

CONFERENCIA LACTEOS EN URUGUAY

30 de septiembre, 2003

Montevideo, Uruguay

Land O'Lakes

“Land O'Lakes es una cooperativa nacional dedicada en mantener el tamaño, escala y nivel de funcionamiento necesarios para competir, ganar y entregar un valor optimo a los miembros hacia el siglo 21.”

La Historia y Raíces de Land O'Lakes

- Organizada en 1921 como la Asociación de Cooperativas de Lechería de Minnesota
 - Por agricultores representando mas de 300 cooperativas de lecherías en Minnesota
- Creada para responder a las necesidades de mercadeo de las cooperativas productoras de leche y mantequilla

Land O'Lakes

- Entra al negocio de insumos agrícolas en 1929 con las cooperativas locales
- Mejorar la calidad, costo y abastecimiento de insumos
- Comenzó con el establecimiento del Departamento de Forraje-Alimentación
- El enfoque buscaba incrementar la productividad y las ganancias de los miembros

Land O'Lakes

Visión:

“Ser una de las mejores compañías agrícolas y de alimentos en el mundo,” siendo:

**nuestros clientes y nuestros empleados el núcleo principal,
Responsables hacia los dueños, y
Lideres en nuestras comunidades.**

Misión:

“Somos una cooperativa impulsada por el mercado y el cliente con el compromiso de optimizar el valor de la producción agropecuaria, y láctea de nuestros miembros.”

Land O'Lakes !

	<u>2002 Ventas (billones)</u>
Agrícola	\$ 2.9
Lácteos	<u>\$ 3.1</u>
Total	\$ 6.0

- Empleados 7,000
- Miembros 6,000+ productores individuales
1,300+ cooperativas
- Junta Directiva 24-Miembros
- Presidente/CEO John E. Gherty (Jack)

Alimentos Lácteos

Industrial

Valor-Agregado

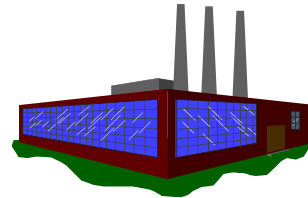
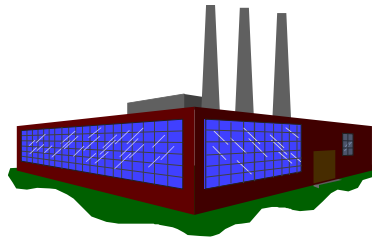


Manufacturación Primaria

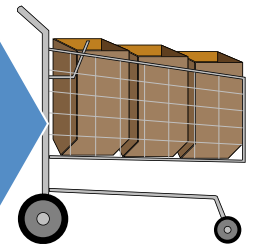
Valor Agregado Procesamiento

Cliente/ Consumidor

Compra



Ventas & Mercadeo



**Acopio de Leche
Manufacturación
Venta de Producto & Mercadeo.**

**#1 vendedor de suero de leche,
leche en polvo descremada
Y quesos con sabores**

**Mantequilla/Queso Lácteo
Queso deli
Servicio de Alimentos
Nuevos Productos
Internacional**

**#1 vendedor de mantequilla
y de queso de tienda en la nación**



Alimentos Lácteos – Con Valor Agregado

- Productos vendidos
 - Mantequilla
 - Queso
 - Para Untar
- Clientes
 - Tiendas de víveres y Centros Súper
 - Servicio de Alimentos: hoteles, restaurantes aerolíneas
 - Tienda Delicatesen

Land O Lakes Servicios Ag

Negocios Parte del Mercado EE.UU.

- Alimento #1
- Aves y huevos #2
- Cerdo #11
- Semilla #4
- Agronomía
- Nutrientes #1
- Protección de cosecha #1

Co-Inversiones

- Agriliance
- Land O'Lakes
Farmland Feed
- MoArk
- Ag2Ag

Antecedentes de la División de Desarrollo Internacional (IDD)

- Fundado en 1981, como un departamento de dos personas para profundizar sobre las perspectivas internacionales de LOL
- Trabajo en los años '80 principalmente en programas de capacitación y de agricultor a agricultor
- Gradualmente se expandió a una asistencia mas técnica dentro de los sistemas agrícolas y de alimentación
- Apoyado por la Junta Directiva y los dueños

Desarrollo Internacional & Asistencia a Comunidades Rurales

- Albania: se creó una extensión vital de red en 100 pueblos, alcanzando más de 8,000 mujeres agricultoras lecheras Albanesas y se convirtió en el más grande publicador de información agrícola
- Macedonia: estableció un programa de calidad de producción, regulación, y mercadeo del consumidor en la industria lechera y cárnica en todo el país
- Uganda: participó en la formación de 60 cooperativas triplicando el suministro de leche durante un período de cuatro años.

Desarrollo Internacional & Asistencia a Comunidades Rurales. .

■

- Chiapas, México: En colaboración con Indígenas de Norte América, trabajo para fortalecer cooperativas y crear auto-determinación económica entre los indígenas Mayas
- Palestina, Ribera Occidental: creando condiciones de prosperidad y productividad agrícola entre 2,000 granjeros de ovejas
- Honduras: asistiendo al sector lechero para maximizar su contribución a la salud económica de la nación después de la devastación del Huracán Mitch en 1999

Programas de Nutrición Escolar Impacto e Implementación

Bangla Desh (240,000)

Indonesia (583,000)

Vietnam (330,000)

Pakistán (50,000)

Filipinas (124,000)

(anteriormente 11,000 en Uzbekistán)

Quien: 1.3 millón niños

Que: Una bebida fortificada UHT y una galleta fortificada de trigo

Cuando: Cada día de escuela

Porque: Para mejorar la calidad de vida de los niños estos privados de una nutrición adecuada asegurando que ellos tengan la habilidad de consumir una comida balanceada regularmente.

Programas de Nutrición Escolar

Procesos y Socios

Cinco socios claves:

- Donantes
- IDD de Land O'Lakes y Conceptos Avanzados de Negocios Internacionales (ABCI): Gerencia de programas, sistemas comerciales para la venta de productos y si manejo, transferencia de tecnologia de valor-agregado
- Procesadoras locales: proveer productos nutricionales seguros y estables comercialmente
- Organizaciones No-Gubernamentales locales: Monitoreo de entrega y consumo de productos, sistemas de reportaje, cadena critica de sostenibilidad
- Ministerios de Educación y de Salud: Proveer apoyo ambiental, impactos educativos y nutricionales, compra critica sostenible a largo plazo.

Programas de Nutrición Escolar

Impactos

Educacional

- En Bangla Desh, aumento de asistencia 20 % y matriculados 26 %;
- En Pakistán, 22 de 38 colegios previamente cerrados han reabierto gracias al incremento de matriculados y asistencia;
- En Vietnam, mas de 2000 baños han sido construidos frenando la proporción de abstencionismo en las niñas.

Programas de Nutrición Escolar

Impactos

Salud y Nutrición

- Mejoramiento en la proporción del tamaño y peso;
- Reducción de anemia por deficiencia de hierro;
- Aumento de conocimiento y practica de nutrición balanceada, e higiene;
- Aumento de la demanda de leche;
- Capacitación avanzada para plantas de procesamiento y socios en programas de seguridad alimentaría y calidad.

Como Marcar sus Creencias

- **Actividades:** Programas de capacitación extensiva para productores y procesadores son ofrecidos para:
 - Productores – capacitación cubre diferentes aspectos de producción sostenible, mercadeo directo, administración de negocios, y el uso de la información del mercado;
 - Procesadores – capacitación se enfoca en opciones para mercadeo, expansión, e inversión.
- Enfoque especial dirigido a la habilidad del procesador para lograr sus metas de registro. Programas software de computador son desarrollados ahora que detallan como cumplir con las regulaciones de seguridad alimentaría, permanecer competitivo y proveer un servicio de valor agregado a los productores.

Entrada al Mercado

1. VENTA REGIONAL a centros de poblaciones y directamente a turistas de un producto de marca de simple procesamiento.
2. COMERCIO INTER-REGIONAL con comunidades regionales, productos artesanales lácteos de producción única y de simple procesamiento.
3. EXPORTACION MERCADOS ESPECIALIDADES de procesamiento simple o productos lácteos de mayor procesamiento y de marca.
4. CONSOLIDACION DEL PROCESAMIENTO de productos para obtener un mayor control de precio y economía en el procesamiento, venta a procesadores adicionales.
5. PROCESAMIENTO CAPTIVO de productores lácteos locales para agregar valor sobre el nivel comercial del producto, ganar control adicional del precio al por mayor.
6. NEGOCIACION DIRECTA con procesadores globales y mayoristas para la venta de productos, componentes (ingredientes) y productos de procesamiento adicional.
7. ABASTECIMIENTO LOCAL para satisfacer las necesidades (incluyendo nutrición) con productos y derivados lácteos de procesamiento simple.

Nueve Tendencias/Situación de Base

1. “Mercados al por mayor y al por menor están interesados en TANGIBLES, no en los rigores de producción.”
2. “Mercados locales alrededor del mundo cada vez mas estan llenos de PRODUCTOS DE ORIGEN GLOBAL.”
3. “Estacionalidad en produccion alimentaria local, ahora es opuesto por IMPORTACION PERMANENTE, aun de productos fragiles o bastante inestables (e.g., leche, frutas y vegetales).”
4. “A medida que el salario domestico aumenta aunque sea marginalmente, el alimento se compra mas por PORCION que por libras o KILOS”, y la VARIEDAD se vuelve mas importante que el VALOR absoluto.
5. “Conveniencia, en muchos lugares, ahora es visto como una ‘NECESIDAD’ y no simplemente como un ‘DESEO’.”

Nueve Tendencias...

6. “Alguien en algún lugar siempre puede – y logra –producir un producto mas BARATO (o lo vende por menos por desesperacion, subsidios gubernamentales...).”
7. “Cuando un nuevo producto es introducido, restaran 24-36 meses antes de que los competidores respondan reduciendolo a una MERCANCIA.”
8. “Valor puede ser agregado a cada etapa del transcurso de un producto, y este puede ser ampliado siempre que sea de MARCA ’.”
9. “Para productores de productos alimentarios y productos no-alimentarios, la mayor barrera es ACCESO AL MERCADO, seguido por CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO e INFRAESTRUCTURA DEL TRANSPORTE.”

Desarrollo Industria Lácteos Nicaragua

- **Impacto:**
Mejoramiento de la eficiencia a lo largo de la cadena Láctea aumenta las ganancias del productor como las del procesador y la disponibilidad de un producto lácteo limpio, accesible para el consumidor.
- **Aproximación:**
Implementación de un desarrollo industrial granja-mercado sistemático y practico que construye y capitaliza sobre la maximización de los recursos y fortalezas industriales actuales.

Desarrollo Industria Lácteos Nicaragua

- **Actividades:**

- Industria Láctea análisis “brecha”
- Mejoramientos sin costo/bajo costo
- Transferencia tecnología de punta en la industria de alimentos
- Enlace de productores con capacidades de valor agregado
- Establecimiento de un ambiente conducente para el desarrollo industrial
- Facilitar la organización de la industria privada

- **Sostenibilidad:**

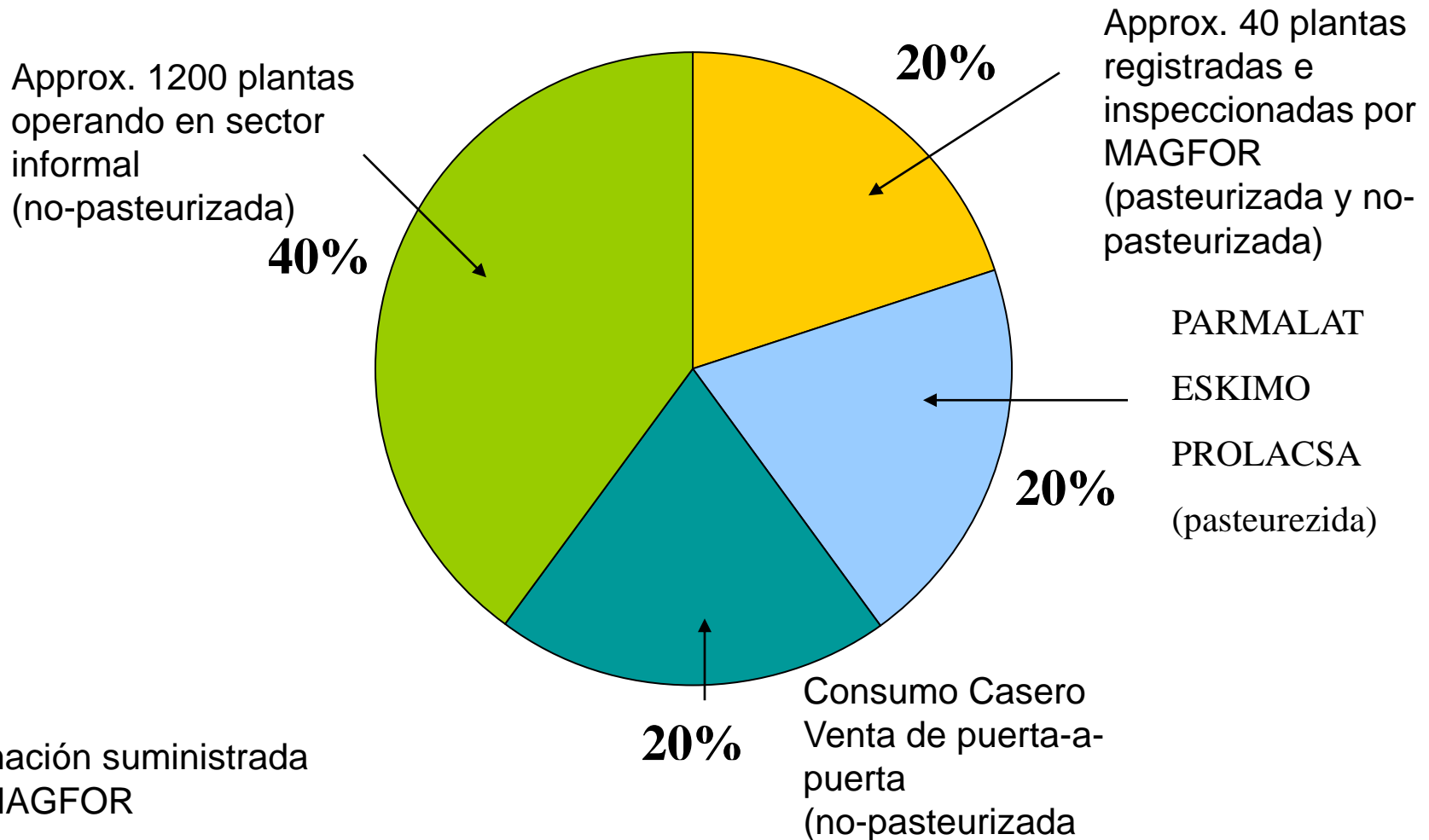
Empresa privada desde la producción, procesamiento, y abastecimiento de entrada operan lucrativamente y se inclinan a apoyar organizaciones industriales para mejorar el ambiente empresarial y del mercado para sostener la prosperidad.

Iniciativa Empresarial Láctea en Nicaragua

- **Centros de Recolección de Leche**
- **Acopio de Leche**
- **Procesamiento de Queso Artesanal**
- **Subcontratos vía 2 organizaciones**
 - Recursos Cooperativos Internacionales
 - Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)
- **Responsabilidades**
 - Proveer Asistencia Técnica a 3 cooperativas lácteas en el sector formal: San Francisco, Masigüito y Santo Tomas
 - Aproximadamente 1,000 beneficiarios
 - Localizado en los departamentos rurales de Boaco y Chontales

Distribución de Leche Cruda

Basado en la producción de 300 millones de litros de
leche cruda producida al año



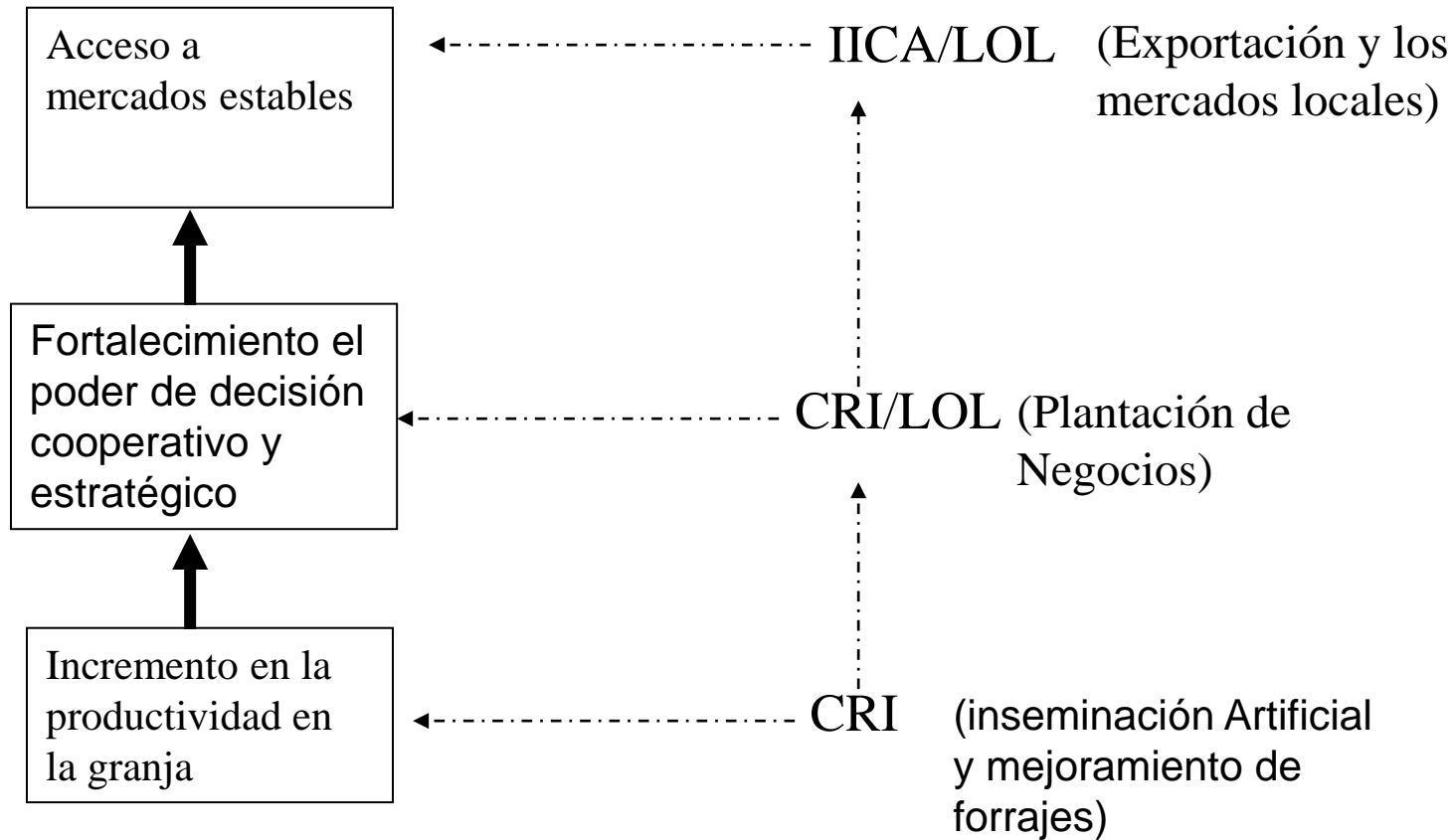
Sector de Procesamiento

Exportaciones de Queso: Aproximadamente \$US 30
millón anuales

%	SECTOR	PROCESADORES
60	Formal Pasteurizada	3 procesadores privados mas grandes y 10 otros (cooperativas/empresas privadas)
	No-pasteurizada	30 otros (principalmente artesanal)
40	Informal No-pasteurizada	1200 plantas Consumo Casero Venta puerta-a-puerta

Informacion Subministratda por:
MAGFOR

Enfoque Integral



CALIDAD, PROCESAMIENTO VALOR-AGREGADO

- Paso #1* Land O'Lakes personal inspecciona la planta y prepara un informe sobre lo que se requiere para mejorar la calidad del producto y la contribucion que se hara por parte de Land O'Lakes una vez las medidas correctivas son tomadas;
- Paso #2* Land O'Lakes presenta el informe formalmente a los dueños/gerentes de la planta con una discusion sobre los puntos principales;
- Paso #3* Un acuerdo contractual detallando los términos de colaboración es redactado y ejecutado;
- Paso #4* La planta emprende una serie de mejoramientos que pueden ser realizados sin necesidad de nuevos equipos o una gran inversión de capital para demostrar su compromiso con los objetivos del proyecto;
- Paso #5* Land O'Lakes inspecciona y aprueba los pasos de mejoramiento iniciales tomados por la planta; y
- Paso #6* El equipo es enviado y se da inicio a la segunda fase del mejoramiento de la planta. Adicionalmente, se espera que las plantas destinatarias iniciaran provisiones en el contrato que requieren la provisión del aumento en valor/servicios a proveedores de leche cruda

Programa de Sello De Calidad

- Un programa dirigido a desarrollar un cambio estructural en la curva de demanda del consumidor, cambiando la demanda del consumidor de productos de baja calidad y productos alternos como importados y substitutos, hacia una preferencia por alimentos superiores de producción domestica.

Sello de Calidad

- Como:
 - ✓ Impulsado por la Industria
 - ✓ implementando un programa de calidad de producto a través de un enfoque intensivo integrado a nivel de asistencia técnica dirigido al desarrollo empresarial, tecnología de mercadeo y producción
 - ✓ Simultáneamente llevar a cabo una campaña de concientización del consumidor
- Vehículo a la delantera:
 - ✓ Un sello de marca de Calidad y un símbolo de marca otorgado a empresas a través de un proceso transparente de haber cumplido con estándares superiores de calidad

Sello de Calidad

- Quien:
 - ✓ El sello y el proceso son “propiedad” de una asociación industrial.
- Beneficios:
 - ✓ El sello se convierte en una reconocida y extensamente preferida y acreditada “marca” en el mercado
 - ✓ Productos del Sello de Calidad tienen un incremento estable en la proporción del mercado supliendo la demanda del consumidor por productos seguros, saludables, que reúnen estándares de calidad y son examinados independientemente.

Modelo del Sello Calidad en Macedonia 1998 - 2003

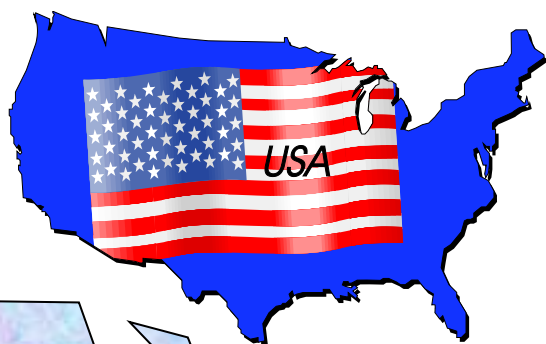
- Empresas participantes del sector lácteo y carnico han:
 - aumentado sus ventas en un 53 por ciento
 - desarrollo nuevas formulaciones y empaques para 138 productos
 - voluntariamente cumplió con estándares de calidad de diseño industrial
 - Sesenta y seis por ciento de consumidores reconocen el Sello de Calidad como un símbolo de marca de calidad superior
- Procesadores lácteos con el Sello de Calidad han comenzado a dar voluntariamente un pago de incentivo por calidad, aumentando el precio pagado a los granjeros en 12 por ciento
- La Asociación, con 125 miembros y 80 por ciento del mercado es la asociación voluntaria mas grande, gobernada democráticamente en Macedonia
- La Asociación es dueña de un laboratorio para el examen de alimentos que es auto-sostenible y es el único laboratorio independiente en Macedonia
- La Asociación y Land O'Lakes recibieron el premio "Compre Macedonia" del Gobierno de Macedonia por la mejor campaña promocional nacional dirigida para productos de Macedonia.

Actividades Dairy Link Honduras

- Suministro de productos/servicios a través de la cadena láctea de los EE.UU.**
- Producción costo-efectiva**
- Calidad, producción valor-agregado**
Promoción y mercadeo del consumidor

Actividades del US Dairy Link

- Evaluación económica de las nuevas tecnologías, productos o procesos
- Estudios de factibilidad para instalación de equipos, inversiones en nuevos productos o procesos
- Visitas de capacitación de proveedores de E.U.
- Diseño y coordinación de capacitaciones específicas para personal clave de lácteos en Honduras
- Investigación de Mercadeo
- Organizar e implementar talleres y visitas de campo para diseminar resultados o introducir nuevas tecnologías
- Identificar servicios financieros y/o crediticios de recursos privados y gubernamentales



**Conecte
USA Supplidores**

- Info de Honduras
- Relación con Cooperantes y Gobierno

Dairy Link

- Info sobre USA
- Ensayos de Campo/ Investigación

**Embajadores
Comerciates**



- **Productos de alto valor-agregado e ingredientes;**
- **Productos nuevos e innovadores, procesos, o tecnologías;**
- **Nuevos usos para productos existentes o nuevos materiales de empaque;**
- **Superando obstáculos que dificultan la obtención de productos lácteos de EU en el mercado Hondureño (impuestos, barreras comerciales, temas de seguridad de alimentos, etc.);**
- **Equipo lácteo usado y hecho a la medida**