



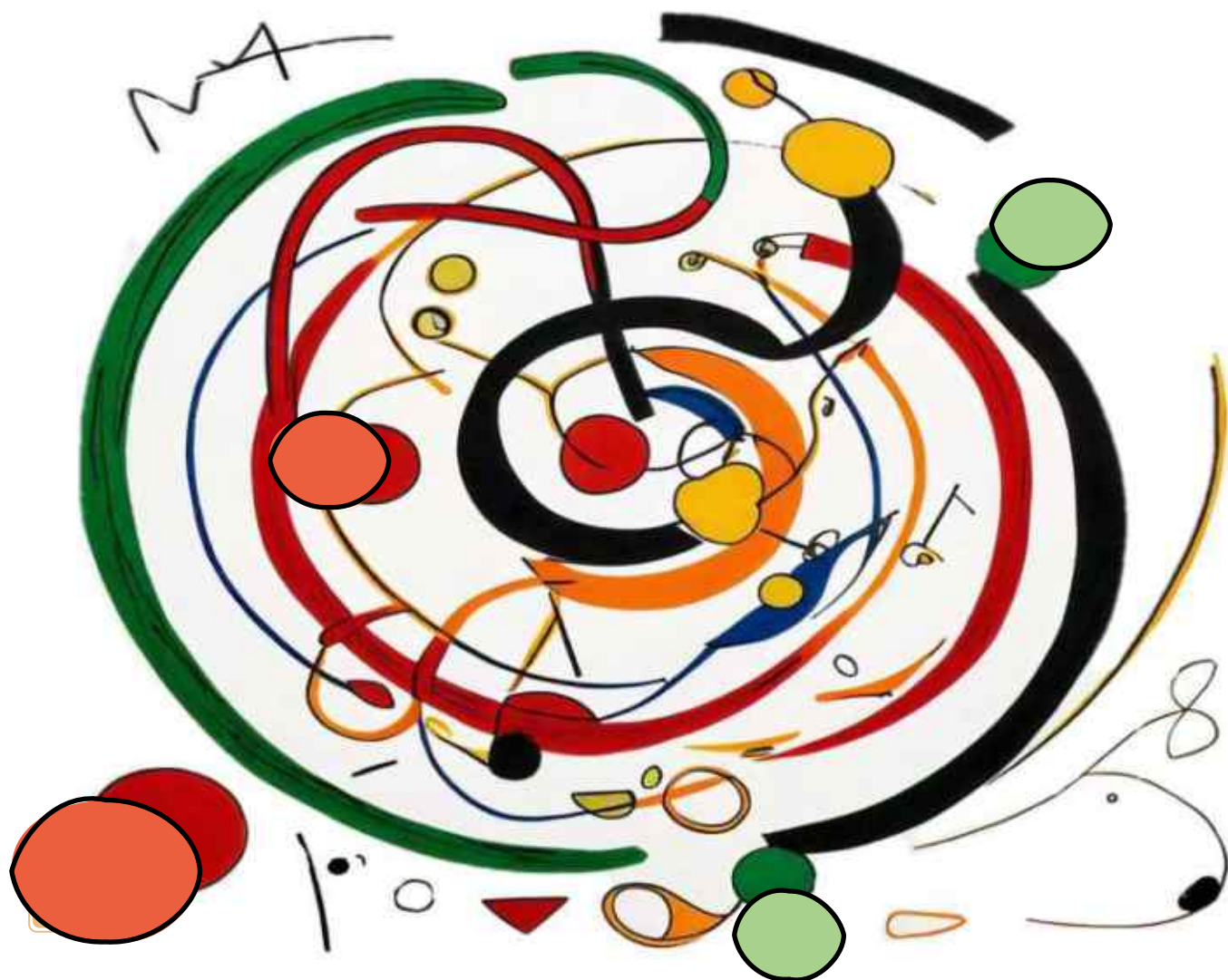
SECRETARÍA DE
INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERÍA
MINISTERIO DE
DESARROLLO ECONÓMICO
GOBIERNO DE ENTRE RÍOS

● Alianzas con Valor ●

Un programa sin costo y alto impacto para aumentar el componente local en la producción de Entre Ríos

Resultados del ciclo de encuentros con el sector
Avícola

Octubre 2024



Índice

01	Alianzas con Valor, una política pública sin costo y alto impacto	02
02	Dinámica de los encuentros: garantizar convocatoria y resultados	04
03	Resultados: 74% de las empresas tuvo contactos y 36% ventas	06
04	Testimonios de las empresas protagonistas	10
05	¿Qué aprendimos? Planificando la agenda 2025-2027	16

01 Alianzas con Valor, una política pública sin costo y alto impacto

Este programa surge como respuesta a una problemática específica en el sector productivo de Entre Ríos: las grandes industrias locales dependen mayormente de insumos, maquinarias y materias primas que provienen de otras regiones. Aunque algunos de estos bienes no se producen localmente, existe una cantidad considerable que sí se fabrican en la provincia, y otros donde hay empresas con capacidad de desarrollarlos.

Para incrementar el componente local de los productos fabricados en Entre Ríos, desde la **Secretaría de Industria, Comercio y Minería** en conjunto con UIER¹ y Adimer², diseñamos “**Alianzas con Valor**”, una política pública sencilla, de costo cero y alto impacto, que consiste en localizar proveedores locales y conectarlos con las empresas mediante reuniones planificadas breves y dinámicas.

El primer sector elegido fue el avícola, una de las industrias más desarrolladas e integradas de la provincia, donde se venía visibilizando un interés creciente de pequeños y medianos proveedores por establecer contacto con los frigoríficos. El disparador de esta iniciativa fue el planteo de una pyme con un nuevo producto en desarrollo para ofrecer, que no lograba concretar reuniones con el sector. Como respuesta, se diseñó este ciclo de encuentros, asegurando la participación de los frigoríficos y convocando a los proveedores interesados.

Los resultados superaron las expectativas: entre julio y agosto 2024 se realizaron 6 encuentros, donde **participaron 19 frigoríficos y 39 proveedores, con 56 participaciones en total**, ya que un tercio de ellos asistió a más de una reunión. Las empresas proveedoras se localizan en 17 ciudades desde grandes a muy pequeñas, lográndose una amplia cobertura territorial.

Resumen del primer ciclo de Alianzas con Valor



¹ Unión Industrial de Entre Ríos

² Asociación de Industriales Metalúrgicos de Entre Ríos

Conexiones múltiples

¿Por qué nuestras empresas más grandes dependen en su mayoría de proveedores externos a la provincia?

La respuesta común es que no existen productores locales que ofrezcan lo que se requiere. Sin embargo, esta afirmación no refleja la realidad completa.

Los encuentros mostraron que:

- Dentro del ecosistema industrial provincial no se conocen muchas de las líneas y servicios productivos que se ofrecen.
- No se trata solo de un problema de distancias. En ocasiones proveedores y frigoríficos de una misma localidad no se conocían a nivel empresarial, a pesar de tener, en algunos casos, relaciones personales.
- Hay empresas que ya son proveedoras de varios frigoríficos, pero han desarrollado nuevas líneas de productos que sus clientes desconocían.
- Muchos proveedores llevaban tiempo intentando contactar con los frigoríficos, pero sin lograr acceder a ellos, pudiendo en estos encuentros tomar contacto.
- También para los frigoríficos estos encuentros fueron una forma sencilla de hacerse tiempo para conocer nuevos proveedores, que la dinámica diaria de su actividad no les permite.
- Las empresas no siempre cuentan con escala suficiente para cubrir la demanda requerida de una empresa grande, pero estos encuentros permiten realizar alianzas entre proveedores para abastecerlos.

El enfoque planteado en Alianzas con Valor facilitó la creación de nuevas oportunidades de negocio, reforzando la colaboración intraindustrial. Incluso empresas que ya son proveedoras de frigoríficos aprovecharon para conocerse en persona o mejorar su vínculo, mientras que otros establecieron relaciones comerciales entre ellos mismos, creando sinergias en del sector.



02 Dinámica de los encuentros para garantizar convocatoria y resultados

El ciclo de encuentros de "Alianzas con Valor" fue diseñado en un formato ágil y dinámico. Se inició una prueba piloto virtual donde se detectaron las mayores falencias de las exposiciones y se diseñaron en adelante guías para orientar a los proveedores en la comunicación. Los cinco encuentros siguientes fueron presenciales, lográndose un contacto más directo y fructífero entre las partes.

Se implementaron dos tipos de encuentros, **Abiertos**, donde se convocó a múltiples frigoríficos y proveedores a una misma sesión, y **Cerrados**, donde se llevaron los proveedores a un frigorífico anfitrión. En el primer caso se juntaron hasta 14 proveedores por encuentro. En el segundo, al ser espacios más reducidos, no más de 8.

Cada proveedor tuvo un tiempo máximo de 8 minutos para presentar sus productos o servicios. El objetivo de esa restricción fue **asegurar que los encuentros fueran ágiles y evitar reuniones prolongadas**. Eso facilitó las posteriores convocatorias, porque anticipadamente los frigoríficos conocían el tiempo que deberían dedicar y que el horario sería cumplido.

Alianzas con Valor. Tipos de encuentros y características Sector Avícola – Julio y Agosto 2024

Encuentros	Abiertos	Cerrados
Características	Frigoríficos y Proveedores convocados por encuentro	Los proveedores asisten a la empresa anfitriona
Encuentros realizados	4	2
Proveedores presentes en cada encuentro	13/14	8
Frigoríficos presentes en cada encuentro	6/8	1
Tiempo de exposición de cada proveedor	8 minutos	

Antes de cada encuentro, los proveedores recibieron una guía de exposición con sugerencias para estructurar sus presentaciones y cumplir con el tiempo **pautado**. Incluso, post eventos, podemos asegurar que parte del éxito de las reuniones estuvo en los tiempos breves y en la claridad de las presentaciones.

Se pudo observar cómo, a medida que los proveedores asistían a más de una reunión, sus exposiciones fueron mejorando, incorporando herramientas visuales como diapositivas, videos y elementos físicos para mostrar sus productos. **Esto permitió más interacción al final de cada jornada, en un espacio donde se fomentó el diálogo.**

Encuentros Cerrados

*Frigorífico Bonnín, Colón
8 empresas proveedoras*



*Frigorífico Fadel, Pronunciamento
8 empresas proveedoras*



Encuentros Abiertos

*18/7. Parque Industrial Viale, 13
proveedores y 6 frigoríficos*



*15/8. UTN-C.del Uruguay, 14
proveedores y 5 frigoríficos*



8/8. UTN – Concepción del Uruguay, 14 proveedores y 7 frigoríficos



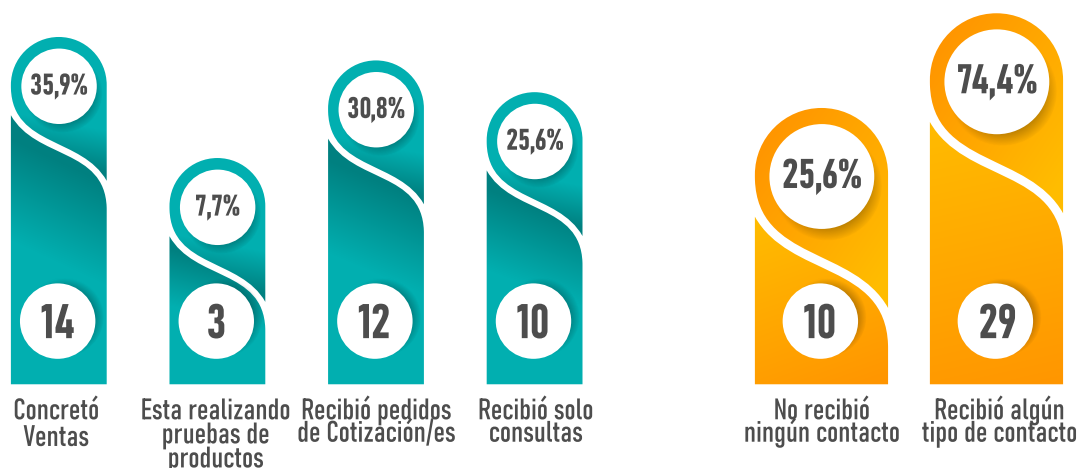
03 Impacto: 74% de los proveedores fue contactado y 36% concretó ventas

El programa "Alianzas con Valor" dejó un balance muy positivo: 74,4% de los proveedores participantes recibió algún contacto comercial posterior a los encuentros, esto es, 29 de 39 empresas, y 36% concretó ventas (14 empresas). Solo el 25,6% no recibió contactos, con algunas áreas muy específicas como Economía del Conocimiento, donde articular la necesidad de los frigoríficos con la oferta planteada fue menos efectivo.

Para medir el impacto de **Alianzas con Valor** se entrevistaron tanto a proveedores como a frigoríficos. En el primer caso, contestó el 95% de los participantes (solo 2 no lo hicieron y fueron tomados como "sin impacto") y en los frigoríficos, el 84%. **Cruzar la información de compradores y vendedores enriqueció enormemente el análisis de resultados.** En resumen:

- El **35,9%** de las empresas participantes logró concretar ventas, demostrando el impacto directo de las reuniones en la generación de nuevas oportunidades de negocio.
- Un **7,7%** de comenzó a desarrollar pruebas de productos y/o servicios a pedido de algún frigorífico, lo que indica un potencial de crecimiento futuro en las relaciones comerciales, y especialmente, en el abastecimiento de nuevos productos que permitirán ampliar la cadena de valor.
- Otro **30,8%** de los proveedores recibió pedidos de cotización, mientras que un **25,6%** obtuvo solo consultas sobre sus productos o servicios post evento.

Empresas que concretaron intercambios por Alianzas con Valor Sector Avícola – Julio y agosto 2024



Interacciones totales

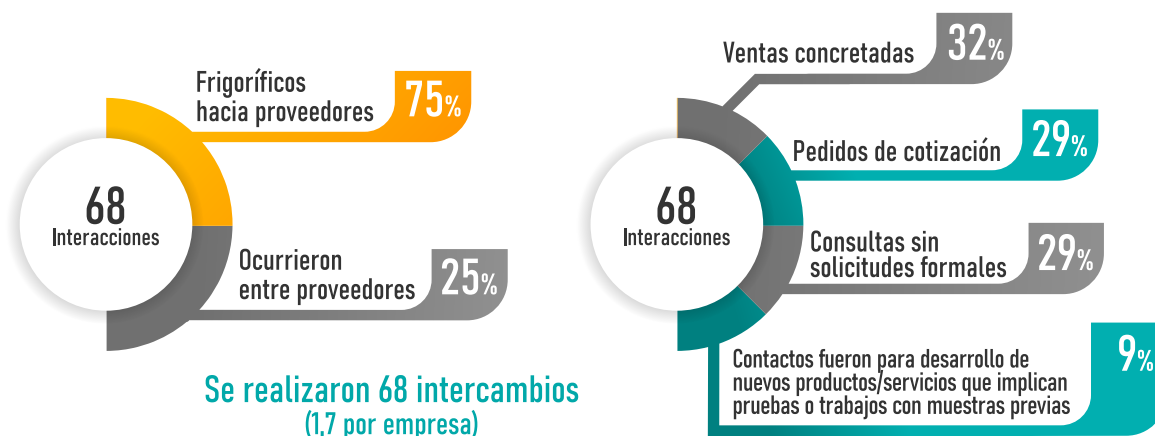
Tomando los 4 tipos de contacto que se abrieron post-encuentros (pedidos de muestras y/o pruebas, pedidos de cotización, ventas y consultas), **se realizaron un total de 68 interacciones.**

La empresa más requerida tuvo 7 consultas (3 pedidos de pruebas, 1 pedido de cotización y 3 ventas). A su vez, de las 29 empresas que tuvieron interacciones, 41,4% (12 empresas) solo tuvieron 1, el 21% tuvo 2 (6 empresas), 28% tuvo 3 (8 empresas) y el restante 10% (3 empresas) tuvo 4 o más.

Otros datos relevantes:

- El 75% de las 68 interacciones detectadas fueron de frigoríficos hacia proveedores, mientras que el 25% restante ocurrieron entre proveedores.
- De las 68 interacciones, 32% correspondió a ventas concretadas, 29% fueron pedidos de cotización, 29% resultaron consultas sin solicitudes formales, y finalmente, 9% fueron para desarrollo de nuevos productos/servicios que implican pruebas o trabajos con muestras previas.

Tipos de Contactos Recibidos por las empresas Proveedoras Sector Avícola – Julio y agosto 2024



El desglose evidencia la efectividad de los encuentros en generar oportunidades comerciales de diversa índole para los proveedores locales, y también para los frigoríficos, **que encontraron productos más competitivos de los que venían adquiriendo o incorporaron nuevos bienes y servicios.**

Impacto por sectores

Uno de los rubros con impacto más efectivo, fueron las empresas de **Economía Circular**, que no era lo más requerido por los frigoríficos en las consultas previas a los encuentros. **Se presentaron 3 proveedores en 7 reuniones, todos concretaron ventas** y uno de ellos está realizando pruebas de un nuevo producto para abastecer de piezas plásticas a 2 frigoríficos, con el proyecto de convertirse a futuro en un jugador provincial fuerte en esa industria que no está desarrollada.

El segundo rubro con mejores resultados fue **Productos Químicos y Plásticos**. Se presentaron 3 empresas en 5 encuentros, **todas tuvieron alguna interacción post evento y el 67% concretó ventas**. Una de las empresas retomó un antiguo cliente, otra fortaleció vínculos con clientes actuales y otra logró un nuevo mercado.

Otros sectores a destacar:

Estructuras Metálicas: con 6 proveedores que concurren a 12 encuentros, el 83% logró interacciones. De las 6 empresas, **67% concretó ventas y 33% recibió pedidos de cotizaciones**, mientras que el 17% recibió solo consultas.

Consultoría Industrial: con 6 proveedores en 8 encuentros, **83% de las empresas tuvo alguna interacción, 50% recibió pedidos de cotización y consultas**, aunque sin concretar ventas al momento del relevamiento.

Maquinarias y Equipos: con 12 proveedores en 21 encuentros, 75% logró alguna interacción, con **42% concretando ventas, 33% realizando cotizaciones, 17% realizando pruebas de nuevos productos**. Otro 17% solo tuvo consultas.

Economía del Conocimiento: con 4 empresas en 5 encuentros, el 50% tuvo interacciones, que fueron pedidos de cotizaciones, sin concretar ventas al 30/9.

Porcentaje de proveedores por rubro con interacciones Sector Avícola – Julio y agosto 2024

	Cantidad de proveedores	Empresas con Interacciones	% de empresas del rubro con interacciones				
			Al menos 1	Prueba	Cotizaciones	Ventas	Consultas
Economía Circular	3	3	100%	33%	0%	100%	33%
Químicos y Plásticos	3	3	100%	0%	33%	67%	33%
Estructuras de Madera	1	1	100%	0%	0%	0%	100%
Estructuras metálicas	6	5	83%	0%	33%	67%	17%
Consultoría Industrial	6	5	83%	0%	50%	0%	50%
Maquinarias y equipos	12	9	75%	17%	33%	42%	17%
Economía del Conocimiento	4	2	50%	0%	50%	0%	0%
Alimentos	2	1	50%	0%	0%	0%	50%
Indumentaria	1	0	0%	0%	0%	0%	0%
Material de Transporte	1	0	0%	0%	0%	0%	0%
	39	29	74%	8%	31%	36%	26%

Tomando como indicador las interacciones promedio por empresas, **Estructuras Metálicas** tuvo 3,2, seguido por **Economía Circular (2,7)**, **Estructuras de maderas (2)**, **Maquinarias y equipos (1,8)** y **Químicos y Plásticos (1,7)**.

Cantidad de interacciones por empresa según sector de actividad Sector Avícola – Julio y agosto 2024

	Cantidad de proveedores	Prueba/ muestras	Pedidos de Cotización	Ventas	Consultas	Interacciones	
						Totales	por empresa
Estructuras metálicas	6	0	5	8	6	19	3,2
Economía Circular	3	2	0	5	1	8	2,7
Estructuras de Madera	1	0	0	0	2	2	2,0
Maquinarias y equipos	12	4	8	7	3	22	1,8
Químicos y Plásticos	3	0	2	2	1	5	1,7
Consultoría Industrial	6	0	3	0	6	9	1,5
Economía del Conocimiento	4	0	2	0	0	2	0,5
Alimentos	2	0	0	0	1	1	0,5
Material de Transporte	1	0	0	0	0	0	0,0
Indumentaria	1	0	0	0	0	0	0,0
	39	6	20	22	20	68	1,7

Proveedores por encuentro

Proveedores	Localización		Virtual	Abierto Viale	Cerrado Bonin	Cerrado Fadel	Abierto CdU	Abierto CdU
Metalurgica LF	Colón	Implementos agrícolas		X	X	X	X	
MCH	C.del Uruguay	Equipamiento para avicultura		X			X	X
Campagnoni	Crespo	Ventilación para avicultura		X				
Dali	María Grande	Corte y armado de equipos		X				
Scheppens	María Grande	Hornos túneles para cocción		X				
Sion	San Benito	Poliuretano expandido		X				
Albace	San José	Automatización y equipamientos		X				
Dimarbo	Ramírez	Estructuras metálicas de acero		X			X	
Dolltec	Diamante	Placas evaporativas celulósicas		X				
Naves Industriales	Gualeguaychú	Estructuras metálicas		X				
Kyas	Concordia	Software y automatizaciones		X				
INTA	Concordia	Servicios Avícolas		X				
MSI Sistemas	C.del Uruguay	Automatización industrial	X				X	
Embolsar	C.del Uruguay	Bolsas y films de polietileno					X	X
Entre Ríos Recicla	Basavilbaso	Reciclado Industrial	X		X	X	X	X
Key	Villa Elisa	Líneas de envasado automático					X	
Intellymation	C.del Uruguay	Automatización industrial					X	
Gumabo	C.del Uruguay	Pan rallado industrial					X	
San Nicolás	C.del Uruguay	Instalaciones industriales	X				X	X
Palletizate	Gualeguaychú	Fábrica de pallets					X	
Hambis	Pedernal	Estructuras de madera					X	
Inmuner	C.del Uruguay	Desarrollo de vacunas aviares	X				X	
UTN	C.del Uruguay	Patentes Industriales					X	
Grantec	Colón	Equipos para avicultura			X	X		X
CTC	Paraná	Indumentaria de Trabajo						X
Rohlo	Villa Elisa	Naves y estructuras metálicas	X		X	X		X
Intermia	CRespo	Recipientes a presión			X	X		X
INTES	C.del Uruguay	Software y automatizaciones						X
Nutrelar	Larroque	Suplementos vitamínicos animal						X
Meyco	San José	Energías Renovables						X
Lincar	C.del Uruguay	Tolvas, volcadoras y carrocerías						X
Pro Ingeniería	C.del Uruguay	Procesos industriales						X
UTN	C.del Uruguay	Ingeniería en Superficies						X
Tecpofreed	C.del Uruguay	Ingeniería y diseño de equipos			X	X		
UNER	Gualeguaychú	Servicios de Bromatología			X	X		
Aluplast	Larroque	Aberturas de Aluminio	X					
Equipavic	Urdinarráin	Implementos agrícolas	X					
Lambert	C.del Uruguay	Acoplados, remolques y semi	X					
Famet	Larroque	Maquinarias especiales	X					

Frigoríficos participantes

Don Eduardo	Fepasa	Domvil	Noelma
Fadel	Faba	Soychú	La Morena
GTA	Bonnin	Santa Isabel	Indavisa
Motta	Molinos	Servicar	Los O'Dywer
CyB	Porcomagro	Las Camelias	

04 Testimonios en primera mano: con los protagonistas

Recopilamos en esta sección las apreciaciones cualitativas de algunas empresas entrevistadas para evaluar el impacto de **Alianzas con Valor**. Si bien la recolección de información se realizó mediante formulario online y telefónico, solo se reproducen los testimonios surgidos de esa segunda vía. Se intentó reflejar en los testimonios los diferentes rubros y localidades presentes en los encuentros.

De todas las opiniones recibidas, entre frigoríficos y proveedores, el 95% fueron positivas. Reproducimos a continuación las consideraciones surgidas del diálogo telefónico, refiriéndonos solo a las opiniones generales, con algunas menciones a los intercambios surgidos, pero manteniendo en anonimato el detalle y el cliente (entre paréntesis se pone la mención al frigorífico). Creemos que difundir la efectividad alcanzada facilitará la convocatoria en próximos eventos.



“Las reuniones fueron muy positivas, la dinámica de las presentaciones resultó excelente, dejando tiempo para el intercambio de información y datos. Nosotros concretamos ventas, pasamos cotizaciones, pudimos contactarnos con frigoríficos que hace meses buscábamos y estamos trabajando para realizar pruebas conjuntas con INTA y (uno de los frigoríficos) y mediciones para otro”

Metalúrgica LF (Viale) - Fábrica de Implementos Agrícolas

Entre Ríos Recicla (Tala y Basavilbaso) - Reciclado de Rezagos Industriales



“Los encuentros fueron muy productivos. Nos contrataron para retirar rezagos industriales y le estamos fabricando las primeras piezas plásticas a 2 frigoríficos. En 60 días tendremos muestras. Santa Fe y Córdoba producen insumos plásticos para sus industrias, eso en Entre Ríos no sucede y nosotros apuntamos a fabricarlos. En los encuentros tomamos contacto con proveedores que tampoco conocíamos”

“Intentamos muchas veces entrar como proveedor de los frigoríficos de la provincia, pero nunca pudimos llegar a ellos. Son encuentros que nos sirven mucho para que las empresas nos tengan en el radar y sepan que hay una empresa entrerriana que los puede abastecer con la ropa de trabajo”



Cooperativa Textil Centro (Paraná) - Fabrica Indumentaria Industrial

MCH Metalúrgica (C. del Uruguay) - Serv. Industriales y Desarrollo de Productos

“El impacto con los clientes fue muy bueno. Con muchos nos conocíamos, pero tenemos productos nuevos que desconocían. Con esta reunión pudimos fortalecer vínculos con algunos clientes.

Aunque nuestros clientes pueden ver las novedades en nuestras páginas, exponer todo junto en los encuentros fue excelente.

Es muy bueno en una mañana contactarse con todos los frigoríficos.

Cerramos una operación con (un frigorífico) para venderles reparaciones de equipos y estamos trabajando para ampliar nuestros servicios con otros”

Intermia (Crespo) - Refrigeración Industrial

“Muy útiles los encuentros, ahora saben que existimos, no nos conocían, pero (uno de los frigoríficos) se interesó en los productos que tenemos.

No cotizamos nada aún, pero quizás a futuro surge algún nuevo negocio. Se sembró una semilla y nunca se cuando aparece la oportunidad”



“Gracias al encuentro hicimos contacto con (un frigorífico) con quien mantuvimos reuniones para adaptar la plataforma a sus necesidades. Nos parece una muy buena iniciativa para entablar relaciones entre el sector industrial y los proveedores de la región.

En nuestro caso pudimos exponer ante un sector que representa un nuevo mercado para la empresa, detectando oportunidades comerciales con demandas insatisfechas”

Kyas (Concordia) - Soluciones de Software para Procesos Productivos

Nutrelar (Larroque) - Elaboración de Núcleos Vitamínicos-Minerales

“Nos resultó una jornada súper interesante, este tipo de encuentros nos permiten tener llegada a empresas que de otra manera se nos hace muy difícil. Son oportunidades fundamentales para nuestro desarrollo. Después de la reunión estuvimos reunidos con (un frigorífico), sus nutricionistas visitaron nuestra empresa para evaluar el producto. Es difícil cerrar un negocio por la escala con la que trabajan, pero no descartamos la posibilidad”



“El encuentro fue muy positivo. Aunque trabajábamos con algunos frigoríficos, no nos conocían personalmente. Además, establecimos contacto con empresas que trabajan en conjunto con los frigoríficos y pudimos iniciar relaciones comerciales con (dos frigoríficos)”

Dali (María Grande) Servicio de cortes Láser, Plegado y Armado de Equipos

"Muchas empresas presentes ya eran clientes nuestros, por lo que el encuentro sirvió para afianzar relaciones y profundizar lazos personales.
Se reactivaron pedidos de (dos frigoríficos) que estaban en stand-by. Durante la jornada también recibimos consultas de varias empresas proveedoras".



Meyco (San José) - Soluciones Energéticas

Dolltec (Diamante) - Fábrica de Placas para Paneles Evaporativos



"Fui al encuentro de Viale, y me pareció muy interesante. Es una gran oportunidad para mantener o generar nuevas relaciones. No se generaron nuevas ventas ni cotizaciones al momento, pero es bueno estar en contacto"

"El formato de las reuniones me pareció bien. No concretamos la venta aún porque estamos fabricando el equipo para probarlo en una granja. Nunca había participado en reuniones de este tipo, así que para mí estuvo bien. Es importante mantener este tipo de encuentros al menos dos veces al año, enfocándonos en sectores como la madera, la avicultura o porcinos, para ir afianzando las relaciones y que la gente se conozca mejor"



Schepens (María Grande) - Fabricación de Equipamiento Industrial

"Muy positiva la propuesta. Sería interesante que sea una actividad que perdure en el tiempo porque genera lazos estrechos entre las empresas de la provincia.
Tuvimos pedidos de cotización para 3 obras que se están trabajando con el comprador, y realizamos envíos de fichas técnicas. También nos contactamos con un proveedor presente en los encuentros para ampliar nuestra planta"



Campagnoni (Crespo) Ventilación Industrial

INTES Consulting (C. del Uruguay) - Desarrollo de Software

"No logramos nuevos negocios y estamos viendo que no están dando buenos resultados estos encuentros desde el punto de vista comercial.
Lo que a los frigoríficos les interesa no es exactamente lo que las empresas tecnológicas le pueden ofrecer"

"Como resultado del programa retomamos el vínculo comercial con (un frigorífico).
Le habíamos vendido algo hace muchos años pero dejamos de tener contacto. Otras empresas nos pidieron presupuestos. Nos gustaría seguir participando".



Albace (San José) - Estructuras Metálicas, Equipamiento, Automatización

Intellymation (C. del Uruguay) - Automatización de Procesos Industriales



"Los encuentros están bien organizados y pueden generar gran impacto. En general a los frigoríficos ya los conocíamos pero no con todos teníamos contactos. Por ahora no tuvimos operaciones de venta como consecuencia de Alianzas con Valor".

"Fueron muy positivos y productivos. Logramos acercar la propuesta de la universidad para que las industrias conozcan los servicios que podemos prestarles. No concretamos ventas, pero abrimos diálogo con el personal técnico de (un frigorífico) para la prestación de servicios analíticos. Además, recibimos una solicitud de cotización de servicios de (otro frigorífico)"

UNER - Facultad de Bromatología (Gualeguaychú)

Lincar (C. del Uruguay) - Fábrica de Tolvas, Volcadoras y Carrocerías



"Algunas de las empresas avícolas que participaron ya eran clientes. De todas maneras una de ellas, a pesar de ser cliente, desconocía una línea de producción de la empresa, por lo que nos sirvió para comenzar a dialogar sobre posibilidades de nuevos intercambios"

Tecprofeed (C. del Uruguay) - Fábrica de Tolvas, Volcadoras y Carrocerías



"Asistimos a los dos encuentros cerrados, con dos empresas que ya eran clientes, y fue muy importante porque estábamos más en contacto con compras y mantenimiento y ahora pudimos hacer más contacto con el cliente. Es más estratégico y agiliza los tiempos de venta"



"Muy agradecidos de haber participado, son iniciativas muy buenas. Recibimos pedidos de cotización, pero sin concretar ninguna venta al momento"



Dimarbo (Gral. Ramírez) - Galpones y Naves Industriales

Embolsar (C. del Uruguay) - Fábrica de Bolsas y Films de Polietileno



"No cerramos ningún negocio nuevo, pero empezamos una conversación con (un frigorífico) debido a Alianzas con Valor. Pasamos también algunos presupuestos".



Testimonio de algunos frigoríficos

“Muy buena la dinámica del encuentro. Con algunos proveedores ya veníamos trabajando, pero nos pusimos en contacto con otros que nos interesaron, no conocíamos, y los tendremos presentes para futuras compras. No hemos cerrado ninguna operación puntual aún, pero comenzamos a trabajar con algunos”

Grupo Motta, General Racedo

“Ya concretamos negocios con algunos, estamos en tratativas con un proveedor de software, y con otros estamos conversando”

Avícola Don Eduardo y La Ponedora, Viale

“Algunos eran proveedores habituales de la empresa, pero estas reuniones potencian la relación. Concretamos algunos nuevos negocios con ellos y tuvimos intercambios con proveedores nuevos. En breve vamos a avanzar con uno de ellos. Avanzamos con presentaciones y muestras con una empresa para nuestros galpones de recría y engorde de aves”.

FEPSA, Concepción del Uruguay

“Fueron muy útiles los encuentros, avanzamos con dos empresas, una metalúrgica y otra que fabrica paneles evaporativos”.

Santa Isabel, Crespo

“Tuvimos contacto con todos los que asistieron a la reunión, avanzamos con varios de ellos y se concretaron algunas operaciones”

Bonnín Hnos, Colón

“Con algunos proveedores presentes ya trabajábamos, pero hicimos contacto con gente nueva que estamos avanzando”

Frigorífico Fadel, Pronunciamiento

“Hemos hecho contactos con nuevos proveedores, que nos han visitado en la planta y hemos concretado operaciones comerciales con una empresa”

Domvil, Larroque

“Algunos participantes ya son proveedores habituales nuestros, pero igual estrechamos alianzas, y avanzamos con una empresa que ya le compramos y estamos evaluando algunas cosas más”

FABA (San Sebastián), Basavilbaso

“Los encuentros nos fueron muy frutíferos, a veces no tenemos el tiempo de recibir y escuchar a los proveedores, y esta es una oportunidad de estrechar vínculos. Teníamos relación con muchos, pero a otros no los conocíamos”

Noelma, San José

05 ¿Qué aprendimos? Planificando la agenda 2025-2027

Con un enfoque simple y costo cero, el programa "**Alianzas con Valor**" demostró ser una política pública efectiva para incrementar el componente local en la industria avícola de Entre Ríos. Un programa colaborativo donde todos ganan. En solo dos meses y medio, desde su inicio, el 11 de julio y su evaluación, realizada hasta el 30 de septiembre, 36% de los proveedores ya había concretado ventas y otro 8% se encontraba desarrollando matrices y pruebas para proveerlos.

Compartimos en este capítulo lecciones aprendidas, algunas surgidas del diálogo con las empresas y otras de haber presenciado el desarrollo de los encuentros. Estas consideraciones nos ayudarán a planificar la agenda 2025-2027 de **Alianzas con Valor**, escalándola a nuevos sectores y esperando tener mayor impacto.

Lecciones Aprendidas

Falta de conocimiento dentro del sector: aunque muchos proveedores locales tienen productos que podrían reemplazar insumos externos, no siempre las empresas conocían las ofertas locales. Esto pone en evidencia la necesidad de mejorar la visibilidad de las capacidades industriales provinciales.

Mejora en las presentaciones: las empresas tienen mucho que mejorar en comunicación y marketing. Quienes participaron en varios encuentros mejoraron su capacidad de comunicación y presentación de productos, lo que sugiere que el acompañamiento en la preparación y guías para exposiciones es un factor a considerar en la agenda 2025-2027. Invertir recursos desde el gobierno provincial para darle mejor posicionamiento a los proveedores locales, puede ser efectivo.

Dinámica ágil y tiempos breves: aunque para algunos proveedores el tiempo les resultó escaso, limitar las presentaciones a 8 minutos y crear encuentros ágiles permitió la participación de más proveedores, facilitó la presencia de los frigoríficos y que las exposiciones destaquen los aspectos más relevantes. Este formato fue apreciado y debe ser replicado en futuros encuentros. Cuando las empresas extendieron sus presentaciones, la atención se dispersó.

Conexión directa: los encuentros cerrados fueron tan efectivos como los abiertos para generar relaciones entre los frigoríficos y los proveedores. La posibilidad de realizar estos eventos en un formato más exclusivo se debe mantener en la próxima etapa del programa, especialmente cuando las empresas no asisten a los eventos abiertos, y cuando son sectores con necesidades más heterogéneas.

Interacciones comerciales valiosas: Aunque no todos los contactos resultaron en ventas inmediatas, las interacciones (pedidos de cotización, pruebas, consultas) representan oportunidades a mediano. Es relevante dar seguimiento a estas relaciones para la planificación de nuevos encuentros en los mismos sectores.

Incremento del componente local: el programa es una vía efectiva para aumentar el componente local en la producción avícola. Que el 36% de las empresas concretaran ventas, 31% recibieran pedidos de cotización y 8% estén

desarrollando muestras, confirma la efectividad de los encuentros en generar oportunidades comerciales para las pymes entrerrianas.

Inclusión de otros sectores: sectores que no fueron inicialmente marcados por los frigoríficos como necesarios, caso de empresas vinculadas a la Economía Circular, tuvieron un impacto muy positivo, lo que sugiere localizar e incorporar otras industrias con potencial similar.

Fomentar la sostenibilidad del programa: para mantener los lazos creados y continuar desarrollando nuevas oportunidades, es importante que el programa se sostenga en el tiempo. La periodicidad de los encuentros es una recomendación que debe considerarse para consolidar las relaciones entre proveedores y grandes empresas. Los frigoríficos recomendaron una vez por año, y los proveedores sugirieron al menos dos veces al año.

Ajustar las expectativas para ciertos sectores: no todos los sectores respondieron de la misma manera. Las empresas de Economía del Conocimiento no vieron los mismos resultados inmediatos. Esto indica que es necesario adaptar los encuentros a las necesidades y expectativas de cada sector, potenciando el desarrollo de propuestas más alineadas a los intereses de los frigoríficos.

Facilitar la colaboración intra-industrial: un hallazgo interesante fue la creación de sinergias entre proveedores. El 25% de las interacciones comerciales ocurrieron entre proveedores, lo que revela la importancia de fomentar la colaboración dentro del ecosistema local. Estos vínculos pueden ser igualmente valiosos para fortalecer la cadena de valor.

Construyendo escalas en la asociatividad: Una de las razones que los frigoríficos esgrimen al optar por proveedores externos es la capacidad de obtener productos y servicios a mayor escala, o soluciones “llave en mano”. Estos encuentros pueden contribuir a romper esa barrera, promoviendo la unión entre proveedores locales para concretar ventas que, individualmente, serían difíciles de alcanzar. El caso de dos proveedores participantes que se asociaron para proveer un galpón equipado a un frigorífico demuestra esa función.

Finalmente...

El éxito de este primer ciclo nos permite escalar el programa a más sectores y empresas, con el desafío de adecuarlo a las particularidades de cada uno y de trabajar en detectar proveedores locales que no siempre están a la vista.

En septiembre iniciamos el abordaje en la industria metalmecánica con un ciclo de 6 encuentros, que por la heterogeneidad del sector, serán 5 cerrados y 1 abierto. Para el inicio de 2025 programamos abordar la foresto-industria, con igual dinámica. Para continuar obteniendo resultados positivos, serán cruciales las evaluaciones periódicas y calibraciones según las necesidades del sector.

“Alianzas con Valor” estableció una base de apoyo para el crecimiento en la industria avícola. Aprovechar este impulso será importante para aumentar la participación de proveedores locales en las cadenas de valor regionales y nacionales.