SUEÑO VERDE: 25 AÑOS POR EL CAMINO DE LA DIFERENCIACIÓN

Historia de *Sueño Verde*

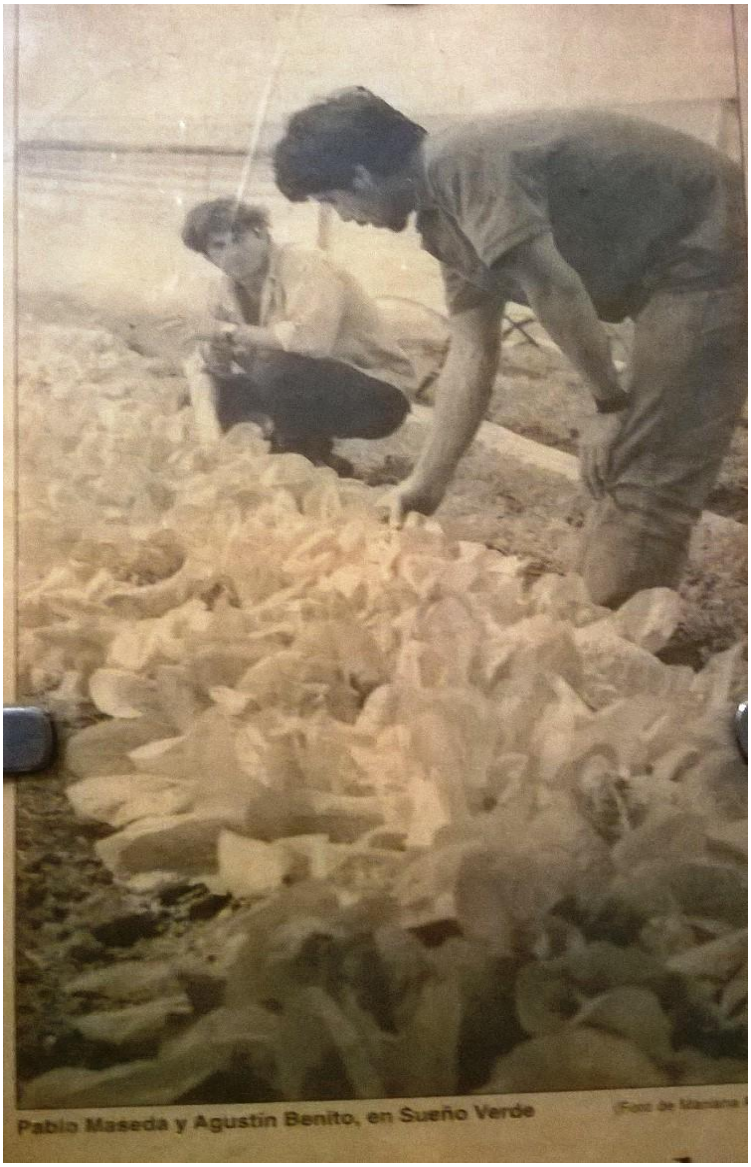
En 1993, siendo estudiantes de tercer año en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, nos decidimos a probar con la producción de hortalizas bajo cubierta, para complementar los estudios teóricos con algo de práctica. Diversión e inquietud era el motor, lejos estaba la idea de una empresa, trabajábamos algunas tardes y noches entre amigos y repartíamos de madrugada antes de ir a la Universidad. De diciembre a marzo nos íbamos de vacaciones con nuestras ganancias y volvíamos a cosechar en mayo. Así nació ***Sueño Verde***. Con apoyo familiar, esfuerzo, perseverancia y pasión.

Un productor de Escobar, “Don Nicolita” nos brindó su experiencia práctica y nos prestó los materiales para construir nuestro primer invernáculo en un terreno familiar en Pilar, atrás de la cancha 1 del club Alumni. La actividad hortícola nos posibilitaba poder llevar adelante la actividad sin dejar los estudios.

Nuestro primer cultivo fue la albahaca (de ahí nuestro logo) que entregábamos en Verdulerías, Fábricas de Pasta y Restaurantes. En poco tiempo, nos dimos cuenta que los restaurantes estaban muy mal abastecidos en cuanto a calidad y diversidad de productos frescos, Tenían necesidades diferentes a lo que les ofrecía el mercado. Los cocineros son apasionados por su trabajo, les interesa las novedades, la experimentación, conocer de dónde viene el producto, la entrega en el local, la continuidad a lo largo del menú, ellos quieren interactuar con el productor. Entender esto nos permitió definirnos como "productores hortícolas para gastronomía" modificando un sistema de producción y distribución hacia esas necesidades. Muy diferente al sistema de producción tradicional que siembra lotes grandes sin analizar qué, para terminar en mercados sobre ofertados de los mismos productos, sin mirar las necesidades del consumidor, entrando en una pelea permanente de precios que lo lleva a una industria de competencia de bajos costos. Este sistema llevo a la marginalización de la actividad hace 40 años.

Encontramos asi una oportunidad, que con ingenio, razonamiento y trabajo podíamos aprovechar. Al mismo tiempo la gastronomía Argentina

comenzaba un ciclo de crecimiento y profesionalismo que acompañaríamos durante toda nuestra historia



Suplemento La Nación Campo: sábado 24 de agosto de 1996

Los nuevos en el negocio: "No sólo los grandes empresarios se inclinan por la tierra"

Ya recibidos como Ingenieros Agrónomos, y dado que la actividad agropecuaria no pasaba por un buen momento decidimos transformar el hobby en nuestra forma de vida y la micro empresa tomo forma. Creamos el logo de nuestra primera y principal marca comercial:



De sembrar, producir, cosechar y embalar todo nosotros, empezamos a contratar empleados, de hacer el reparto en nuestros autos particulares (nada más glamoroso que recibir a tu novia en un auto con aroma a albahaca) compramos una camioneta, comenzamos a diversificar productos, familias de hojas como la rúcula, lechugas, aromáticas, vegetales mini, flores comestibles, etc. eran novedades en ese entonces. Nuestros clientes gastronómicos crecían a más de cincuenta y cuando nos quisimos dar cuenta: el negocio se había expandido. También en ese

momento arrancó un nuevo aprendizaje: el de ser empresario hortícola. Lidiar con aspectos comerciales, marketing, recursos humanos, legales, contables, etc. fue parte del nuevo quehacer cotidiano y el aprendizaje a través de la prueba y error una constante.



Año 1998. Primeras Instalaciones: Cámara de Frío y empaque.

Desarrollar mecanismos de diferenciación a través de la innovación para agregarle valor a nuestros productos ha sido algo que nos ha caracterizado desde nuestros comienzos (se adjunta el trabajo presentado en Bogotá en

2017 “diferenciación a través de la innovación” en el seminario latinoamericano de proceso de vegetales).

A finales de los años noventa, intentamos llevar nuestros servicios al consumidor final en forma directa. Pero los hogares requerían diversidad, siendo una “verdulería a domicilio” y esto era cambiar nuestra identidad de productores, para lo cual luego de una temporada, abandonamos, fracasando pero aprendiendo mucho del comportamiento del consumidor final.



Año 1999. Catálogo de productos para Delivery en barrios privados.

Durante la crisis del 2001 pudimos detectar oportunidades y alquilamos un campo hortícola en la zona de Parada Robles cuyo dueño estaba desgastado por la quiebra de un Supermercado a quién proveía, era la cuarta vez que nos mudábamos en busca de más superficie, ahora a 16 hectáreas. Allí pudimos quintuplicar el área en producción, tanto a campo como bajo cubierta.

Por otro lado pudimos también concretar nuestra mudanza a un nuevo predio para el procesamiento de los vegetales, en una zona industrial que nos permitiría crecer, perteneciente a una empresa de jugos que había quebrado. Allí mejoráramos nuestras condiciones de procesamiento, adquirimos una primera línea de lavado y lanzamos nuestros productos al consumo masivo vía supermercados ya que los comensales de los restaurantes preguntaban dónde encontrar los productos.

Seguimos creciendo en logística con nuevas unidades, la marca se iba haciendo cada vez más conocida y ya éramos referentes en el canal gastronómico, peleando nuestra entrada en el retail con algunas marcas ya establecidas. Sin darnos cuenta contar con distribución propia nos permitía llegar a todos los puntos del país en el menor tiempo, controlando y maximizando la calidad de nuestros productos, cosa que no sucedía cuando tercerizamos, así comenzó a potenciarse otra de nuestras fortalezas y hoy una de las principales de ***Sueño Verde***, la logística de perecederos.



Año 2004. Vista aérea de la planta de proceso (600m^2).

Para el año 2008 un nuevo desafío surgió: exportar albahaca fresca a Estados Unidos para una empresa Israelí. Construimos nuevos invernaderos para tal fin y trabajamos en conjunto con la Empresa Israelí que nos traía el know how. En la primer temporada exportamos 30 viajes aéreos aprendiendo muchísimo, sobretodo del aseguramiento de la calidad en todas las etapas. Productivamente estuvimos a la altura ya que nuestros productos eran preferidos en el Mercado de Nueva York a lo proveniente de

Colombia. Sin embargo, los altos costos internos de producción hicieron que el negocio no fuera rentable. A pesar de ello, pudimos capitalizar mucho lo aprendido.

Las demandas de calidad en el mercado interno de restaurantes y hoteles crecía y nuestro propio interés en mejorar nuestro producto como la forma de hacerlo, hicieron que avancemos en las certificaciones de calidad. Incorporamos una Licenciada en Calidad para tal fin formando el departamento de calidad y hacia finales del año 2012 obtuvimos la Certificación de BPM de IRAM. Hoy mensualmente tenemos auditorias de diferentes clientes a lo largo del año.

En el 2010 nuestro principal competidor en el retail, cerró sus puertas (durante los 25 años de ***Sueño Verde*** siempre nos sorprendía ver las empresas procesadoras de vegetales grandes que marcaban el camino de la industria como el horizonte soñado, pero todas terminaron quebrando por sus errores de estrategia de negocio, más del 90% de venta en el retail y estructuras pesadas). Así se nos liberó mercado para seguir creciendo y animarnos al próximo gran paso.

Nuestra relación con los cocineros nos permitía estar actualizados en las últimas tendencias del mercado, los viajes a polos hortícolas extranjeros a capacitarnos y conocer la frontera de la actividad, la inversión en tecnología importada, la incorporación de productos novedosos, la innovación en packaging, continuaron siendo parte de los pilares de nuestro crecimiento.

El volumen de mercadería a procesar iba en aumento y la cantidad de clientes también, crecíamos desordenadamente al 40% anual, por ello aprovechando otra coyuntura de nuestro país nos decidimos por primera vez a tomar crédito en el año 2014 para triplicar y modernizar nuestra planta de proceso, transformándola en la más tecnológica y grande del país, e incorporar invernaderos y maquinaria de última tecnología en la producción.



Año 2015. Nueva planta de proceso de Sueño Verde (2800m^2)



Invernadero de última tecnología automatizado. Campo Parada Robles.

Toda inversión, crecimiento y desarrollo tuvo su dificultad. En el país, la actividad hortícola es marginal y no hay proveedores locales de tecnología apropiada, ni know how sobre horticultura moderna. Así, el diseño y construcción de nuestra planta de proceso fue gerenciada por nosotros, las líneas de proceso de vegetales fueron buscadas, importadas y adaptadas por nosotros, la investigación en atmosferas modificadas para tener más vida útil son todos desarrollos de nuestro equipo. Este sistema de incorporación de tecnología ha hecho que los tiempos sean largos para cada cambio tecnológico, pero finalmente se fueron dando.

La importación de maquinaria de campo desde Europa tampoco fue simple (una cosechadora estuvo un año y medio en la aduana, ya que para ellos era un auto), el traer invernaderos de alta tecnología nos hizo dar cuenta que no hay gente capacitada para levantarlos, asi nuestra primer unidad estuvo más de un año en construcción, y asi cada cambio e innovación de nuestra empresa fue duro, pero al final da grandes satisfacciones.

“Siempre mantenemos la estrategia original de no ofrecer verduras compradas a terceros sin control de calidad, sino simplemente producir

hierbas y vegetales con valor agregado, para quienes disfrutan de la buena comida, se apasionan con la cocina y valoran los productos de calidad."

Presente de *Sueño Verde*

Sueño Verde hoy es una empresa con una estructura integrada verticalmente, desde la producción, la industrialización y la logística. Y a su vez horizontalmente con la producción a lo largo y ancho del país en 10 campos productivos, logrando reducir riesgos, ampliar estacionalidades y diversidad de productos.

Tras veinticinco años de historia, producimos y procesamos alrededor de 30.000 kilos de vegetales de hoja por semana. Contamos con una planta permanente de 100 empleados divididos en distintos sectores: Producción, Comercialización, Administración, Proceso, Calidad y Logística. Atendemos a más de 400 clientes gastronómicos y a las 9 cadenas de supermercados principales del país, llegando con una logística propia, que funciona como una unidad de negocio, entre 3 y 6 veces por semana a cada cliente.

Nuestro producto se encuentra por todo el país y llegamos directamente a todo Bs As y sus alrededores, Córdoba, Rosario y Mendoza.

Producimos aproximadamente 80 materias primas, que se cosechan y procesan 6 veces a la semana, ofreciendo a nuestros clientes aproximadamente 140 variedades de productos, en su mayoría listos para consumir con una vida útil promedio de 10 días.

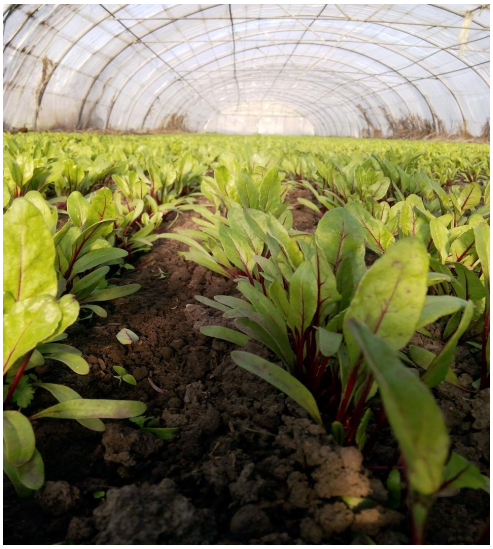
Anualmente lanzamos al mercado entre 10 y 15 productos nuevos buscando que el 30% de nuestra facturación este compuesta por productos nuevos (3 años máximo) y asi mantener la política de diferenciación, nuestra tasa de crecimiento sin inflación ronda el 20% anual. Consideramos que nuestro producto está en un océano azul con muchísimas oportunidades.

La marca es referente en gastronomía, participamos de la asociación de Cocineros (ACELGA y feria MASTICAR) aportando la mirada del productor y asi poder entender a la gastronomía como una cadena de valor. Nuestro Foodtruck siempre está presente en los eventos y ferias gastronómicas más importantes de la Ciudad de Buenos Aires. Lideramos las góndolas de los supermercados en productos 4 gama.

Nuestras familias de productos son

- Vegetales de hoja (20)
- Ensaladas (20)
- Hierbas aromáticas (12)
- Vegetales minis (8)
- Brotes y micro greens (20)
- Hongos (4)
- Flores comestibles (10)
- Fideos vegetales frescos (Noodles roots) (5)
- Aderezos y salsas (4)
- Snacks saludables (green chips) (2)
- Presentaciones para retail (40)

El listado completo en www.s-verde.com.ar



Hojas de mini remolacha



Siembra de baby leaf



Cultivos de espinaca



Flores comestibles de caléndula



Cosecha mecanizada de rúcula selvática bajo invernadero.

Campo Parada Robles.

Buscando diversificar, mejorar la perecibilidad y minimizar las dependencias climáticas en nuestra cartera de productos, pero sin perder nuestra identidad, hace 2 años lanzamos nuestra línea de aderezos refrigerados. Categoría que no había en el mercado y era un excelente acompañante para nuestras ensaladas. Tuvo gran respuesta por parte del consumidor, siendo hoy el 7% de la facturación. Asi también, comenzamos a producir salsas con los excedentes estacionales: nuestro primer producto es el pesto de albahaca. Con un método de conservación Genovés insertamos un producto Premium en el mercado con muy buena aceptación. Ante estos

resultados estamos analizando junto al asesoramiento del INTI en avanzar con la instalación de una línea de salsas, dip y conservas.





Desde enero de 2018, incorporamos una línea de snack saludables de papas y batatas horneadas (tecnología de deshidratado a baja temperatura) con“6 veces menos grasas que las fritas”, GREEN CHIPS, pensado para chicos y todo aquel que quiera snacker sin culpa.



Para la primavera de 2018, después de 2 años de desarrollo, pensamos estar entrando al mercado de las ensaladas para consumir en oficinas, estaciones de servicio, etc. El desafío es combinar ya no solo vegetales sino también proteínas como pollo, semillas, quesos etc. La particularidad de este desarrollo es que todas las matrices (hasta la del tenedor) son desarrollo propio justamente para tener algo diferente y superador al mercado, con recetas de cocineros y el doble de vida útil que la competencia.





- http://gastronomia-molecular.blogspot.com.ar/2014/07/cumbia-exclusiva-para-socios-sueno.html - Gastronomía molecular
- http://sustentator.com/blog-es/blog/page/13/?pid=5 - Prensa en Sustentator
- http://www.hospitalidadynegocios.com/articles/1743/los-microemprendedores-ganan-terreno - Prensa

- http://www.desafioeconomico.com/noticia_detalle_1.php?noticia_id=6134 – Prensa
- Video:
  AGROTV: https://www.facebook.com/video.php?v=209955659186717&set=vb.149132241783762&type=2&theater
- http://slowfoodargentina.com/sf/visita-a-sueno-verde/
- http://www.revistachacra.com.ar/0/nota/index.vnc?id=1392 - Prensa
- http://www.lanacion.com.ar/198847-tienen-algo-mas-que-una-pizca-de-ingenio - Prensa
- http://tiempo.infonews.com/nota/21091/la-fiesta-foodie - Masticar
- http://www.elnuevoagro.com.ar/noticia/deleite-de-sabor-y-color-a-la-minima-expresion/410 -
- http://www.cpia.org.ar/subcomision_buenas_practicas.html
- http://edant.clarin.com/suplementos/pymes/2005/11/07/y-01083719.htm - Prensa
- https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10151686856157482&id=78212322481&fref=nf - Academia Nacional Bocuse d'Or Argentina
- http://www.bolsas-brota.com.ar/p/estamos-en-la-prensa.html

Anexo 1.

Misión

Producimos vegetales de excelencia, saludables y con valor agregado, para quienes disfrutan de la buena comida, se apasionan con la cocina y valoran los productos de calidad.

Somos un equipo joven, con gran experiencia en el sector que desarrolla y produce alimentos innovadores. Siempre buscamos llegar más allá de nuestros negocios actuales, posicionándonos como referentes del sector. Estamos en un proceso de mejora continua a través del conocimiento, la aplicación de tecnologías y procesos diferenciales.

Nuestros productos son el fruto de nuestra interacción con el medio ambiente, siendo el cuidado de éste una de nuestras prioridades.

Visión

Revolucionar el mercado de vegetales y alimentos de la región.

Valores y Competencias institucionales

Integridad y Respeto

Innovación y Excelencia Operacional

Responsabilidad Social Empresaria

Capacidad de Aprendizaje

Adaptabilidad y Flexibilidad

Ética – Honestidad y Compromiso

Calidad y Entusiasmo

Actitud + Aptitud + Voluntad

Trabajo en Equipo y Unidad de grupo

Información indispensable

FILIERES S.R.L.
CUIT: 30-70739869-4
Sueño Verde – Vegetales & Hierbas
J. Grippa 1575, Villa Rosa, Pilar
Ruta 25km 7.5 – PYMES del Pilar
Buenos Aires, Argentina
Teléfono: 0348 -446 3696 / 446 3747 / 1771
Página Web: www.s-verde.com.ar
Video Institucional: http://www.youtube.com/watch?v=whuqxKtoFYE

Sueño Verde
https://www.facebook.com/pages/Sue%C3%B1o-Verde/316113681829703?fref=nf

s.verde

MARCAS:

Sueño Verde Vegetales & Hierbas

Crunch

Roots

- SABOR NATURAL -
GREEN CHIPS