

Ficha de Valorización de Resultados

33

FRUTALES / VIÑAS Y VIDES

Producción de agraz desde uvas para vino

Proyecto de Innovación en VII Región del Maule

El agraz (verjus) es un jugo ácido obtenido de uvas inmaduras, conocido desde la antigüedad y se cree que los primeros en utilizarlos fueron los romanos. Su uso se extiende hasta la Edad Media, antes de la llegada a Europa del limón, en la época de los Cruzados. Tradicionalmente se ha usado en la cocina francesa e italiana del siglo XIV y como aderezo para ensaladas, y como producto "gourmet" en algunos países en la preparación de platos en restaurantes de alta gastronomía.

Si bien el agraz no es un producto de alta demanda ni es conocido en la mayoría de los mercados, en el último tiempo se han desarrollado algunas iniciativas que buscan repositionarlo como una alternativa a los aderezos tradicionales como el jugo de limón, el vinagre, el aceto balsámico y el sucedáneo del jugo de limón.

Los análisis y resultados que se presentan han sido desarrollados a partir de la ejecución del proyecto "Desarrollo del agraz a partir de uvas marginales para vino (cv. País)", cuyo objetivo fue adaptar el manejo técnico del viñedo para ofertar materia prima para la elaboración de agraz y de esta manera generar un ingreso extra de la explotación.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de este proyecto, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



Producción de agraz desde uvas para vino

Proyecto de Innovación en VII Región del Maule

<p>Origen</p>	<p>Esta ficha fue elaborada a partir de la publicación que sistematiza los resultados, experiencias y lecciones aprendidas de la ejecución de un proyecto financiado por FIA, cuya finalidad fue la elaboración de agraz desde uvas marginales para vino (cv. País).</p> <p>La iniciativa surgió como resultado a la búsqueda de alternativas para ofrecer a los productores de uva País, específicamente del secano de la Comuna de Cauquenes, una opción complementaria a la producción de uva para vino corriente.</p> <p>El proyecto precursor fue ejecutado por el Instituto de Investigaciones Agrarias, INIA – Centro Experimental Cauquenes, en conjunto con la Universidad de Santiago a través del Centro de Estudios en Ciencia y Tecnología de los Alimentos (CECTA), entre los años 2001 y 2007.</p> <p>En los ensayos se caracterizó química y biológicamente el agraz, se evaluó sensorialmente y se realizó su procesamiento final y envasado, además del estudio previo de los envases y aceptación de mercado. El material para los ensayos (uva como materia prima) fue aportado por socios de la Cooperativa Agrícola y Vitivinícola de Cauquenes.</p>
<p>Tendencias del mercado del agraz</p>	<p>En el mercado internacional el agraz no está muy difundido, salvo en algunos países de Europa como Francia, España e Italia, además de Australia y Estados Unidos, país donde se fabrica en Napa Valley, área posicionada mundialmente como productora de vinos de alta calidad. Australia y Francia son países exportadores.</p> <p>De todos los países productores de agraz, Australia ha sido el más exitoso debido a la investigación permanente que ha realizado la chef Maggie Beer, la mayor productora de este aderezo, quien lo ha difundido a través de libros de recetas, de su autoría, especialmente dedicados al agraz.</p> <p>A excepción de Australia, los demás países productores de agraz comenzaron esta actividad entre 1998 y 1999. La mayoría produce para consumo interno y el producto se conoce por las revistas gourmet.</p> <p>En Europa, Francia es el país donde más se consume agraz, y al igual que el resto de los países, el mercado está básicamente limitado a la alta cocina, se conoce principalmente en pequeños círculos de chefs y se ha incorporado en preparaciones de restaurantes, hoteles y banquetería. Los franceses prefieren el agraz producido en su propio país ya que tienen denominación de origen y son de calidad conocida.</p> <p>En Europa y Estados Unidos, en general el agraz se produce, envasa y almacena en la misma viña; en muchas de ellas se comercializa en sus propias salas de venta y en otras, se lleva directamente a tiendas gourmet o empresas distribuidoras del ramo. También se vende en los sitios Web de cada viña.</p>
<p>Situación del rubro en Chile</p>	<p>En Chile no existe oferta ni demanda de agraz, por lo que el estudio de mercado nacional ejecutado en el marco del proyecto precursor se basó en una serie de supuestos con relación a los sustitutos, complementarios, distribuidores y canales de comercialización, entre otros.</p> <p>Para determinar la demanda potencial de agraz se hizo una analogía con el jugo de limón como aderezo, por ser sustituto, considerando la similitud en cuanto a las características de consumo y a la elasticidad precio e ingreso, es decir, al igual que el mercado de limones, la demanda del agraz debiera estar determinada principalmente por el precio del producto y por el ingreso. A mayor precio menor demanda y a mayor ingreso mayor demanda. Sin embargo, como resultado del estudio se determinó que el agraz es más sensible a las variaciones de precio que el limón.</p>
<p>Alcances y desafíos del negocio</p>	<p>El cambio en el manejo productivo de la uva País, para que cumpla con el doble propósito de constituir materia prima para agraz y para vino corriente, es menor para los productores de Cauquenes, así como para cualquier productor de uva para vino interesado en el negocio.</p> <p>Por otra parte, el agraz se puede producir con cualquier variedad de uva y no existen diferencias en la calidad del producto de acuerdo a la cepa de origen, lo que agrega otro componente de vulnerabilidad para los productores de uva País. Si la producción de agraz resulta ser rentable y se genera un poder comprador, las empresas de mayor tamaño ya posicionadas en el mercado podrían entrar al negocio, como productores de materia prima y como elaboradores de agraz, trabajando con costos menores y con otras ventajas como asesoría permanente, conocimiento, contactos en los canales de comercialización y posicionamiento en el mercado, entre otros, en perjuicio del pequeño productor.</p>



Claves de viabilidad

Cambio en el manejo productivo del viñedo. Es determinante contar con asesoría técnica que permita ejecutar un manejo adecuado de la viña orientada a doble propósito (materia prima para agraz y materia prima para vino).

Gestión de comercialización y poder de compra. Se requiere una persona con capacidad para generar y gestionar contactos que permitan comercializar la materia prima y asegurar a los productores de uva un poder de compra para su producto.

Asuntos por resolver

Diferenciación del producto. Para favorecer al productor de uva País, es necesario darle valor agregado al producto, por lo que se deben conocer sus particularidades según zona o cepa, de manera de diferenciarlo y enfocar en ese sentido la publicidad.

Canales de comercialización especializados. Si los productores son pequeños agricultores, caben en el perfil del "Comercio Justo", lo que permitiría mejorar los canales de venta del agraz.

Promoción y difusión. Previo a una campaña de difusión, se requiere un estudio más acabado de aceptabilidad, a fin de dimensionar el potencial impacto de este producto y de generar la respectiva demanda.

Determinación del perfil del productor o empresario. Tanto los estudios de diferenciación del producto, como la identificación de los segmentos de consumo, ayudarían a definir cuál es el perfil del productor que puede abordar este desafío, de manera de orientar adecuadamente su difusión de emprendimiento.

El valor del proyecto

Aunque el proyecto precursor no logró generar un plan de negocios, se demostró que existen las capacidades técnicas y organizacionales para ofrecerles a los productores de uva País una alternativa al destino de su producción y un ingreso adicional al obtenido por la venta de uva para la elaboración de vino corriente.

El proyecto precursor estableció un protocolo de estabilización del agraz que mejora su vida en la botella, que está en proceso de aplicación a patente. No obstante, junto con patentar una idea, proceso o producto, los beneficios de la investigación se verifican mejor mediante estrategias comerciales agresivas y oportunas.

Evaluación económica de la producción de uva en una viña y bodega instalada, bajo diferentes escenarios de abastecimiento de materia prima; márgenes brutos en plena producción al año 10

Ítem	ESCENARIOS		
	Compra de fruta a terceros con sobreprecio en uva de vino	Compra de fruta a terceros sin sobreprecio en uva de vino	Compra de fruta propia
Ingresos producción uva			
Producción volumen (l)	840.000	840.000	840.000
Ingresos (\$ x mil)	1.285.200	613.200	1.310.400
Egresos producción uva (\$ x mil)			
Materia prima	148.400	514.500	-
Envases	4.434	4.434	4.434
Etiquetas frontales	4.188	4.188	4.188
Etiquetas reverso	1.724	1.724	1.724
Cajas	2.094	2.094	2.094
Total electricidad	707	707	707
Total obreros	12.759	12.759	12.759
Total laboratorista	6.000	6.000	6.000
Total jefe de producción	2.000	2.000	2.000
Total costos variables	360.715	548.406	33.906
Imprevistos costos variables	18.036	27.420	1.695
Egresos (\$ x mil)	378.751	575.826	35.601
Margen bruto (\$ x mil)	906.449	37.374	1.274.799
	Sobreprecio de uva vinífera/ha (\$ x mil)		Costo alternativo de uva vinífera/ha (\$ x mil)
Costo alternativo	883.750	-	1.236.667
Margen operacional (\$ x mil)	22.699	37.374	38.132
VAN	19.425	19.321	23.276
TIR (%)	14,3	13,5	13,8
Base de cálculo			
kg uva/l uva	2,5	2,5	2,5
kg/uva (\$)	70,7	245,0	-
l/uva en planta	1.530,0	730,0	1.560,0
l/uva a consumidor (30%) (\$)	1.989,0	949,0	2.028,0
Envase/0,250 litros uva (\$)	20,7	20,7	20,7
Etiqueta frontal/envase (\$)	19,6	19,6	19,6
Etiqueta reverso/envase (\$)	8,1	8,1	8,1
Caja/12 envases (\$)	115,0	115,0	115,0
Precio electricidad (\$/KW)	69,0	69,0	69,0
Mano de obra básica \$/mes (x mil)	202,5	202,5	202,5
Mano de obra calificada \$/mes (x mil)	500,0	500,0	500,0
kg/uva vinificación (\$)	70,7	70,7	70,7
Sobreprecio kilo/uva vinificación (\$)	101,0	-	-

Fuente: Basado en información del proyecto precursor.

Los proyectos de inversión en todos sus escenarios se han analizado a 20 años y con una tasa de interés del 12%.