

LA ASOCIATIVIDAD COMO TECNOLOGÍA

Para permanecer y crecer en vitivinicultura necesitamos ser competitivos; para ser competitivos necesitamos tecnología y para acceder a la tecnología necesitamos asociarnos. La tecnología que precisa la pequeña producción vitícola circula por un canal que se llama Asociatividad.

La consideramos como una tecnología organizativa. Organizados, no solo juntos o amontonados.

- En la pequeña producción creemos que el Asociativismo es la **“madre de las tecnologías”**. Lo creemos así porque abre muchas puertas a las que, de otro modo, los pequeños viñateros no llegamos con facilidad. Así ocurre, por ejemplo, en el aspecto productivo con todas las soluciones propuestas para la modernización de la cosecha, la incorporación de maquinaria nueva para laboreo, tratamientos fitosanitarios u otras acciones, e incluso para la tecnificación del riego.
- Además, es el medio por donde llega el **financiamiento**. En efecto, el acceso a créditos y beneficios de proyectos de asistencia se facilita por la acción grupal.
- A su vez, esta organización nos da la posibilidad de contar con un **asesor técnico común** –al que es más difícil acceder individualmente– y es a través del cual llega la información de otros planes o beneficios para el sector.
- Las **conversaciones con la bodega** respecto de las condiciones del mercado y su evolución se facilitan y transparentan cuando se realizan en forma organizada y madura.
- Las **solicitudes o reclamos a los entes gubernamentales** son más atendidos y podemos con la organización hacer un seguimiento más asiduo de los mismos de modo que no queden en el olvido.
- La **compra conjunta** de insumos y la negociación con proveedores se hacen en condiciones de más equidad con mejores precios; ya no somos un cliente más en el mostrador del negocio.
- Las ventas de nuestros productos son acompañadas por un compromiso de trabajo conjunto a largo plazo y un plan de mejora grupal de la producción. Por lo tanto, pueden tener mejor resultado. Crecer en tamaño para negociar con más éxito en un mundo globalizado y concentrado económicamente es hoy una necesidad.
- Asociados podemos hacer valorar nuestra importancia en el desarrollo de territorios, la multiplicación de empleo en las zonas productivas y su diversidad en servicios y bienes. **¿Quién reclama por nosotros si no lo hacemos nosotros?** Para un reclamo exitoso hay que organizarse, si no es un pataleo estéril.
- El acceso a la parte de la cadena de mayor beneficio y a la que normalmente no llegamos, lo obtendremos por medio de **organizaciones y entidades intermedias fuertes**, ya que este tema requiere del movimiento de resortes públicos que se mueven por el peso que tienen los sectores al momento de tomar decisiones. Esto sólo lo lograremos si nos organizamos.
- La aparición de **maquinarias, herramientas y métodos adaptados a la pequeña producción** dependerá también de que nuestras organizaciones y grupos sepan demandarla, haciendo sentir su necesidad y beneficios a los organismos encargados de su producción. De otra manera vamos a seguir viendo cómo avanzan en competitividad otros sectores, desplazándonos.

El incremento de nuestras producciones y de su valor nos podrían igualar a los mejores grupos vitivinícolas, pero esto solo hoy no alcanza. Necesitamos aprovechar más beneficios a los que no llegamos en forma aislada. Hay que buscar otros suplementos que no sean el precio de la uva o del vino.

Cada una de las crisis periódicas que atravesamos es una oportunidad para crecer en organización. Cuando nos va bien, no necesitamos del otro, quedando el asociativismo para otro momento. Ese otro momento cuando nos acordamos es el de la crisis, donde es más difícil construir, pero también más necesario. Pero esta no es una construcción de un momento, **es una apuesta a largo plazo y de construcción progresiva.**

Esta **ASOCIATIVIDAD DEBE SER COMPETITIVA**, es decir que nos unimos para solucionar problemas comunes y lograr beneficios en conjunto, logrando mejores rendimientos económicos y posicionamiento de nuestros productos en el mercado.

Para avanzar hay que definir un Plan de Asociatividad, con objetivos y metas que permitan ir avanzando gradualmente. No se trata de solo buena voluntad, un ingrediente necesario pero no suficiente. Necesitamos también buena comunicación dentro de las organizaciones, un liderazgo participativo (sin personalismos), definir la formas asociativas o sociedad comercial más conveniente en cada caso, mucha paciencia y confianza.

>>

NO PODEMOS ENFRENTAR SOLOS UN MERCADO TAN GRANDE, GLOBALIZADO Y CON PESOS PESADOS EN COMPETENCIA. SIN ORGANIZACIONES FUERTES, NO PODEMOS COMPETIR.