Datos de la Solicitud

Id Solicitud	344404
Canal de análisis	Estándar
Código Empresa	55523
Razón Social	CAMPO LAVALLE S.A.
Código Socio	28207
Estado Socio	Activo
Fecha Solicitud	12/2/2026
Asesor Comercial	Federico Aragones
Sucursal	Mendoza
Analista de Riesgo	Vanesa Urquiza
Fecha Inicio Actividad	19/11/2010

Actividad Económica

Actividad Económica	CULTIVO DE BULBOS, BROTES, RAÍCES Y HORTALIZAS DE FRUTO N.C.P.
Sector AFIP	101 - AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA

Informe Comercial

Descripción Empresa

Campo Lavalle se inició en los años 80, cuando Don Nazareno Ángel Ruggeri, su fundador, decidió continuar con la actividad de su padre en el rubro agrícola, focalizando su negocio en la comercialización de zapallos como producto principal en el Mercado Cooperativo de Guaymallén de la provincia de Mendoza. Con la incorporación de sus tres hijos, Diego, Fernando y Mariano Ruggeri la empresa comenzó a incorporar nuevos canales de comercialización y nuevas unidades productivas y logísticas, conservando siempre la política de su fundador. En la actualidad abastecen, a través de varias empresas familiares, a mercados masivos de consumo y también a industrias. Sus productos Premium son vendidos en ciudades como Ámsterdam, Berlín, Londres y París. Toda la producción para consumo masivo la comercializan en cadenas como Jumbo Retail Argentina S.A, Wal mart, VEA, Disco, Coto CIC S.A., Libertad, S.A. Importadora y Exportadora de la Patagonia, Cooperativa Obrera LTDA de Consumo y Vivienda además de los 3 mercados de abasto de Mendoza. A través de representantes exclusivos abastecen a los mercados de abasto de Formosa, Córdoba, Buenos Aires, Santa Fé y Patagonia. Descripción del Perfil Comercial, Productos y coyuntura actual. El producto principal es el zapallo, tal como lo hacía Don Jacinto, después Don Nazareno y ahora la familia completa. Son especialistas en este producto en todas las variedades. A su vez, producen: batata dulce, ajo y zanahoria. De esta manera logran diversificar su cartera. AJOS: Actualmente se encuentran en la temporada del ajo con mercados muy demandantes y la empresa se posiciona con stock propio y de terceros muy importante ya contratado con productores. Su principal mercado es Estados Unidos, se han consolidado como el principal proveedor de ajo orgánico del hemisferio sur. Este negocio representa el 60% de la operación comercial de la empresa. El 40% restante está ubicado en Europa (España, Rusia, Países Bajos, Italia, Francia, entre otros), Brasil, Canadá y Taiwán. ZAPALLOS: Los precios a nivel internacional de zapallo han bajado debido a la competencia de países como España y Perú. Ante esto, la estrategia ha sido disminuir el volumen embarcado y sólo concentrarse en nichos de mercado con valor agregado como: zapallo orgánico para países del norte de Europa, programas directos con cadenas de supermercados de la Comunidad Europea y Canadá. BATATA- ZANAHORIA: Continuamos siendo los más importantes proveedores del mercado interno y de supermercados como: COTO CIC S.A., Disco, Jumbo Retail Argentina, Vea, Wal mart, La Anónima, Libertad, SA Imp. y Exp. De la Patagonia. Mercado Externo: Sus dos principales mercados son la Unión Europea y Estados Unidos + Canadá. Los productos son de consumo básico, son estacionales y llegan en contra estación por lo que no han sufrido bajas en los volúmenes. Las exportaciones se dan principalmente en las estaciones de primavera y verano. La empresa manifiesta que para la próxima temporada esperan obtener los mismos resultados que la presente, ya que los clientes están conformes con la calidad recibida y los pronósticos de precios son estables. CAMPO LAVALLE SA, bajo su marca “Ruggeri” ha logrado posicionar sus productos en los mercados globales más exigentes, es así que, a través de sus importadores, llegan a góndolas de cadenas de supermercados como Tesco, Sainsburys, Morrisons, Marks and Spencer, Waitrose, Aldi, El Corte Inglés, y otros. El mercado externo representa el 55% de

la facturación teniendo presente la facturación de los últimos 2 años. Cuentan con certificaciones de calidad para todo su proceso productivo que les permite acceder a las cadenas de distribución más exigentes a nivel global Certificaciones de calidad actuales: GLOBAL GAP ORGÁNICO NOP ORGANICO USDA TESCO NURTURE Mercado Interno: El mercado interno se ha consolidado en los últimos años como una alternativa muy interesante en volumen de ventas. Este mercado representa el 45% de la facturación anual de la empresa. Direccionan sus productos a los supermercados locales más importantes a nivel país. Ofrecen un abastecimiento continuo de sus líneas de productos durante todo el año, lo que les permite mantener una estructura fija de trabajo durante el otoño e invierno que es cuando la empresa no exporta. Producción orgánica: Sus productos orgánicos llegan a mercados muy exigentes. Es por ello, que deben acogerse a protocolos internacionales de calidad de altas exigencias técnicas en campo y administrativas. Es por ello que Campo Lavalle SA. cuenta con campos exclusivos para este tipo de producción orgánica. Entrar al mercado ecológico con una empresa que trabaja en el mundo orgánico es un gran prestigio y ha sido muy bien recibido por sus clientes. A partir del año 2020 y teniendo presente la exigencia de algunos mercados internacionales en cuanto a las normas de calidad exigidas para los productos orgánicos el grupo decide canalizar parte de su producción orgánica a través de la empresa ORGANIC FARM SAS de propiedad de los mismos accionistas. Ventajas competitivas del/los producto/s Cuentan con un sistema productivo atomizado en todo el centro y norte de la Argentina, lo que les permite lograr un abastecimiento de sus productos centrales todo el año. Sus campos ubicados en la provincia de Mendoza próximos a la Cordillera de Los Andes poseen condiciones naturales de gran amplitud térmica, obteniendo productos de excelente calidad y sanidad, en contra-estación de los principales productores mundiales del hemisferio norte. La ventaja competitiva de sus productos es básicamente la calidad que les otorga el haber sido cosechados en plena temporada, su frescura, calidad, presencia y a un precio de mercado razonable. Cuentan además con más de 400 has con certificación orgánica homologada para la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Brasil. Esto les otorga un gran valor agregado y abre las puertas a una franja de consumidores que está dispuesto a pagar un precio adicional por productos cultivado bajo procedimientos que respetan el ecosistema y la biodiversidad. Gestión en Comercio Exterior realizada hasta el momento y actual La empresa tiene presencia activa en las ferias internacionales más relevantes desde el año 2000. Año tras año asisten a ferias como Fruit Logistica (Alemania), BioFach (Alemania), PMA (USA) y Fruit Attraction (España). Además de un contacto cercano con cada uno de sus principales clientes a los cuales visitan anualmente para desarrollar juntos las estrategias de abastecimiento. Su página web es una fuente importante de información y además sirve para contactar potenciales clientes interesados en lo que producen. Planes de Capacitación Los protocolos de calidad que certificaron les marcan el camino para desarrollar un sistema de capacitación anual. Dictan cursos periódicamente al personal de planta, los cuales se registran y documentan para luego ser inspeccionados por la empresa certificadora. Dictan todos los cursos de manipulación de alimentos que exige el protocolo por profesionales capacitados para los mismos. Además de cursos específicos para tareas puntuales como manejos de maquinarias, cursos de manejo para choferes, primeros auxilios, etc. Perfil de Producción Capacidad productiva Del total de la mercadería que comercializan, el 50 % es producción propia, mientras que el otro 50 % lo compran a productores terceros monitoreados- Respecto a su producción propia, actualmente cuentan con una siembra de 200 hectáreas de zapallo en la provincia de Formosa y 150 hectáreas de ajo, ambos productos a ser cosechados en el mes de noviembre. Instalaciones e inversiones: Cuentan con más de 400 has aptas para el cultivo de sus productos tanto orgánicos como convencionales. En las mismas se deben respetar las rotaciones de cultivos necesarias para no degradar los suelos, por lo que existe un proceso constante de desarrollar nuevas áreas cultivables y hacer más e

Destino de los Fondos

En las reuniones mantenidas con los socios y miembros del directorio de la firma manifestaron la necesidad de contar con una línea para capital de trabajo a los fines de financiar gastos de evolución y stock de insumos para empaque.

Clientes y Proveedores

CLIENTES: Mercado Interno 45% Jumbo Retail Argentina S.A 30-70877296-4 Participación 5% S.A. Importadora y Exportadora de la Patagonia 30506730038 Participación 5% Cooperativa Obrera LTDA de Consumo y Vivienda 30-52570593-1 Participación 5% COTO SIC SA 30548083156 participación 10% Mercado Externo 55% GARLAND LLC BIO FRESHI B.V. JV DIEMINGER & CIA LTDA WEALMOOR LTD PROVEEDORES: AGROIMALAGGI SRL 30714640921 Participación 7% TECNIAGRO CUYO SRL 30599708916 Participación 6%

Otras Observaciones

El socio aporta información de apertura comercial en mercado externo e interno, la misma se suma a continuación del formulario de ventas y compras.

Expedientes

Nro. Expediente	269131
Producto	Garantía Financiera
Importe Solicitado	$ 120.000.000,00

Plazo En Meses	24
Contragarantías	Fianza solidaria de Fernando Roberto Ruggeri y su cónyuge Micheletti Johana Eugenia; Nazareno Ángel Ruggeri y su cónyuge Bustos Petrona Susana.