE MOTOR

| | |
|---------------|-------------------------------------------------------|
| TIPO | Monocilíndrico 4 tiempos 201, 9cm ³ 13,8HP |
| TRANSMISIÓN | Marcial 5 velocidades x 3 marchas |
| REFRIGERACIÓN | Por líquido |
| ARRANQUE | Eléctrico |

ESPECIFICACIONES DE CHASIS

| | |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| DIMENSIONES | Largo: 3600mm / Ancho: 1380mm / Alto: 1790mm |
| DISTANCIA DEL SUELO | 165mm |
| CAPACIDAD DE CARGA | 400kg (carga técnica 1000kg) |
| PESO VACÍO | 550kg |
| CAPACIDAD DE TANQUE | 19LN |
| RODADO | Delantero: 9.00-12" Trasero: 9.00-12" |
| LLANTAS | Acero |
| FRENOS | Delantero: tambor Trasero: tambor en ambas ruedas |
| SUSPENSIÓN | Delantero: horquilla hidráulica Trasero: elástico y amortiguador hidráulico |
| CONSUMO | 4.3lt / 100km |
| VELOCIDAD MÁXIMA | 70km/h |

Motomel Motocargo 150: \$13.500

FICHA TÉCNICA

MOTOR

| | |
|---------------------|-------------------------------------------------|
| Tipo | Monocilíndrico vertical de 4 tiempos |
| Cilindrada | 146,5 cc |
| Diámetro de cámara | 62 mm x 43,5 mm |
| Potencia | 11,40 a 3000 rpm |
| Transmisión | Caja de cambios de 5 velocidades y marcha atrás |
| Encendido | Electrónico |
| Arranque | Eléctrico y a pedaleo |
| Capacidad de tanque | 11 Litros |

CHASIS

| | |
|----------------------|----------------------------------------------------------|
| Largo Total | 2120 mm |
| Ancho Total | 1380 mm |
| Alto Total | 1200 mm |
| Medida de caja | 1800 mm x 1125 mm prof. 740mm |
| Capacidad de carga | 340 Kg |
| Freno delantero | Mecánico de expansión interna (patín de 100 mm) |
| Freno trasero | Mecánico de expansión interna (patín de 100 mm) |
| Suspensión delantera | Morquillo fija con amortiguadores hidráulicos regulables |
| Suspensión trasera | Eje fijo y espirales |
| Neumático delantero | 3.25 x 16 - 30 Lbs |
| Neumático trasero | 4.50 x 12 - 28 Lbs |



AVANCE DE LA TAREA 10

Identificación y acercamiento con sectores de interés a ser incorporados a la CAR, supermercadismo, producción avícola, caprinos, pesca, flores y plantas.

AVANCE DE LA TAREA 10

Identificación y acercamiento con sectores de interés a ser incorporados a la CAR, supermercadismo, producción avícola, caprinos, pesca, flores y plantas.

Esta tarea se encuentra en un avance inicial, en este momento se está confeccionando una lista corta de sectores con potencial interés de radicarse en la CAR:

1. Sector avícola a partir de reuniones mantenidas con el presidente de CAPIA, Sr. Roberto Domenech, quien informó al consultor acerca de importantes inversiones prontas a realizarse a nivel productor en la provincia. Esta información todavía no es pública, pero se presentará ni bien se definan las mismas.
2. Sector Caprino en base a la necesidad del frigorífico de la Cooperativa Trento Chaqueña de desarrollar canales de distribución comercial mayorista y minorista, siendo el mercado una excelente plataforma.
3. El sector de pescado de río de cria artificial, acuicultura, a partir del desarrollo de un cluster acuícola en el norte de la provincia con apoyo del PROSAP.

EN vistas de la posible reconfiguración del proyecto se han suspendido estos contactos y se mantiene la información recogida hasta el momento.

Para tener una base solida desde donde planificar posibles usos de la superficie en la CAR, el consultor analizó los sectores caprino, acuícola y Florícola en base a información aportada por las autoridades provinciales, el programa de Competitividad del Prosap y el PROCAL, programa de calidad agroalimentaria y el INTA.

SECTOR CAPRINO

SECTOR CAPRINO

El caprino es una especie que por excelencia genera productos lácteos, aunque también se destaca por la producción de carne y cuero.

La actividad referente a la cría y explotación del ganado caprino pertenece en su totalidad a los pequeños productores por dos motivos fundamentales:

1. El ganado caprino se adapta a cualquier terreno, permitiendo el comienzo de actividades generadoras de ingreso en ambientes hostiles al surgimiento de otras actividades económicas,
2. La cría y explotación del ganado caprino es agresiva hacia el medio ambiente, por lo que generalmente no se realiza esta actividad en los buenos campos.

La importancia de la participación de pequeños productores en este sector ha sido uno de los puntos fuertes para las autoridades provinciales a la hora de recomendar su incorporación a la CAR.

En el mundo, se calcula que existen alrededor de 780 millones de cabezas de caprinos, y que su producción se concentra en países que presentan altos niveles de pobreza y condiciones poco propicias para el desarrollo de otras actividades generadoras de ingresos tales como las áreas tropicales o muy áridas.

Generalmente, la producción caprina se destina al autoconsumo, no logrando, de este modo, un crecimiento exponencial en su producción agregada o global.

En términos generales, la demanda de este tipo de carne se concentra en épocas festivas tales como Pascua, Navidad, no obstante, algunos países, como Australia, han logrado incorporar el consumo de carne caprina a la dieta diaria.

Una muestra del bajo nivel de desarrollo de la cadena caprina está dado por el hecho que el principal producto de comercialización es el animal vivo, con un nivel de comercialización que oscila entre 2 y 3 millones de cabezas por año, con Omán, Emiratos Árabes y Nigeria como actores importantes tanto en importaciones como en exportaciones.

En la República Argentina, el ganado caprino existe desde la colonización, momento en el cual fue importado por los españoles y distribuido a lo largo del territorio nacional. Actualmente,

La producción caprina se caracteriza por su importancia dentro de las economías regionales que cuentan con escasos recursos y condiciones poco propicias para desarrollar actividades económicas alternativas, dando nuevas herramientas de sustento a familias que se desenvuelven en un marco de informalidad y vulnerabilidad socioeconómica, permitiéndoles desarrollar una nueva actividad generadora de ingresos propia.

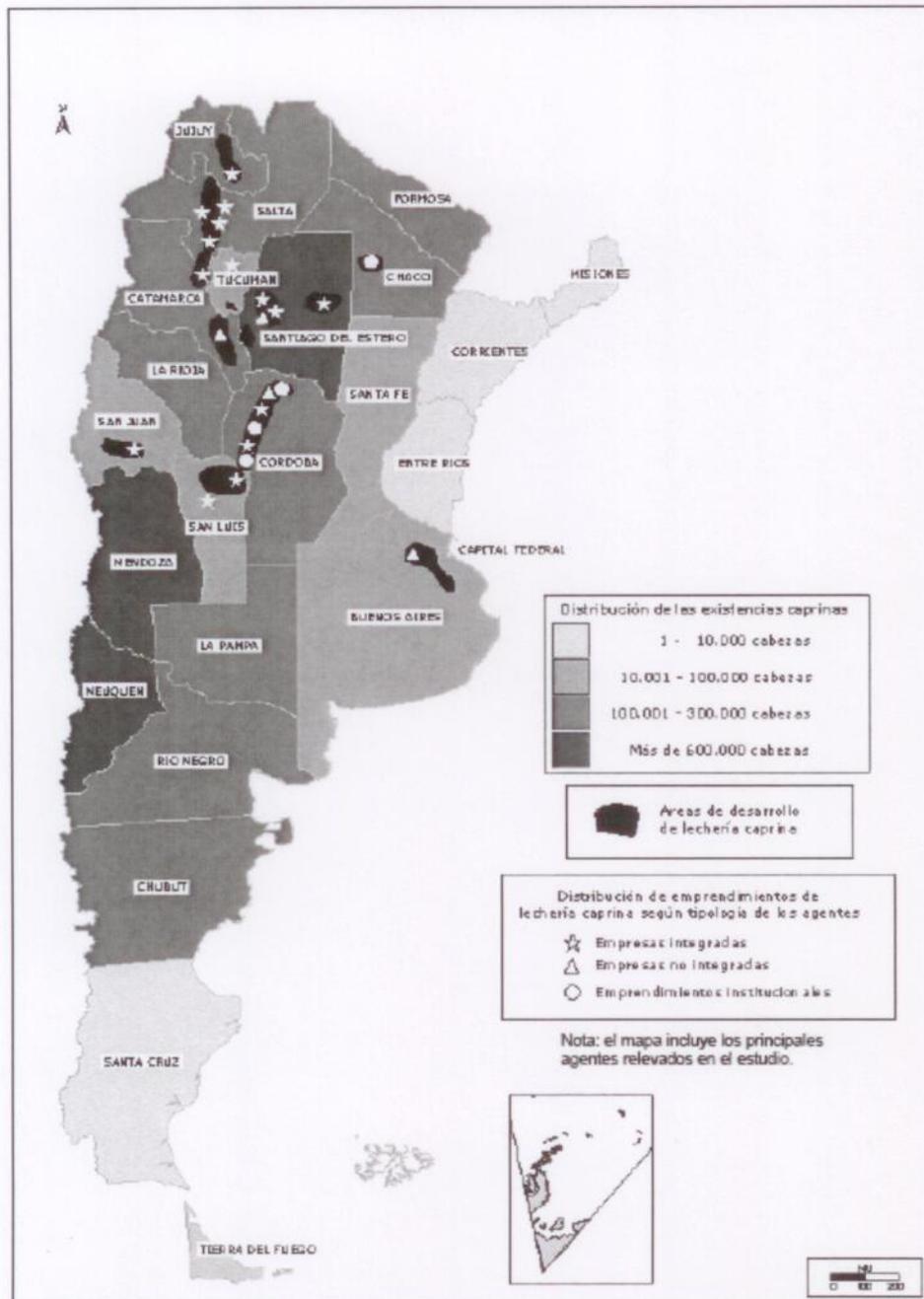
Insisto en este tema debido a que Chaco presenta estas condiciones.

En cuanto a la distribución provincial del rodeo, la importante participación de Chaco en el contexto nacional se muestra en el cuadro siguiente y lo ubica en el 5 lugar muy cerca de su vecino Santiago del Estero.

| PROVINCIA TOTAL CAPRINOS | | |
|---------------------------------|----------------|----------------------|
| TOTAL 4.037.036 | Cabezas | Participación |
| Neuquén | 940.000 | 23,28% |
| Mendoza | 699.000 | 17,31% |
| Santiago del Estero | 397.000 | 9,83% |
| Chaco | 343.000 | 8,50% |
| Salta | 321.000 | 7,95% |
| Formosa | 218.000 | 5,40% |
| Río Negro | 213.000 | 5,28% |
| Chubut | 145.000 | 3,59% |
| Córdoba | 135.000 | 3,34% |
| La Rioja | 111.000 | 2,75% |
| Jujuy | 92.000 | 2,28% |
| Catamarca | 84.000 | 2,08% |
| La Pampa | 83.000 | 2,06% |
| San Luis | 81.000 | 2,01% |
| Santa Fe | 55.000 | 1,36% |
| San Juan | 37.000 | 0,92% |
| Buenos Aires | 27.000 | 0,67% |
| Corrientes | 22.000 | 0,54% |
| Entre Ríos | 17.000 | 0,42% |
| Tucumán | 11.000 | 0,27% |
| Misiones | 2.000 | 0,05% |
| Santa Cruz | 1.000 | 0,02% |

Fuente, Elaboración propia en base a datos SENASA 2010

Distribución territorial de la actividad



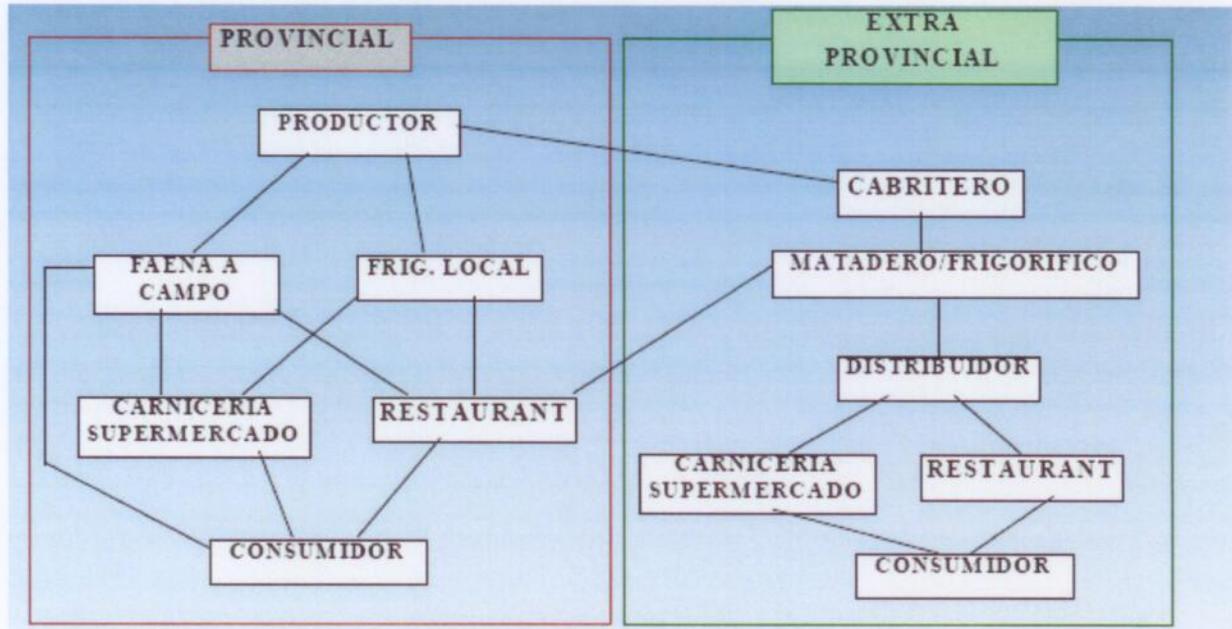
Fuente: Gutman et al. (2004)

El consumo del cabrito no es preferencial a nivel nacional, por una parte los consumidores eligen primero las carnes blancas, las cuales tienen un costo menor. Por otro lado, existe gran oferta de otro tipo de carnes en los establecimientos comerciales que posicionan al cabrito en un lugar secundario.

Asimismo, el consumo del cabrito tiene un carácter esporádico, concentrándose en determinados momentos del año, como por ejemplo, Navidad o Pascua, y salvo localmente, no integran la canasta básica de alimentos.

La comercialización no está suficientemente desarrollada y articulada entre los productores y los comercios minoristas/consumidores y por ello una infraestructura como la CAR, puede mejorar esa situación.

En términos de cadena, podemos describir la producción y abastecimiento de carne caprina en base al siguiente cuadro.



Producción primaria

A nivel nacional, los productores están atomizados existiendo una variedad de productores de distinto tamaño, en términos de cantidad de animales, manejo, tipo de explotaciones, etc.

En general son pequeños productores, del tipo "agricultura familiar", con bajos recursos y que realizan la actividad en suelos áridos o de baja receptividad. Presentan irregularidad en la tenencia de la tierra, por lo que no pueden garantizar la continuidad de la actividad en el largo plazo, y por lo tanto no son sujeto de apoyo financiero privado.

Por otra parte, dado que la producción caprina se caracteriza por un alto nivel de informalidad fiscal y sanitaria, la comercialización de sus productos se realiza en canales informales con bajos niveles de información y transparencia en lo que se refiere a precios, mercados y características de la demanda.

Se estima que los 4 millones de caprinos en la Argentina se crían en más de 46.000 explotaciones en todo el país (INTA).

La producción se realiza en forma sedentaria y de trashumancia, por lo que la mayoría de las veces el producto está solo disponible en los períodos de mayor oferta forrajera, siendo esto muy perjudicial para los procesos industriales de faena.

La producción de carne caprina en Argentina, está orientada principalmente a la obtención del cabrito mamón o chivitos para consumo, que representa el producto tradicionalmente comercializado.

Este es un animal criado en base a leche materna que, dependiendo de la zona de cría, alcanza un peso de faena de 10-12 kg entre los 45 a 90 días de vida.

De ésta forma, se obtiene una carcasa de 4 a 6 Kg limpios, de bajo contenido graso y alta calidad nutricional.

Según la ONCCA, el cabrito es la categoría que más se faena dentro de la especie caprina (75 por ciento del total de los animales faenados). A pesar de que la producción de carne es la función más importante de la cría caprina, la faena registrada por el ONCCA indica que sólo alrededor del 5 por ciento del total de cabezas se faena oficialmente, lo que indica una alta faena informal.

Debido a la estacionalidad de la producción, la comercialización de cabritos para faena se realiza principalmente en los meses de diciembre y enero.

La comercialización del cabrito posee características propias y complejas. Se suele vender "en pie" en el establecimiento del productor adonde llegan los compradores, muchas veces extraprovinciales; en algunos casos enviados por frigoríficos o bien intermediarios (cabriteros), y pagan con dinero o mercancías (trueque).

El precio se establece para todo el lote "al barrer" e intervienen en la fijación del mismo varios factores: cantidad de cabritos, edad, estado corporal, distancia a centros poblados, competencia entre frigoríficos.

En

La Faena

Mientras que en nuestro país la producción está dispersa, la faena registrada se encuentra altamente concentrada en dos regiones, a saber, Mendoza y Córdoba.

Según datos del SENASA, "en 2004 2 frigoríficos de Mendoza concentraban el 41% de la faena mientras que 4 frigoríficos de Córdoba lo hacían en un 36%."

Existen 42 frigoríficos para faena de cabritos a nivel nacional, de los cuales solo 2 están en el NEA.

Se debe tener en cuenta que ninguna de las zonas productoras puede abastecer por sí misma a un solo frigorífico, por lo que cada uno de ellos sigue una ruta de recolección de los productos en la que se ponderan sobre todo la cantidad, calidad y distancia.

Para la compra de los productos se debe tomar en consideración los altos costos de transporte, así como también las grandes distancias, y en muchos casos el mal estado de los caminos.

En el caso de los frigoríficos de mayor tamaño, se da la situación en la cual el cabritero es también empleado del frigorífico que se ocupa de la compra y traslado del animal.

Por otro lado, existen casos de frigoríficos de menor tamaño en los que el cabritero es tan sólo un intermediario que realiza la faena y el traslado por medios propios.

Por otro lado, el número relativamente bajo adjudicado a la faena puede explicarse también porque el mismo no incluye la faena doméstica realizada por los productores (autoconsumo), así como tampoco la faena clandestina y la comercialización informal.

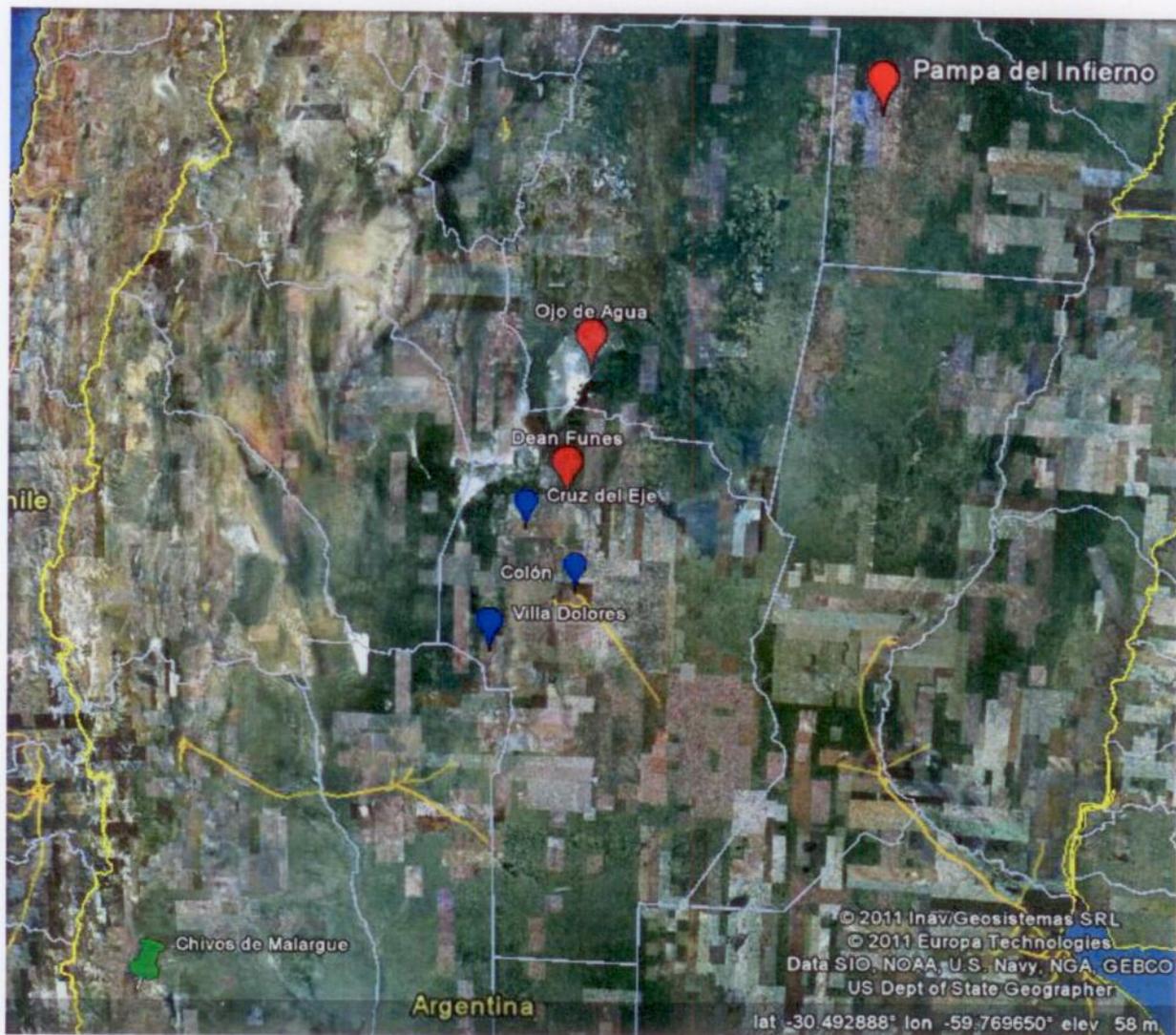
Lo que sucede es que la producción caprina es mayormente artesanal, por lo que muchos productores están alejados de los mataderos habilitados, ocupándose ellos mismos de la faena y venta, generándose mercados de compra y venta paralelos, y no estando registrada su producción en las estadísticas nacionales.

Según algunos autores, los frigoríficos cordobeses señalados en el mapa de la página siguiente, compran en la ruta del chivo desde Malargüe, Catamarca, La Rioja y Santiago, pero no mencionan a Chaco como proveedor, teniendo Chaco un frigorífico de las características de Pampa del Infierno.

Se resalta que Chaco, teniendo una de las mayores existencias de cabritos a nivel nacional, a saber, 342.457 cabezas de ganado caprino, tiene solamente un frigorífico, en tanto la provincia de Córdoba, que manifiesta tener 135.408 cabezas de ganado caprino, tiene cuatro frigoríficos habilitados, los que se señalan con las marcas azules y rojas, y están localizados en Villa Dolores, Colón, Cruz del Eje y Dean Funes. Este último sería el más conveniente para comprar en el Chaco y competir con la industria provincial.

Santiago del Estero, provincia que a nivel nacional también se destaca por su potencialidad de producción caprina, tiene sólo un frigorífico, que es el de Ojo de Agua.

Frigoríficos en las provincias de Santiago del Estero, Córdoba y Chaco. Rutas comerciales de los productos cárneos caprinos.



Fuente: Elaboración propia en base a datos SENASA

Distribución y consumo

Los principales destinos de venta del cabrito en pie, están constituidos por los frigoríficos, los consumidores finales, el autoconsumo en el marco de los emprendimientos de los mismos productores, o bien la reposición de madres para continuar el proceso de producción.

En algunos casos, el cabrito se vende directamente a los hipermercados desde los frigoríficos sin ningún tipo de intermediación. Sin embargo, no constituye una modalidad de venta preferida dado las condiciones impuestas por los hipermercados como, por ejemplo, pagar en el largo plazo.

En este sentido, la venta de cabrito representa un porcentaje ínfimo dentro del sector carnes de la gran distribución minorista.

La mayor proporción del cabrito faenado a nivel nacional es destinado a la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, y en segundo lugar, a ciudades importantes tales como Córdoba, Rosario y Santa Fe.

Como se ha mencionado anteriormente, el consumo de carne caprina no es generalizado, sino está concentrado en los centros de turismo y sector hotelero, los restaurantes, así como también en las festividades de fin del año. Se destaca también la compra directa en el establecimiento –sobre todo en las provincias productoras- o bien en carnicerías no especializadas.

La carne caprina es atractiva al consumo por sus condiciones nutricionales, puesto que contiene muy bajo nivel de grasa y colesterol intramuscular, en tanto presenta un alto contenido de proteínas; características que la hacen una carne apetecible y demandada por el consumidor.

Sin embargo, la mayoría de los consumidores plantea que el precio de la carne de cabrito es elevado y solo una minoría lo considera adecuado.

El limitado conocimiento del consumidor respecto de los productos de origen caprino es afectado aún más por el escaso esfuerzo en promoción por parte del sector. Pero por otra parte, desde los productores o la industria se conoce poco sobre las características de la demanda por lo que sería conveniente desarrollar un estudio de mercado.

El Sector Caprino en la Provincia del Chaco

Chaco es una provincia en la cual el sector caprino está presente, teniendo un lugar preponderante respecto a sus provincias vecinas, tales como Misiones, Formosa y Corrientes.

A marzo de 2010, la provincia tiene 342.457 cabezas de ganado caprino, con alrededor de 7.500 productores que se dedican a la cría y explotación de caprinos.

El ganado caprino tiene un rol importante en ciertas regiones de menor potencial productivo. De ahí que los niveles de productividad suelen ser bajos.

En general, los cabritos producidos en la provincia tienen como destino mercados extrarregionales (venta de ganado en pie a cabreros cordobeses), pero en los últimos años se instrumentaron planes provinciales que permitieron faenar la producción localmente y destinar el producto tanto a mercados de la provincia como de otras partes del país.

El gobierno de la provincia da apoyo al sector a través de un "Plan Caprino Provincial" y del "Proyecto Ganadero del Noroeste Chaqueño", que contempla la entrega de maquinarias tecnificadas y de capacitación así como también asistencia técnica a los productores.

Un dato de relevancia que ilustra la situación del sector caprino en la provincia es que la mayor parte de las cabras utilizadas son criollas y cruza de mala calidad.

Por ello, el Ministerio de Producción y Ambiente estableció un convenio con el PROSAP a fin de comprar 1.500 reproductores Böer de primera categoría.

Paralelamente, a través de los trabajos de concienciación sobre la importancia de una siembra de pasto acorde a la zona, el Ministerio logró incorporar a Villa Berthet, Villa Ángela y Machagai al complejo de producción de caprinos de la provincia.

El objetivo de las acciones estratégicas es incentivar la producción a gran escala para poder, no sólo abastecer al mercado local, sino también comercializar la producción chaqueña en otros mercados del país.

Para ello se trabajará con técnicas de avanzada como la genética, las aguadas, las pasturas, la suplementación estratégica y bajo un plan coordinado con los productores que permita superar las debilidades y optimizar las fortalezas.

El gobierno provincial ha llevado adelante diferentes obras para estimular el desarrollo de emprendimiento cooperativos.

Por ejemplo, se ha firmado un convenio con la provincia italiana de Trento, por el cual se financió la construcción de un frigorífico en Pampa del Infierno, que se encuentra plenamente operativo y su funcionamiento se observa en las imágenes siguientes.



También se encuentra en marcha un programa lanzado por la provincia - "Proyecto Ganadero de Noroeste Chaqueño" (PROGANO) - donde se intentan articular diferentes dimensiones tanto productivas, organizativas, institucionales como de comercialización.

En entrevistas con representantes del gobierno local en la provincia de Chaco, se ha podido identificar que la decisión de instalar un frigorífico en Pampa del Infierno responde a que se trata del sector más desarrollado dentro de la provincia, ya que acumula más del 50 por ciento del stock caprino a nivel provincial, y porque se encuentra a una distancia equidistante de las zonas de producción del norte del Chaco.

Constituye el único frigorífico habilitado para tránsito federal y exportación.

De acuerdo a datos provistos por representantes del gobierno local, existe un potencial de faena de alrededor de 16.000 caprinos, y se están faenando alrededor de 6.000 en el frigorífico.

En lo que respecta al circuito comercial de la producción caprina, hay que mejorar la logística de recolección y pago al contado. El problema es que la recolección, si se hace puesto por puesto, es muy onerosa, dado que hay que recorrer 1.000 km para recolectar 200 o 300 animales, y después la carga que se transporta tiene menos valor que el combustible.

Desde el gobierno se están instalando Centros de Desarrollo Productivo, en los cuales hay un veterinario y responsables técnicos que dan asesoramiento, acopian a los caprinos, pero todavía no están cumpliendo con su potencial en términos de funcionamiento.

Uno de los mayores problemas identificados se refiere al tema de la comercialización, el cual, en primer momento, era visto por el gobierno como un problema propio de los productores que tenían que resolver por sus propios medios, pero luego se han percatado de que el gobierno debe intervenir y dar apoyo en términos de comercialización para potenciar al sector.

Los productores no tienen capacidad de organización. Existen entre 40 y 100 productores por asociación pero no toman iniciativas para trabajar en conjunto, por lo que el incentivo debe ser implantado desde fuera.

Otro problema reside en la venta del cabrito al frigorífico.

El precio del cabrito que paga el frigorífico es muy bajo en comparación con lo que pagan otros compradores de otras provincias que vienen y lo compran en forma directa.

El cabrito se categoriza y, en función del peso, se vende al valor que tenga.

El productor tendía a vender más a otros compradores, provenientes sobre todo de las provincias de Santiago del Estero, Córdoba y ahora también Buenos Aires (desde la localidad de Ayacucho), que al frigorífico.

Actualmente, el frigorífico está pagando mejor precio. Sin embargo, se deben realizar acciones para que el cabrito llegue más engordado y es necesario potenciar el vínculo entre el productor y el frigorífico, ya que no hay enlace ni continuidad entre ellos.

En la provincia de Chaco, mediante el programa del gobierno hay una producción asegurada que se vende a escuelas, cárceles y organizaciones del lugar.

Los productores locales venden en sus propias localidades, sin facturación y en un volumen que sólo cubre una demanda selectiva y que deja muchos animales en los campos como improductivos (capones, cabras de refuto, chivitos, etc.), porque los mercados sólo compran el cabrito mamón de hasta 14 kg. vivo. Otro tema que se debería abordar seriamente es la exportación de los productos derivados del caprino, sobre todo si se tiene en cuenta el precio de los productos cárneos tradicionales.

A través de un relevamiento de tipo cualitativo, el consultor recabó información sobre el desarrollo del sector caprino en la provincia de Chaco a través de una charla con el Dr. Bernardo Molina, ex Veterinario del SENASA en el Frigorífico de Pampa del Infierno.

De acuerdo a su opinión, la principal limitante para el funcionamiento del negocio a nivel local es la falta de oferta debido especialmente a su difícil acceso y a la cultura de los productores.

El frigorífico de Pampa del Infierno tiene una capacidad potencial de faena de 600 cabezas al día, y en el mejor de los días se están faenando 200 cabezas, dos veces a la semana, es decir que existe una capacidad ociosa altísima.

El recorrido para la recolección de chivos en el Chaco, en el Impenetrable, suele llevar tres días. Se recogen entre cuatro y cinco cabezas por productor.

Cada chacra está a una distancia de 5 o 10 km de la otra, por lo que juntar 60 chivos lleva tres días de trabajo. Hubo distintos intentos de aumentar la oferta a través de la utilización de mecanismos de genética, pero la real limitante a la mejora de la productividad es la falta de comida y el clima extremo que preponderan en el Chaco.

Finalmente y a la hora de incorporar al sector dentro de la CAR deben tenerse en cuenta los siguientes puntos críticos:

El sector de la producción caprina se encuentra subdesarrollado en el país y también en Chaco debido a una serie de debilidades estructurales de distinta índole que se explicarán a continuación.

Debilidades Sectoriales

Dispersión Geográfica

Dispersión geográfica de los productores y falta de redes que permitan articular y manifestar los intereses colectivos. Existen algunos casos puntuales de coordinación tanto en la producción como en la comercialización de productos. Por ejemplo, en Chaco la ya mencionada Cooperativa Trento-Chaqueña y en el caso de Córdoba la Asociación de Productores del Noroeste de Córdoba, la Organización de Campesinos Unidos del Norte de Córdoba y la Unión de Campesinos de Traslasierra.

Alto nivel de informalidad

Tomando en consideración el alto nivel de informalidad dentro de la cual se desarrolla la cría y explotación de ganado caprino, se estima que un elevado porcentaje de la zafra anual de cabritos, calculada en alrededor de 1.700.000, son sacrificados y comercializados en forma clandestina.

En el sector caprino, al constituir un mercado caracterizado por el alto nivel de informalidad, no existe un precio objetivo para los distintos productos que se comercializan, por lo que los productores desconocen el precio de los productos durante todo el ciclo productivo, y muchas veces no logran establecer criterios beneficiosos cuando deben negociar el precio del producto con los comercializadores.

El nivel de informalidad no se observa solamente en la falta de registro de los productores, sino también, en la carencia de información a nivel nacional para el sector de la producción caprina.

Esto se evidencia, por ejemplo, en el hecho de que el mercado potencial para este tipo de productos no es totalmente conocido por los productores ni medido con precisión en su tamaño o alcance,

Deficiencias sanitarias

Una de las limitantes en el sistema de producción caprino se refiere al deficiente estado sanitario y al desconocimiento de muchas enfermedades que afectan al sector.

Es de suma importancia que los productores conozcan los factores que provocan las enfermedades del animal, así como todos los recaudos que se deben tomar para prevenirlas. Muchas veces se considera que por ser el caprino una especie rústica y que se adapta a todo terreno, es mucho más fuerte.

La realidad no es así y se deben tener cuidados particulares con esta especie, ya que es muy susceptible a los problemas fisiológicos.

Se mencionan a continuación algunas de las enfermedades más comunes en los caprinos:

- La Brucelosis es una enfermedad infecciosa con riesgo de alto contagio al ser humano.
- La Tuberculosis, enfermedad muy importante ante la comercialización de quesos caprinos, sobre todo cuando los establecimientos producen quesos artesanales sin pasteurización.
- La enfermedad de Retrovirus Caprino es una enfermedad crónica de carácter progresivo que afecta la expectativa de vida de las cabras, así como la calidad de su producción de fibra y leche. Los mercados externos exigen que las cabras estén libres de este virus.
- La fiebre aftosa, por su parte, es una enfermedad virósica altamente contagiosa. La enfermedad no es mortal, pero afecta a los animales durante un período muy prolongado, generando consecuencias negativas en la producción de carne y leche en el largo plazo.

Se produce una significativa cantidad de muertes de animales jóvenes debido a problemas de nutrición de parásitos.

La estacionalidad en la producción

El sistema de producción caprino es estacional, concentrando un momento de parición en los meses correspondientes a la primavera y el verano, así como otro momento durante los meses de invierno.

En los meses de primavera y verano, se da un rebrote de los forrajes, lo cual genera un ambiente propicio para el inicio de la etapa reproductiva de las cabras.

El momento de parición más importante en términos de la cantidad de cabritos nacidos es entre mayo y agosto, que se corresponde con la preñez de las cabras durante el verano. Sin embargo, muchos cabritos nacidos en este período tendrán una esperanza de vida corta, debido a que durante el tercer mes de gestación, las cabras tendrán escaso alimento de calidad al cual recurrir.

El segundo momento de parición se da en los meses de verano, entre noviembre y enero. En este caso, el número de pariciones es mucho menor, ya que corresponden a servicios de invierno, momento en el cual las cabras se ven afectadas por la escasez de alimento general.

La faena, por su parte, está concentrada en los meses de noviembre y enero, llegando a su pico más elevado en el mes de diciembre.

La alta estacionalidad característica del sector caprino repercute negativamente en la producción, ya que se generan déficits en determinados momentos del año y excesos de oferta en relación a la demanda de la industria, fallando el sector en la generación de una producción escalonada.

Preferencias de los consumidores

Según algunos estudios, como el de Valenti (2002), si bien el consumo de cabrito siempre fue mínimo en relación con otras carnes, ha venido descendiendo en los últimos 20 años hasta un tercio de los niveles de la década de 1970 a expensas del consumo de pollo.

Las causas de este descenso obedecerían a aspectos como: a) cambios en los hábitos alimenticios; b) pérdida de presencia en los mercados por menor producción; c) cambios en los sistemas comerciales con el crecimiento de los supermercados en detrimento de los tradicionales comercios; d) crecimiento en la oferta de otras carnes alternativas producidas en establecimientos empresarios, sea de cría extensiva o intensiva.

En Argentina, a nivel general, no existe una cultura respecto del consumo generalizado de los productos derivados del caprino, ya que la gente tiende a comprar mayormente carnes rojas tradicionales o blancas; incluso el cerdo y cordero son consumidos en mayor medida que la carne caprina. Los productos derivados del caprino se suelen consumir dentro de mercados altamente concentrados en el interior del país o bien para fechas especiales, tales como Pascua y Navidad.

Por otra parte, se evidencia una falta de investigación del mercado a fin de determinar de qué manera presentar los productos a comercializar para que resulten atractivos en los consumidores potenciales. El consumidor tiene mucha variedad de presentación de los productos de carnes rojas tradicionales o blancas, en tanto en el caso del caprino se ofrece en un solo corte, no se aplica al producto el proceso de troceo.

En este sentido, hay que educar al cliente en el consumo de este producto, pero para esto primero es necesario asegurar la oferta del mismo.

Todas estas consideraciones deben ser atendidas al momento de incorporar un espacio de manipulación, almacenamiento, distribución y venta de carne caprina fresca, congelada o cocida.

El dimensionamiento y ubicación de dicho espacio se irá configurando a medida que avance el trabajo del consultor y se concrete el interés sectorial.

CLUSTER ACUÍCOLA DEL NEA

CLUSTER ACUÍCOLA DEL NEA

El Cluster Acuícola del NEA comprende las provincias de Misiones, Corrientes, Chaco y Formosa y registra, aproximadamente, 1.500 Km. de distancia de un extremo al otro.

La superficie en producción estimada es de 1.324 hectáreas, de las cuales 107 hectáreas corresponden a Chaco, 134 hectáreas a Corrientes, 237 hectáreas a Formosa y 846 hectáreas a Misiones.

El perfil productivo de la región está conformado, mayormente, por pequeños productores que apuestan a la diversificación productiva con la inserción de un módulo de piscicultura para mejorar la rentabilidad del campo.

Existe, a su vez, un grupo de medianos y grandes productores que produce alrededor del 80% del pescado proveniente de la piscicultura del NEA, este grupo ha manifestado el interés y la necesidad de contar con un centro de distribución y almacenamiento de producto congelado y analizan la posibilidad de que la CAR sea el lugar más adecuado para ello.

Las cuatro provincias registraron, durante el ciclo 2009/10, 960 productores, cuyo valor de producción ascendió a 20 millones de pesos (Dirección Nacional de Acuicultura). Las principales especies comercializadas son: Pacú (*Piaractus mesopotamicus*), Carpa (*Ciprinus carpio*) y Tilapia (*Oreochromis spp.*).

El principal producto es el filet despinado de pacú, comercializado por las pisciculturas de mayor tamaño. Existen otros productos, pero la escasa oferta no permite consolidarlos en el mercado regional. Los pequeños productores comercializan el excedente que producen a pie de estanque.

El sector en Argentina

La acuicultura argentina puede subdividirse en 4 cuencas productivas, cada una de las cuales se caracteriza por distintas aptitudes para la actividad.

Estas cuencas, identificadas por la Dirección de Acuicultura, son:

1. Cuenca templado-cálida y subtropical (con estaciones de crecimiento prolongadas), que es ideal para especies de clima cálido, como el pacú, la tilapia, especies de carpas, boga, surubí, salmón de río, langosta australiana, randia, entre las más importantes.
2. Cuenca templado-fría o cordillerana (cordillerana-patagónica y de serranías), con aguas frías de amplio a mediano caudal de abastecimiento, inmejorables en cuanto a calidad y condiciones referidas a cultivos de varias especies de peces salmónidos (truchas y salmones), especialmente trucha arco-iris.
3. Cuenca templada continental (pampa húmeda y adyacencias), con características climáticas más restringidas para especies como el pejerrey (extensivo), randia, esturión, amur y, en determinados casos especiales, trucha arco-iris o alguna otra especie de clima no concordante, que deberá cultivarse con inclusión de tecnologías que probablemente aumenten los costos de su producción (por ej., calefacción)

en el caso de ranas). Los emprendimientos en esta cuenca, y según los casos, serán de corte comercial, para consumo, ornamento o actividad deportiva.

4. Cuenca templada a templada-fría (costera marítima), con aguas de calidad y sitios determinados, con potencial para emprendimientos de diferentes tipos, especialmente referidos a cultivos de peces apreciados como lenguado, besugo, lisa y otras especies marinas aún con tecnologías ausentes. También puede cultivarse trucha en engorde marino (alevinos originados en aguas continentales), moluscos bivalvos (mejillones, ostras, vieiras y distintas almejas), univalvos (volutas y abalones), así como microalgas y otras especies de carácter exótico apreciadas y de alto valor comercial en los mercados de consumo y en algunos casos de valor deportivo.

La producción comercial de la acuicultura argentina se inicia en la Cuenca Templado-Frío o Cordillerana, teniendo como especie principal la trucha arco-iris. A partir de la década de 1990, se comienzan a establecer emprendimientos en los embalses situados sobre el río Limay. Actualmente, la trucha es la especie más cultivada en Argentina con una producción que supera las 1.800 toneladas por año, cultivadas en su mayoría en el polo acuícola localizado en los embalses de Alicurá y Piedra del Águila de las provincias de Neuquén y Río Negro.

La Cuenca Templado-Cálida y Subtropical, donde se encuentra la región NEA, también mostró un crecimiento de la acuicultura comercial a partir de los años '90, impulsada por el interés del sector privado y público en la actividad. La especie más cultivada es el pacú (*Piaractus mesopotamicus*) bajo la modalidad de monocultivo, siendo Rosamonte, de la provincia de Misiones, la empresa de mayor volumen de producción.

El consumo de pescado nacional ha aumentado en los últimos años como consecuencia de cambios en la dieta hacia una alimentación más saludable y por sustitución de otras carnes que se han encarecido en los últimos años.

No existen datos oficiales sobre la actividad económica de la piscicultura en Argentina, sólo una estimación del consumo per cápita de pescado, el cual alcanza, según datos de la FAO, los 7,9 Kg por año. Este consumo es abastecido, principalmente, por pesca marítima y continental. La piscicultura provee de especies características de clima templado-frío, como la trucha.

Los principales actores en la cadena

En la cadena piscícola del Cluster Acuícola del NEA intervienen no sólo los productores primarios —entre los que se cuentan los engordadores y proveedores de alevines y juveniles—, sino también los proveedores de insumos, así como los actores vinculados a la etapa de industrialización y comercialización y al sector científico tecnológico.

La actividad cuenta también con un fuerte apoyo de los gobiernos provinciales, los cuales tienen desarrollados programas específicos para la actividad que promueven el ingreso de nuevos piscicultores a partir, en algunos casos, del financiamiento en la construcción de estanques y asesoramiento técnico.

La producción primaria contempla tres sub-etapas: reproducción, recría y engorde de las especies acuícolas sembradas. La primera de ellas, la reproducción, se realiza en centros especializados presentes en casi todas las provincias del Cluster.

Las necesidades de alevines de los productores del NEA pueden ser cubiertas por los centros existentes, muchos de los cuales trabajan con capacidad ociosa. A pesar de esto, existen casos donde se adquieren alevines de países limítrofes, principalmente por costos.

La recría, por el contrario, no cuenta con establecimientos especializados. Actualmente, esta etapa se realiza en las mismas explotaciones de los engordadores o bien en algunos centros de reproducción que avanzan sobre este eslabón. El engorde a partir de juveniles condiciona la productividad del estanque, especialmente en los estanques de pequeños productores, ya que baja sensiblemente la tasa de mortandad de los peces. No obstante esto, existen dificultades vinculadas a: i) razones financieras, ya que el juvenil cuesta 9 veces un alevín⁴; ii) que no existen servicios de transporte adecuado para el transporte de peces vivos.

Desde el punto de vista de los engordadores, según datos de la Dirección de Acuicultura del Ministerio de Agricultura, existen 960 productores piscícolas distribuidos entre las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

| Provincias | Productores (cantidad) | Superficie (ha) | Especies |
|------------|------------------------|-----------------|-------------------------------------|
| Chaco | 23 | 107 | Pacú, Carpa, Tilapia |
| Corrientes | 11 | 134 | Pacú, sábalo, otras |
| Formosa | 16 | 237 | Pacú |
| Misiones | 910 | 846 | Pacú, Carpa, Tilapia, Surubí, otras |

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección de Acuicultura – MinAgri.

Según los datos relevados por el cluster, los piscicultores cuya superficie dedicada a la actividad es menor a una hectárea representan el 91% de la piscicultura chaqueña, el 55% en Corrientes, el 62,5% en Formosa y el 93% en Misiones. Dentro de este universo de pequeños productores existe una gran heterogeneidad en términos productivos. En Misiones, predomina un perfil campesino –colono que utiliza la acuicultura para consumo propio y el excedente lo comercializa a pie de estanque—. La producción es principalmente el policultivo de carpas, los ciclos productivos pueden durar hasta 3 años y el alimento proviene mayormente de otras producciones de la chacra.

Existe también un grupo de piscicultores pequeños que realiza ciclos productivos más cortos y alimenta su producción con una combinación de alimento balanceado y productos de la propia chacra. El principal problema productivo de este conjunto radica en las restricciones financieras para costear la producción y la falta de asesoramiento

productivo para realizar la misma. Este perfil de pequeños productores está presente en todas las provincias del Noreste Argentino.

El universo de productores medianos y grandes representa el 8% en términos de cantidad de piscicultores y aproximadamente el 80% de la producción. La mayoría de estos productores integraron sus producciones "aguas arriba" y "aguas abajo", incorporando la producción de alimento balanceado y la construcción de frigoríficos como consecuencia de la falta de oferentes de estos eslabones. Este sistema presenta importantes ineficiencias en términos económicos derivadas principalmente de la escala productiva de estos insumos y servicios integrados. Actualmente, el costo de esta ineficiencia es trasladado al consumidor, quien paga un sobreprecio por el producto. La principal especie producida por este tipo de piscicultores es el pacú.

Este es el perfil de productores que puede estar interesado en participar de desarrollar un centro de distribución en la Central Agroalimentaria de Resistencia, no solo para el comercio local y regional, sino también para organizar la logística hacia otros mercados como el de Buenos Aires.

Como uno de los principales puntos débiles del sistema, podemos decir que la región del Cluster no cuenta con frigoríficos específicos para piscicultura que presten servicios de faena de peces a productores. Tal como se mencionó, la mayor parte de los frigoríficos corresponden a pisciculturas integradas que faenan su producción y, eventualmente, producción de terceros. Sólo 3 de los 10 frigoríficos relevados faenan en la actualidad y 1 de ellos posee habilitación para tránsito federal, el resto posee sólo habilitación local.

Existen frigoríficos extrazona que faenan pescado proveniente de pesca continental y marítima; existe el caso de una piscicultura que vende su producción para faena a un frigorífico de la ciudad de Rosario. La provisión es vía contrato y no pueden asegurar un flujo continuo que asegure el aprovisionamiento del producto al establecimiento. Por otro lado, la falta de servicios de transporte adecuado desincentiva la mayor integración entre estas firmas.

Por último, una característica no menor del sistema es la ausencia de normativa específica para faenar peces de cultivo. Esta carencia es suplida a partir de adaptar normativas de pesca a la actividad, ocasionando distorsiones e ineficiencias en la construcción de plantas⁸. La ausencia de normas sanitarias específicas conlleva a la solicitud de organismos fiscalizadores o habilitadores de medidas de seguridad, que no tienen sustento para la dinámica productiva piscícola, ocasionando ineficiencias productivas y por lo tanto pérdida de rentabilidad.

Comercialización

La volatilidad en la oferta y provisión de los productos piscícolas de la región, además de la heterogeneidad en cuanto a calidad, condicionan fuertemente el desarrollo comercial del mismo.

Las pisciculturas medianas y grandes desarrollaron sus propios canales de comercialización. Empresas como Rosamonte SA y Gerula SA (Romance) cosechan

alrededor de 500 toneladas anuales, las cuales distribuyen a través de los canales de distribución y comercialización desarrollados para otros productos de la marca. Los productos comercializados por estas firmas, ambas de origen yerbatero, están identificados con la marca principal de la empresa.

Los productos comercializados son:

1. el pescado entero eviscerado y
2. el pescado fileteado con y sin espinas.

En la provincia de Formosa, se llevó adelante el desarrollo del mercado de los productos acuícolas a partir de la acción asociativa de las pisciculturas medianas y los restaurantes de las localidades de Clorinda y Formosa.

La acción conjunta permitió dar a conocer el producto a los consumidores, bajo la forma de filete despinado. A partir del abastecimiento constante de este canal y una pescadería local, pudo posicionarse el producto convirtiéndose en un plato de referencia en la zona. Asimismo, se desarrollaron otros productos como frititos, lomititos de pacú, carne picada, sopa de pescado, entre otros, que permitieron optimizar los productos derivados de la faena y satisfacer distintas demandas y necesidades.

El grupo de piscicultores pequeños utiliza el producto para autoconsumo y el resto lo comercializa a pie de estanque o en ferias que cuentan con condiciones precarias desde lo sanitario. Algunos también venden su producción en carnicerías locales.

La inestabilidad en el aprovisionamiento y la ausencia de un producto homogéneo en la región dificultan la estimación del mercado potencial de los productos acuícolas. Aun así, las entrevistas realizadas por el cluster a canales de comercialización como restaurantes, hoteles y pescaderías muestran gran interés en el producto. Esta situación da cuenta de la existencia de amplias posibilidades comerciales sub-explotadas por los productores.

Finalmente el consultor se ha incorporado en el diseño y desarrollo del proyecto de modernización de la comercialización del Cluster, aportando las alternativas espaciales y de negocio que puedan surgir a partir de la construcción de la CAR:

El proyecto se define en el siguiente cuadro y el consultor participará , en caso de que se llegue a concretar, en todas las etapas.

| | |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título Proyecto: | Comercialización de los productos del Cluster |
| Localización | Cluster Acuicola del NEA (Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones) |
| Objetivo Estratégico | Desarrollar y fortalecer los canales de comercialización de los productos del Cluster |
| Organismos Ejecutores | Cluster Acuicola del NEA |
| Beneficiarios | El proyecto beneficiará al conglomerado en su conjunto. Los principales beneficiarios del proyecto serán los productores y las empresas que producen y comercializan en la región del NEA, así como todos aquellos actores que quieran ingresar a la actividad |
| Objetivo: | General: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar y fortalecer los canales de comercialización de los productos del Cluster Acuicola del NEA, con énfasis en HO.RE.PE.TU. |
| | Específicos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer el mercado potencial para productos acuícolas en la Región del NEA. ✓ Desarrollar un plan para promocionar y difundir los productos provenientes del Cluster ✓ Consolidar el vínculo con los distintos canales de comercialización ✓ Promocionar y difundir técnicas de procesamiento para lograr mayor valor agregado del producto para los pequeños productores |
| Componentes | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuantificar el mercado potencial para productos acuícolas en la Región del NEA. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Releva la cantidad de Hoteles, Restaurantes, Pescaderías y Ferias Regionales que hay en la región. ✓ Evaluar la posibilidad de venta de productos acuícolas, especialmente filete de pacú, carpa y/o tilapia. ✓ Cuantificar el mercado potencial de estos canales (cantidad de huéspedes, cubiertos, turistas, etc. y sus posibilidades de adquirir los productos acuícolas), además de los productos competidores. ✓ Identificar el mercado meta en cada canal y sus requerimientos. 2. Desarrollar un plan de marketing para los productos del Cluster, considerando los resultados del componente 1. Trazar una estrategia de acciones de promoción en impulsión de acuerdo a los productos, canales comerciales y subregiones del Cluster.] |
| | <ol style="list-style-type: none"> 3. Desarrollar acciones de promoción, impulsión y asociativas entre los actores referentes de los canales de comercialización detectados y el Cluster. |
| Presupuesto | \$ 190.000 |

FLORICULTURA EN CHACO Y CORRIENTES.

FLORICULTURA EN CHACO Y CORRIENTES.

Según información del Instituto de Floricultura del INTA, la superficie que se destina a floricultura en nuestro país es de 1.940 has, incluyendo cultivo a campo y bajo cubierta.

La principal concentración de productores se encuentra en el entorno metropolitano de Buenos Aires, especialmente La Plata y Escobar.

Tabla 4. Distribución de la superficie dedicada a floricultura, por tipo y por provincia, en m²

| Provincias | Superficie en m ² | | | |
|---------------------------|------------------------------|------------------|-------------------|----------------|
| | Cultivada | Cubierta | Campo | Umbráculo |
| Buenos Aires ² | 9.112.619 | 1.166.613 | 7.749.417 | 196.589 |
| Catamarca | 196.680 | 15.802 | 176.920 | 3.958 |
| Chaco | 102.230 | 32.960 | 68.120 | 1.150 |
| Chubut | 168.540 | 4.970 | 163.570 | - |
| Corrientes | 1.667.055 | 600.255 | 989.700 | 77.100 |
| Córdoba | 646.870 | 235.286 | 396.904 | 14.680 |
| Entre Ríos | 404.620 | 71.180 | 203.530 | 129.910 |
| Formosa | 1.105.670 | 294.208 | 802.825 | 8.637 |
| Jujuy | 433.944 | 13.694 | 419.250 | 1.000 |
| Mendoza | 619.113 | 240.123 | 370.640 | 8.350 |
| Misiones | 753.772 | 89.492 | 624.140 | 40.140 |
| Salta | 156.544 | 28.039 | 115.445 | 13.060 |
| San Luis | 318.990 | 13.150 | 305.620 | 220 |
| Santa Cruz | 21.920 | 2.160 | 19.760 | - |
| Santa Fe | 2.962.070 | 584.071 | 2.360.099 | 17.900 |
| Tierra del Fuego | 15.500 | 2.150 | 13.350 | - |
| Tucumán | 719.443 | 66.426 | 639.832 | 13.185 |
| TOTAL | 19.405.580 | 3.460.579 | 15.419.122 | 525.879 |

Corrientes, debido a la importancia en el desarrollo de su horticultura bajo cubierta en los departamentos de Bella Vista y Santa Lucía, se ha transformado en un importante actor de este sector, Chaco tiene un desarrollo incipiente pero desde su gobierno, le asignan una importancia estratégica a su crecimiento, como puede verse en una nota que se le realizara al Gobernador Capitanich y que figura al final de este informe.

En este sentido, la creación de la Central Agroalimentaria otorga oportunidades de canal comercial que vienen a suplir las deficiencias que pueden observarse en el cuadro siguiente, marcadas en rojo.

Tabla 65: Porcentaje de productores clasificados según su sistema de venta en flor de corte

| Provincias | Mercado interno | | | | | |
|----------------------------|--------------------|------------|-------------------|-------|------------------|-----------|
| | Mayorista | | | Canje | Venta al público | |
| | Directa en cultivo | En mercado | Entrega a cliente | | Con local | Sin local |
| Buenos Aires ¹⁴ | 38.7 | 58.1 | 19.4 | 3.2 | 4.8 | - |
| Catamarca | 42.9 | 7.1 | 21.4 | - | 28.6 | 64.3 |
| Chaco | 100 | - | 50 | 75 | 100 | 25 |
| Chubut | - | 28.6 | 42.9 | - | 28.6 | 14.3 |
| Corrientes | 10 | 90 | - | - | - | 10 |
| Córdoba | 6.7 | 6.7 | 33.3 | - | 6.7 | 6.7 |
| Entre Ríos | - | - | 100 | - | 100 | - |
| Formosa | 100 | - | 66.7 | 33.3 | 33.3 | 33.3 |
| Jujuy | - | - | - | - | 6.2 | - |
| Mendoza | 45.6 | 47.1 | 52.9 | - | 8.8 | 4.4 |
| Misiones | - | 100 | - | - | - | - |
| Salta | - | 5.6 | - | - | 27.8 | 55.6 |
| San Luis | - | 25 | 100 | 25 | - | 25 |
| Santa Cruz | - | 33.3 | - | - | - | 33.3 |
| Santa Fe | 20 | 70 | 40 | - | 26 | 8 |
| Tierra del Fuego | - | - | - | - | - | - |
| Tucumán | 64 | 16 | 40 | 8 | 8 | 28 |

Observaciones : la suma de los porcentajes no da 100% por ser respuestas no excluyentes

Mientras los floricultores correntinos venden el 90% de su producción en el mercado mayorista, los chaqueños deben hacerlo en la finca.

El desarrollo del sector en Corrientes se manifiesta también en la presencia de organizaciones civiles como la **Asociación de Productores de Plantas Ornamentales y Flores de Corte de la Provincia de Corrientes**.

La idea de la misma surgió buscando el fortalecimiento del sector florícola, y apuntando a una mejora en la producción y organización del sector. Al consultarle al respecto, el Sr. Roberto Sarto, productor de plantas ornamentales y presidente de la asociación dice: "Gracias a la Ing. Patricia Langé empezamos con esta idea de la asociación, ella nos empezó a juntar a todos nosotros y así empezamos a organizarnos y a crecer; sin ella esto no hubiera sido posible"

Respecto al grupo, Sarto dice: "...los integrantes de la Asociación somos todos de la provincia de Corrientes, en su mayoría de la zona de Capital, San Cosme y Saladas (como en mi caso, donde tengo una producción de plantas). En esta Asociación buscamos estar siempre unidos para poder así lograr y alcanzar metas juntos, capacitarnos y también tener más salida en la venta de nuestras plantas y productos"

Son muchas las actividades que realiza este grupo, Sarto cuenta: "...venimos haciendo reuniones para organizarnos como asociación y es así que ya muy pronto tendremos nuestra

personería jurídica que nos va a dar un marco legal y legítimo. También venimos asistiendo a reuniones de capacitación; realizamos viajes a otros viveros y también a Congresos y Ferias." Si bien están asociados productores de distintas zonas de la provincia, todavía faltan muchos más. Al respecto el presidente de la asociación dice: "Quiero invitar a todos los productores y viveristas de Corrientes que estén interesados, que se integren a nuestra asociación. Por ahora los lugares de encuentro son en la AER Corrientes del INTA hasta que tengamos nuestra propia oficina y poder hacer ahí nuestras reuniones; que nos hagan consultas, entrevistas y afiliar a los interesados."

17-04-2012 | [CHACO](#) | INVERSIONES

Nuevas inversiones llegan al Chaco

El gobernador anunció que mantuvo en Buenos Aires varios encuentros con empresarios interesados en invertir en la provincia. LAN pretende aumentar la oferta de vuelos a Resistencia. Por otro lado se avanza en la producción de aceites alternativos.



El gobernador Jorge Capitanich.

El gobernador Jorge Capitanich mantuvo reuniones con diferentes empresarios interesados en invertir en la provincia. Anunció la llegada a la provincia, de una empresa productora de papel, la culminación de la planta de biotecnología y la comercialización de aceites alternativos. "Necesitamos diversificar la matriz productiva", manifestó. Además anticipó el interés de una compañía de de aeronavegación de aumentar sus vuelos al Chaco.

El gobernador destacó el contacto con una empresa productora de papel en bobina para diferentes formatos - como servilletas -. La compañía, que se encuentra realizando los trámites para la acceder a la promoción industrial de la provincia- realizará una inversión de cinco millones de dólares y generará 60 nuevos puestos de trabajo.

Además Capitanich se reunió con directivos de la empresa de aeronavegación LAN que tiene interés en aumentar las ofertas de vuelos a la provincia; iniciativa que se encuentra al estudio de la secretaria de Transporte de la Nación y de la Administración

Nacional de Aviación Civil (ANAC). La empresa además trabaja en la idea de posicionar al aeropuerto de Resistencia como un jet de transporte de cargas para comercializar, entre otros productos, arándanos.

Por otro lado el gobernador informó que se encuentra avanzado el proyecto de construcción para el polo de biotecnología moderna en el que se realizará cooperación tecnológica y transferencia de tecnología. **Destacó en ese sentido la iniciativa de incrementar incentivos a la producción de floricultura la cual es una rama que está teniendo una gran capacidad de divisas por exportación de flores en diferentes países del mundo.** También manifestó su intención de producir en el Chaco aceite, ya que la provincia es una de las principales productoras de maíz, y también cuenta con girasol y soja. "Así que trabajaremos para aplicar la capacidad instalada para producir", señaló. Capitanich subrayó la necesidad de la provincia de diversificar la matriz productiva a partir de distintas opciones. "Hay un mundo de enorme oportunidades donde la biotecnología moderna permite posibilidad de inversión de buena calidad, rentabilidad y sustentabilidad", afirmó.