

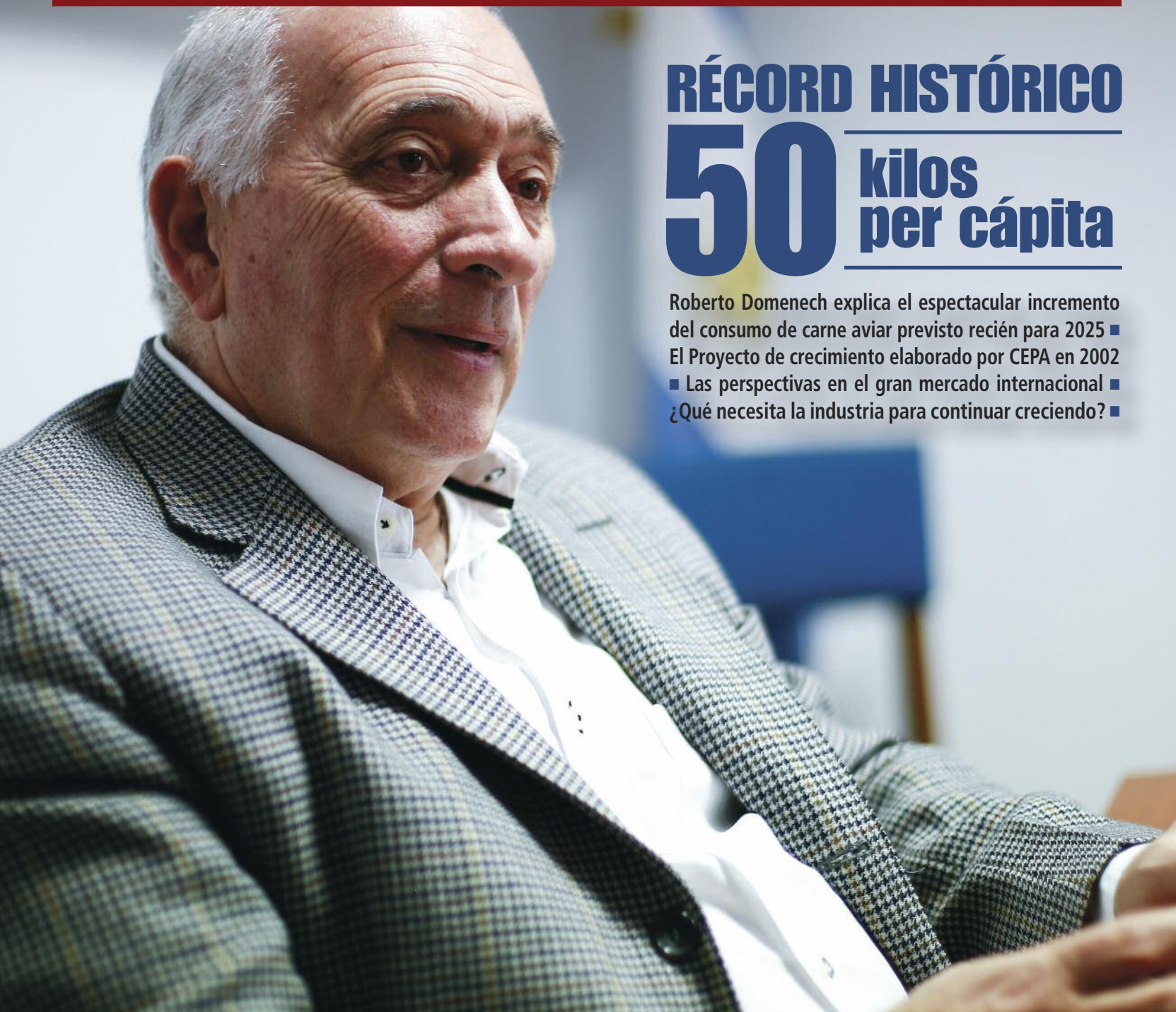


Claudio Zuchovicky, Economista

"Miremos el futuro, el pasado ya está,
esto no es la Pandemia de 1918, ni la crisis del 2008"

Cátedra

AVÍCOLA & AGROPECUARIA



RÉCORD HISTÓRICO **50** kilos per cápita

Roberto Domenech explica el espectacular incremento del consumo de carne aviar previsto recién para 2025 ■
El Proyecto de crecimiento elaborado por CEPA en 2002 ■
Las perspectivas en el gran mercado internacional ■
¿Qué necesita la industria para continuar creciendo? ■



Empresas

Elanco concretó la adquisición de Bayer Animal Health y se posiciona como líder



Comercio Exterior

Pablo Silveyra analiza los vaivenes de una errática política de Comercio Exterior



Porcinocultura

Farmabase realizará la mayor conferencia virtual del sector porcino

New Gen

Papagayos - San Luis - Argentina



Nueva Genética
Arbor Acres Plus

*Reproductoras del Mas Alto Rendimiento Productivo
en un marco de Bioseguridad Inigualable*

New Gen Breeders S.A. Argerich 1211 (C1416AXD), Buenos Aires, Argentina - + 54 11 4583 4397

Ventas: (03442) 15416810 / info@newgenb.com.ar / JBonura@soychu.com.ar

(011) 1539160515 / JGaleano@newgenb.com.ar

DIRECTOR

Adalberto Rossi

JEFE DE REDACCIÓN

Elida Thiery

REDACCIÓN

Joaquín Pichetto, Eugenia Basualdo,
Patricia Domínguez, Maximiliano Videla

DISEÑO

he!p Comunicación Estratégica

FOTOGRAFÍA

M. Florencia Santangelo,
Emiliano Descole, Denise Giovaneli

TRADUCCIONES

Josefina Rossi

COLABORACIONES

Mariana Lío, Verónica D'andrea,
Mauro Bianco, INTA.

INFOGRAFÍAS

Mariano Campos

CORRECCIÓN

María Emilia Peralta Ramos

GERENCIA COMERCIAL

Cátedra Avícola

Teodoro García 2866, oficina 2.05
(C1426DNB) Ciudad Autónoma de
Buenos Aires - República Argentina
Tel. 54 11 4553 2913
Cel. 54 911 5327 8200
comercial@catedraavicola.com.ar
www.catedraavicola.com.ar

IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN

GALT PRINTING - Ayolas 494
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel. (+5411) 4303-3723

Registro Nacional de la Propiedad Intelectual N°
895.868. Es propiedad de Cátedra Avícola S.A. Todos
los derechos reservados.

La reproducción en cualquier forma, en cualquier
idioma, parcial o total, sin previo aviso por escrito
de Cátedra Avícola, queda expresamente prohibida.

Alberto Fernández recibió al Consejo Agroindustrial Argentino

Con un Producto Interno Bruto (PIB) de aproximadamente US\$ 450 billones, Argentina es una de las economías más grandes de América Latina.

Argentina tiene abundantes recursos naturales en energía y agricultura. En su territorio de 2,8 millones de kilómetros cuadrados, el país tiene tierras agrícolas extraordinariamente fértiles, cuenta con importantes reservas de gas y litio, y tiene un enorme potencial en energías renovables.

Argentina, además, es un país líder en producción de alimentos, con industrias de gran escala en los sectores de agricultura y ganadería vacuna.

Asimismo, Argentina tiene grandes oportunidades en algunos subsectores de manufacturas y en el sector de servicios innovadores de alta tecnología.

Sin embargo, la volatilidad histórica del crecimiento económico y la acumulación de obstáculos institucionales han impedido el desarrollo del país. La pobreza urbana sigue siendo elevada y alcanza el 35,5% de la población, mientras que la pobreza infantil (niños menores de 14 años) sube al 52,3%.

Para hacer frente a esta situación, se ha priorizado el gasto social a través de diversos programas, entre los que se destaca la Asignación Universal por Hijo, un programa de transferencias que alcanza a aproximadamente 4 millones de niños y adolescentes hasta 18 años, el 9,3% de la población del país.

Las turbulencias financieras del 2018 impactaron en el país e implicaron la revisión del plan económico y la necesidad de contar con un programa con el Fondo Monetario Internacional (FMI). El mismo

comenzó en 2018, por unos US\$ 57.000 millones, con el objetivo principal de estabilizar las cuentas públicas para alcanzar un equilibrio fiscal primario a fines de 2019. Sin embargo, una nueva ronda de volatilidad macroeconómica desatada en el mes de agosto de 2019 puso en suspenso este programa, y el país ha iniciado un proceso de renegociación de su deuda con acreedores privados.

La situación económica presenta equilibrios precarios. El peso argentino ha perdido 68% de su valor desde abril de 2018. La inflación anual es superior al 50% y luego de una caída de 2,5% del PIB en 2018, la economía se contrajo un 2,2% adicional en 2019.

En el mientras tanto, 42 entidades vinculadas con la agroindustria conformaron el Consejo Agroindustrial Argentino y presentaron la "Estrategia de Reactivación Agroindustrial Exportadora, Inclusiva, Sustentable y Federal" que propone como objetivo un aumento de las exportaciones anuales (+16 mil millones de dólares), en el movimiento económico de todo el país (+32 mil millones de dólares), en el empleo distribuido en todo el país (+210 mil empleos directos y cerca de 700 mil indirectos).

Esta reactivación se propone con un impacto fiscal neutro, sin solicitar al Gobierno ningún tipo de subsidio, llevándose a cabo de forma sustentable, cuidando el ambiente con prácticas y procesos que no impacten en el ecosistema.

Una vez más, la Agroindustria aporta propuestas, además de consolidarse como el motor productivo de nuestro país.

Adalberto Rossi, Director

Ahora, toda la información de la Industria Avícola, ¡está al alcance de su mano!

Ya puede descargar la App de Cátedra Avícola en su celular y disponer de la mejor información, en todo momento, y desde cualquier lugar del mundo. Ahora, saber cómo vender y cómo comprar está en sus manos.

Descargue hoy mismo la aplicación en su celular y manténgase correctamente informado.



Cátedra

AVÍCOLA & AGROPECUARIA

63 años –en forma ininterrumpida– informando, orientando y defendiendo los intereses de la Industria Avícola Argentina.

Lunes a Viernes, de 8 a 9 hs.



Led.fm

MOBILE RADIO



info@catedraavicola.com.ar / www.catedraavicola.com.ar



12-42



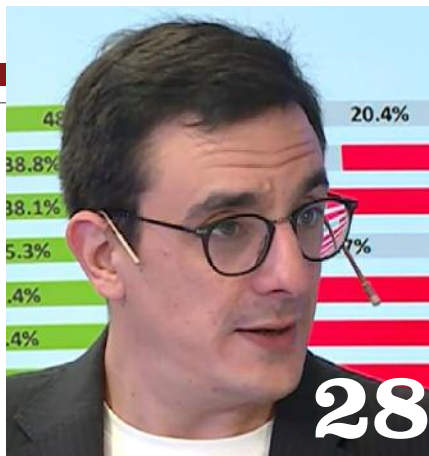
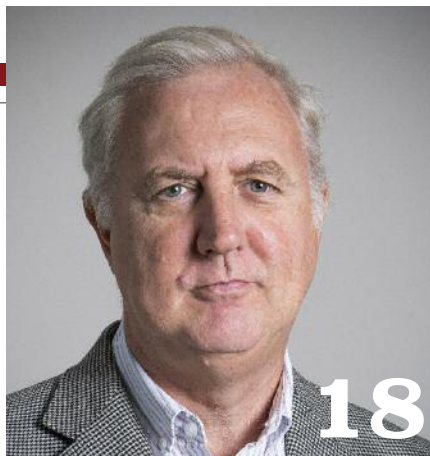
36



66



56



sumario



12 ECONOMÍA

El día después del día después
Zuchovicky asegura que es necesario que Argentina decida ir por el camino del gradualismo, respetando al que produce e invierte en el país.

42 NOTA DE TAPA

Récord histórico
Roberto Domenech analiza el sostenido crecimiento de la producción de pollo durante los últimos años y analiza las perspectivas para los próximos años.

74 EMPRESAS

Elanco adquirió Bayer
La transacción, valuada al cierre en USD 6.89 mil millones, fortalece la estrategia de Innovación, Portafolio y Productividad de Elanco.

36 EMPRESAS

MSD se potencia
La multinacional integró sus operaciones en Argentina, Chile y Uruguay, y lanzó la primera vacuna recombinante en el mundo para Marek, Gumboro y Newcastle.

60 EVENTOS

FarmaTalks® Swine
Farmabase realizará la mayor conferencia virtual del sector porcino con traducción simultánea a tres idiomas y grandes nombres de la sanidad animal en el mundo.

84 LOGÍSTICA

Bobcat S16 y S18
Grupo San Blas presenta los nuevos modelos de Bobcat provenientes de China, con la misma tecnología de siempre pero mucho más accesibles.

22 OPINIÓN

Para que Argentina se recupere, es clave el aporte del agro a la economía

62 SANIDAD

Vacunas y vacunación para el control efectivo de la enfermedad de Gumboro

74 EMPRESAS

Elanco concretó la adquisición de Bayer Animal Health en USD 6.89 mil millones

Competitividad cambiaria: Argentina cede en la región

En la mayor parte de los países vecinos, el Big Mac es más barato en dólares que en la Argentina. Aquí (se toma el cuarto de libra) cuesta 4,07 dólares, cuando en Brasil ese precio es de US\$3,91, en Chile de US\$3,48; Perú US\$3,40; Colombia US\$3,29 y México US\$2,23. El precio de la hamburguesa evolucionó a un ritmo más intenso, quizá reflejando presiones inflacionarias que el IPC no captura, por medirse sobre una porción importante de ítems que incluyen tarifas congeladas, mercados cerrados por el confinamiento y controles de precios. Teniendo en cuenta las diferencias de productividad, para igualar el precio en dólares del cuarto de libra con los de referencia, el tipo de cambio debería ser de \$84,65, en lugar de \$75,56, una diferencia del 12%



El índice Big Mac es una forma simple de seguir variables tan relevantes como el tipo de cambio y la inflación. Este indicador publicado por el semanario The Economist se basa en la teoría de la paridad del poder adquisitivo, es decir que, en el largo plazo, un dólar debe comprar la misma canasta de bienes o servicios en todos los países. **Así, una diferencia en el precio de la hamburguesa de Mc Donalds con respecto a Estados Unidos estaría indicando un desequilibrio en el tipo de cambio, con una moneda sobre o sub valuada.**

Según los datos de Julio, un Big Mac cuesta en Estados Unidos US\$ 5,71 mientras que en Argentina su precio equivale a US\$ 4,07. Cabe aclarar que en Argentina, primero por una regulación (hoy inexistente) en los precios de este sandwich específico, y luego por políticas comerciales derivadas de aquella

regulación, el precio de este sandwich no resulta adecuado para esta comparación. En su lugar utilizamos el precio de otro sandwich de Mc Donalds, el Cuarto de Libra con queso, cuyo precio es similar al del Big Mac en la mayoría de los países, salvo en la Argentina. Aquí, la brecha entre el Big Mac y el Cuarto de Libra es de 16% (\$250 vs \$290).

Como se observa en el gráfico, la hamburguesa Big Mac se vende en Estados Unidos a un precio mayor que en la mayoría de los países, a excepción de Suiza, por ejemplo, donde el precio es de US\$ 6,91. En la zona del euro la hamburguesa se consigue por US\$ 4,79, mientras que en Brasil el Big Mac se vende a US\$ 3,91 y en Chile a US\$ 3,48.

Si bien estos datos son una fotografía a Julio de 2020, resulta también interesante analizar qué ocurrió en la Argentina en el último período,

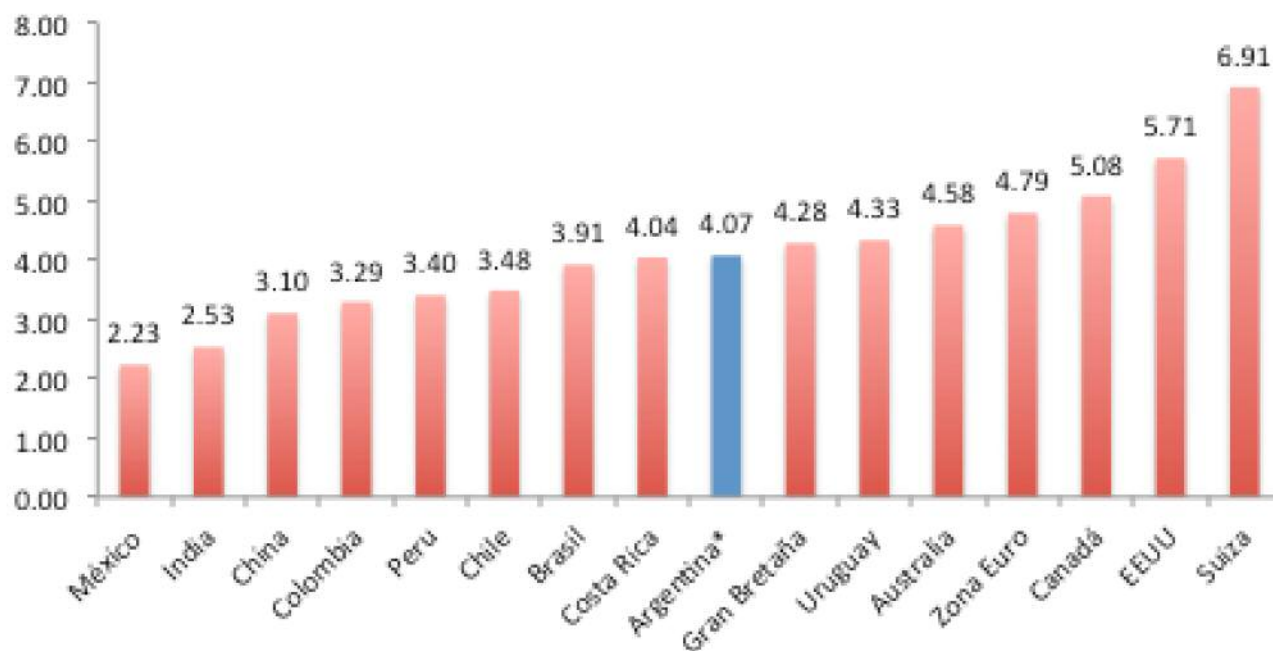
comparando la evolución del precio de la hamburguesa con el IPC y con el tipo de cambio oficial.

Como se observa en el gráfico, el precio de la hamburguesa evolucionó a un ritmo mas intenso, quizá reflejando presiones inflacionarias que el IPC no captura, por abarcar una porción importante de tarifas congeladas, mercados cerrados por el confinamiento y controles de precios.

Veamos ahora que sugiere el Índice Big Mac publicado por The Economist en términos de tipo de cambio real y competitividad. La metodología original que compara el precio de la hamburguesa en Argentina y en Estados Unidos, además del tipo de cambio, indica que el peso argentino estaría subvaluado en un 28,7% (tomando un tipo de cambio al momento de la publicación de 71,24 pesos por dólar).

Sin embargo, siguiendo la metodo-

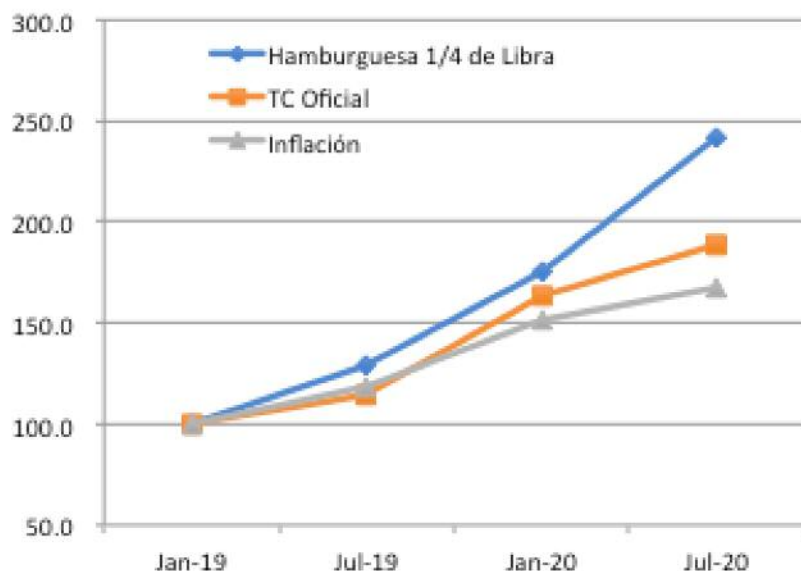
Precio del Big Mac en dólares Julio 2020



*En Argentina se considera el precio de la hamburguesa cuarto de libra con queso

Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a The Economist

Argentina: Precio de la hamburguesa Base 100 Enero 2019



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a The Economist

logía sugerida por Gustavo Reyes (Economista Jefe de IERAL Cuyo), la conclusión en términos de “competitividad cambiaria” es diferente.

Se sabe que las economías menos avanzadas presentan precios de determinados bienes inferiores a los que se manejan en las economías más desar-

rolladas. Esto es debido a que estas últimas tienen mayor productividad y pagan, por lo tanto, mayores salarios que las primeras. Una simple prueba de esta relación (conocida como el efecto Balassa-Samuelson) puede observarse en el gráfico, en el que se advierte una clara relación positiva entre los precios de los

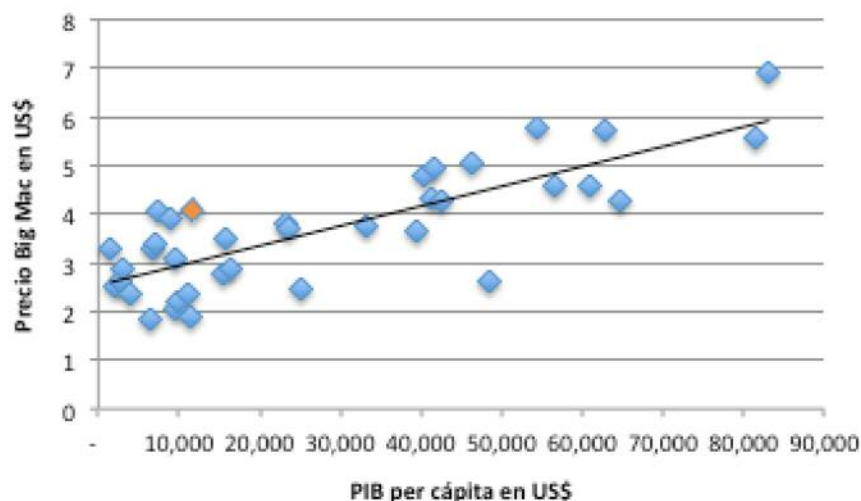
sandwich de Mc Donalds y el nivel del PBI per cápita de cada país.

Argentina es el punto naranja en el gráfico, ubicándose por encima de la línea de regresión. Ello indica que, según esta metodología, la hamburguesa debería ser más barata en dólares dado el PIB per cápita que tiene el país.

El índice Big Mac, ajustado por productividad, y tomando en cuenta el precio del Cuarto de Libra con queso para la Argentina, indica que el peso estaría sobrevaluado. El tipo de cambio que iguala el precio en dólares del Cuarto de Libra, teniendo en cuenta la diferencia de productividad, es de \$ 84,65 en lugar de \$ 75,56, una diferencia del 12 %.

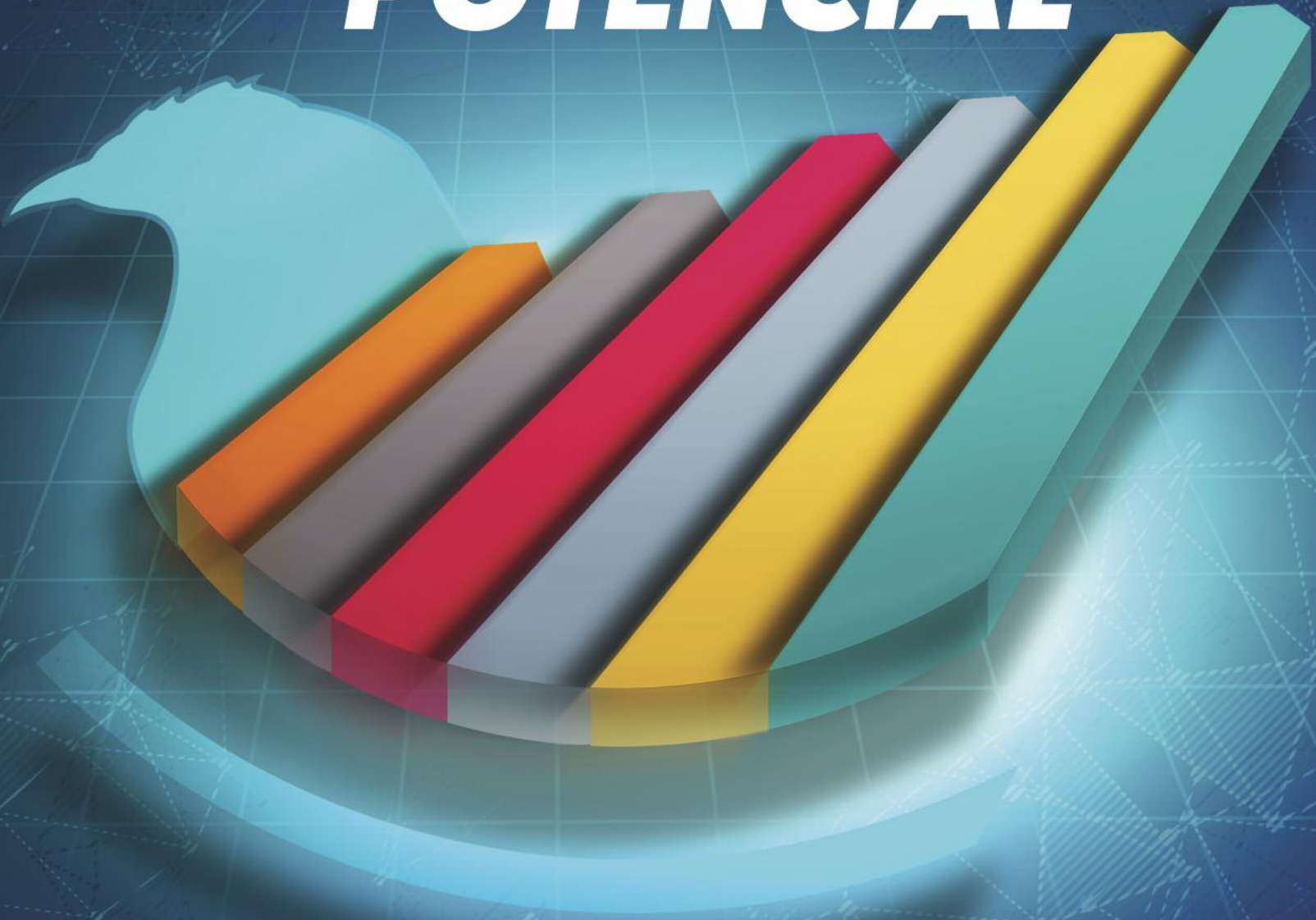
Esta percepción de cierta sobrevaluación del peso se refrenda por el hecho que, en la mayor parte de los países de la región, el Big Mac es más barato en dólares que en la Argentina. Aquí el Cuarto de Libra cuesta 4,07 dólares, cuando en Brasil ese precio es de US\$ 3,91, en Chile de US\$ 3,48; Perú US\$ 3,40; Colombia US\$ 3,29 y México US\$ 2,23. ■

Precio del Big Mac* en el mundo y PIB per cápita en dólares Julio 2020



*Para Argentina se toma el precio del cuarto de libra con queso
Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a The Economist

OBTENGA TODO EL **POTENCIAL**



Trabajos de investigación e información de campo, demuestran que una sola dosis de VAXXITEK HVT+IBD aplicada en la planta de incubación proporciona protección temprana frente a las enfermedades de Gumboro y Marek. A su vez induce protección clínica frente a diferentes cepas de Gumboro: clásicas, variantes y muy virulentas^{1,2,3}. La protección temprana permite que no exista una ventana inmunitaria entre la inmunidad pasiva y la protección activa generada. Una solidez inmunológica asegura lotes sanos y mejora el rendimiento.

PREVENTION WORKS
Diseñando el futuro de la salud avícola



**Boehringer
Ingelheim**

El día después del día después

El economista experto en mercado de capitales y gerente de Desarrollo de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires se mostró optimista respecto del escenario económico local luego de la pandemia Covid19. Aseguró que es necesario que Argentina llegue a un arreglo por la deuda y decida ir por el camino del gradualismo, respetando al que produce e invierte en el país.



Claudio Zuchovicky, Economista

Claudio Zuchovicky sostiene que “lo que pasa ahora en el país es binario, es una historia que recién empieza, no termina con el arreglo de la deuda. Si concretamente la Argentina llega a un arreglo voluntario, los precios argentinos son baratos, los activos locales están subvaluados en términos de acciones, bonos. Ahora bien, si la Argentina no llega a un arreglo, desde mi punto de vista, estos precios son caros, porque finalmente el crédito privado va a ser mucho más difícil”. En

este sentido, agrega que “a la Argentina le conviene arreglar y va a terminar arreglando, por lo tanto veo una salida”.

PANDEMIA

“Siempre que vivimos una crisis parece que, cuando termine, el mundo va a ser nulo y para mí no es así. Obviamente que fue grave lo que nos pasó, fue una crisis de oferta, la oferta se frenó de golpe... El ejemplo que siempre pongo es cuando voy andando en bicicleta: por más despacio que vaya,

siempre mantengo el equilibrio, pero si me freno de golpe, o si me frenan de golpe, es más difícil mantenerme, termino con un pie apoyado en el piso. ¿Qué significa esto? Que esto fue una crisis... Claramente, al principio se frenó toda la economía global de oferta y después de demanda por la pérdida de pesos, pero esto lo escuché ochenta mil veces: se viene un mundo nuevo, una civilización nueva... Para mí no”.

En ese sentido, el economista sostiene que “van a haber cambios de

hábito que ya se estaban dando. Lo que va a hacer esta pandemia es acelerar el cambio: se acortaron los tiempos gracias a la tecnología, pero no es que va a haber un cambio fundamental, fin del capitalismo, otra moneda, etc. Yo vi a la gente de Mark Zuckerberg en las páginas de Brando, diciendo: 'sí, usamos información', y Facebook cayendo un 30% ese mismo día; pero hoy es una de las empresas más grandes del mundo y está cerca de su máximo histórico, comprando WhatsApp, Instagram... En aquel momento decían que era el fin de la compañía. Yo vi cuando se acababa el mundo en el 2008, que no iba a haber más dólares, que quebraban todos los bancos, y que no había sistema financiero. Hoy el Dow Jones y el S&P valen 10 veces más de lo que valían antes y el mercado se repuso. También entendí –como muchos– que el 2002 era el fin del mundo y vi la Gripe A –no dejamos entrar mexicanos a la Argentina–, donde murieron 80.000 personas en el mundo y hubo 1.400.000 infectados a nivel mundial. **Lo que pasa es que en aquel momento no había WhatsApp, no se viralizaban las noticias todo el tiempo y no había 8.000 noticieros a la vez contando los muertos como si fuese el clima. Cada una de las cosas que estamos viviendo hoy, dentro de 5 o 6 años también va a ser una anécdota.** Esto va a pasar, con daños colaterales, pero esto va a pasar –para mí– aún más rápido. Yo soy de los que está del lado positivo diciendo que fue una crisis de oferta, esto no fue una guerra, no fue un tsunami y no se destruyó capacidad instalada. Así como se cayó en Estados Unidos, van a prender la luz. No va a haber un día, no es que esto empieza el 11 de septiembre del 2020, si no que va a ser paulatino hasta que vayamos perdiendo el miedo. Pero la economía va a arrancar; los puertos no se rompieron, las rutas no se destruyeron, la merca-

dería está, el stock está.”

Zuchovicki aclara entonces que él no subestima la crisis, “lo que digo es que va a pasar. Y en estos momentos es donde uno tiene que hacer ese intercambio de cartera. Bajó todo tanto y me da la posibilidad de agarrar lo bueno contra lo malo aunque a algunas cosas ya llegué tarde”. El economista detalla que “hay economías que van a salir más rápido. En Estados Unidos se pagaron 26 millones de indemnizaciones, se echó a la gente pero al otro día cobraron 1.200 dólares del Estado y después, cuando se abra la economía, de a poquito se van a ir reinsertando”.

CONDICIONES DE AFUERA PARA HABLAR DE ARGENTINA.

Al referirse al contexto económico financiero mundial, Claudio Zuchovicki señala dos cuestiones: en primer lugar “el 70% de las tasas en el mundo son negativas, si alguno de ustedes quiere vivir de rentas está en el horno, no hay nada que rinda nada. Entonces, si me preguntan dónde invertir, mi teoría siempre es conocida: «80-20». El 80 seguro a tasa cero, el 20 tomo riesgo. ¿Por qué? Porque no hay alternativa de inversión en el mundo, esto es fortaleza del dólar y juega en contra del valor de nuestras materias primas, pero si quiero mirar el vaso medio lleno, Argentina exporta alimento e importa bienes de capital, el mundo sigue consumiendo alimento, nosotros seguimos consumiendo alimento, el alimento se vende a un precio un poco menor pero el saldo comercial es muy positivo y lo que importamos vale menos. Los países a los que exportamos se están levantando antes. Los países de los que importamos su crisis es mayor. **Por lo tanto, si hablo del mundo sólo para el mercado argentino, y poniendo de lado mi optimismo, digo que el viento no va a soplar en contra esta vez”.**

“No miren en la historia lo que puede pasar en el futuro y si son jóvenes menos todavía, ¿Por qué? La historia no se repite. Vargas Llosa decía «la historia no es lo que pasó, es lo que uno se acuerda que pasó». Para nosotros el sistema financiero del 2002 fue un caos, pero para muchos fue el despegue, porque les pesificaron la deuda, hubo sustitución de importaciones... Entonces, la historia contada por mí fue dramática, la historia contada por alguien que le pesificaron la deuda fue el renacer, es muy subjetivo.”

En otro orden, Zuchovicki señala que “los mercados no tienen memoria, ni moral, son los partícipes los que los tienen. El mercado es una tendencia, es la suma de todos nosotros. Entonces, miremos el futuro, el pasado ya está, esto no es la Pandemia de 1918, ni la crisis del 2008”.

¿EN QUÉ VAMOS A GASTAR PLATA?

Frente a este interrogante, el analista responde en varios puntos:

1. Cambio de hábitos:

“No vamos a poder viajar, por lo menos hasta después de que se realicen los juegos olímpicos de Tokio. Hasta ese momento no se va a poder hacer ninguna convención”. De esta manera, Zuchovicki asegura que las conferencias virtuales son mucho más fáciles y más económicas.

Luego se refirió al Home Office, “yo dudo que la gente vuelva a trabajar plenamente en sus oficinas, porque tanto los empleados como las compañías se ahorran tiempo y dinero”.

¿Entonces en qué vamos a gastar? Según el economista, “un ciudadano promedio en el mundo va a gastar en arreglar su casa. Se va a hacer una oficina para no tener que hablar desde una habitación, va a gastar en tecnología, ciberseguridad, va a contratar entrete-

nimiento a distancia. Disney es una empresa que subió muchísimo en los últimos tiempos cerrando el parque y echando a 45.000 personas, porque empieza a funcionar mucho más fuerte Disney Streaming. Netflix cansó un poco con pasar siempre las mismas películas. Este tipo de empresas están muy bien valuadas, como Amazon o Rappi. En eso vamos a gastar”.

2. Sostenibilidad del planeta

Otro de los ítems en los que vamos a gastar, según Zuchovicki es en la sostenibilidad. **“A los jóvenes de hoy les importa cuidar el planeta porque van a vivir 90 o 100 años más, la esperanza de vida para un chico de menos de 20 es de 110 años, más vale que cuiden el planeta. Entonces ese sellito de bono verde cuida el medio ambiente es otro de los puntos en donde vamos a gastar”.**

3. Educación

“Es la llave del conocimiento, y el mundo va a gastar en todo lo que sea educación. Zoom tocó el máximo histórico, hoy vale 3 veces Delta (la compañía aérea de EE.UU.), vale más que las reservas del Banco Central Argentino; nació hace un año y ya debutó en bolsa en la competencia Sueca”.

ECONOMÍA MACRO ARGENTINA

Al referirse al contexto macroeconómico local, el economista hizo 3 divisiones: corto, mediano y largo plazo. **“En el corto plazo tengo inflación relativamente controlada, porque el 80% de nuestros gastos es servicios y los servicios están congelados, junto al colegio de los chicos, obra social, energía y el 20% es alimento que eso sí vale el doble, pero como es el 20% pondera el 1,5% que me dio de inflación y el mes siguiente lo mismo. Los más pobres gastan el 80% en alimento, para ellos la inflación va a ser mayor. Dólar oficial de**

corto plazo controlado, porque tiene superávit comercial, exportamos más de lo que importamos, el dólar turista no se mueve -no hay gente que compre dólar turista, no creo que compre-; los 200 dólares nada..., a muchas instituciones ya no las dejan comprar o es muy poquito lo que mueven, y el Estado que era el mayor comprador de dólares porque debía dólares y facturaba pesos dejó de comprar, porque por 3 años (por las buenas o por las malas) no va a pagar. Por lo tanto el dólar oficial lo tienen controlado con una señal bastante clara del Gobierno, estamos devaluando de manera oficial a 3/4% mensual una tasa de interés que está 2,5/3% mensual y, por último, una inflación que está entre 1,5/2% mensual, por lo tanto el corto plazo está controlado”.

En el mediano plazo Argentina tiene que debatir el modelo de país que quiere seguir.

Ahora bien, según Zuchovicky, en el largo plazo no hay duda: **“Argentina va a salir bien por shock o por gradualismo.** Si vamos con gradualismo, Argentina emitió mucha de plata porque no había otra. No hay crédito, entonces asistió. ¿Está bien que haya asistido?, Sí, si no la crisis social hubiese sido más grande. Pero eso no reactiva, asiste y esta es la producción, emisión y producción. En el corto plazo hay un cepo humano con lo cual la gente no sale a cambiar el auto o la heladera (a menos que tengas algo de logística). El día que liberen el cepo humano, ¿qué va a pasar? La mayoría de la gente va a guardar los dólares que tiene ahorrados, por esa razón Estados Unidos puede emitir, porque el resto del mundo guarda los dólares, incluso más que el propio Estados Unidos”. En este sentido, **Zuchovicki indicó que “no tenemos moneda” y explicó “si yo te regalo \$ 5.000 salís a gastarlos ya, y no sólo eso, hasta quizás**

me compras dólares”. Así, señaló que el camino de la Argentina es **“mostrar que quiere incentivar la producción, que los pesos te van a servir y que te conviene producir en el país porque es más barato, porque me conviene incentivar el turismo interno. Si incentivan la producción hay una ventana abierta para eso. Argentina tiene que reprogramar la deuda. Entonces si Argentina arregla es una señal de que quiere apostar a la producción y oportunidades hay porque Argentina es barata”.**

Zuchovicki también planteó un escenario negativo: “12 millones de personas viven del Estado, 6 millones de personas pagan impuestos. Vamos a suponer que exprimo más a los privados para asistir a los que necesitan, ¿Cuánto tiempo va a durar si nadie me paga impuestos? (no por rebeldía, si no porque no ganan plata) ¿Con qué va a financiar el Estado?. Si tengo este escenario y además no aumenta la producción, voy a tener no sólo problemas de precios, sino también de abastecimiento. Como se me va a ensanchar la brecha, no va a alcanzar con los \$ 10.000 del IFE, te van a pedir 12, 15 o 20 mil pesos, y va a terminar en un shock y crisis social”.

En un gráfico, el economista mostró que el país gasta un 62% en Seguridad Social, pero se están licuando los pesos. De esta manera se pregunta “¿Cuánto gana un jubilado hoy en dólares a tipo de cambio contado con liquidación?, ¿US\$ 150?; ¿cuánto ganaba hace un año?; ¿cuánto gana un empleado público hoy en dólares? Los licuan y la crisis social va a ser más importante. Eso es shock. Entonces si vamos con gradualismo, de a poco vamos a ir saliendo.”

Al referirse al “shock”, Zuchovicki señala que “el dólar más caro de toda la historia a tipo de cambio real ajustado por inflación fue en 1975 con el Rodrigazo. Esa devaluación hizo que el gasto

EVALON[®]

Con **HIPRAMUNE[®] T**

Vacuna viva atenuada frente a coccidiosis aviar, en suspensión oral para pulverización.

Potenciado por

**SMART
VACCINATION**



La **Referencia**
en **Prevención**
para **Salud Animal**

Hipra Argentina S.A.
Av. Córdoba 890 piso 5 · 1054 Buenos Aires · Argentina
Tel. (+54) 9 11 4046 1856 · argentina@hipra.com · www.hipra.com



público se licue completamente y los números fiscales empezaron con una crisis social enorme, hasta se cayó un Gobierno. En 1976, un año después, empezó lo que se llamó «La Plata Dulce» y en 1978, en un Mundial, tuvimos el dólar más barato de toda la historia. Después tuvimos un pico con Lorenzo Sigaut: «el que apuesta al dólar pierde». En 1985, tres años después, nace el Plan Austral, donde un Austral valía más que un dólar. En 1989 tuvimos el tercer dólar más caro de toda la historia, 2 años después, en 1991, el segundo dólar más barato de toda la historia, la convertibilidad. En enero de 2002, el dólar pasó de 1 a 4 en dos meses, después estuvo 7 años debajo de 3, bajó fuerte el tipo de cambio real y ahora estamos en presencia, si tomo el contado con liquidación, del segundo dólar más caro de toda la historia. Si es por shock esto licua, genera crisis social

como generó en el año '75, en el '82, en el '89 y en el 2001, y después se licua. **Entonces, por un camino o por otro, por licuación –que es lo más doloroso–, o por gradualismo que es entender que el sector privado es el único que te puede salvar, la Argentina –a largo plazo– está bien”.**

Finalmente, el economista, se refiere al tamaño del mercado de capitales como el problema argentino: “no tenemos mercado”, asegura. **“Comparado con otros países, la Argentina no tiene ahorro interno. Atacar al mercado es equivocarse a quien le tienen que dar la señal.** Ejemplo: cuando obligan a los Fondos Comunes de Inversión a hacer lo que el Estado necesita, no se están metiendo con los fondos, se están metiendo con los cuotapartistas, con el inversor minoritario que es el que apostó al fondo. Lo que van a lograr es que rescaten y finalmente el cuotapartista

se va ofendido del sistema y te va a decir: «mira lo que me pasa por ahorrar en Argentina, la verdad prefiero ahorrar en dólares e irme». **Hay que cuidar al inversor, de lo contrario es escupir para arriba. Hay que entender a quien se afecta antes de tomar una medida: no afectan al banco, afectan al ahorrista, le hablan al ahorrista y sin ahorristas no hay sistema, sin gente que produzca no hay quien pague impuestos.** Si Argentina toma el camino de respetar al que invirtió en el país y al que produce, tenemos una ventaja. Por eso, si Argentina arregla, estos precios son baratos. Un bono argentino está 35%, si arreglan va a valer 50%. Si Argentina va por el camino de desprestigiar al que ahorra y al que produce, estos precios son caros, no tiene sentido estar acá y esa definición lamentablemente no pasa por mí, pasa por la decisión gubernamental.”, advierte Claudio Zuchovicky. ■



INNOVACIÓN Y DESARROLLO

*En aditivos para la
nutrición animal*

PRODUCTOS:

Acidificantes

Antioxidantes

Minerales

Prebióticos

Fitobióticos

Antiespumantes

*Concentrados
proteicos*

*Concentrados
energéticos*

Aditivos enzimáticos

Emulsionantes

Sanidad ambiental

Preservantes

*Secuestrantes de
micotoxinas*



Vuelta de Obligado 3597 (C1429AVO) Ciudad Autónoma de Bs. As. - Argentina | Tel./Fax: +54 911 4704 9000 / 4704 7777

Planta Ramallo Calle 3 N° 1068 (2915) - Parque Industrial Comirsa Ramallo | Tel./Fax: +54 336 4463594 - www.porfenc.com

La economía argentina afrentando lo peor de la crisis

El contexto internacional se presenta favorable para el año 2021. China se está recuperando a buen ritmo y en Estados Unidos la suba de la bolsa supone expectativas de crecimiento futuro. En Europa se descuenta una recuperación más rápida apalancada por el enorme paquete fiscal comunitario. Todo esto está supeditado a las condiciones sanitarias que en la actualidad presentan un futuro incierto.



Eduardo Fracchia, Economista

Para Argentina es relevante la postpandemia pero es clave el corto plazo porque condiciona al futuro. Si bien la actualidad es pura emergencia, lo que sigue ocurriendo es crucial porque puede comprometer seriamente la recuperación futura.

A corto plazo domina la negociación de la deuda, una novela que nunca termina. En los hechos parece que se estaría materializando la propuesta de Kiguel y Levy Yeyati en relación a la estrategia sugerida por ellos de “pacto de espera” desde la cual se

planteó una ventana de 4 meses de negociación, similar a lo que se está gestionando en Ecuador. Hay un consenso general de aprobación sobre cómo se ha llevado el proceso de negociación. Lo aprueban Cavallo, Luis Caputo, Luncunza y el propio FMI. Así todo pare-

ciera que falta capacidad de cerrar diferencias que no parecen tan grandes en el plano de los montos por pagar y de condiciones legales.

Sin embargo, el éxito en la negociación de deuda se presenta como condición necesaria pero no suficiente para la recuperación económica. Evidentemente si hubiese default, faltarían dólares y podrían generarse presiones cambiarias, además del efecto en el crédito a sector público y privado. Sería lamentable que después de tanto esfuerzo y faltando tan poco con información al 28 de julio no se cierre el tema de una vez.

En paralelo, arranca la negociación de deuda en moneda local y debe comenzar después la reestructuración de pagos con el FMI. Recordemos que, paradójicamente, Argentina se endeudó al 7% anual durante la administración de gobierno anterior en un contexto de hiper liquidez y tasa de la Fed virtualmente en cero. Diferencia notoria respecto a lo que ocurre en países de la región como Perú, Paraguay, Chile y Uruguay, que se endeudan a menos del 3%.

A propósito, no son menores las señales que hacen observar atentamente el proceso uruguayo muy difundido en estos días por el Presidente Lacalle Pou.

Hablando de señales Vicentín fue una mala decisión que pareciera ahora encaminada. Se suman los disturbios en Mercado Libre, la ley de alquileres, el proyecto de teletrabajo, y los rumores por Edesur, todo en la línea anti mercado lo cual se presenta como un riesgo no menor dado cierto sesgo ideológico del gobierno.

Pasando a la macro, se conocieron diversos indicadores adversos en relación a la actividad, que indican cierres de un gran número de empresas y que otras saldrán dañadas en cuanto a su

capital de trabajo, lo cual no solo deteriora el nivel empleo, sino la productividad agregada de la economía.

La inversión es anémica, se espera crecer en el año 2021 en base a consumo y sustitución de importaciones. Las exportaciones serán la rueda de auxilio de este proceso, pero no un protagonista central.

En relación a la inflación, hoy es la principal preocupación de la sociedad según la tradicional encuesta de Berensztein y D Alessio. Después de la inflación, siguen como factores relevantes condiciones de empleo y seguridad. No obstante, actualmente la inflación está amesetada por los congelamientos de tarifas y precios y la recesión. Controlar la dinámica de precios es clave para llegar con fuerza a las elecciones de medio término. Hay más pesos en la calle y este tema recién comienza. Está siempre la tentación de licuar el gasto público, recordemos Cavallo 1982, cuando estaba al mando del Banco Central.

La evolución de las tarifas de servicios públicos es otro factor relevante en términos de la dinámica de precios, con la fuerte caída del salario real no parecería lógico esperar una suba para este año.

En este escenario de inflación, los precios mayoristas de junio parecen anticipar inflación minorista para los próximos meses, a lo que se agrega que la evolución del dólar paralelo más volátil puede afectar a los precios, si bien economistas como Arriazu no comparten esta idea de que el blue influya en la inflación.

En cuanto a la Cuenta Corriente del Balance de Pagos, ésta deberá ser financiada por inversión extranjera directa y repatriación de capitales. La inversión extranjera directa es muy baja desde el año 2011.

La relación entre Cuenta Corriente y

la evolución del tipo de cambio comercial se vuelve más importante cuando el tipo de cambio oficial real está ligeramente retrasado.

En cuanto al tipo de cambio multilateral, el retraso es mayor por la devaluación de la moneda de Brasil. **No hay valor para el dólar paralelo si no tenemos ancla y plan concreto. Las 60 medidas no constituyen un plan. La evolución de las cotizaciones alternativas evidencia volatilidad. Es el motivo que genera que el gobierno desee trabar la autorización de compra mensual de 200 dólares.**

En esa misma línea, el Presidente del Banco Central plantea que el cepo se va a liberar cuando las exportaciones lleguen a 90.000 millones de dólares, hoy están en un nivel de 60.000 millones. A esto se agrega que las Reservas Internacionales netas están cediendo y se sitúan en un número muy bajo de 8.000 millones, en particular preocupante si hubiese corrida cambiaria.

Finalmente en relación al sector externo, existe gran potencial de exportación si no hubiese retenciones. La demanda mundial de alimentos no ha cedido, esto es positivo para el precio de nuestras commodities agrícolas. A mediano plazo (5 años), si no hubiese retenciones podría llegarse a 200 millones de toneladas de cosecha.

El otro gran bloque por ahora potencial de exportación son los hidrocarburos. El descenso de la demanda mundial de crudo supera cualquier reducción de oferta de la OPEP. Los precios se sitúan en un nivel bajo lo cual orienta a Vaca Muerta a una fase de letargo, pues los proyectos de shale requieren un escenario de permanente inversión para que sean rentables.

En el plano netamente doméstico, la resolución 46 de Macri y otros errores de su gestión, frenaron la expansión inicial de Vaca Muerta y dañaron los in-



centivos fundamentales para captar flujos de inversión.

En cuanto a medidas de gobierno en estudio o implementación, el impuesto a las grandes fortunas está demorado. El ministro Guzmán lo apoya, no así al blanqueo. Pareciera también que llega la moratoria impositiva.

Siguen funcionando el régimen de IFE y de ATP, éstas últimas las reciben 3 millones de trabajadores y unas 300 mil empresas.

En cuanto al crédito lo que llega efectivamente es menor y se destina a monotributistas y autónomos. A su vez, el préstamo bancario a PyMEs es acotado, quizás inferior al 20% de las firmas.

En este escenario, es de destacar que los bancos se encuentren con un volumen importante de depósitos y generen poca masa crediticia. Si el canje de deuda se resuelve con éxito, sería un factor favorable ya que las entidades disponen de bonos en cartera los cuales pueden subir de precio. Esto sería un efecto positivo para el lado financiero de la economía local y para expandir la capacidad prestable del sector.

Debemos notar que estamos ante un típico gobierno que arranca sin plan y sin ministro de Economía fuerte.

Quizás para orientar el análisis debemos seguir las ideas de Daniel Heymann, asesor de Guzmán y seguramente influyente en el ministro. La idea de Heymann es no tener plan dada la emergencia y no ir a bajar bruscamente la inflación. Por otra parte, Heymann vislumbra un objetivo tendencial de apuntar al 3% de crecimiento como razonable. ■

.....

*Eduardo Fracchia.
Director Académico de Economía
del IAE Business School
de la Universidad Austral*

Evolución en Vacunación contra **IBD** en la Planta de incubación.



- Vacuna viva atenuada para la **Enfermedad de Gumboro (IBD)**.
- Inyección in-ovo o subcutánea en la planta de incubación.
- Se adapta a los anticuerpos maternos **contra IBD** de cada pollito.
- Una **dosis única** protege al ave durante toda su vida.
- Inicio de la inmunidad más precoz si se compara con vacunas de complejos inmunes y de IBD recombinantes.
- **Seguridad comprobada y alta eficacia.**

MB-1TM
IBD

Para recuperarse, es clave el aporte del agro a la economía

En el actual contexto la actividad agropecuaria se posiciona como un sector importante en un eventual y anhelado proceso de recuperación económica, tal como sucediera en la salida de la crisis 2001/2002, lo que exige prestar mayor atención que la usual a los principales factores que influirán en el resultado productivo y en el efecto multiplicador del ciclo agrícola 2020/2021.



Juan Manuel Garzón, Economista Jefe IERAL

Entre noviembre de 2017 y mayo de 2020, fechas que comprenden un período de 31 meses, la economía argentina se contrajo un 25,8% según la medición que INDEC realiza a partir del Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE).

No hay registros, al menos relativamente contemporáneos, de una depresión de esta magnitud, ni siquiera en la gran crisis previa, todavía fresca en la

memoria colectiva, de los años 2001/2002; en esta última depresión, y considerando un período también de 31 meses, desde diciembre de 1999 a junio de 2002, cuando la economía ya iniciaba su recuperación, la contracción fue del 17,2%.

En el plano sectorial, y comparando el nivel de actividad de este año con el del 2017 (primeros 5 meses), los sectores que aparecen más afectados por la crisis económica son la

construcción, hoteles y restaurantes, actividades de servicios varias, la industria y la actividad comercial; estas actividades económicas han operado este año entre un 20% y un 40% por debajo del nivel que mostraban hace 3 años atrás.

La actividad agropecuaria, por su parte, es una de las que mejor posicionada se encuentra, sólo presenta un ajuste del 6% en este período.

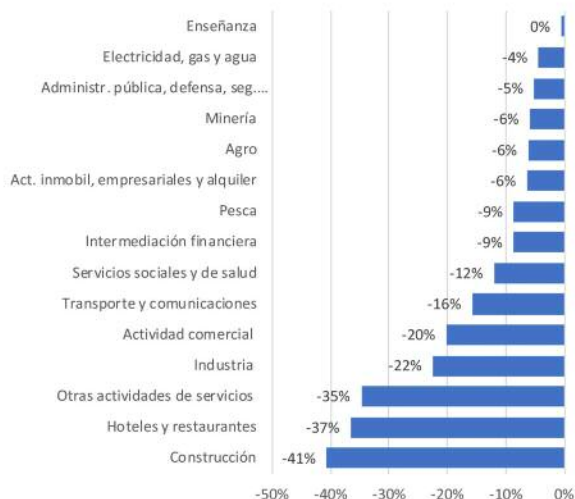
Evolución de la actividad económica en las crisis económicas 1999/02 y 2017/20*



*Según EMAE INDEC.

Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a INDEC.

Actividad económica sectorial, 2020 vs 2017, primeros 5 meses*



¿CONTRIBUIRÁ EL CICLO AGRÍCOLA 2020/2021 A SALIR DE LA CRISIS?

En las salidas de todas las crisis económicas importantes, el agro siempre ha tenido una participación relevante, particularmente en aquellas regiones del país donde la actividad es más fuerte.

De acuerdo a Cuentas Nacionales, el agro genera en forma directa el 8% de la riqueza nueva que se genera cada año, pero este porcentaje se duplica (y más) en las provincias pampeanas y además se expande si en la medición se incluyen todos los efectos económicos indirectos que deben atribuirse al sector (ventas de maquinaria, de combustibles, de servicios de transporte, de productos químicos, etc.).

Si bien se trata de un sector heterogéneo, con muchos matices, donde los productos se distribuyen entre el mercado interno y externo con diferente intensidad (por caso, la soja no sigue el mismo camino que el tomate), es un hecho que éste se encuentra, en términos relativos, más aislado de los vaive-

nes de la demanda interna que las restantes actividades productivas, atributo que le permite no sólo sostenerse cuando ésta última se contrae, por los motivos que fuesen (crisis de confianza, restricción de crédito, inflación y pérdida de poder de compra de los salarios), sino también aprovechar mejor las oportunidades de consumo y de inversión que suelen aparecer en medio de estos procesos tan traumáticos.

Concentrando el análisis en la principal actividad agropecuaria, la producción de granos, debe recordarse que el ciclo agrícola en curso es el 2020/21, que la siembra del trigo y otros cultivos de invierno está lanzada y que la producción dependerá de la evolución del clima y de la tecnología que se aplique en el cuidado y desarrollo de los cultivos en sus distintas etapas.

Por otra parte, de acá a un par de meses empieza la siembra de los cultivos de verano, los que se cosecharán entre marzo y junio del 2021, y serán determinantes para consolidar un posible proceso de recuperación económica

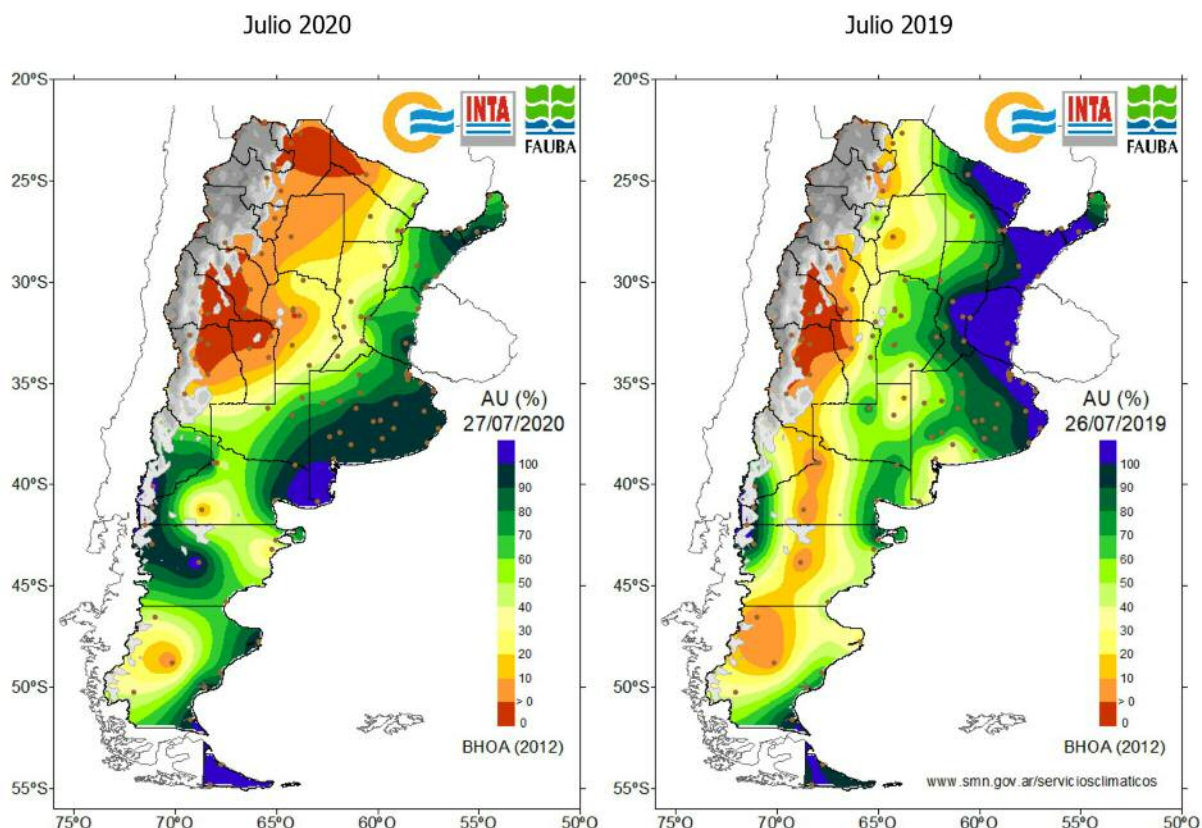
en el próximo año.

Respecto a lo que puede pasar, hay dos factores, de tipo exógenos, que son determinantes para el sector agropecuario, el clima y los precios internacionales. Aparecen luego los factores domésticos, aquellos que definen los precios relativos internos (tipo de cambio, impuestos y regulaciones específicas) y el ambiente de negocios en general (estabilidad de precios, oferta de créditos, legislación laboral, etc.). Se repasan a continuación algunas de estas variables.

CLIMA

Se han encendido algunas luces amarillas en el tablero climático, que generan preocupación en cuanto a su impacto sobre el ciclo agrícola 2020/2021. En algunas regiones del país (Córdoba, Santa Fe), el otoño y lo que va del invierno están siendo particularmente secos, poniendo en riesgo la productividad de los cultivos de invierno. En estas regiones mencionadas, el agua disponible en los perfiles se ha redu-

Agua útil en perfil, comparación julio 2019 y julio 2020



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a INTA / FAUBA.

cido en forma considerable y contrasta por caso con la situación que prevalecía a la misma fecha (fines de julio) del año pasado. En mejor condición se encuentran el centro y sur de Buenos Aires, un dato no menor, dado que se trata de la principal zona triguera del país.

Si se considera que el área sembrada de trigo (y los restantes cultivos) probablemente sea igual o menor a la del año pasado y que las condiciones climáticas no están siendo las ideales, el escenario base (o más probable) es de una producción estabilizada o menor a la del último ciclo, proyección que no es por supuesto una buena noticia dadas las necesidades de la economía argentina.

En lo que respecta a los cultivos de verano, maíz, soja, sorgo, etc., un buen punto de partida requerirá de una regularización de las lluvias en los próxi-

mos meses (recarga de los perfiles), y luego condiciones favorables en los meses de verano. Una variable que se está monitoreando es el género que adoptará el fenómeno ENSO (El Niño Southern Oscillation), que el INTA define como un patrón climático recurrente que implica cambios en la temperatura de las aguas en la parte central y oriental del Pacífico tropical, que puede asumir tres fases diferentes: Niño, Neutral y Niña. El punto importante para recordar aquí es que cuando el ENSO converge a una fase Niña suele haber menor frecuencia de lluvias en las principales zonas agrícolas del país.

Actualmente los modelos que proyectan la situación que puede prevalecer en los próximos meses (primavera y verano) no son concluyentes y se encuentran en un rango que va desde una

fase neutral hasta una Niña débil que, de ser este último el caso, no sería por supuesto muy bienvenida por sus antecedentes históricos.

PRECIOS INTERNACIONALES

Los precios internacionales de las commodities contribuyeron en la salida de la crisis económica 1999/2002 (y, vale decir, también fueron determinantes en el ingreso a este ciclo económico tan negativo).

Entre enero del 2002 y diciembre de ese mismo año la Soja subió un 30% en el Golfo de México, principal mercado de referencia en ese entonces, traccionada básicamente por una gran suba del Aceite de Soja (+50%, precio FOB Argentina).

La cotización de la Harina de Soja (referencia Hamburgo) se mantuvo re-



EL EQUIPO DE SERVICIOS VETERINARIOS DE CEVA es un grupo multitudinario de veterinarios especializados en avicultura en el que, cada miembro posee una habilidad específica en el manejo de granjas y salud de las aves, para brindar apoyo a todos los clientes alrededor del mundo. Nuestros equipos están trabajando en más de 45 países con una red superior a los 100 colaboradores con diversos conocimientos y experiencias.

NUESTRA MISION ES MAXIMIZAR LAS GANANCIAS ALCANZANDO EL NIVEL OPTIMO EN SALUD Y STATUS INMUNITARIO EN LAS GRANJAS



Ceva brinda innovación en todos los eslabones de la cadena productiva:



REPRODUCTORAS



PLANTAS DE INCUBACION



GRANJAS



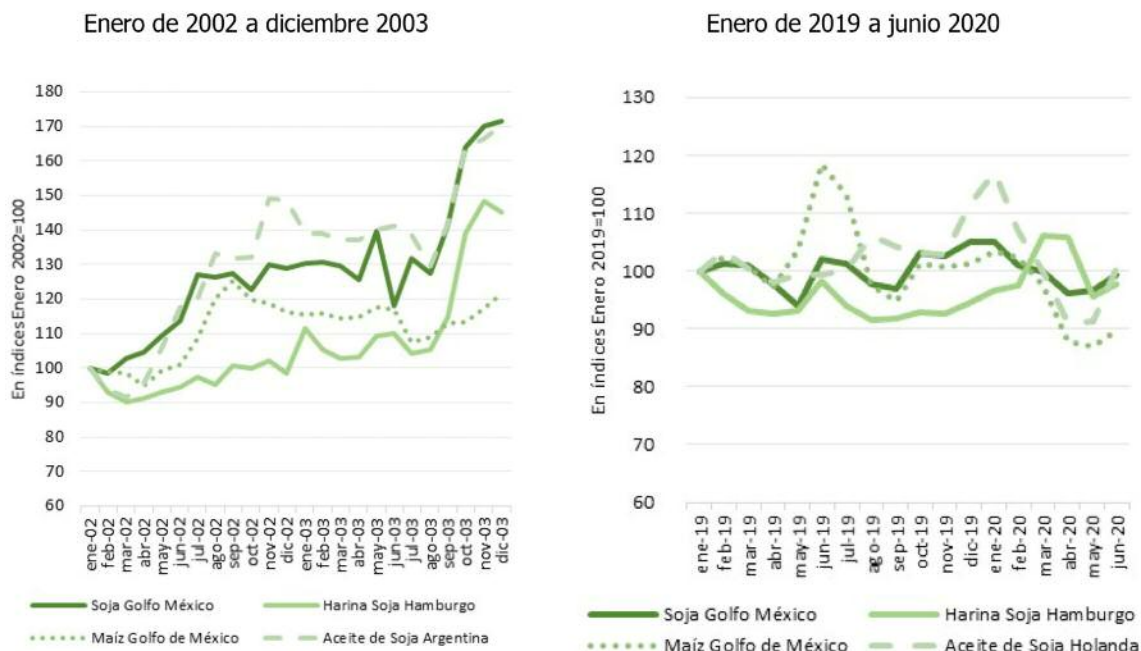
FRIGORÍFICOS

CEVA SALUD ANIMAL S.R.L.
Camila O' Gorman 412, 12º Piso (C1107DED) | Buenos Aires - Argentina
Tel. +54 11 3724 7700 | info.argentina@ceva.com
www.ceva.com.ar

@CevaArgentina Ceva Salud Animal Argentina ceva_argentina



Precios internacionales principales commodities agrícolas



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a FAO y FMI.

lativamente estable, mientras que las del Maíz y el Trigo crecieron en 16% y 13%, respectivamente.

En el 2003 la Soja volvió a subir fuerte, en ese año un 33%, la Harina, que venía más rezagada, se puso a tono con una gran suba del 47% y también volvieron a subir el Aceite de Soja, el Maíz y el Trigo (15%, 4% y 25%, respectivamente). Es decir, entre enero de 2002 y diciembre del 2003, la Soja y el Aceite de Soja aumentaron un 70%, la Harina de Soja y el Trigo un 40% y el Maíz un 20%.

En el contexto económico global actual, de caída de ingresos generalizada, incertidumbre, desaceleración del comercio y guerra fría entre los dos países que disputan el liderazgo mundial (Estados Unidos y China), parece difícil volver a contar con una ayuda para poder salir de la crisis, como la que se observó en 2002/2003 en materia de suba de precios internacionales de commodities, en particular por la magnitud que tuvo el reacomodamiento de los precios en ese entonces.

Si bien China sigue estando muy demandante de commodities y está siendo clave para sostener los precios, su economía ya no crece como antes, y otros factores muy potentes para traccionar la demanda global que operaron en el pasado, como lo fueron los bio-combustibles, no se visualizan en el horizonte del mercado.

Si se repara en la dinámica de precios internacionales de los últimos 18 meses (enero 2019 a junio 2020), se encuentra una volatilidad importante, pero con una media relativamente estable, es decir los precios suban y bajan, que parece equilibrar las fuerzas del mercado. Por ejemplo, en el caso de la soja, ese precio está en el orden de los US\$ 350 / tonelada. Para tener perspectiva, repetir un fenómeno de suba como el del 2002/2003 exigiría que los valores de la oleaginosa se fuesen por encima de los US\$ 550 /ton, una cifra que luce hoy inalcanzable salvo que se produzca un gran problema productivo (sequía) en alguno de los tres líderes

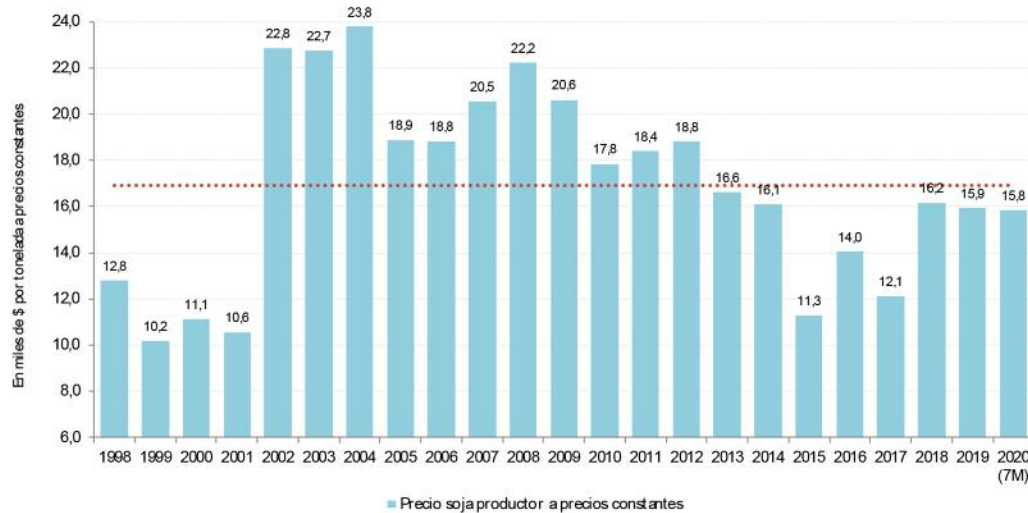
del mercado (Argentina, Brasil o Estados Unidos).

En síntesis, el escenario base de precios externos que enfrentará la próxima campaña de granos gruesos (2020/21) debería construirse tomando como referencia valores medios de los últimos dos/tres años que, si bien no son precios bajos, tampoco son lo suficientemente altos como para absorber los elevados costos impositivos que se enfrentan en Argentina y en paralelo garantizar una relación rentabilidad/riesgo lo suficientemente atractiva, sobretudo en algunas zonas agrícolas del país, como para traccionar un flujo importante de inversiones y de apuestas de capital.

PRECIOS RELATIVOS INTERNOS

Los precios relativos internos son, finalmente, los que terminan definiendo la decisión de los productores, y como se sabe, dependen de la evolución de las cotizaciones internacionales, ya comentadas anteriormente, las políticas cambiarias y tributarias locales, y la dinámica que muestren los

Poder de compra interno de la soja, en términos de una canasta de consumo



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a Bolsa de Cereales e INDEC.

restantes precios de la economía (insumos transables, maquinarias y servicios no transables).

Si se repara en el poder de intercambio de la soja, principal cultivo, en términos de una canasta de bienes y servicios de consumo, en lo que va de este año (7 meses) se mantiene en un nivel muy parecido al de los dos años previos (2018 y 2019), levemente por debajo de la media de los últimos 22 años, pero quizás lo más importante, un 30% por debajo del poder de fuego que llegó a tener en el período 2002/2004, y que fue tan importante en aquel entonces para estimular las decisiones de inversión en activos vinculados a la propia actividad agrícola y para traccionar y acelerar la salida de la crisis de otros sectores económicos (construcción, consumo de bienes durables).

En síntesis, los precios relativos internos del principal producto agrícola argentino se mantienen en los niveles de los años previos, que no son bajos en relación a, por caso, los valores que se observaban a fines de la Convertibilidad o en algunos años recientes (2015, 2017), pero que distan ser tan elevados y atractivos como lo fueron allá en la salida de la gran crisis económica 2001/2002. En aquel entonces y a diferencia del contexto actual, el tipo de cambio real se encontraba en niveles bastante superiores y los derechos de exportación, si bien ya eran altos, se aplicaban con tasas menores a las ac-

tuales (33% hoy vs 23,5% en esos años).

APRECIACIONES FINALES

La economía argentina necesita salir rápido de la crisis económica, de forma tal que los daños que hoy sufre el tejido productivo y social no se vuelvan permanentes y muy difíciles de sanar.

Ciertas actividades están volviendo a la normalidad, rebotando en términos económicos, caso de la construcción y la industria, a medida que la política de aislamiento obligatorio lo va permitiendo y se va disipando el temor al contagio del virus por parte de la población, particularmente en ciertas franjas etarias. **Otras, más vinculadas a los servicios, donde la propuesta de valor se basa en la interacción presencial, se encuentran bastante más comprometidas, y pasarán seguramente muchos meses hasta que puedan recuperar el nivel de actividad de los meses pre-pandemia.**

El agro ha tenido siempre un rol importante en los procesos de recuperación, por su menor dependencia a las condiciones de la demanda interna y la naturaleza de los productos que ofrece a los mercados. En la actual crisis y pensando en la salida, la relevancia de tener un ciclo agrícola 2020/2021 exitoso se acrecienta, apareciendo aquí como factores claves, el clima, los precios internacionales y las condiciones generales que ofrece la macroeconomía y la política económica a los productores de

bienes y servicios agropecuarios.

El clima, la ausencia de lluvias, el fenómeno ENSO y la probabilidad de una Niña neutral, está prendiendo algunas alarmas y es un factor que deberá monitorearse con atención en los próximos meses.

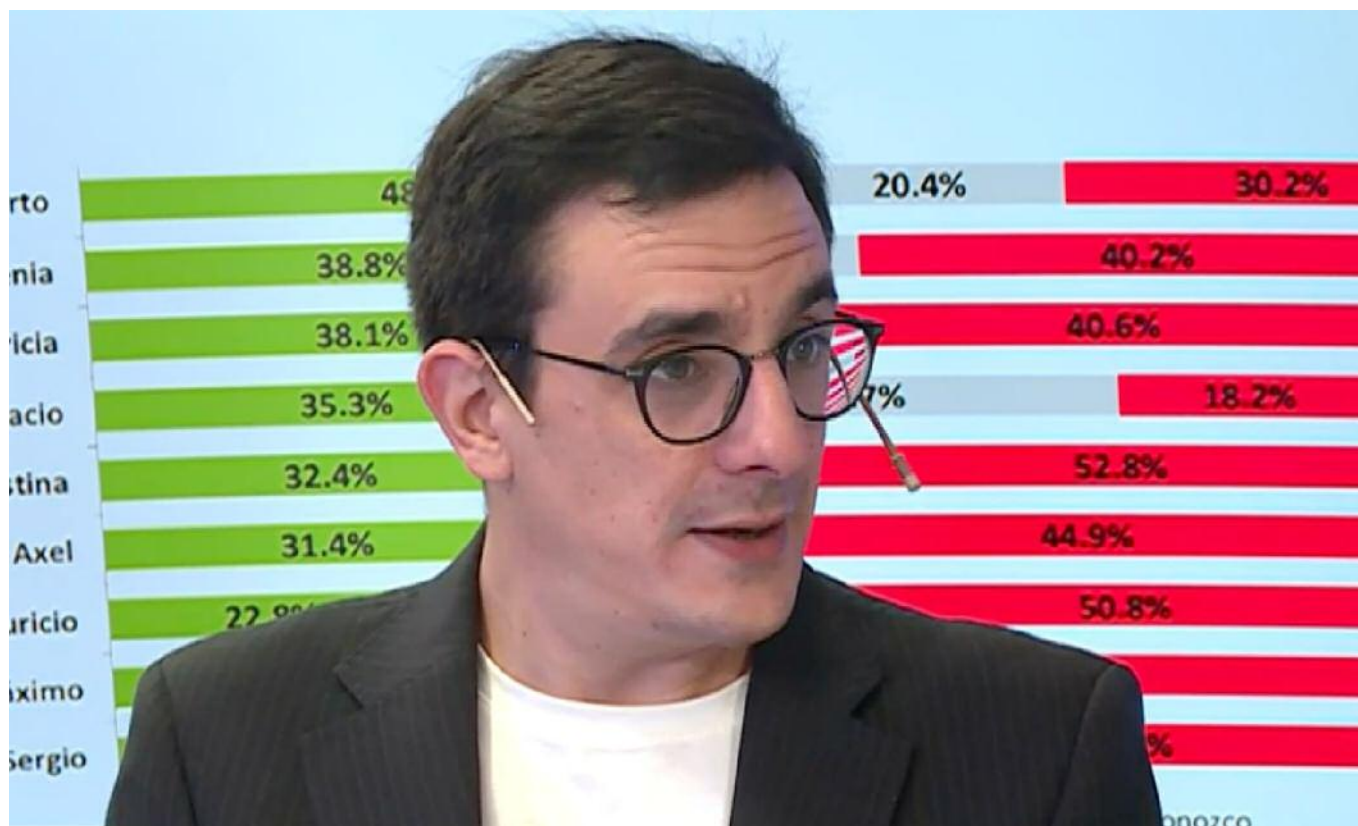
En cuanto a los precios internacionales, si bien resisten en la crisis global y se han verificado algunos aumentos, sigue habiendo riesgos de reversión y claramente no habría que esperar un ciclo de alza de la magnitud como la que se observara allá por 2002/2003 (+70% de suba de la soja, punta a punta), fenómeno que facilitaría sin dudas la recuperación de la economía en aquel entonces.

Finalmente, habrá que seguir con mucha atención la situación cambiaria, la política tributaria y las acciones que se llevan adelante para contener la inflación. Los precios relativos internos de los granos no están en niveles muy bajos, pero tampoco disponen de mucho margen como para absorber atrasos cambiarios y/o mayores impuestos, al menos si se pretende que la próxima siembra de granos gruesos, que debe definirse en el último cuatrimestre de este año, sea lo suficientemente potente como para ilusionarse con una buena cosecha en el 2021. ■

Juan Manuel Garzón
Economista Jefe del Ieral
de Fundación Mediterránea

El miedo a la quinta potencia

Primero tuvimos miedo al Covid19. Luego al impacto económico de la cuarentena. Más tarde a las consecuencias del encierro mismo, y cada cual con su angustia personal. Finalmente tuvimos miedo a tener miedo. Lo racional se fue despegando de lo emocional a medida que sumamos temores.



Lic. Jorge Daniel Giacobbe, Director de Giacobbe & Asociados

Veamos que todavía el 23.1% tiene mucho temor al Coronavirus, y el 54.4% tiene algo de temor. No afloja.

Consideremos también que el 45.1% está de acuerdo con extender la cuarentena hasta fines de agosto, núcleo que apenas ha caído 3 puntos. Estos datos parecen ser incoherentes respecto del fastidio que retratan distintas mediciones y que se siente por todos lados.

Así es. Hay que analizar esa incoherencia tal como se presenta. En términos racionales seguimos temerosos, y aceptamos que la cuarentena nos protege. Pero simplemente no damos más.

No es que no lo comprendamos, no es que seamos tontos, inconscientes o perversos desestabilizadores del gobierno. Es que hemos traspasado la frontera del dolor psíquico tolerable, entonces la voluntad se quiebra.

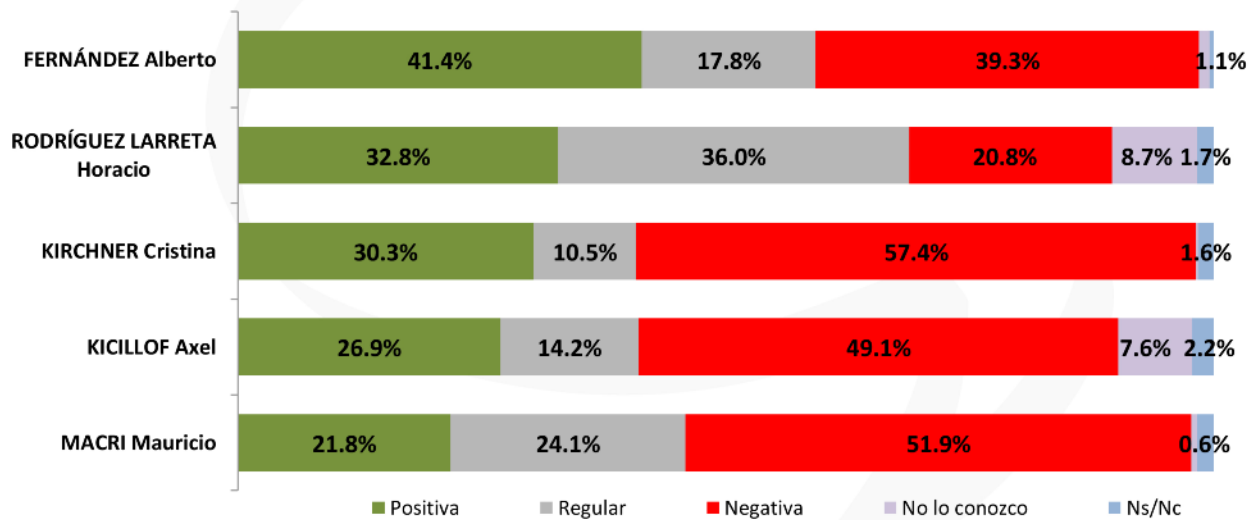
Ahora el Gobierno tiene miedo a nuestro miedo, y por eso toma la decisión de relajar la cuarentena (y extenderla) en el peor momento del pico de casos y muertes. Han tomado nota de que la sociedad no aguanta más el esfuerzo, y han procurado “blanquear” lo que ya estaba sucediendo de facto. Se han puesto incoherentes también para empatizar con la incoherencia de la sociedad que deben liderar.

Utilizado como ejercicio de control social, el temor es una herramienta que data de miles de años, con un significativo cénit histórico en los consejos de Nicolás Maquiavelo. Pero si bien ha funcionado mucho antaño, la sociedad evoluciona y habría que empezar a considerar que en tiempos de democracias liberales el mecanismo no funciona de la misma manera.

Aunque estas democracias vivan épocas de crisis, aunque por todos lados aparezcan sociedades disgustadas capaces de generar cualquier herramienta con tal de pegarles un cachetazo, aunque esa crisis se maquille con rasgos populistas, queremos sentirnos libres.



IMÁGENES



ARGENTINA | 27 AL 29 DE JULIO DE 2020 | 2500 CASOS | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

Tarde o temprano queremos sentirnos libres. Entonces la estrategia del miedo se convierte en un péndulo.

Puede apelarse al miedo para generar una conducta (en este caso resguardo, barbijo, alcohol en gel), y lograrla. Incluso celebrarla y demostrar los logros. Pero si se extiende excesivamente en el tiempo, el péndulo vuelve y genera el efecto contrario. Mucho tiempo de temor genera una rebelión contra el miedo, una necesidad vital de romper la situación y cambiar las cosas. Incluso contra la razón y contra las normas. Una necesidad de reafirmación de libertad individual.

VALORACIONES

Con el péndulo volviendo, Alberto Fernández cae otro punto de imagen positiva situándose en 41.4%. Ha perdido entonces 27 de los 30 puntos que

había crecido abruptamente al inicio de la cuarentena. Su imagen negativa se ubica 39.3% y, si bien los números son razonables todavía para con él, las líneas tienden a acercarse.

Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicillof perdieron también 1% de positiva. Cristina Kirchner se mantiene estable, pero creció 1 punto su negativa. El fastidio generalizado los va desgastando por goteo.

Lo mismo sucede con las valoraciones de las gestiones de la crisis Covid19.

¿Cómo lo están haciendo? Alberto pierde tres puntos de la mayor valoración "Muy bien" que se trasvasan a "Bien". Un punto de categoría "Mal" se convierte en "Muy mal". Axel pierde dos de "Muy bien" y uno de "Bien" que se trasladan a "Mal" y "Muy mal". Horacio pierde uno de "Muy bien" que se

deposita en "Mal". Otro ejemplo de desgaste por goteo.

NO TODO PASA

Las circunstancias pasan, pero los traumas quedan. El Coronavirus un día será recuerdo, pero las consecuencias en términos de pobreza, desocupación, inflación, inseguridad y demás, quedarán.

La tensión social será enorme y los argentinos tendremos que transitarla con la carga de las heridas que nos han producido todos estos miedos. Con un esquema mental más desequilibrado que antes, que comienza a insinuarse en los resultados de las preguntas relacionadas con la justicia por mano propia y la tenencia de armas. ■

.....
Lic. Jorge Daniel Giacobbe
Director de Giacobbe & Asociados

Acción, ¡y no lágrimas!

Senderos para pensar caminos de defensa y agregado de valor a nuestra producción



Cuando pensamos en el mercado local de huevos, nos imaginamos una plaza en donde la amenaza es –básicamente– el exceso de oferta de “los otros productores”, muchas veces de otra provincia o zona, y la solución recae en que el ciclo de sobre oferta se cierre con la caída de la demanda, induciendo a la salida de aves de producción, momento en el cual se escucha una frase tal como: “alguien se va a fundir...”

Porque convengamos que la demanda, mas aún después del episodio Covid-19, está en un límite superior casi soñado... Y como todo sueño, si nos gusta, tenemos que cuidarlo y vigilar que no se convierta en pesadilla. Y cuando me refiero a una “pesadilla”, no estoy haciendo sólo una clara referencia a un indiscriminado y poco prudente incremento de la oferta nacional –algo que es inevitable–, me refiero a una pesadilla nivel Freddy Kruger, que en otras palabras sería decir que, llamados por nuestro floreciente mercado, ingresa a nuestro país huevo de afuera, de un país que en relación al nuestro “no tiene fondo” para llenarnos de producto, como por ejemplo... Brasil.

Imaginemos que todo comienza con un gran comprador, puede ser una cadena de supermercados, una alimenticia multinacional o un gran mayorista, que piensa que nuestro precio es excesivo y decide traer equipos de huevo desde el vecino país. No hay, hoy por hoy, ningún obstáculo fuerte que se lo impida. Entonces, ¿cómo hacemos para que si exista este impendimiento? Pensemos...

Dejemos de lado para este artículo

Sebastián Noguera, Consultor

otras barreras deseables pero no realizables en el marco legal actual, como barreras comerciales respecto de la protección de la soberanía alimentaria, o sanitarias que pueda hacer reales el SENASA, aduaneras, o inclusive relacionadas con la pandemia, algo como solicitar un Certificado de Libre de Covid-19, tanto a la cadena productiva de ese ovoproducto como al transporte que lo ingrese a territorio argentino.

¿Cuales son las debilidades de un producto de otro país? Las reales: el tiempo desde su producción es mayor al nuestro, o sea que la frescura es más cuestionable; el conocer al productor es muy difícil; el hecho de que un huevo fresco venga desde lejos sería una gran desventaja a ojos del consumidor. El tema es que el consumidor final lo sepa... ¿lo sabrá?, ¿hay forma de que está al tanto?

En un primer análisis, que podemos ubicar en un nivel de protección de mercado-país, y que apuntaría a aprovechar el sentimiento nacionalista del consumidor, podemos tratar entonces de que la producción nacional esté identificada de alguna forma, pudiendo ser con algún emblema generado por la Cámara Argentina de Productores Avícolas (CAPIA), que se presente en envases, sellos de huevo, depósitos, o bien que SENASA obligue a que el origen transnacional de ese producto sea evidente con algún tipo de identificación.

Tengamos en cuenta que en el futuro que viene, con mucha mas desocupación, el trabajo argentino también es un valor que será apreciado por el consumidor, y ese es un hecho que no habría que dejar de aprovechar en algún tipo de publicidad.

Incluso, podríamos generar con las fábricas de maples un color de maple "argentino", que no sea en lo inmediato imitable; esto por supuesto en el caso de que la potencial importación llegue

a venderse en ese envase.

También, alineado en este tema, podría funcionar una política de certificación sanitaria "privada", con un sello que exprese que el producto está libre de algún patógeno que esté inserto en el imaginario del público.

Obviamente cualquier medida de este tipo requiere extrema coordinación entre productores y un basamento científico real, para lo cual CAPIA, nuestra cámara, es clave. En este sentido podemos ir a un sello de "Libre Salmonella", que otorgaría un potencial sesgo negativo a quien no lo esgrima, o de alguna patología aviar que no se encuentre activa dentro de nuestras fronteras.

En otro nivel de análisis, el de cada productor, ante una amenaza "generalista" –y esto no sólo aplica a una amenaza transnacional, sino también a una zona que nos amenace, o a un colega que juegue con precios bajos–, otra respuesta posible y positiva en cualquier escenario es tratar de generar nuestro propio espacio. **Esto lo podemos lograr construyendo nuestro propio nicho de comercialización; desde los súper básicos de lograr un buen nivel de pigmentación en la yema, implementar la irradiación con luz ultravioleta de nuestra producción, invertir en el sellado de huevos para mejorar la trazabilidad, garantizar su frescura y así fidelizar a nuestro consumidor final.**

En cuanto a la comercialización, qué importante sería construir marcas de verdad, y qué útil sería que la comercialización mayorista –hoy en muchos casos en manos de comerciantes que con gusto transitarían al huevo brasilero–, esté en manos de productores que se asocien para profesionalizar esa ardua tarea de comercializar que dejamos en manos de grandes mayoristas o depósitos.

Pero mas allá de ese mercado básico, inicial, de diferenciar nuestra pro-

ducción, existe un camino mas difícil y sofisticado, que garantiza con mas firmeza ser el dueño de su mercado a quien lo transite. Y es un camino que nos lleva a abreviar en lo que las nuevas generaciones traen a nuestra cultura, para quedarse: bienestar animal, veganismo –¡qué desafío!–, funcionalidad del alimento, practicidad... ¡que mezcla de conceptos!

En un futuro, si lográramos educar a nuestros consumidores de forma de convertirlos en sofisticados concedores y amantes de los nichos, ¡que gran barrera sería para proteger nuestra producción!, ¡cuanto nos alejaríamos del commodity!, ¡que difícil para un jugador externo sería traer mercadería a mansalva!

Pero este desafío nos lleva a tratar con fuego y decisiones económicas importantes, veamos. **En el caso de que nuestro puntal sea el bienestar animal, al día de hoy parecería que los puntos intermedios entre nuestros sistemas mayoritarios de producción y los sistemas "cage free" –esto es, que el ave no sea alojada en jaulas– no serían apreciados, en mi opinión, por un consumidor dispuesto a pagar mas que el básico.** Es decir, que más espacio en la jaula, o rascadores, no son herramientas para marketing. Pero sí la gallina libre de jaula; sí, y tal vez más, el sistema "free-range", o sea que el ave tenga acceso al exterior. Es muy posible que el consumidor informado del mundo vegano sea mas permeable a transar consumiendo huevos de estos sistemas que de los actuales, aunque estos últimos tengan muchas razones para ser defendidos, como sanitariamente más seguros, más eficientes desde todo punto de vista y no menos culpables de la hipotética felicidad de la gallina.

Además, el productor que decida ampliarse a estos sistemas Millennial Friendly, tendrá abiertos además, a tra-



vés de las industrias, mercados de exportación, en principio de huevo industrializado, pero quien sabe si no en cáscara.

Hay que tener en cuenta que la inversión en este caso no sólo debe ser en equipamiento, si no también en marketing, envases y red de comercialización.

A no desesperar, ya tenemos colegas adelantados que se están abriendo paso, seguramente con el norte puesto en Europa, no menos que en los Estados Unidos.

Con el tema funcionalidad hay mucho para hacer pero el mercado para desarrollar, en mi opinión, es más pequeño. Hablamos de huevos con características desarrolladas para un determinado consumidor: con Omega, o con algún mayor contenido puntual de vitaminas, muchas de las cuales pasan desde el alimento al huevo.

El tema de la practicidad me lleva directamente a pensar en la industrialización, que no necesariamente tiene que ser a una inmensa escala, pero sí prestando la máxima atención a las

normas vigentes y a la bioseguridad.

El huevo líquido en bidón, tetra brick o sachet, tiene una larga historia en Norteamérica, así como también el huevo fraccionado o en polvo. Y tanto en Europa como en Estado Unidos se comercializan blisters con uno o dos huevos duros, en muchos casos aumentando su valor agregado con aditivos para su consumo inmediato, como sal, mayonesa o algún topping que la empresa puede personalizar.

En el mercado argentino algunas empresas han incursionado con algunos de estos productos, pero nunca esos intentos estaban dirigidos a un nicho específico, como el del oficinista, o la cocinera gourmet en el caso de un huevo aditivado, y tal vez faltaba desarrollar el siguiente aspecto.

En todos los casos, desde un excelente huevo pigmentado y con tratamiento ultravioleta, hasta un libre de jaula o un Omega, la pandemia nos ha acercado herramientas que antes eran opcionales pero que hoy son indispensables: las App, la Web y los Delivery;

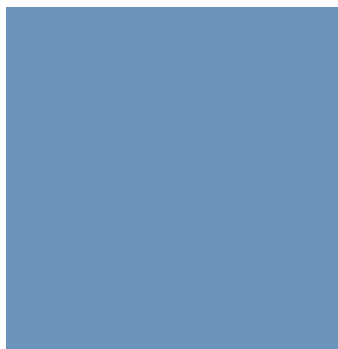
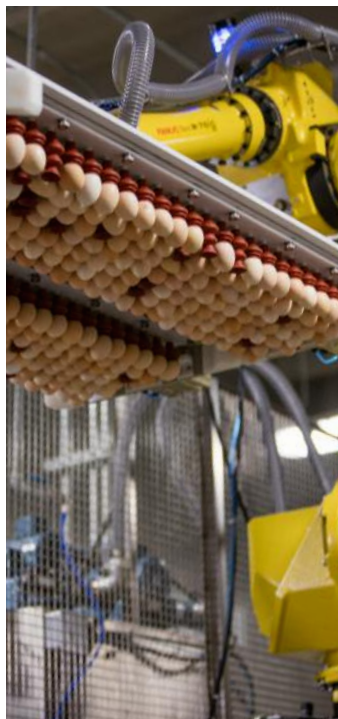
todas herramientas que dejaron violentamente ser patrimonio de la población millennial para abarcar al 100% de la sociedad. **¿Será esto algo permanente? Podemos discutir la medida, pero no el hecho de su inmenso avance.**

Así, imaginemos un producto de nicho, con un envase desarrollado, con un marketing preciso, que esté disponible para comprar en una App como Glovo, Rappi o PedidosYa. Un producto que esté trabajado en las redes, Facebook, Instagram, dirigido milimétricamente a un consumidor con toda la potencia que tienen esas herramientas, que indagan prácticamente el alma del consumidor.

Crezcamos como sector, abracemos el viaje que nos lleva de granjeros a industriales, llorar no es una opción. No hay recetas mágicas, y siempre la salida es ser competitivo, pero cuando los costos bajos no son -ni queremos que sean- la única respuesta. Tenemos que hacer nicho. Tejer esos cercos nunca es gratis, ni carente de esfuerzo. Pero nada lo es... ■

MENOR CONTACTO. MÁS BIOSEGURIDAD. MEJORES RESULTADOS.

Embrex incorpora **Automatización KL** para ofrecer un nuevo estándar de eficiencia en plantas de incubación. Con la experiencia de Zoetis y las soluciones de automatización KL, usted conseguirá resultados que nunca imaginó.



EMBREX[®] KL Automation

LA PRECISIÓN *IN OVO* LLEVADO A OTRO NIVEL.

POR LOS ANIMALES. POR LA SALUD. POR USTED.

zoetis

Estrategia de Reactivación Agroindustrial Exportadora Inclusiva, Sustentable y Federal

El documento, elaborado por el Consejo Agroindustrial Argentino, propone un plan de reactivación económica a corto plazo con el acento puesto en las exportaciones y la creación de empleo.



La “Estrategia de Reactivación Agroindustrial Exportadora Inclusiva, Sustentable y Federal. Plan 2020-2030”, es una iniciativa que busca alcanzar los US\$ 100 mil millones anuales de exportación, (hoy en un valor de US\$ 65 mil millones) y generar 700 mil empleos adicionales, sin descuidar el entorno ambiental en el que desenvuelve la agroindustria.

Para ello, se plantea conformar una Mesa Nacional Exportadora con diversas áreas del Gobierno Nacional; elabo-

rar propuestas sectoriales de crecimiento sustentable de producción y exportación con mayor valor agregado y definir los mercados estratégicos a exportar; y proveer un Proyecto de Ley de Desarrollo Agroindustrial Exportador, con inclusión social y federal (que contemple una estabilidad fiscal y financiera de 10 años).

Este plan estratégico aspira a lograr, para el 2025, un impacto económico que implique un aumento de las exportaciones (VBP) de MU\$ 16.000 que

generará un efecto total de movimiento económico de MU\$ 31.000.

Asimismo, propende a la creación de empleo calificado y no calificado en las provincias; empleo tecnológico en las grandes ciudades como parte de los clusters agro tecnológicos; empleos en servicios para el agro y empleo directo e indirecto en infraestructura.

Esto aspira a generar un Impacto social que se traduce en 210.000 empleos en sectores del agro y 700.000 en el total de la economía. ■



SENTIMOS PASIÓN POR LA AVICULTURA

Y la hacemos visible en nuestros servicios de Aduana y de Comercio Exterior para la Industria

- » **Conocemos la cadena avícola** –en cada una de sus etapas–, y por ello sabemos cómo funciona cada máquina y cada componente del proceso productivo.
- » **Gestionamos la Importación** de máquinas, aparatos y repuestos para frigoríficos, planta de alimentos, subproductos avícolas y establecimientos de postura, incubación y crianza.
- » **Nos especializamos en la Exportación** de productos avícolas congelados y harinas aviares.
- » **Realizamos Gestiones de Certificados Sanitarios** a través del Senasa
- » **Brindamos asesoramiento** en la operatoria bancaria para pagos al exterior y el cobro de exportaciones.



SILVEYRA COMEX S.R.L

Comercio Exterior y Aduana



+5411 4443-7976



www.silveyracomexsrl.com.ar



SilveyraComex

MSD Salud Animal continúa sorprendiendo al mercado con innovación y servicios.

La compañía líder multinacional en Salud Animal, que desde el año pasado integró sus operaciones en Argentina y Chile para lograr una mayor sinergia entre las producciones de ambos países, lanza al mercado la primera vacuna recombinante en el mundo para Marek, Gumboro y Newcastle.



Juan Esteban Calvo, Gerente de Avicultura Región Sur (Argentina-Chile) de MSD Salud Animal

La salud animal y la salud humana están estrechamente vinculadas: las enfermedades altamente infecciosas tienen un impacto directo en la producción de alimentos y el sustento de los productores agropecuarios, lo que lleva a la desnutrición y la pobreza, mientras que las enfermedades zoonóticas afectan directamente la salud humana.

Factores globales como el comercio, la migración de personas y animales, y el clima, contribuyen a la propagación de enfermedades altamente infecciosas como la fiebre aftosa, la peste porcina africana y la influenza aviar.

Hacer frente a las emergencias de salud humano-animal a través de una mayor capacidad veterinaria y una respuesta adecuada a los contextos locales son componentes centrales del Sexto Plan Estratégico de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE).

MSD, como compañía global de salud animal, está comprometida a abordar enfermedades que cruzan fronteras geográficas y causan dificultades emocionales y económicas.

Desde el año pasado, MSD ha integrado la operación en Argentina y en Chile, y pasó a llamarse MSD Región Sur, con el objetivo de aprovechar la sinergia y el intercambio de buenas prácticas entre los países, la estandarización de los procesos y también el desarrollo de las personas.

“El integrarnos nos va a otorgar una ventaja competitiva y tener una mejor lectura de lo que está pasando en el mercado y la región. La avicultura, tanto en Argentina como en Chile, es reconocida a nivel de la región por su alto estatus sanitario y la calidad de sus productos que llegan a distintos mercados a nivel mundial”, señala al respecto Juan Esteban Calvo, Gerente de Avicultura Región Sur (Argentina-Chile) de MSD Salud Animal.

EL NUEVO ESCENARIO TRAE NUEVOS DESAFÍOS

Respecto del actual escenario impuesto por el COVID-19, Calvo considera que **“nadie se imaginaba que el COVID-19 iba a tener esta magnitud en cuanto a la propagación del virus, pero MSD es una compañía que tiene presencia global en más de 140 países y eso nos dio cierta ventaja al tener mayor visibilidad de lo que estaba ocurriendo ya en algunos mercados, principalmente en Asia y en Europa, lo que nos permitió prepararnos con antelación, elaborar protocolos y planes de contingencia para, por un lado, garantizar la seguridad de todos los trabajadores, y por el otro lado garantizar el suministro de nuestros productos a todos nuestros clientes, lo cual hemos podido cumplir de buena manera.** MSD es una compañía que tiene 130 años de historia ligada a la innovación, al servicio de la humanidad trayendo y desarrollando productos innovadores para mejorar la vida de las personas y la salud de los animales. El tener presencia a nivel global, nos permite tener una visibilidad para adelantarnos o tomar resguardo frente a este tipo de situaciones que pueden afectar de alguna manera a nuestro negocio. **La compañía siempre va en pos de la medicina preventiva y en cómo podemos mejorar la salud y bienestar de los animales. En el caso del negocio de salud avícola, la compañía año a año hace grandes inversiones en investigación y desarrollo para poder lanzar al mercado productos que sean innovadores, altamente eficaces, y que también le generen un valor agregado al productor optimizando la rentabilidad de su negocio”,** explica Calvo.

INNOVACIÓN & PREVENCIÓN

MSD es una compañía que apuesta a la innovación, desarrollando productos y servicios para sus clientes. En la actuali-

dad, en medio de la crisis global que ha generado el COVID-19, la compañía no ha cambiado su foco, al contrario, ha seguido invirtiendo en el desarrollo y en la innovación, “porque creemos que es una oportunidad para adaptarnos a las exigencias del mercado y las necesidades de nuestros clientes”, sostiene Calvo.

Por otra parte, el Gerente de Avicultura Región Sur de MSD Salud Animal señala que **“la reducción del uso de antibióticos a nivel mundial ya es una realidad. En la mayoría de los países del mundo han adoptado esta tendencia y Argentina no es la excepción. En Argentina hace muchos años los productores avícolas vienen reduciendo el uso de antibiótico, con los objetivos de cumplir las exigencias de los consumidores y también dar garantía a los mercados de exportación; esa es la tendencia y MSD acompaña a los productores en ese camino.** Como ejemplo, en Argentina actualmente cerca del 50% de los pollos son vacunados al primer día de edad con vacuna coccidia, lo cual ha ayudado a reducir el uso de medicación en las aves.. Claramente, esto es una tendencia que han ido adoptando los productores en Argentina y que ha traído buenos resultados. Por otra parte, es clave seguir mejorando la eficiencia en todos los procesos productivos, de ahí que también hoy en día la tendencia es llevar la vacunación a la planta de incubación. Sería ideal que todas las vacunas se apliquen en la planta de incubación para lograr una mayor eficiencia en el proceso de vacunación y MSD también está trabajando en esa línea. **El año pasado, en Argentina se lanzó el producto INNOVAX ND-IBD, que es una vacuna recombinante para el control de tres enfermedades que son importantes para la sanidad de las aves –Marek, Gumboro y Newcastle–, cuyo desarrollo demandó 14 años de investigación... MSD es la primera compañía a nivel**



mundial que logra producir y lanzar al mercado una vacuna con estas características y actualmente cada vez son más la cantidad de empresas en Argentina, y en la región, que están incorporando este producto en los planes de vacunación, justamente por las ventajas que ofrece, ya que se aplica en planta de incubación, tiene protección contra tres enfermedades y mejora el desempeño productivo”, señala Calvo.

UN BUEN PRODUCTO DEBE ESTAR ACOMPAÑADO DE BUENOS SERVICIOS

Es sabido que el mejor producto si no es correctamente aplicado, no tiene el resultado deseado.

En ese sentido, Calvo sostiene que no hay que confundir vacunación con inmunización: “la vacunación no me asegura que las aves estén correctamente protegidas si las vacunas no se aplican bien. Desde MSD no sólo nos preocupamos por entregar un producto diferenciado, sino también nos preocupamos por el servicio pre y post-venta. Tenemos un servicio que garantiza que los productos se están aplicando de

manera correcta y, por lo tanto, van a tener un efecto positivo en el desempeño de las aves. Tratamos de brindar un servicio de manera integral, abarcando todas las etapas productivas de las aves. **Contamos con una plataforma -Convenience Program- que tiene por finalidad justamente garantizar que las vacunas se apliquen de manera correcta. Este programa se aplica en la planta de incubación, realizando una supervisión de todos los procesos de vacunación; desde la elaboración de la vacuna hasta la aplicación de la misma.** Después le damos continuidad en el campo, a través de monitoreos de evaluación de las aves, para hacer el seguimiento a lo largo de todo el proceso productivo. **Nuestro objetivo es generar relaciones con los clientes más allá de lo comercial, porque finalmente trabajamos para un mismo objetivo, que es optimizar la rentabilidad del productor,** por eso es súper importante estar cerca de nuestros clientes para identificar cuáles son sus necesidades y ver de qué manera podemos buscar soluciones o alternativas para sus problemas”.

LA EXCELENCIA DE UN PRODUCTO SE PAGA SOLA

Generalmente, cuando la economía “aprieta”, los productores se ven tentados a reducir costos a través de medicamentos, aditivos o promotores de crecimiento de menor precio, aunque no siempre resulten totalmente efectivos. Al respecto, Juan Esteban Calvo considera que “**donde uno tiene que apostar, es en la inversión más allá del valor del producto, y para eso nosotros también estamos sumamente cerca de nuestros clientes, realizando pruebas de campo para demostrar -no solamente la eficiencia de los productos-, sino que también tienen un retorno en la inversión y que finalmente el producto se paga por si solo.** Efectivamente, hay productores que se pueden tentar a veces por alternativas más económicas del mercado, pero finalmente estas alternativas no terminan entregando el resultado esperado. MSD es una empresa que tiene años de historia avalada por la calidad de los productos -proceso sumamente largo- y, obviamente, da garantía que los productos van a entre-

Nuevos Productos IQF

¡Probalos!



Trazabilidad



Seguí la
trazabilidad
de nuestros productos



www.fadelsa.com.ar/trazabilidad/



Oficinas de Msd en Madison, casa matriz de Salud Animal

gar los resultados y la rentabilidad que espera el productor”.

COVID-19: UNA OPORTUNIDAD PARA EL SECTOR PRODUCTOR

La aparición del Coronavirus ha revolucionado el mundo, sin excepción de fronteras, y al mismo tiempo le ha otorgado a la producción agroindustrial un papel protagónico, en el cual el suministro y la provisión de alimentos tiene un rol esencial.

“La pandemia ha generado incertidumbre en la industria avícola, con inestabilidad en los precios no sólo a nivel local, sino también a nivel internacional, y hoy en día el productor tiene una buena oportunidad para adoptar nuevas tecnologías que le permitan realizar su proceso de manera cada vez más eficiente. **MSD acompaña al sector, viendo cómo podemos ayudar a que logre ese objetivo. Sin dudas, la tendencia va en ese camino, a lograr una mayor eficiencia en los procesos, en cómo podemos seguir mejorando la productividad y el acceso a los mercados.** Yo creo que Argentina tiene una oportunidad tremenda para seguir adoptando la tecnología y eficiencia en todos sus procesos para seguir llegando a los distintos mercados, porque hoy en día la carne aviar argentina tiene una presencia a nivel mundial. Por eso es importante tener una mirada a largo

plazo, minimizar el uso de antibióticos con una buena sanidad en las aves que nos permita ofrecer un producto que cumpla con los estándares que demandan los nuevos consumidores. Obviamente, eso también te da una ventaja competitiva respecto a otros países ya que te permite llegar con productos a mercados exigentes, como, por ejemplo, el europeo. **Seguramente los productores deberán seguir adoptando estas tecnologías, ver de qué manera pueden ir automatizando sus procesos para ser más eficientes en toda la cadena de producción, y obviamente, ser más competitivos para seguir exportando sus productos, advierte Calvo.**

Respecto del crecimiento de la demanda global de proteína animal en el mundo, Calvo considera que “la situación particular que se está viviendo en China con la peste porcina africana, va a generar que continúe la demanda global de proteína animal y creo que esto presenta una oportunidad extraordinaria para los productores avícolas, para que puedan seguir produciendo y aumentando sus niveles de producción. Vemos que Argentina en lo que va en el año también ha aumentado el consumo de carne de pollo por ser una proteína accesible para todos los consumidores, y por lo tanto creo que quien apuesta a la eficiencia en los procesos, a la tecnología y a la automatización,

eso va a llevar finalmente a la rentabilidad del negocio”.

EL CONTACTO CON LOS CLIENTES EN TIEMPOS DE COVID-19

Una de las principales características en la relación entre MSD y sus clientes, siempre radicó en un contacto permanente y estrecho. Claramente, las obvias precauciones y restricciones que impone la pandemia han llevado a las compañías –en general– a promover otras formas de relacionamiento. Juan Esteban Calvo aclara que **“si bien no es lo mismo, afortunadamente tenemos la tecnología que nos ha ayudado bastante como canal de comunicación. Tenemos las plataformas digitales que nos permiten estar conectados y seguir apoyando a los clientes a distancia, y creo que nos hemos podido adaptar tanto el productor como nosotros, a usar este tipo de herramientas para seguir conectados.** Probablemente, por algún tiempo va a ser necesario seguir tomando todas las medidas de precaución hasta que la situación esté bajo control, y espero que esta pandemia, aparte de hacernos personas un poco más tecnológicas, sobre todo nos transforme en mejores personas”, concluye enfáticamente Juan Esteban Calvo, Gerente de Avicultura Region Sur (Argentina-Chile) de MSD Salud Animal. ■





Distribuidor exclusivo
en Argentina

Jetfix®

- + ahorro
- + eficiencia
- + salud operativa

Baciflex 
SERVICIO DE CERRADO DE BOLSAS



Somos Baci. Somos innovación
comercial@baci.com.ar
www.baci.com.ar
+54 3444 425453



0% consumo de energía
respeta el
medio ambiente

3M BUSINESS
PARTNER

El consumo de carne aviar marcó un récord histórico

Roberto Domenech, Presidente del Centro de Empresas Procesadoras Avícolas, repasa la historia de la industria avícola en Argentina, analiza el sostenido crecimiento de la producción de pollo durante los últimos años y explica cómo en 2020 se alcanzó un récord de consumo previsto recién para 2025.



En innumerables ocasiones tuve la oportunidad de conversar con Roberto Domenech acerca del acontecer y las perspectivas de la industria avícola, y más allá de la prudencia que lo caracteriza a la hora de hacer pronósticos, en estas charlas siempre se hacía presente la posibilidad de concretar un viejo anhelo, que algún día la tendencia global de consumo carne



Roberto Domenech, Presidente de CEPA

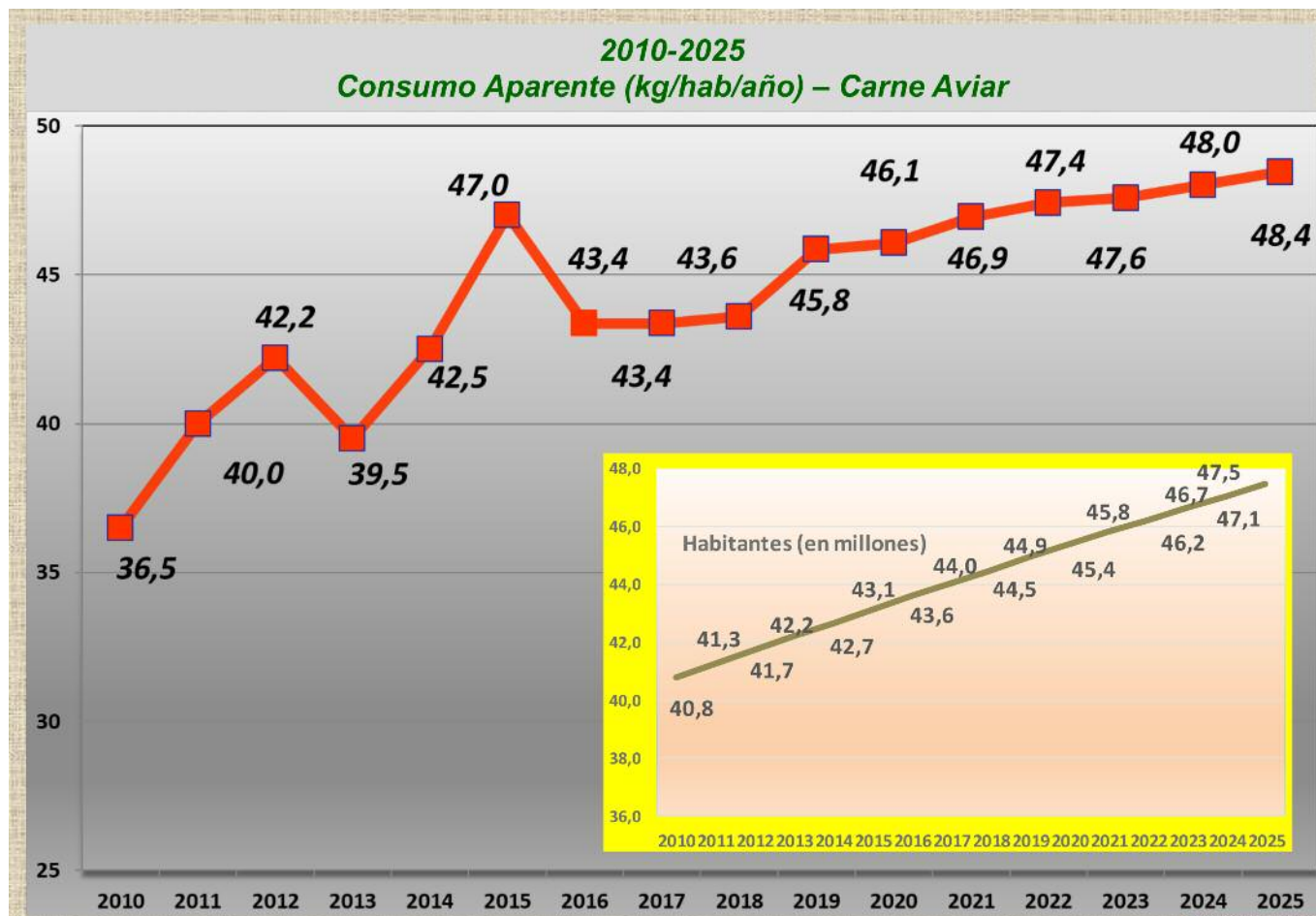
aviar llegara a nuestro país, ubicando al pollo en los primeros lugares..

“La realidad es que haber llegado a estos niveles de 50 kilos por habitante por año, es algo a lo que fuimos permitiéndonos pensar a medida de que íbamos descubriendo espacio. Mi imaginación se sitúa allá en los comienzos, aproximadamente año ‘63, donde todavía no había una relación entre la producción de huevo fértil, la cantidad de pollito bebé y los galpones para criar. Recuerdo que en Pilar, donde estuvo uno de los puntos de desarrollo, Arbor Acres producía el huevo fértil, y Albayda incubaba y vendía los pollitos. **Pilar era un centro importante, con galpones de 3.000 a 5.000 pollos, algún galpón de 10.000 –que era una barbaridad–, y después estaban General Rodríguez y San Andrés de Giles.** Todavía estaba el mercado de aves y huevos abierto en la zona de Parque Patricios, en Los Patos y Uspallata, donde llegaba toda la producción, que eran muchas aves de campo principalmente. Por ese tiempo, Entre Ríos tenía el trabajo del esfuerzo de aquellos que hacían avicultura, de elegir las mejores aves. Había, por supuesto, incubadoras, pero siempre cuando hablamos de una gran incubadora se hablaba de alguien que tenía una incubadora de 60.000 huevos, cuando las normales eran de 14, 25, 30 o 36 mil huevos, así eran más o menos las escalas. Una vez alguien dijo: «y... estaremos entre 5/6 kg. por habitante»; y creo que ahí está más o menos la primera referencia”, recuerda Roberto Domenech.

CRECIMIENTO DEL CONSUMO DE CARNE AVIAR

Claramente, las particularidades del comienzo de la avicultura industrial en Argentina, distan significativamente de la actualidad de este pujante sector de la agroindustria local.

“Muchas veces he comentado que el pollo siempre tuvo una buena aceptación, era como que la gente estaba esperando poder tener acceso al pollo. **No obstante, la gran mayoría quería tener acceso al pollo vivo, no tanto al pollo faenado, sino que quería elegirlo vivo: ahí mismo lo mataban, lo pelaban y te lo llevabas a tu casa, todavía con la víscera.** Luego, con la creación del Centro de Empresas Procesadoras Avícolas (CEPA), nace el proyecto del pollo eviscerado, con el objetivo de convertirlo en un producto progresivamente de consumo masivo. Yo diría que, en condiciones generales, el pollo era un producto de lujo –por lo menos así estaba considerado por la escasa oferta–, y se consumía en días muy especiales, como las Navidades y demás fiestas. En consecuencia, **el pollo tuvo una limitante que era el precio y el gusto, es decir, la satisfacción de comprar y comer un pollo, en restaurantes o los fines de semana, o en casos muy especiales.** Después el crecimiento del consumo comenzó a estar directamente atado a la relación pollo-carne bovina: a principios de los ‘70, el pollo estaba muy en precio con los cortes más caros de la carne bovina, es más, me animaría a decir que el pollo costaba como un lomo. Entonces, en ese contexto, podríamos decir que el consumo estaría –tal vez– en los 9/10 kilos por habitante por año. Ahí vino una segunda etapa en la cual el precio del pollo se ubicó más cerca de los cortes de menor valor que el lomo, como el cuadril, y el consumo creció otros 2 o 3 kilos más. **Luego, a principios de los ‘80, el consumo tuvo un crecimiento importante cuando el precio del pollo se equiparó con el precio de la milanesa, y llegamos, quizás, a los 15 kilos.** De ahí en adelante entró a competir con el asado, pese a que a estos pollos se los denominó desde sus comienzos, y por décadas, ‘Pollos Parri-



llos, porque fue allí donde el pollo ganó espacio, es decir, fue a parar a la parrilla... Y quedó compitiendo con la milanesa –no precisamente con la milanesa de pollo, eso fue después–. Se consumía milanesa durante la semana, pollo en la parrilla los fines de semana, y se incrementó el consumo a fin de mes, reflejando un crecimiento sostenido. La infraestructura ya existía: la provincia de Buenos Aires, Pilar ya empezaba a poner limitaciones para la producción pollos porque avanzaban los country y los clubes cerrados, lo mismo pasaba en General Rodríguez; pero ya eran zonas muy fuertes Chivilcoy y Chacabuco. Entre Ríos también crecía porque había mejorado mucho la posición a partir de haber logrado las conexiones, no tanto con la construcción del túnel, pero sí con Zárate Brazo Largo”, señala el Presidente de CEPA.

La década de los '90 para la indus-

tria avícola argentina reflejó un momento realmente crítico para la producción local. Brasil se presentaba como un gran competidor, sobre todo, con las asimetrías cambiarias de aquel tiempo donde los valores eran totalmente distintos, pero también el desarrollo de las dos aviculturas eran distinto. “Brasil ya estaba lanzado a un desarrollo industrial importantísimo, mientras que acá los frigoríficos carecían de frío en términos generales, es decir, se trabajaba el pollo prácticamente caliente o con hielo en el cajón y no más de eso. Teníamos poco eviscerado automático, pero así y todo, estábamos en los 17/18 kg. Ahora bien, con la importación de pollo desde Brasil, el consumo trepó hasta los 23 kg. y ahí se desató una batalla importante. Lo cierto es como consecuencia de las oscilaciones de la carne bovina, siempre habíamos estado muy taponados –tanto el

pollo como el cerdo–. ¿Por qué? Porque era muy barata la carne bovina, no tenía precio... y a eso había que sumarle que por ahí te aparecía brote de aftosa o un exceso de producción con el desarrollo de la Unión Europea, y esas exportaciones que no podían concretarse, volvían todas al mercado interno. Entrábamos en crisis, bancábamos en oferta y a eso hay que sumarle después la asimetría bancaria dentro de un proceso de alta inflación en todo el mundo, del cual Argentina no estaba ausente y Brasil tampoco. Y de golpe quedabas con un Brasil con unos precios espectaculares y nosotros con precios muy altos”, recuerda el dirigente.

LA LLEGADA DEL NUEVO MILENIO, UN PUNTO DE INFLEXIÓN

Con la salida de la convertibilidad, la industria avícola argentina comenzó un proceso ininterrumpido de crecimiento

biotech va

INNOVADORA

Primera vacuna oral
a subunidad

ESTRATÉGICA

Controla enfermedades
de origen alimentario

INTEGRAL

Confiere inmunidad
de mucosas y sistémica

SEGURA

Plataforma
biotecnológica GRAS

ESTABLE

En todas las condiciones
ambientales

INACTIVADA

Sin riesgo de mutación
o contaminación



**PRODUCTOS
SEGUROS PARA
ALIMENTOS
SEGUROS**

WWW.VETANCO.COM

WWW.FACEBOOK.COM/VETANCOOK





to. El impulso fue la mayor demanda del mercado interno. Los menores precios relativos de la carne aviar en relación con otras carnes fueron el principal incentivo para la modificación estructural de la dieta de los consumidores. Cortes populares, como el asado, se encarecieron más del doble que el pollo.

La estabilidad de los precios de la cadena avícola fue resultado de las retenciones, ya que moderaron el aumento de costos importantes, como los cereales y las oleaginosas utilizados para alimentar a los pollos.

“Con la salida de la convertibilidad llegamos un consumo de 24 kilos por habitante por año, el crecimiento fue vertiginoso. Elaboramos un proyecto que incluía la exportación como para poder manejar mejor el mercado interno, y la salida de la convertibilidad –con todo lo traumático que representó– también fue una oportunidad. Ahora la competencia era con el asado, y en la medida en que quedamos en el valor del asado, llegamos a los 28 kilos. Cuando con un kilo de asado se compraban dos kilos de pollo, llegamos a los 35 kilos; y cuando estuvimos a los 3

kilos de asado contra 1 kilo de pollo, pisamos los 40 kilos de consumo por habitante al año... Y de ahí, a este importante salto, al cual hay que agregarle que la carne bovina tomó precio internacional por un lado, pero por el otro lado también hay generaciones de hábito en el consumo de pollo que no lo teníamos allá por los '60. Ahora ya tenemos gente de 30 a 40 años que arrancaron comiendo pollo normalmente, mientras que en aquel entonces lo que más queríamos comer era la pata del pollo. Ahora, sin ninguna duda, con el hábito, con la diversidad por parte del consumidor y con una infraestructura muy importante en toda la cadena de producción, con costos que se ajustaron aún mucho más, el escenario es otro”, destaca Domenech.

Pero además de los hábitos de consumo, también cambió la forma de producir: **“hay que tener en cuenta que desde el '76 en adelante, empieza el modelo de integración que termina en el '83, consolidándose como el modelo de producción de pollos en Argentina.** Ahí se acabó el costo del que vendía huevo incubado y le vendía el huevo con ganancia a la incubadora, la incu-

badora le vendía al bebé a un distribuidor –también con rentabilidad–, el distribuidor le ponía un porcentaje encima y todo lo demás... Eso hacía que el producto fuera caro porque faltaba y si no faltaba no daban los costos, y así se iban fundiendo los productores independientes que eran los que estaban en ese momento. Ahí comenzó el proceso de integración y, en ese mismo momento de integración, se pasaron a quemar todos los costos. Es decir, si arrancás con los huevos de la reproductora, pero el valor de ese huevo va al final del costo, junto con el pollo eviscerado, con el costo final del alimento balanceado que produce la integración, esto genera una caída importantísima en materia de costos. **El segundo impacto importante en los costos fue cuando comenzamos –entre los finales de los '90 y los primeros años del 2000–, a aprovechar el 100% de todos los despojos.** Antes pagábamos por la visera o para ver qué se hacía con la pluma. Recién a finales de los '90 aparecen las primeras exportaciones de garra a Hong Kong y esto generó que el pollo pasara de rendir entre un 75 y 77 por ciento –como un gran rendimiento– a

rendir entre un 85 y 88 por ciento, y eso cambió sensiblemente el costo del producto. **Estos costos pasaron a precio del producto y hoy creo que la gran razón del hábito que se ha desarrollado y el alto consumo, si bien tiene que ver con la calidad del producto, también es determinante el precio. Así llegamos a estos 50 kilos que se anticipan a lo que nosotros proyectábamos para el 2025**", señala Domenech.

EXPORTACIÓN

El Presidente de CEPA se muestra optimista respecto de la posibilidad de continuar avanzando con nuestra producción de carne aviar en los mercados internacionales, pero también es consciente que nuestra industria necesita ser más competitiva si pretende seguir ganando mercados en el exterior.

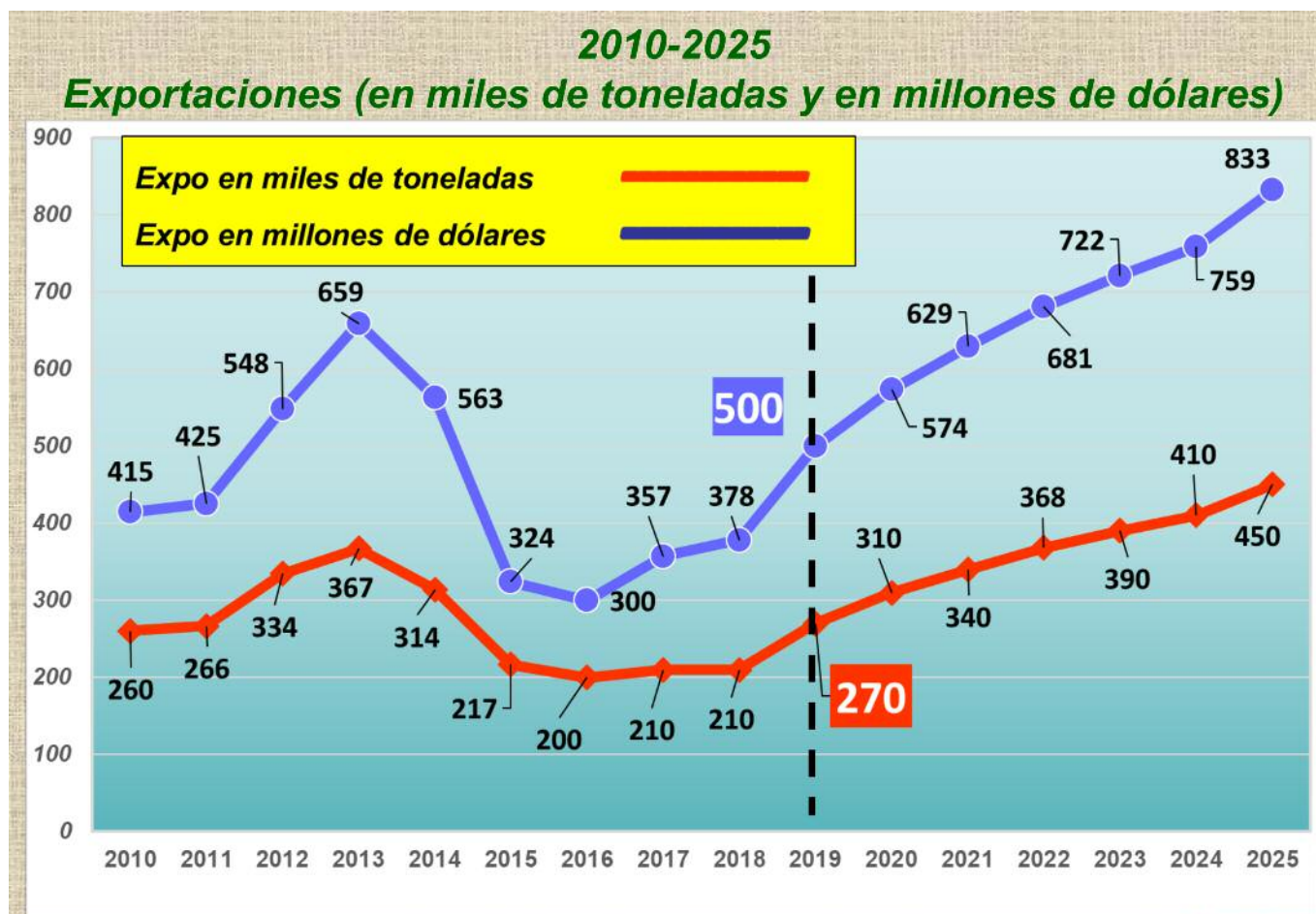
En ese sentido, Domenech advierte que "por ser tan sensibles en los costos,

dependemos mucho de pequeños centavos que nos puedan ayudar para poder ser competitivos. Además, tenemos dos monstruos en el mercado Internacional como Estados Unidos y Brasil... Estados Unidos vende por remate de precio, pero Brasil vende por calidad y por esmero permanente en mejorar su producción. Tiene calidad, tiene escala, tiene servicio, y tiene una relación con el mundo muy importante. A los efectos del comercio exterior brasileiro, sobre todo en lo referente a la producción agroindustrial, Brasil cuenta con un fuerte apoyo con las embajadas, con los debates en el seno de la Unión Europea, con mercados que de pronto ponen aranceles y donde ellos llegan ahí con su embajador, con su Ministro Agropecuario, van a la OMC (Organización Mundial del Comercio) si es necesario, pero no ceden ningún tipo de espacio. En el ínterin, nosotros vamos acom-

pañando, vamos transmitiendo nuestro interés, nuestras preocupaciones, pero no es tan sencillo... **Queremos consolidar este tercer intento de crecimiento sostenido en materia de exportaciones. El año pasado logramos 275.000 toneladas por un valor de casi 450 millones de dólares de exportación, y aspirábamos a 300.000 toneladas para este año, en donde no teníamos en cuenta el COVID-19**", señala Domenech

EL PROYECTO DE CRECIMIENTO ELABORADO POR CEPA EN 2002

Para Roberto Domenech, el proyecto de crecimiento elaborado por CEPA en 2002, fue determinante. Por ese entonces, con la anuencia de CEPA, y a pedido de la COPAL, Domenech se hizo cargo de la Subsecretaría de Políticas Agropecuarias y Alimentos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación.





“Fue una decisión muy fuerte. A nosotros (por CEPA) nos propusieron eso porque nos oponíamos, sistemáticamente, a la apertura indiscriminada que se hizo en el Mercosur, porque realmente nos estaba llevando puesto. En ese contexto, como todo indicaba que se iba a realizar un cambio de políticas, sumado a la salida de convertibilidad, evidentemente fue un paso importante porque no llevaba ningún proyecto político, ni lo tenía, simplemente era una colaboración, un aporte. Porque de alguna manera, el hecho de que hubiéramos llegado muchos dirigentes sectoriales a ocupar cargos, tenía un poco que ver con la emergencia del momento. **Recuerdo el que el Presidente de la Nación, Eduardo Duhalde, dijo: «Yo me ocupo de lo político y de lo económico. Quiero que a través de José Ignacio De Mendiguren -por ese entonces Presi-**

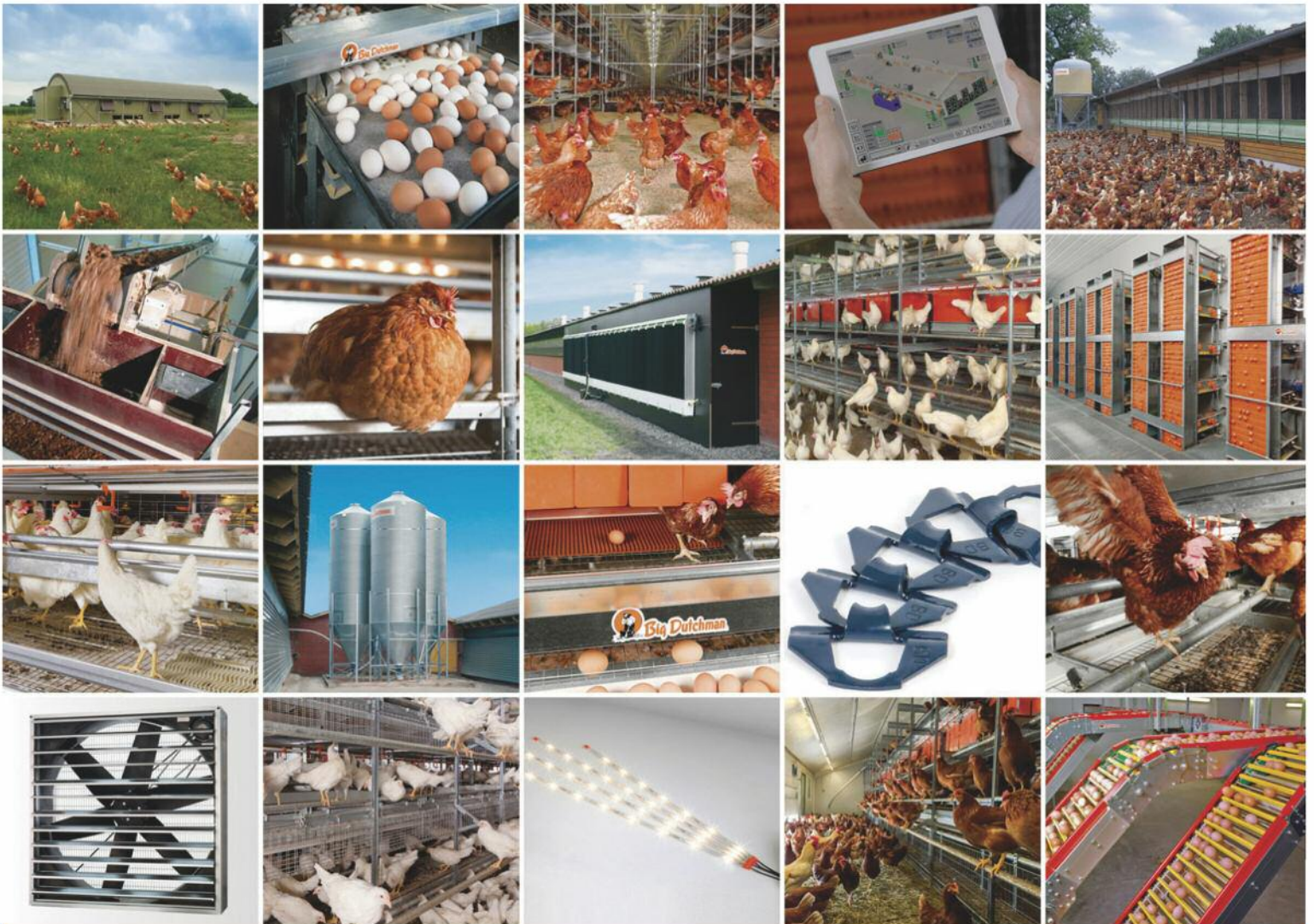
dente de la UIA-, ustedes se ocupen de lo que es la producción industrial y toda la agroindustria que está vinculada a agricultura». El Secretario de Agricultura elegido por Duhalde fue Miguel Paulón, que venía de ser el Ministro de la Producción de la provincia de Santa Fe -principal productor de soja del país- y Graciela Camaño quedó al frente del Ministerio de Trabajo. De alguna manera, lo que quería decir Duhalde era: «la gente vinculada a la CGT tiene que contener los gremios, otros tienen que contener a los industriales o agroindustriales, y veamos como avanzamos en esto». Esto me dio a mí la visión, que luego -una vez que dejamos la gestión- pude comentarla, transmitirla y pulirla con los principales referentes del sector, para poder ver cómo el sector privado tiene sus ideas y sus proyectos y que el sector público no está

en contra ni de esos proyectos, ni de esas ideas, y sí en cambio, tiene que tener un panorama integral de las cosas. **El haber percibido claramente que la mayoría de los sectores llegaban con los problemas puntuales, y que eran fáciles de resolver en la emergencia en la que estábamos, pero que carecían de proyectos, nos llevó a cambiar la forma de plantear nuestra realidad”, recuerda Domenech.**

Ya de nuevo en CEPA, Domenech recuerda que en uno de los encuentros del Día de la Avicultura al que asistió Roberto Lavagna, por ese entonces Ministro de Economía, el dirigente dijo en su discurso: “No se pueden pedir políticas si no se tiene un proyecto”. Minutos después, el propio Lavagna construyó su discurso en torno a ese concepto. Ahora bien, ¿servía sólo el proyecto? Claramente no. El sector ne-



Big Dutchman®



Big Dutchman, Inc.

Panamericana km.49,5, Ramal Pilar
Edificio Concord, Sector Almendros #201
CP 1629, Pilar, Bs.As., Argentina

Tel.: +54 230-4666848
Cel.: +54 911 5169 5802
E-mail: ipernicone@bigdutchman.com.ar



cesitaba empresarios dispuestos y decididos, y que confiaran en el proyecto, y esto fue uno de los pilares del Proyecto de CEPA. “Por otra parte, no necesitábamos de proyectos de crecimiento individuales, porque si la avicultura había nacido por iniciativa y proyectos personales, y luego por esos proyectos personales convertidos en empresa, ¿qué era lo que se necesitaba? Se necesitaba que el proyecto llegara a nivel país, o sea, que sea una decisión política del país. Pero estaba claro que esa iniciativa que muchos productores tenían en forma individual, había que convertirla en un proyecto sectorial, que fue lo primero que hicimos. ¿Dónde estábamos, qué teníamos, qué superficie de galpones teníamos, cuál era nuestra infraestructura, cuánto podíamos crecer, cuánta capacidad ociosa teníamos? ¿Ibamos a crecer para el mercado interno? No, porque el mercado interno había quedado destruído totalmente desde el punto de vista del poder adquisitivo... entonces decidimos ir por la exportación. **Lo importante es que el Proyecto nació con el compromiso de todos**”, destaca Roberto Domenech.

Ahora bien, ¿qué fue lo que no tuvieron en cuenta? **“Que la devaluación que nos hacía sumamente competitivos para exportar pollo, también hacía sumamente competitiva la exportación de carne bovina. Entonces nos encontramos con un mercado que hasta ahora desconocíamos, porque la carne siempre había sido un tapón para el despegue de otras carnes... En ese momento, además, se dieron otras dos cosas: por un lado, al cambiar la condición de la convertibilidad el pollo brasilero quedó caro, no era ningún negocio para aquellos que lo traían, ni siquiera como negocio financiero; y por el otro lado, la carne también quedó cara, porque la devaluación le permitía ser sumamente competitiva en el exterior y tener muy buenos valores.** Ahí se abrió un espacio muy grande de mercado interno, que luego nos permitió también recuperar mucho las posiciones. Pero ese mismo proyecto, además, nos permitió llevar adelante una refinanciación que nos otorgó la AFIP de toda la deuda impositiva que tenía en general el sector, porque el sector venía resistiendo de la manera que podía... En consecuencia eso también tuvo una lectura favorable,

esa fue una política, una palanca que logramos. **Y después vino enseguida el trabajo sobre las superficies que iban a ser necesarias ampliar, empezamos a encontrarnos con problemas en el crecimiento –porque no fue todo un campo orégano– ¡Se hacían galpones en Entre Ríos y no teníamos corriente! ¡Nos faltaba lo elemental! Pero los galpones se ampliaban, se desarrollaban las plantas de faena y también faltaba potencia...”**

Domenech recuerda que también aparecieron otros problemas: “una empresa entrerriana había comprado un túnel de frío a Brasil y resultó que la empresa brasilera se presentó en concurso y luego quebró; hubo un intento de entendimiento y los brasileros le ofrecieron el soporte de software y unos elementos importantes para desarrollar un túnel que son las cadenas, que son las que mueven las estanterías. *«Si ustedes pueden trabajar con lo que sea la chapa y el hierro, nosotros les mandamos la gente para encontrarle la forma»*, dijeron los brasileros; y así fue como reabrió una metalúrgica que estaba cerrada –Albace–, que hoy ha llenado de túneles de frío a todo el sector

cárnico, y que hizo posible la puesta en marcha del túnel de frío de esta empresa de Colón, en Entre Ríos”.

Según explica Domenech, la de CEPA fue siempre trabajar “de las empresas para adelante, nosotros no nos metemos dentro de las empresas, no hay razón para hacerlo, no es nuestra misión.

Recibimos la preocupación de las empresas, analizamos como vienen las cosas –apertura de mercados, casos de habilitaciones, armonizaciones de certificados sanitarios, etc.–, toda una serie de elementos realmente muy valiosos, muy importantes, que se convierten en nuestra función. Por supuesto que siempre tenemos el apoyo de los técnicos de las empresas: si vamos por una necesidad de plantear en AFIP, vamos con los responsables impositivos de las empresas; si tenemos temas de tipo sanitario vamos a la Conasa o al Senasa con los responsables veterinarios o ingenieros agrónomos que tienen que ver con la sanidad o con el alimento balanceado; esa es la forma con la cual trabajamos y eso lo permitió también el proyecto, porque fue demandando y no lo burocratizamos al proyecto, si no que fue siempre sumamente ejecutivo”.

En relación al diseño del Proyecto, según Domenech, reside en que “otra ventaja de la dinámica del sector, es que fue un proyecto que nosotros nos encargamos de auditarlo y de promocionar la auditoría; de ir mostrándole a los funcionarios y a los periodistas los verdaderos crecimientos y las verdaderas razones del crecimiento: no era un crecimiento accidental, el crecimiento en sí mismo era un crecimiento planificado y que por supuesto iba encontrando el camino, era un río con sus accidentes, con sus curvas, con sus banquitos de arena... pero la nave llegó. Y ahora, hay que tener en cuenta que si 50 kilos responden al consumo, estamos en 60 ki-

los de producción, porque 10 kilos es lo que estamos exportando”, enfatiza orgulloso Domenech.

LLEGÓ LA HORA DE LA AVICULTURA DE PRECISIÓN

Partiendo de la base que la oferta siempre fue una variable que incidió radicalmente en la producción de pollo, hoy más que nunca se necesita sumar mercados en el exterior, y en ese sentido, la competitividad juega un papel protagónico. **Dentro de este contexto, la Avicultura de Precisión aparece como una práctica imprescindible.**

Para Roberto Domenech “la avicultura de precisión es un desafío más importante que el proyecto mismo que tuvimos. Es decir, si quisiéramos dimensionar lo que fue desarrollar un proyecto allá por el año 2002, hoy tendríamos que decir que hay que lanzar desde el próximo año la decisión de trabajar en avicultura de precisión. **Porque declamar la avicultura de precisión la podemos declamar, pero la decisión de trabajar en avicultura de precisión es un desafío permanente.** No hay ninguna duda que para la avicultura de precisión uno tiene que lograr lo que cada etapa te dice que puedes tener en materia de producción y resultado: cuando dicen que la reproductora tiene que poner 185 huevos, tiene que poner 185 huevos... si pone 175 y el año pasado fueron 160, mejoraste pero no lograste el objetivo. **La avicultura de precisión es llegar a lo que te dicen que produce, porque no te dicen que produces para esforzarte a que te aproximes, si no para que lo logres.** Después de eso te van a decir la fertilidad promedio de ese lote tiene que ser del 84% con picos de 90%, por ejemplo, o quizás de más del 90%. Después que el pollito bebé alojado, en la primera semana tenga que superar determinado porcentaje de selección. O que tengo que

lograr determinado gramaje semana a semana, porque hoy están las balanzas electrónicas ubicadas dentro del galpón en donde el pollo se mueve –dentro de lo poco que se mueve–, pasa, lo pesa y tenés un registro de peso. Después vas por la conversión de alimento... Todo eso no lo puedes dejar de lado. Ahora bien, también están los que te dicen: *«vas a convertir 1,550, y va a ser en este tipo de galpón, bajo estas condiciones de aire, con estas condiciones de temperatura, con el menor movimiento dentro de las aves, etc.»*; y para eso ya tenés toda la implementación interna del galpón, pero hay que modificar el galpón y ahí empieza a jugar no sólo el resultado, sino también la escala, sin llegar a una sobrecarga de pollo por metro cuadrado. Entonces, ya tenés que pensar en galpones distintos, galpones de 14 a 16 metros de ancho que pueden ser de 160, 190 o 200 metros de largo. **Tenemos algunos galpones de este tipo, pero ¿cuántos deberíamos tener? La mayor cantidad posible, porque la mayoría de los países que producen y que ya aparecen como países competitivos en la exportación, lo han hecho en los últimos 5, 6 o 7 años. ¿Cómo lo hacen, por qué lo hacen? Porque tienen acceso al crédito, que ya es otra cosa que se tiene que incorporar, otra palanca que tiene que darse”, advierte Domenech.**

Al respecto, el dirigente sostiene que “unos de los saltos importantísimos que dimos en la inversión, fue en 2010 conseguir los Créditos del Bicentenario. **Esos créditos no financiaban la construcción de galpones o plantas de incubación, financiaban proyectos, que es otra cosa importante para agregar al efecto del proyecto.** Débora Giorgi, por ese entonces Ministra de Industria, siempre había escuchado, había leído y había acompañado lo que tenía que ver con nuestros proyectos, entonces en-

tendía lo que era un proyecto, entendía que no alcanzaba sólo con poner un túnel de frío, sino que al túnel de frío era conveniente alimentarlo y había que alimentarlo con otra velocidad de noria, con otro sistema, y para todo eso había que tomar otra escala, y para tomar otra escala había que poner más máquinas de incubar y entonces más galpones para las reproductoras... No importa que el proyecto fuera para aumentar en 3.000 pollos por hora la faena que venía por ahí siendo de 8.000 o 10.000 pollos, lo importante es que fuera integral como proyecto. A veces era complementario, porque ya algunos habían hecho inversión en plantas de incubación o lo que sea, entonces este fue un concepto importante. **Esto es lo que va a venir nuevamente para la avicultura de precisión, hay que ir mucho más allá”, sostiene Domenech.**

Pero además, el dirigente también señala un aspecto económico que va ligado a la competitividad de la producción: “hay un dato que es fundamental en todo esto y que tiene que darse: tenemos que tener niveles de inflación similares a los del mundo, o por lo menos, similares a los de los países latinoamericanos. Porque sino, te encontrás de golpe con que tenés que dejar de lado el momento de mejor rendimiento del ave, y en cambio de colgar un pollo de 2,800 kg, tenés que colgar un pollo de 3,200 kg., porque esos 400 gramos más van a bajar los costos industriales más que la conversión que tiene la mejora en menor uso de alimento en el galpón. Cuando ya empezás con esos corrimientos, se empieza a complicar todo... **Son muchos los pasos que se necesitan, pero de todos modos es fundamental y no sólo un desafío, se va a convertir en una obligación; no hay posibilidad de pretender estar en el mundo haciendo las cosas distintas a como las hacen tus competidores”.**

UNA NECESARIA ACTUALIZACIÓN

Se calcula que la industria avícola local, en lo que se refiere a la producción de carne, cuenta con aproximadamente 11 millones de metros cuadrados de superficie en galpones.

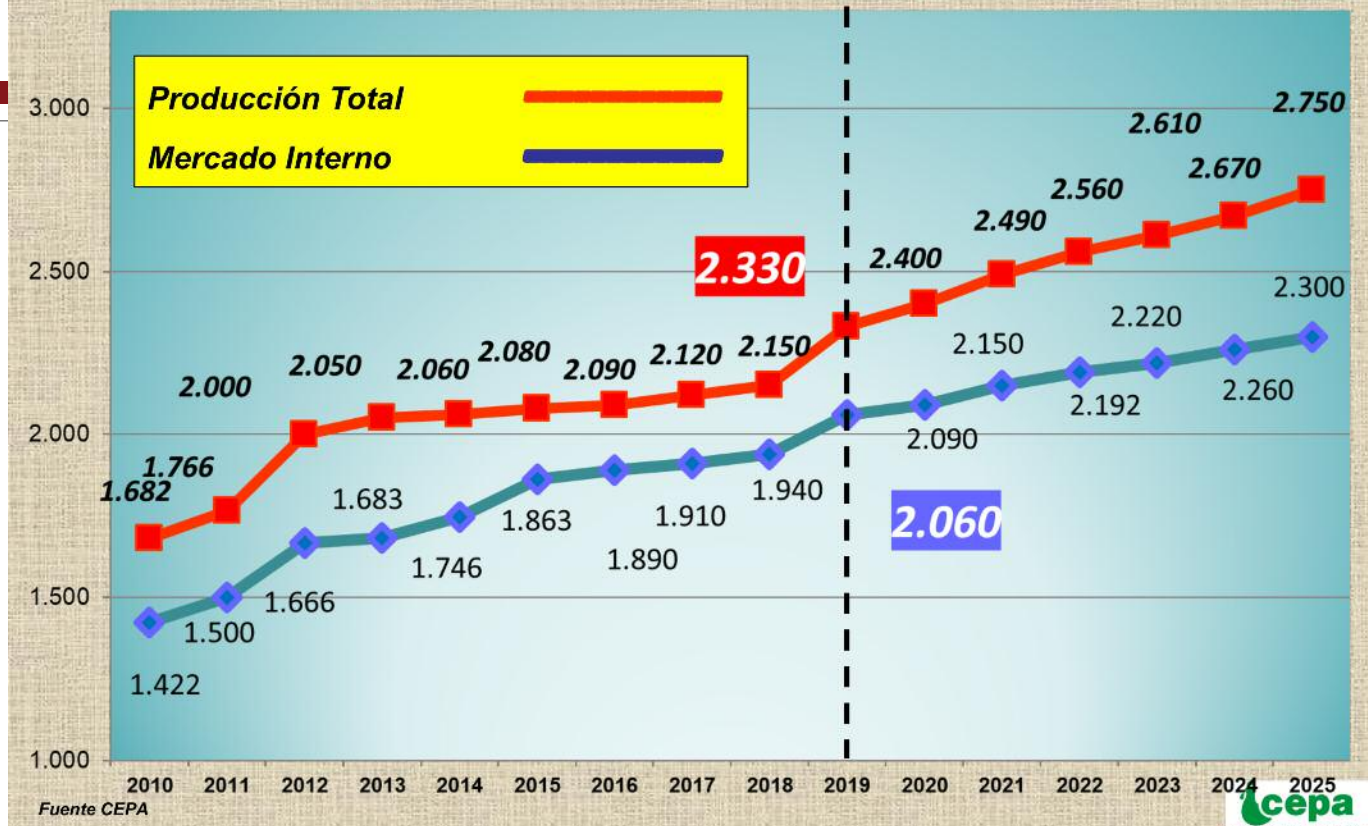
Uno de los principales problemas en el alojamiento de las aves surge de la existencia de una gran cantidad de galpones “viejos” (10 metros de ancho por 120 metros de largo) –aproximadamente 1.800.000 metros cuadrados–, donde la tecnología de comedero, bebedero y de silo –que comunica directamente al comedero para aquellos que pudieron hacerlo bien–, no tiene una relación de rendimiento entre la inversión y lo que se podría mejorar, porque no dan los anchos. Y en cambio de trabajar con 10 pollos por metro cuadrado, se podría trabajar con 12 pollos, lo que significaría un 20% más de capacidad. **Al respecto, Domenech sostiene que “gran parte de ellos, por la capacidad de manejo y la dedicación de sus dueños, siguen dando buenos resultados operativos. El problema es que se convierten en malos resultados retributivos porque –por buenos que sean– la escala falta, y eso no les permite alcanzar buenos resultados”.**

Como contrapartida, existen otros 2.000.000 de metros cuadrados de galpones de última generación, galpones excepcionales, con un excelente resultado productivo, que cuentan con una posibilidad de manejo muy liviano por parte de aquel que tiene que estar en la granja.

Domenech reflexiona sobre esta situación y considera que **“existe un dato que no es menor: si bien no hay continuidad en muchos de los hijos de aquellos colonos que siguen teniendo las granjas, porque prefieren acercarse a la ciudad, estar más cerca de la conectividad, más cerca de los colegios y tener otro proyecto de vida, la realidad es**

que la integración tiene que convertirse también en un proyecto de vida para esa gente... Este es otro tema que de alguna manera tiene que ver con la decisión de las empresas en cuanto a cómo manejar esta reconversión. Tampoco hay muchos productores que tengan la superficie adecuada de tierra para los galpones actuales. En el medio entre ese 1.800.000 metros cuadrados de galpones próximos a estar fuera de circulación y los 2.000.000 millones de metros cuadrados de galpones nuevos, hay 7.200.000 millones de metros cuadrados de galpones que fueron hechos en los últimos 15 años, que son galpones buenos, que tienen 12,5, 13 y hasta 14 metros de ancho, no todos están totalmente construídos como galpones túneles, pero sí pueden ser reformados y muchos, incluso, ya han sido reformados. Es decir, no estamos tan lejos... **Lo que sí necesitamos es obtener mejores resultados integrales para que, a partir de allí, se pueda brindar una mayor seguridad de flujo financiero a los integrados, para que esos integrados decidan comprometerse e invertir en esos galpones a través de las SGR (Sociedades de Garantías Recíprocas), y porque también les interese a ellos y vean que hay una posibilidad de construir un proyecto de vida a través de las granjas.** Yo creo que en materia de crédito las SGR son la mejor alternativa para los integrados independientes; por otro lado, creo que las mismas empresas en algún momento también van a decir: *«bueno, en términos generales toda la fase industrial está equilibrada y si nosotros no encontramos la manera de tener más superficie de mejor calidad para criar, la escala ya va a ir en contra de los resultados vivos».* O sea que vamos entrando dentro de un desafío... entre dilema y desafío”, afirma categórico el Presidente de CEPA.

Producción Total y Mercado Interno – Carne Aviar (en miles de toneladas)



HÁBITOS DE CONSUMO DE POLLO

En Argentina, si bien el consumo de pollo trozado es alto, la producción salida de fábrica de pollo trozado es baja. Al respecto Domenech considera que el problema reside en que los canales comerciales más comunes –incluidos los super e hipermercados– reciben el pollo entero y, así como cortan y preparan la carne bovina, también trozan el pollo y lo envasan.

“Las empresas que mejor trabajan en trozado están cortando un poco más del 65/70% de su producción, con una parte a mercado internacional. Después hay varias –y de alto volumen– que están en un 45/50% de corte en frigorífico. Y después existe un porcentaje, también importante, de empresas medianas y chicas que cortan entre un 10 y un 20% de su producción, y venden mucho pollo entero. Ese pollo entero tiene como destino a las granjas (como comúnmente se conocen a los negocios de venta de pollo). Ahora bien, de las 20 cajas de pollos que recibe una granja, por dar un ejemplo, 14 son de pollo entero, 3 cajas son de supremas y las otras 3 pueden ser de pata muslo o de muslo deshuesado, el resto

lo cortan en las mismas granjas... Yo no creo que vendan más de 5 cajas de pollo entero, las otras 9 cajas seguramente las cortan en la granja, utilizan la suprema y hacen la milanesa. O sea que el mercado de pollo trozado existe, está. Ese mercado de pollo trozado tiene valor agregado, no podemos darnos cuenta o aceptar de qué manera esa gente que está en la granja o la carnicería aparentemente saca un buen resultado de cortar el pollo, porque uno después se pregunta: ¿qué hacen con la carcasa o con los menudos? Evidentemente, por la habilidad que tienen para trabajar el producto, logran tener buenos resultados... Ahora bien, si hablamos del pollo trozado en el frigorífico, a lo mejor, la característica de cortarlo implica una mayor cantidad de gente –más allá de toda la mecanización– y esto hace que lamentablemente ese trozado ‘salido de fábrica’, más allá de las garantías se convierte en un producto de alto costo, a lo que hay que sumarle el valor de un producto de valor agregado. Y a veces se confunde también, al pensar que el valor agregado es mucho valor agregado... El valor agregado es una suma de elementos, como el mejor aprove-

chamiento de las partes. Yo creo que se está construyendo un mercado, un mercado de hábito en el cual también habrá que mejorar mucho. Lo que pasa es que en nuestro país, el sector todavía está lejos de ofrecer una presentación atractiva del trozado. En México, por ejemplo, presentan 4 filetes de pechuga listos para hacerlo milanesa, o lo venden cortado en tiritas para hacerlo parte de los burritos que después comen... La realidad es que hoy por hoy, cuando uno va al supermercado a comprar pollo entero o a comprar presas de pollo, cuesta decidirse para que llevar; ya de por sí es una dificultad seria cómo agarro el producto y de qué manera no ensucio las demás cosas que llevo en el carrito, y eso es negativo. La carne de cerdo y la bovina tienen muchísima mejor presentación que el pollo, en cualquier mercado en el que estemos, y eso va en contra nuestra. Pero ese ya no es un trabajo nuestro, es un trabajo de las empresas para con su gente y para con el producto. Deberíamos estar en la etapa de producto cocido listo para microondas...”, concluye Roberto Domenech, Presidente del Centro de Empresas Procesadoras Avícolas. ■



CHILE

Walmart estudiaría pago de compensación por colusión en precio de pollos

La Corte Suprema aumentó las multas a tres cadenas de supermercados por coludirse en el precio de los pollos. Cayó una multa sobre Unimarc, Jumbo, Santa Isabel y Walmart, cerca de 21,1 millones de dólares.

El fallo sostiene que, las empresas infringieron artículos de la ley “al haber participado del acuerdo destinado a fijar, por intermedio de sus proveedores, un precio de venta para la carne de pollo fresca en supermercados, igual o superior a su precio de lista mayorista, al menos entre los años 2008 y 2011”.

Walmart habría aceptado estudiar una eventual compensación a los consumidores, según información entregada al Servicio Nacional del Consumidor en una misiva en la que confirma su interés de participar de un Procedimiento Voluntario Colectivo.

En el escrito, la cadena habría redactado estar dispuesta a levantar estudios para calcular los perjuicios causados a los clientes. Esta determinación por parte de Walmart podría forzar a SMU y Cencosud a replicar la medida, aunque de momento no se han referido a este tema.

Ni Walmart ni el Sernac han confirmado esta información. A fines de abril, la Organización de Consumidores y Usuarios (Odecu) aseguró -tras encargar un estudio- que el daño que provocó a los chilenos la colusión de los pollos entre 2008 y 2011 por parte de los supermercados ascendería a casi \$450 mil millones.

Según el estudio, si se solicitara una compensación para los consumidores por el daño ocasionado por esta conducta ilícita sería de \$29.910 pesos chilenos por cada habitante mayor de edad del país.

VENEZUELA

Aumenta la producción de huevos y baja el consumo en cinco años

El consumo per cápita de huevos en Venezuela disminuyó debido a la recesión económica reinante en el país, y la hiperinflación que ha afectado a toda la población, disminuyendo su poder adquisitivo

Entre el año 2014 y el 2019 el consumo per cápita de huevos en el país disminuyó 59,7% debido a la recesión económica y la hiperinflación que ha afectado a toda la población, disminuyendo su poder adquisitivo, según indican reportes oficiales

De acuerdo con datos suministrados por la Federación Nacional de Avicultura (Fenavi), entre 1999 y 2014 el consumo de huevos registró un aumento del 96,8% y la producción aumentó en 149,3%, sin embargo, luego de esto el consumo cayó, pasando de 188 unidades por habitante a un mínimo de 75,71.

Desde el 2013 y hasta el 2019 la producción registró una caída del 63,88%, pero para los primeros cinco meses del año 2020 la producción de huevos aumentó 20,5%, pese a la falta de combustible y la cuarentena por el COVID-19 en el país, que han profundizado la crisis económica.

Entre enero y mayo de 2020, la producción en Venezuela trepó desde los 245.061.720 huevos de consumo a 295.362.720 unidades. Esta cifra representa casi la mitad de la capacidad de producción que tiene el sector productor de huevos venezolano, según informes oficiales.

El aumento de la producción de huevos se debe a que ha habido mayor rotación del producto, aseguró Simón Leal Alfonso, presidente de la Cámara de Pequeñas y Medianas Integraciones Avícolas de Venezuela (Pymi Avicola).

PARAGUAY

Caen ingresos por exportaciones de carne aviar

Al cierre del 1er. semestre del año los ingresos por exportaciones del sector avícola cayeron en un 6%. Los envíos de carne, menudencias y despojos avícolas totalizaron US\$ 2.292.930, en tanto que en el mismo período del 2019 llegaron a US\$ 2.439.558.

Si bien se registró una reducción en cuanto a ingresos de divisas, los envíos cerraron a junio con un repunte del 30% en volumen y alcanzaron 2.990,4 toneladas, según el Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal (Senacsa). Al 6º mes del 2019 el volumen embarcado fue de 2.432,7 toneladas.

El presidente de la Asociación Paraguaya de Productores y Exportadores de Pollos (Appep), Ceferino Méndez, dijo que el volumen que Paraguay exporta aún es bajo. “Es un oxígeno para los productores, pero necesitamos un mayor ingreso”, sostuvo.

Agregó que es necesario que el Gobierno y el rubro aviar avancen en la apertura de más mercados que posibiliten mejores ingresos. Señaló además que están trabajando con Senacsa para comercializar carne de pollo a Taiwán. Afirmó que la expectativa para este año era superar los US\$ 10 millones en exportaciones, pero con la pandemia del Covid-19 considera que será difícil alcanzar esa cifra, porque se retrasará por la situación económica que viven muchos países, debido a la crisis sanitaria por el nuevo coronavirus.

Según Senacsa, entre enero y junio del 2020 los envíos del sector avícola llegaron a 12 destinos: Rusia el más importante con una participación del 52%, Albania 10%, Angola 7%, Gabón 6%, Cabo Verde al igual que Kuwait, Bahamas y Mozambique con 4%, entre otros.

Solo MSD
lo puede ofrecer

Nobilis®
IB Ma5 + 4/91



Protectotype
IB Ma5 + 4/91

Máxima Protección contra Bronquitis Infecciosa

Si nos enfocamos de manera individual en el control de cada nueva variante de Bronquitis Infecciosa estamos trabajando de manera más compleja y poco eficiente, es por esto que MSD promueve el concepto *Protectotipo*, a través del uso de las vacunas Nobilis IB Ma5 + Nobilis 4/91 para lograr una protección de amplio espectro y larga duración

Proteja sus aves con IB Ma5 + 4/91 y deje que ellas hablen por sí solas.



AviculturaAr@merck.com
www.msd-salud-animal.com.ar

MSD
Salud Animal

“Evolucionar es un concepto que está en nuestra naturaleza”

Guiados por la ciencia y los cuidados en la salud y el bienestar de los animales, Farmabase lleva más de 25 años desarrollando soluciones accesibles para el mantenimiento y el tratamiento de enfermedades en aves y porcinos. Luego de su reciente adquisición de Cevasa en Argentina, la compañía líder en Brasil se prepara para seguir evolucionando y expandiéndose a nivel global.



Ewerton Zanelato, Director Comercial de Cevasa-Farmabase

Desde que Farmabase adquirió Cevasa en nuestro país, su compromiso estuvo enfocado en continuar con los valores de su casa matriz, en Brasil: ser referencia en sanidad animal gracias a la constante búsqueda de innovación, desarrollando productos destinados a mantener la salud y el bienestar de aves y porcinos en total conformidad con las necesidades técnicas y regulatorias del mercado global.

Ewerton Zanelato, Director Comercial de Cevasa-Farmabase, señala que “para nosotros fue una experiencia nueva tener una planta de elaboración y una oficina afuera de Brasil. Lo primero fue la adaptación, ya que uno siempre está muy preparado a trabajar y ayudar con las cosas en donde está ubicado. En los otros países donde teníamos negocios, siempre se daban a través personas que ya tenían conocimiento de cómo se manejaba todo localmente. **El primer desafío en Argentina fue adaptarnos a las condiciones del mercado y creo que lo hicimos de manera bastante rápida, pudimos estar en plena actividad rápidamente, adaptamos a nuestro equipo de comercialización a lo que hacíamos como empresa, y hoy puedo decir que estoy orgulloso de contar con un excelente grupo.** El 100% de nuestro equipo comercial son técnicos que enfocan sus visitas a nuestros clientes –además de presentar y vender nuestros productos–, a escuchar sus necesidades y, a partir de ahí, proveer una solución”, enfatiza Zanelato. Y agrega: “**conocer lo que necesita nuestro cliente es el primer paso para tener una buena relación, y lograr efectividad con lo que vamos a ofrecer**”.

LOS RESULTADOS COMO OBJETIVO PRINCIPAL

Ewerton Zanelato hace hincapié en el desarrollo de la formulación que re-

aliza Farmabase. “Nosotros pensamos mucho en tener un producto que sea efectivo y que llegue al animal. Muchas veces, cuando utilizamos caminos o vehículos para que los productos lleguen a los animales, tenemos que garantizar que el producto no esté estable solamente adentro del paquete, sino también en el vehículo que vamos a utilizar –el agua o el alimento–. **En el desarrollo de las formulaciones de Farmabase, trabajamos de forma muy intensa para obtener eso. Otro punto para destacar en la compañía es el rigor del Departamento de Calidad, ya que garantiza totalmente la concentración de los activos que debe tener cada producto.** Nosotros prestamos especial atención con este punto, e incluso lo dejamos reflejado desde nuestro logotipo, el cual representa un elemento de la tabla periódica como símbolo de la exactitud. La exactitud de una concentración es fundamental para nosotros. Respecto de la elaboración de nuestros productos, **seguimos estándares de GMP –incluso GMP europeo–, y en nuestras plantas, tanto en Brasil como en Argentina, garantizamos buenas prácticas de fabricación de los productos.** Luego, con nuestro equipo técnico comercial, brindamos un soporte a nuestros clientes para que los productos sean aplicados de una manera correcta en el campo y que presenten su efectividad, que es el objetivo final de nuestros productos”.

En ese sentido, según destaca Zanelato, Farmabase siempre busca tener el conocimiento del desafío, para poder indicar el principio activo y la dosis que corresponda. “Muchas veces llegamos a la situación de verificar que no es necesaria la utilización de una medicación, pero sí de alguna otra herramienta que haga que el cliente no tenga que soltar de la mano la última instancia para controlar cualquier tipo de problema que tenga en su producción”.

ALIANZAS DE PRIMER NIVEL

Con una trayectoria avalada por 25 de liderazgo en Brasil, Zanelato sostiene que Farmabase mantiene una relación de confianza con sus clientes. “**El productor conoce lo que hacemos y confía en nosotros. Y para que esa relación de confianza perdure en el tiempo debemos seguir trabajando de la misma manera, haciendo lo que es correcto y no lo más fácil, estar cerca de nuestros clientes e identificar sus necesidades. Esta es la forma a través de la cual podemos generar alianzas a largo plazo.** Nosotros nacimos como una empresa productora de medicamentos veterinarios y con el tiempo fuimos identificando que el cliente tiene otras necesidades además de contar con esos medicamentos, entonces fuimos buscando siempre trabajar con empresas que ya tengan know how en áreas que quizás nosotros todavía no lo teníamos. **En Argentina nosotros desarrollamos una alianza muy fuerte con Novus en la línea de Eubióticos y también en la línea de enzimas.** También tenemos una alianza con una empresa de Turquía que produce fumígenos para desinfección seca en plantas de incubación, instalaciones avícolas y también en fábricas de alimento. Otra de nuestras alianzas es con Biovet, una empresa del grupo Vaxxinova, un grupo gigante que es dueño de líneas genéticas y también tiene siete laboratorios en el mundo – Holanda, Alemania, Noruega, Jordania, Japón, Italia y Brasil–, que desarrollan vacunas, y nosotros **estamos comercializando en Argentina la vacuna líder de Coccidiosis en Latinoamérica, que es la Bio-Coccivet R®, tenemos una vacuna inactivada para Salmonella y una vacuna para reproductoras, una Quintuple –que es la única vacuna quintuple en el mercado–.** Son productos que están en la frontera del conocimiento y también de alto



nivel y utilización en todo el mundo. Es un poco lo que buscamos, ofrecer al mercado este tipo de herramientas”.

MANTENER INTACTO EL ADN DE LA COMPAÑÍA

Al igual que las personas, todas las empresas se vieron afectadas –en menor o mayor medida– por la aparición del COVID-19. **Para Ewerton Zanelato, mantener la calidad y los servicios que Farmabase ofrece a sus clientes, fue posible gracias a las bases que tiene la compañía desde sus inicios: “es algo que está en el ADN de cada uno de los empleados de la empresa.** Lógicamente que estar en un ambiente con todo lo que estamos viviendo hoy, no por manejar la empresa pero sí por el ambiente que se vive más que nada financiero y económico, genera una responsabilidad no solamente con la empresa, sino también con los empleados. Una responsabilidad orientada a mantener todos los puestos de trabajo y continuar con el crecimiento, que de por sí, es

un desafío. De ahí que día a día uno tenga que actualizarse y hacer las cosas de una manera distinta a la que las venías haciendo hace 2 o 3 meses. Ha cambiado la relación con los proveedores y también con los clientes. En ese sentido, **nosotros reinventamos la relación con nuestros clientes, hoy buscamos estar cerca de ellos pero de una manera distinta a la que lo hacíamos antes; antes nos gustaba estar mirando los animales junto a nuestros clientes, hacer diagnóstico o verificación, y hoy todo eso tenemos que hacerlo de una manera remota, evaluando los datos que ellos tienen en sus sistemas operacionales.** Muchos de nuestros clientes tienen sistemas donde aportan datos de mortalidad, de ganancias por las distintas fases, e intentamos utilizar esa base de datos para poder ayudarlos. Además de eso también creamos herramientas que fueron muy positivas a lo largo de este tiempo en cuarentena para mantenernos cerca. **Desarrollamos un canal en YouTube donde se dio**

la posibilidad de llevar conocimiento a nuestros clientes a través de Webinars. Este año ya hicimos 9 Webinars en estos últimos meses, con diferentes referentes del mundo en porcicultura y en avicultura. Fueron 9 Webinars con destacados profesionales de Estados Unidos, España y Brasil, cada uno con su especialidad, permitiendo conocimientos de punta a nuestros clientes. También estamos avanzando en las próximas semanas en lo que llamamos *Video Aulas*, las cuales ya fueron lanzadas en portugués y ahora estamos traduciendo en español. Cada una de las *Video Aulas* fueron producidas por profesionales de nuestro cuerpo técnico y hablan de distintos temas, como Salmonella, Coccidiosis o Micoplasmosis, donde se abordan las características de las enfermedades y las formas de prevención y control, en aproximadamente 25 minutos de duración. Paralelamente, **estamos desarrollando el mayor evento de la porcicultura de la actualidad.** En un momento en donde las

dificultades de ir a eventos y buscar actualizaciones está complicado, tomamos referentes que iban a estar los eventos que todos los años se llevan a cabo en Brasil, en Europa y en otros puntos del mundo, y juntamos todo en un evento producido por Farmabase con el apoyo de Eco Animal Health, empresa con la que tenemos una alianza muy fuerte en Brasil apoyando sus productos. **Este evento vamos a traducirlo en tres idiomas de manera simultánea -inglés, portugués y español-, se llevará a cabo entre el 11 y el 13 de agosto y se descuenta que contará con una nutrida convocatoria.**

UN NUEVO CONTEXTO

Las empresas tienden, cada vez más, a la deslocalización y a dirigir su estrategia hacia el exterior. Este proceso de internacionalización de las empresas, mediante el cual una compañía desarrolla una parte de sus actividades en otro país diferente al suyo, se compone de varios elementos esenciales, como el desarrollo a largo plazo; cambios en el funcionamiento, estructura y en la manera de operar el negocio; o el desarrollo de tareas fuera del país del que es originaria la compañía. La internacionalización supone salir de las fronteras y hacer una serie de actividades de diverso tipo, como comprar materiales, invertir, adquirir productos, en otros mercados diferentes.

Farmabase también vive un proceso de internacionalización, es decir, está presente cada vez en más países -en todos los continentes- y esto quizás también obliga a un cambio de mentalidad en la empresa. Al respecto, Zanelato señala que “antes, nosotros teníamos el mismo cuerpo técnico haciendo los trabajos de expansión, hoy ya tenemos una oficina en Asia con empleados haciendo todo lo referente a la comercialización de nuestra línea de

productos allí; tenemos una persona exclusivamente involucrada en el mercado latinoamericano y tenemos una persona operando en Oriente Medio. Estos tres Médicos Veterinarios están capacitados para llevar adelante el área comercial y también el soporte a los clientes. Todo este proceso implicó un desafío enorme no sólo desde el aspecto comercial, sino también desde lo productivo, ya que cada lugar tiene su exigencia, sus necesidades de envases, tamaño de paquetes, etc., pero además, **todo este proceso nos permite adquirir las experiencias, tendencias o información de otros mercados que luego podemos replicar en los distintos países en donde operamos”.**

Zanelato se muestra conforme con lo realizado hasta el día de hoy. “Creo que venimos haciendo bien las cosas. Farmabase creció mucho, tanto en Brasil como en Argentina. **Hoy, en el mercado argentino, duplicamos nuestro tamaño en tan sólo 2 años, esto es un resultado muy significativo en una situación con la complejidad que estamos viviendo, un resultado muy positivo en ese sentido. Y lo hemos logrado trabajando constantemente en mejorar eficiencia de nuestros productos. Porque además de la responsabilidad con nuestras cuentas, con nuestros costos, nosotros tenemos la responsabilidad con todo un sector de producción de proteína animal.** Hoy, en la producción de carne aviar, se puede hacer una lectura que parte de la responsabilidad de proveer a toda la población de una proteína de excelente calidad al mejor costo posible. Nosotros somos parte de esta cadena y lo que hacemos es enfocarnos en eso, es decir, además de garantizar ganancias a nuestra empresa, tenemos también que garantizar que nuestro cliente tenga un producto con una eficiencia tal, que resulte positiva en lo que busca, con una mejor situa-

ción de costo, para que luego eso sea trasladado a su producto final también. **Es una tarea incansable, todos los días estamos buscando mejorar la eficiencia: eficiencia productiva y en los costos para poder trasladar esa eficiencia a nuestros clientes.** En nuestra planta de Pilar, pudimos mejorar nuestros procesos de producción y hoy estamos produciendo mucho más de lo que producíamos, haciendo algunos cambios de equipamiento, sumando nuevos equipamientos, buscando esta eficiencia productiva enfocada a reducir costos, incluso automatizando algunos procesos. Esto es algo que venimos haciendo, siempre mirando en la calidad del producto final”.

EL FUTURO DE FARMABASE

Ewerton Zanelato es muy optimista respecto al futuro de Farmabase. **“En los próximos años veo a Farmabase como una empresa líder del mercado argentino. Así como logramos el liderazgo en Brasil como proveedores de salud porcina y avícola, lo veo también acá en Argentina, y estamos en camino de eso.** Con la expansión que estamos teniendo ahora, lo veo en Latinoamérica y no nos falta mucho, quizás este año ya logremos estar en esta posición. Veo a Farmabase como una empresa de desarrollo de nuevas alternativas, trabajando en las distintas líneas del seguimiento veterinario. Veo que hay mucha oportunidad de crecimiento y la empresa eso lo aprovecha; año tras año la empresa sigue creciendo. Y la veo como líder del mercado también con una identidad de calidad muy fuerte. **Pero además de buscar el liderazgo, nosotros buscamos y logramos tener la identidad de productos y servicios de calidad y, creo que esta es una de las fortalezas que nos permite seguir creciendo cada año”**, concluye Ewerton Zanelato, Director Comercial de Cevasa-Farmabase. ■

Farmabase realizará la mayor conferencia virtual del sector porcino

Con traducción simultánea a tres idiomas y grandes nombres de la sanidad animal en el mundo, FarmaTalks® Swine Conference promete cobertura mundial



El período de cuarentena ha traído reflexiones a las empresas, para crear una nueva apariencia y perspectiva para los productos y servicios en los que operan. **Con eso en mente, Farmabase, el líder brasileño en salud de porcinos y aves, lanzó Farma-Talks® en abril como una herramienta para proporcionar información de calidad a aquellos que participan en la cadena de producción de porcinos y aves durante este período de aislamiento debido a la pandemia de COVID-19.** En junio, FarmaTalks® trajo a 9 oradores para presentar y discutir temas relevantes relacionados con la sanidad animal.

Para agosto, la compañía, en asociación con Eco Animal Health, está organizando el mayor de sus eventos. El

objetivo principal de la Conferencia de Porcinos FarmaTalks® es hacer accesible la mejor información técnica a través de una plataforma 100% on-line, y reunir a los nombres más importantes del mundo en sanidad porcina.

Con registros gratuitos y limitados, entre el 11 y el 13 de agosto, la Conferencia porcina FarmaTalks® constará de tres paneles diferentes: mercado de proteínas animales, salud respiratoria y salud entérica.

Entre los oradores ya confirmados para el primer día están el Dr. Nan-Dirk Mulder (Rabobank) y líderes en el sector de agronegocios, como el CEO de JBS Global, Gilberto Tomazoni, y el director general de Granjas Carroll en México, Victor Ochoa.

Los días 12 y 13 de agosto se realizarán conferencias centradas en la salud respiratoria y entérica de los porcinos, respectivamente. Con catorce conferencias magistrales, entre los nombres principales se encuentran cinco autores del libro “Diseases of Swine”, el principal trabajo de salud porcina en el mundo, además de cinco mesas redondas y doce conferencias de quince minutos de duración. **Algunos temas ya confirmados: influenza porcina, enfermedad de Glasser, PCV-2 y PCV-3, micoplasmosis y rotavirus.**

“En Farmabase, miramos a largo plazo desarrollar la salud animal junto con el sector. Este es el lema de la compañía y este compromiso nos llevó a crear la Conferencia porcina Farma-



Talks®. Estamos seguros de que será muy efectivo como actualización técnica para los profesionales de la cadena y, más que eso, efectivo para su base de trabajo diario, haciéndolos también más competitivos en el mercado”, comentan Vitor Franceschini - Director Comercial y Giovanni Stingelin - Gerente Técnico de Farmabase.

UN EVENTO SOLIDARIO

FarmaTalks® Swine también tiene un carácter solidario, dado el escenario de coronavirus. Además de brindar información técnica de calidad durante toda la semana, la Conferencia FarmaTalks® Swine tendrá una apertura de patrocinio con un sistema de cuotas para las agroindustrias que quieran participar, con la donación de 1 tonelada de alimentos a entidades sociales en la región en la que operan.

Farmabase también proporcionará puntos físicos exclusivos para transmitir el evento en la empresa o región

asociada, con todo el material audiovisual necesario, siguiendo todas las pautas adoptadas internacionalmente para reducir y prevenir los riesgos de transmisión de COVID-19.

La inscripción está abierta del 29 de junio al 30 de julio. Para más información, visite: farma-talks.com

UN POCO MAS DE INFORMACIÓN ACERCA DE FARMATALKS®SWINE:

■ **Fecha: del 11 al 13 de agosto:** 100% online (farma-talks.com), traducido simultáneamente a tres idiomas diferentes (portugués, inglés y español).

■ **Audiencia-objetivo:** Veterinarios y profesionales involucrados en la cadena de producción de carne de cerdo en todo el mundo.

■ **Temas:** La Conferencia FarmaTalks®Swine constará de 3 paneles diferentes: mercado de proteínas animales, salud respiratoria y salud entérica.

■ **No es una conferencia en vivo, es una conferencia estándar internacional:**

La Conferencia FarmaTalks®Swine será una conferencia real en un entorno virtual, con toda la estructura de un evento estándar internacional: entrega de certificados de participación, anuarios y presentación de proyectos.

■ **Mire desde cualquier lugar del mundo y en el idioma que elija:**

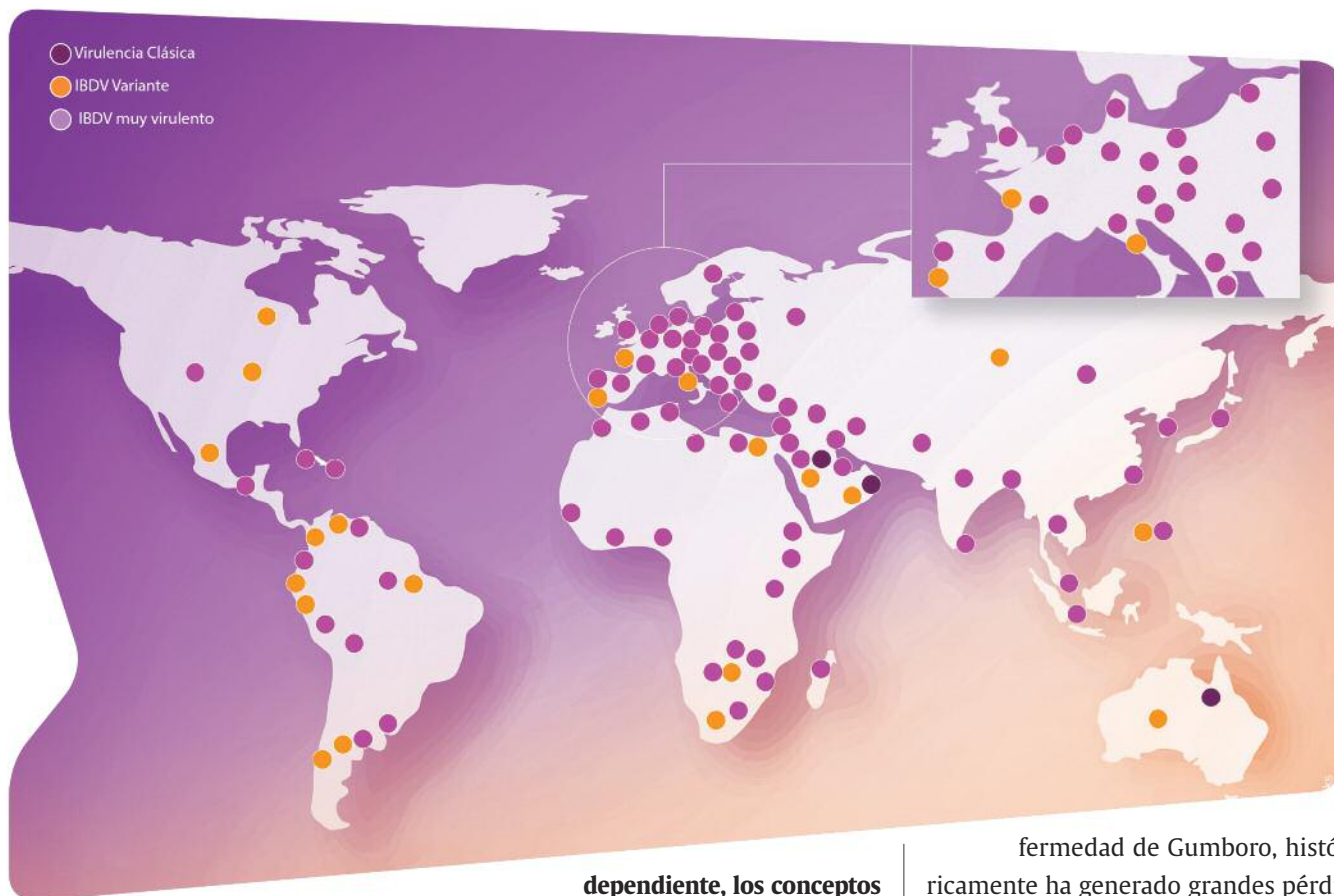
La Conferencia FarmaTalks®Swine será un evento técnico 100% en línea transmitido en vivo en todo el mundo con traducción simultánea a 3 idiomas: portugués, inglés y español.

■ **Actualización técnica y de mercado con los mejores:**

La Conferencia FarmaTalks®Swine reunirá a los mejores especialistas del sector con el objetivo de brindar lo mejor de las actualizaciones técnicas y de mercado a todos los involucrados en la cadena porcina. ■

Vacunas y vacunación para el control efectivo de la enfermedad de Gumboro

La industria avícola ha evolucionado de manera importante en las últimas décadas. La creciente demanda de mayores volúmenes, mejor calidad y precios competitivos han tenido como consecuencia la industrialización, intensificación y concentración de la producción. Esto último ha dado a lugar a una creciente presión en los animales que tienen un mejor potencial genético, productivo y de eficiencia. En este contexto el control de enfermedades infecciosas es determinante; adicionalmente, ha crecido la presión para reducir el uso de antibióticos, así como las exigencias en el control eficaz de agentes zoonóticos lo cual ha forzado a los productores a mejorar y entender profundamente el control de las enfermedades.



La bioseguridad y la vacunación son herramientas esenciales para el adecuado control de las enfermedades infecciosas. Adicionalmente, pero probablemente no de manera in-

dependiente, los conceptos de vacunación han sido sometidos a una revolución tal, que han requerido la definición de nuevas estrategias sanitarias. La Bursitis Infecciosa (IBD del inglés Infectious Bursal Disease) o, conocida más comúnmente como la en-

fermedad de Gumboro, históricamente ha generado grandes pérdidas a la avicultura industrial y está clasificada dentro de las principales enfermedades en casi todos los países del mundo. Una de las razones por las cuales la enfermedad continúa desafiando a las aves es que el virus de Gumboro

es muy resistente en el ambiente lo cual permite su persistencia en instalaciones avícolas, aún en ausencia de pollos durante los periodos de inactividad. **Por otro lado, la presencia del vIBDV (virus muy virulento de la bursitis infecciosa) y cepas variantes, ha sido detectada no solamente en pollos de engorde, sino también en pollitas ponedoras en todas las áreas con avicultura industrial.**

Sumado a los aspectos descriptos, el control de la enfermedad de Gumboro en el campo se ha enfrentado a diversas problemáticas:

- ▶ **El nivel de anticuerpos maternos (AcM) es variable o se desconoce al momento de la vacunación.** Por tal motivo, el prendimiento real de la vacuna no es uniforme en todas las aves de un lote. Para obtener un cálculo adecuado de la edad de vacunación es necesario realizar pruebas serológicas en pollitos de un día, lo cual en la práctica es operativamente complejo y representa un costo adicional. **Sin la determinación precisa del nivel de AcM para Gumboro, existen 2 riesgos:** el primero es que los virus vivos vacunales atenuados aplicados precozmente sean neutralizados por los AcM; el segundo es que cuando las vacunas son aplicadas tardíamente, el virus de campo se replicará en la bursa antes que las cepas vacunales, provocando el desarrollo de la enfermedad.
- ▶ **La vía de administración, principalmente el agua de bebida, en sí tiene riesgos.** Su éxito depende de la calidad del agua que las aves ingieren, la neutralización exitosa del cloro antes de mezclar la vacuna, la distribución homogénea de la solución de la vacuna a todas las aves que la ingieren y la necesidad de que todas

las aves del lote tomen su dosis vacunal completa. Por lo tanto, es usual hallar procedimientos de vacunación que no son óptimos. En base a evaluaciones de campo en empresas avícolas, el índice de vacunación fallido debido a los motivos descriptos suele variar entre 30 a 50% de los pollos (W. van der Sluis, World Poultry 2012).

El desarrollo de las vacunas de complejo inmune antígeno-anticuerpo, tuvo por finalidad solucionar esas problemáticas al proporcionar un enfoque totalmente nuevo de vacunación contra la enfermedad de Gumboro:

- ▶ Las vacunas se aplican en la planta de incubación (vacunación in ovo o subcutánea) utilizando equipo de inyección automatizados, los cuales se pueden calibrar y revisar regularmente **para proporcionar una dosis constante a una gran velocidad, pero con un estrés mínimo para las aves.** La formulación de las vacunas de complejo inmune **permite que el virus vacunal atenuado no tenga contacto con los anticuerpos maternos frente al virus de la enfermedad de Gumboro** y, por lo tanto, el prendimiento de la vacuna es seguro, independientemente del nivel de inmunidad transferida por las madres.

¿QUÉ ES UNA VACUNA DE COMPLEJO INMUNE PARA IBD?

Consiste en la suspensión del virus de Gumboro vivo atenuado (cepa intermedia plus) combinados en proporciones bien definidas con anticuerpos. De este modo, el virus vacunal es cubierto por inmunoglobulinas específicas (Inmunoglobulinas Protectoras de Virus, o VPI) que lo protegen y evitan que sea reconocido por el sistema inmune de las aves.

Transmune® básicamente es una mezcla en proporciones bien definidas de la cepa atenuada y clásica Winterfield 2512 del virus de la enfermedad de Gumboro con anticuerpos específicos y su uso está indicado en pollos de engorde y reproductores pesados.

Por su parte Novamune® está desarrollada con la cepa atenuada SYZA26 del virus de la enfermedad de Gumboro, formando complejos inmunes con inmunoglobulinas específicas para su aplicación en aves de líneas livianas (pollitas para reposición).

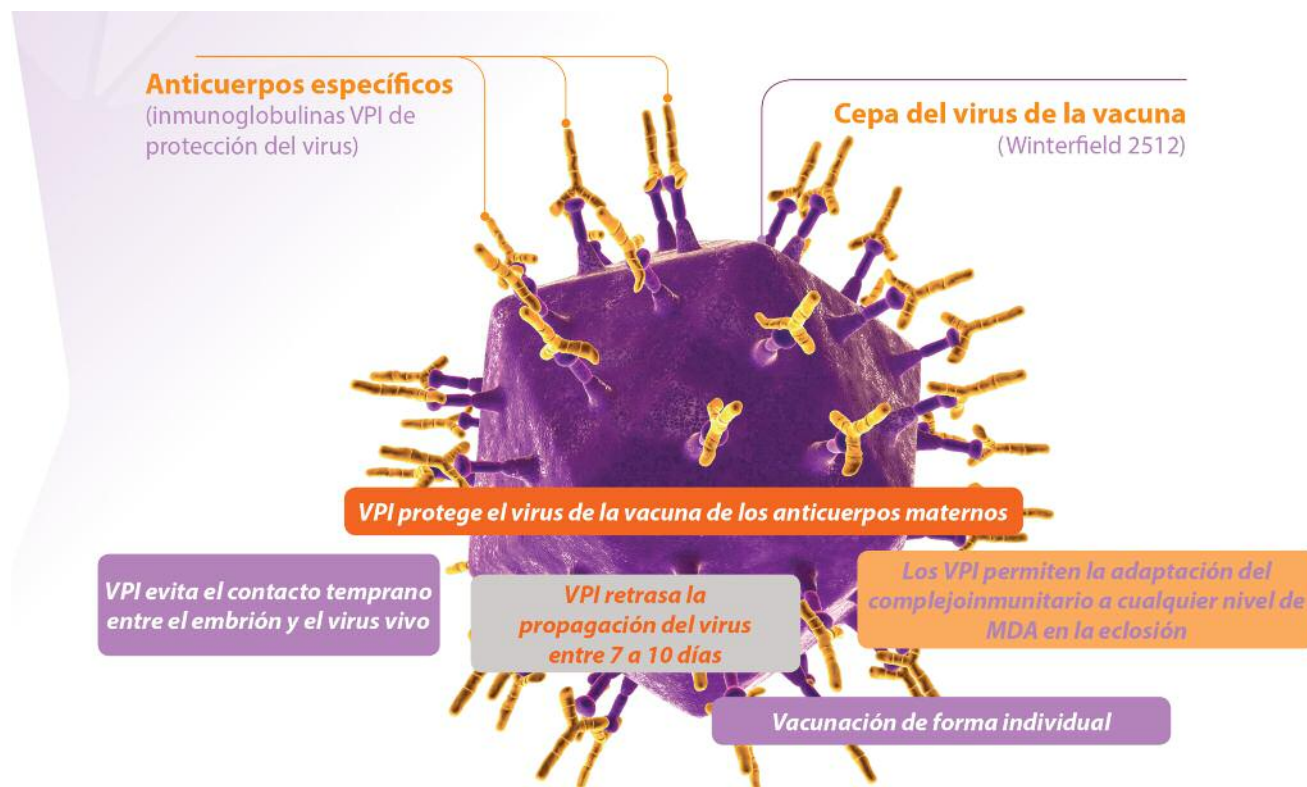
Debido a la importancia del adecuado equilibrio entre el virus vacunal y los anticuerpos neutralizantes, en ambos casos fueron necesarias múltiples pruebas con diferentes fórmulas antes de su introducción al mercado a fin de obtener un balance óptimo de la seguridad y eficacia del producto tanto en líneas pesadas como livianas.

Como ambas vacunas fueron desarrolladas y registradas en la Unión Europea, fue diseñado un procedimiento de control de calidad especial para mantener la eficacia y seguridad de cada serie elaborada, que consiste en una prueba rigurosa a cada lote al usar una CID50 (dosis infectiva de embrión de pollo, por sus siglas en inglés).

¿CÓMO FUNCIONAN TRANSMUNE® Y NOVAMUNE®?

Luego de la administración de la vacuna por vía inyectable, las células dendríticas foliculares del bazo retienen los complejos inmunes y transcurridos unos 8 a 10 días, el virus vacunal comienza a liberarse en forma gradual.

De este modo, cuando el nivel de anticuerpos maternos disminuye como consecuencia del catabolismo normal, el virus vacunal liberado podrá replicarse en los linfocitos B de la bolsa de Fabricio e inducir la respuesta inmune protectora.



El objetivo primario de inmunizar las aves frente a IBD es lograr la colonización de los linfocitos B de las aves con el virus vacunal atenuado; este evento permitirá el bloqueo de la bolsa de Fabricio frente a infecciones por virus de campo de Gumboro cuyas consecuencias serán:

- ▶ Un ave correctamente inmunizada estará **protegida contra la enfermedad clínica, subclínica e inmunosupresión.**
- ▶ La consecuente generación de resistencia a la infección permitirá al ave **un adecuado desarrollo y desempeño productivo.**
- ▶ La **limitación de la excreción de virus de desafío en el ambiente de las granjas,** aspecto fundamental para el control ambiental de la enfermedad.

La seguridad de las vacunas de complejo inmune es similar a la de las vacunas vivas, con la ventaja adicional que todas las aves son inmunizadas con

la misma dosis bien controlada de vacuna. Adicionalmente, inmunizaciones con este tipo de tecnología, ciclo a ciclo, **disminuyen la presión viral, y, en consecuencia, la presión de selección no ocurre en la población viral de la granja y se logra el verdadero control de la enfermedad.**

Después de 15 años de utilización en el campo, las vacunas de complejo inmune han tomado gran relevancia, ya que **lograron cubrir las demandas de la industria para el control efectivo de la enfermedad de Gumboro:**

- ▶ **Contener un virus atenuado** que se replica en las bursas rápidamente y en la presencia de niveles medios de anticuerpos maternos
- ▶ **Efectividad con sola una dosis** aplicada en la planta de incubación.
- ▶ Contar con el correcto balance de antígeno y anticuerpo en su fórmula para **garantizar eficacia y seguridad.**

Con la finalidad de contar con vac-

unas de complejo inmune de Gumboro que se adecúen a las diferentes categorías productivas y, considerando los trabajos científicos que han demostrado distintos niveles de metabolización de los anticuerpos maternos de IBD, fueron desarrolladas las vacunas **Transmune® y Novamune® con el fin de disponer de productos específicos y compatibles con vacunas para el control de otras enfermedades que se aplican en la planta de incubación.**

Desde su lanzamiento hace 15 años, **Transmune® se ha utilizado en más de 110 billones de aves en todo el mundo,** convirtiéndose en la herramienta más utilizada para el control de la enfermedad de Gumboro en pollos de engorde.

Por su parte, luego de su lanzamiento en los últimos años, **Novamune® se ha posicionado como la vacuna de referencia para el control de Gumboro en ponedoras** en base a sus características de eficacia, seguridad y conveniencia. ■

LLEGANDO A CASA
SIN SABER QUÉ COCINAR.
**NO ESTÁS EN
EL HORNO**

MIL MANERAS DE COMER POLLO



SABEMOS MUCHO DE POLLO

La avicultura cuenta con todas las herramientas para ganar

Fruto de un proceso de innovación y mejoramiento permanente, Elanco le brinda a la industria avícola un auténtico Escudo Protector para la integridad Intestinal a través de sus programas Full Elanco Invierno y Full Elanco Verano, donde combinan las mejores herramientas creadas con las más modernas tecnologías, sumadas al programa de monitoreo HTS.



Juan Pablo Zingoni, General Manager de Elanco

En la actualidad, la industria avícola necesita contar con herramientas tecnológicas que ayuden a preservar las enormes inversiones realizadas, tanto en infraestructura, como en genética, o implementos –entre tantas otras–, con el objetivo adicional de contar con la seguridad de saber que al final del día, su producción será eficiente y, por lo tanto, rentable.

En ese sentido, Juan Pablo Zingoni, General Manager de Elanco, sostiene que “hay que partir de la base de que la industria avícola debe estar entre las industrias más competitivas del mundo en cuanto al nivel de detalle en cada uno de los eslabones de su cadena; es una actividad donde lo que está después de la coma importa, o sea 0,001 de mejora importa, tiene un efecto

multiplicador enorme. **Es una actividad donde el precio del producto se define entre la oferta y la demanda, con lo cual se vuelve clave tener el mejor costo posible de producción al no poder manejar el precio.** Y al ser una actividad donde hay diferentes oferentes –tanto en el mercado nacional, como en el mercado internacional–, la sustentabilidad en el largo plazo de una empresa está dada

por cómo pueda no sólo vender su producto, sino también en como pueda manejar sus costos de producción. **Y al costo de producción lo hacen un montón de variables: inversiones como la infraestructura, tecnología de punta, genética, la fabricación y el procesamiento del alimento balanceado, el manejo –también involucra a gente que tenemos trabajando– y finalmente el status sanitario del ave.** Las inversiones en infraestructura y demás, responden más a oportunidades que se dan a veces de tener financiación y se pueden dar avances en esa materia, pero hay cosas que son del día a día, como el manejo o el aspecto sanitario, que es influenciado en el día a día por nosotros y que nos va a permitir optimizar el uso de la tecnología que tenemos, de la infraestructura, de la genética, o del alimento balanceado que estamos fabricando. **Es decir, vamos a tratar de trabajar en preservar la salud del ave, de manera tal que conviertan los nutrientes que le estamos ofreciendo en crecimiento, de la manera más eficiente posible, un pollito bebé nace sano...** Entonces tenemos que cuidarlos. Y ese «preservar la salud» requiere entender cuáles son las principales problemáticas sanitarias que tiene el ave durante el ciclo productivo, donde **una de las mayores problemáticas de la avicultura intensiva, de la avicultura actual, es –obviamente– la integridad intestinal, la afección que podamos tener, los desafíos de Coccidiosis y Enteritis.** En Elanco hemos desarrollado los programas, Full Elanco Invierno y Full Elanco Verano, que combinan diferentes productos para el control de la Coccidiosis y la Enteritis. **Nuestro portafolio –como lo ofrecemos– genera un «Escudo de Protección» en el ave para evitar la pérdida de esa integridad intestinal.** Son tecnologías que hemos desarrollado en Estados Unidos hace más de 40 años, y

que no sólo las hemos desarrollado, sino que día a día, año a año, las seguimos mejorando; a lo largo de los años fuimos mejorando el excipiente para que mezcle mejor, el packaging, la potencia de la molécula... Con lo cual, hoy le estamos trayendo al cliente y ofreciendo la mejor versión de la historia de nuestro propio producto”.

UN ESCUDO PROTECTOR

Claramente, contar con una buena sanidad en la producción, en el primer eslabón de la cadena productiva, es un aspecto excluyente. Al respecto, Zingoni considera que “la mejor infraestructura, la mejor genética, o el mejor manejo, siempre va a ayudar... pero se va a potenciar más si el ave está en óptimas condiciones de sanidad y, como contrapartida, no va a ser aprovechada en su totalidad toda esa inversión, si la salud del ave se ve afectada. Un embrión dentro del huevo es algo estéril, con lo cual está sano, y el pollito nace sano; nuestro desafío como veterinarios, como productores, es cómo podemos hacer que ese ave durante todo su ciclo productivo se mantenga sano para tener la mejor conversión posible. **No vamos a poder mejorar la salud de ese pollito que nació sano, a lo sumo podemos mantener la salud de ese pollito a lo largo de su vida para que tenga la mejor tasa de crecimiento, la mejor conversión alimenticia.** Mantener esa salud en un sistema productivo intensivo, con el desafío de densidad que tenemos de pollo por metro cuadrado, que las instalaciones no siempre son las mejores, estamos en una latitud donde las variaciones de temperatura pueden llegar a ser 20° grados dentro de un mismo día, o a veces en horas. Todos esos factores que hacen al estrés del ave atentan contra la salud y si no le brindamos un escudo protector –que evite que se genere el daño–, el ave va a verse afectada

en su salud y lo vamos a terminar pagando con un menor crecimiento, una conversión alimenticia lejos de ser la óptima, y por ende, vamos a gastar más comida para poder hacer la misma producción, siendo mayor nuestro costo”.

Del análisis del General Manager de Elanco, se desprende que el programa Full Elanco tiene un doble propósito: mantener la salud de las aves a lo largo de su ciclo productivo, pero además generar una mayor eficiencia en la conversión. “Lo que no se gana durante el crecimiento del ave, no se recupera más”, enfatiza Zingoni. Y agrega: “No hay forma, es muy corto el ciclo de vida. Hoy estamos hablando de pollos que en su ciclo de producción, desde los más pequeños con destino a Arabia –que estarán en torno a los 35 días de engorde–, hasta el pollo destinado al mercado interno –entre 42 hasta 47 días de engorde–, tienen ciclos de producción muy cortos como para que cualquier daño en la integridad intestinal pueda ser compensado. **De manera tal que la estrategia es ir al bloqueo, a un Escudo que proteja y que no permita que se genere el daño.** La rentabilidad se alcanza por múltiples puntos: hay un primer efecto de rentabilidad donde se capitaliza por conversión alimenticia; adicionalmente un ave que tiene problemas de integridad intestinal va a llegar a la planta de faena con un intestino más frágil, eso hace que en los procesos de evisceración existan roturas de intestino, contaminación de carcasas, incremento de los decomisos, recuento de Salmonella por recuento de Escherichia Coli... Hay efectos que además se producen porque cuando las camas se mojan, ya que se incrementa el nivel de amoníaco y además la plantilla de la garra del pollo se daña, y sabemos que es un producto muy valioso que se exporta a China, con lo cual, cuando no podemos lograr la cantidad

de garras Clase A que deseamos, se nos cambia la categoría a B o C por daño, y estamos perdiendo una fortuna. **Cuando uno mira todos los elementos que ganó a partir de hacer una buena inversión en la protección de la integridad intestinal, es enorme en torno a la inversión, y carece de sentido dudar en lograr lo mejor que uno pueda**, porque donde ya hiciste la inversión en infraestructura, en genética, cuando uno se ha esforzado en capacitar todo el personal para tratar de tener un manejo correcto y donde uno se esfuerza en las plantas de alimento balanceado para tener las mejores materias primas posibles, hace el alimento balanceado de la mejor manera posible para que ese alimento llegue a la granja en las mejores condiciones, y de repente nos descuidamos en la salud del ave, estamos corriendo un riesgo totalmente innecesario, porque las herramientas para protegerlo están desarrolladas y están disponibles en el mercado. **Podríamos hacer un paralelismo en la competitividad de la industria avícola con haber preparado un auto Fórmula 1 para correr, y cuando llegaste al gran premio de Mónaco le pones nafta mezclada con querosén... o sea, carece de sentido. Está todo hecho para ganar la carrera; entonces, al momento de salir a correr la carrera -que es cuando el pollito bebé llega a la granja-, hay que usar nafta de aviación”.**

PROGRAMA FULL ELANCO

Al momento de desarrollar el Programa Full Elanco -Invierno y Verano-, la compañía pensó en todo el proceso productivo de las aves en las distintas etapas del año. **“Tratamos de capitalizar al máximo la producción en cada momento del año. Nuestros programas tienen un excelente nivel de cobertura y de protección de la integridad intestinal. Al ser pioneros en esta materia no**

nos podemos dar el lujo de traer al mercado un producto que no controle la Coccidiosis o la Enteritis para la integridad intestinal, con lo cual estamos un paso más allá, ¿qué más podemos agregar además de garantizar el correcto control y la protección de la integridad intestinal?; ¿qué más podemos sacar? Sabemos que el principal problema en el otoño y en invierno -por la latitud en la que nos encontramos- es la humedad, el frío, con lo cual el cuidado de la cama se vuelve fundamental. **Cualquier cosa que podamos hacer para cuidar la cama de los pollos en otoño y en invierno es sumamente importante por el impacto productivo que tiene y porque también impacta en la rentabilidad; entonces, en la combinación de nuestros productos Maxiban en las primeras fases hasta los 28 días de edad del ave, que es cuando se produce el pick de desafío de Coccidia.** Es allí donde buscamos cuidar al máximo el desarrollo del intestino que se da en los primeros días de vida con el producto más potente que hay en el mercado -Maxiban-, más el agregado de Elancoban, que es un producto que va a ir en las fases de crecimiento para controlar la Coccidia, pero además va a tener un cuidado muy especial en la cama de los pollos, que sumado a a la combinación de Surmax en todas las fases para el control de la enteritis bacteriana especialmente producida por clostridium, es realmente un Escudo Protector contra la pérdida de integridad intestinal, donde lo que buscamos es garantizar que la inversión de nuestros clientes retorne con creces para que se les acelere el flujo del negocio”, señala Zingoni. Y agrega: “la única forma de que nosotros crezcamos es que nuestros clientes crezcan, y para que nuestros clientes crezcan necesitan ser rentables para poder reinvertir y obviamente ser sustentables. Es realmente una obsesión que tenemos, y

nos esforzamos en el día a día desde investigación y desarrollo, hasta el servicio postventa para alcanzar el éxito”.

LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON BUENOS SERVICIOS

No existen dudas que las tecnologías -aún siendo de punta- no funcionan por sí solas, hay que acompañarlas con un servicio para lograr el correcto entendimiento del uso de los productos, y las adaptaciones que hay que hacer a cada necesidad o a cada sistema.

Juan Pablo Zingoni invita, a modo de ejemplo, a imaginar una tierra con tres capas... “El núcleo -la parte central- es lo que nosotros dominamos a través del control de la coccidia y la enteritis bacteriana, para garantizar la integridad intestinal. **De ahí nuestro programa de monitoreo de salud intestinal llamado HTS, mediante el cual monitoreamos salud intestinal y salud respiratoria; el programa HTS nos permite estar asegurando en el servicio de postventa del uso de nuestros programas, de manera tal de estar atentos y poder proveerle al productor información para la toma de decisiones. Por fuera de eso viene el servicio de relacionado, o sea, los servicios respecto a la planta de alimento balanceado, el mezclado, los análisis de laboratorio; son servicios que no están directamente ligados a monitorear la integridad intestinal pero que tienen relación con lograr esa mayor protección de la integridad intestinal.** Y por último una tercera capa que son los servicios customizados, los servicios más a demanda, que es cuando detectamos -producto de esta cercanía que tenemos con el cliente-, una necesidad puntual en algún área, y le ofrecemos a nuestros clientes alguno de nuestros consultores internacionales, para poder contar con la posibilidad de poder hacer un trabajo específico en algún tema que el cliente plantee. Por

Elanco



Elanco

Maxiban

Elanco

Elancoban

Elanco

Surmax

EL ESCUDO IMBATIBLE QUE PROTEGE LA INTEGRIDAD INTESTINAL DE SUS POLLOS.

*Elegir productos de máxima calidad
y performance hará la diferencia.*

Maxiban™, Elancoban™, Surmax™, Elanco™ y el logo de la barra diagonal son marcas registradas de Elanco™ y sus afiliadas. ©2020 Elanco™. PM-AR-20-0140



ejemplo, hemos tenido en el pasado necesidades respecto de capacitación animal, **hemos hecho un trabajo muy fuerte en los últimos 6 o 7 años con la Universidad de Bristol en conjunto con Cepa y las principales compañías del país, todo lo que tiene que ver con disminución de decomisos en planta de faena, manejo pre faena, carga y manejo de la faena en su momento con profesionales de la Universidad de Auburn, trabajos relacionados a lo que tiene que ver con programas de control de Salmonella, alguna asesoría puntual en lo que tiene que ver en diseño de plantas de alimento balanceado...** Tenemos una paleta importante, una red global de consultores que están a disposición cuando el cliente lo requiera”.

LA NECESIDAD DE CRECER EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Para comprender la evolución y el crecimiento en el consumo de carne aviar en Argentina, es necesario tener en cuenta que el consumo de carnes en nuestro país, históricamente se ha ubicado dentro de niveles realmente importantes (120 kg/hab/año) y que recién a partir del nuevo milenio el consumo de pollo registró un notable incremento en detrimento de la carne vacuna, principalmente.

Según Zingoni, “**hay un factor relacionado a la urbanización de la población, a la disminución del tamaño de la familia, a la facilidad que tienen los productos avícolas respecto del precocido; pensemos en los millennials que quieren ir a un supermercado a buscar algo: es muchísimo más fácil comprar una suprema de pollo que ir a la carnicería y comprar un peceto que no saben ni cómo cocinarlo... O resulta que el tamaño de la familia al estar compuesta por 2 o 3 personas se vuelve un incordio, porque resulta que cocinás y te sobra...** La avicultura de alguna manera va ade-

lante en cuanto a eso y obviamente ha sacado ventaja. Ahora bien, cuando se alcanza un nivel de consumo de 45 kilos por persona, empezamos a acercarnos a un techo... y la realidad es que la salida pasa por el mercado externo. Argentina va a continuar teniendo un crecimiento demográfico como los países en desarrollo entre el 1% y el 1,1% anual, que va a absorber parte de la producción, **pero estamos lejos de poder sostener las tasas de crecimiento que hemos tenido en el pasado para la avicultura sin la exportación.** Y cuando miramos la evolución del mercado externo, Asia se presenta como un comprador importante: hay que estar muy atentos al fenómeno Asia, pero también hay que prestarle especial atención a los países Árabes. Yo quisiera hacer dos comparaciones, la primera, relacionada con el mercado granario. Los granos se producen en su mayoría para terminar haciendo carne o leche; recuerdo hace 15 años cuando por primera vez visité la provincia de Entre Ríos, si te parabas un rato frente al río Paraná, de a ratos veías un solo barco que llevaba soja... ¡Hoy pasas y parece la General Paz! **Cuando Argentina se llamaba «El Granero del Mundo», producíamos 10 millones de toneladas de granos, hoy estamos cerca de los 150 millones, o sea que en un siglo multiplicamos por 15, y eso es por la demanda que hay en el mundo.** Cuando uno mira los datos de la evolución de importación de carne por parte de Asia, yo creo que hay que prestarle mucha atención, porque en algún caso pueden ser hasta alarmantes. China se abrió a la importación de carne vacuna recién hace 7 años y hoy ya importa el 20% de lo que consume de carne vacuna, y el consumo de carne vacuna de China es 6 kilos per cápita, o sea que incrementando 1 o 2 kilos en un mercado de más de 1.000 millones de habitantes, es una

cantidad que a los que estamos en el día a día nos cuesta entender, y no hay nada que indique que eso va a ir en sentido contrario. **Hay que entender que China y el resto de los mercados son realmente enormes; India y Bangladesh son países de mucha población. China en realidad tiene 300 millones de personas de clase media para arriba, pero aún así sigue teniendo más de 1.000 millones de habitantes que viven todavía con niveles de consumo de proteína animal marginales, esa gente va a ir entrando al mercado año a año, y no hay tantos países de donde llevar productos.** Argentina tiene condiciones naturales que deberían ser acompañadas por políticas acordes para que se potencie la exportación. En el mientras tanto, a nosotros –que estamos en el sector– nos toca hacer lo que está bajo nuestro control y ahí es donde primero tenemos que contar con el acceso, o sea tener un status sanitario que nos permita acceder a esos mercados y contar con los estándares que nos permitan que ese mercado nos certifique y nos habilite para poder exportarle. Después, por supuesto, ser competitivo en costo, porque vamos a salir al mercado internacional y vamos a competir con el resto de los oferentes. **Los empresarios tenemos que estar manejando el hoy y mirando el mañana, porque mañana ya se convierte en hoy y te lo encontrás. Cuando uno está viendo la evolución de Asia, sin ninguna duda es un mercado monstruoso que va haber que abastecer, y hay que estar preparado para ser competitivo y tener un status sanitario que nos permita acceder”,** señala Zingoni.

CUANDO LA RENTABILIDAD ESTÁ ATADA A LA EFICIENCIA

Indudablemente, en un mercado cada vez más competitivo, donde la pelea se da por centavos y las buenas

rachas no suelen tener la virtud de dejar en el olvido a las malas –como sucedía en otras épocas–, la industria debe enfocarse más que nunca en ser eficiente y, de esa manera, bajar los costos productivos a su mínima expresión. **Juan Pablo Zingoni sostiene que este fenómeno ya se ha visto con anterioridad en otras industrias y considera que “en la medida que el mercado ya se saturó, pasa a ser una competencia por quien produce a menor costo. En esa producción a menor costo lo que hay que entender cuando uno mira costos, es que estamos mirando la eficiencia de conversión, porque al final –como productores– estamos buscando hacer una transformación de insumos en un producto que podamos vender, en este caso el pollo.** El fenómeno de eficiencia en la conversión es independiente de si el precio está bajo o alto, es independiente de si exporto o no exporto, y es independiente de todos los factores. Si el precio está alto y tenemos mejor conversión, gano más, si el precio está bajo y tengo mejor conversión pierdo menos; si estoy exportando y tengo mejor eficiencia de conversión voy a tener más rentabilidad en la exportación... Lo que quiero transmitir es que siempre conviene tener los mejores parámetros posibles, de hecho si uno compara en el tiempo una empresa que tiene un punto de conversión mejor que otra, eso se va acumulando en el tiempo y en los mejores momentos va a ganar más, en los peores momentos va a perder menos, y llega un momento que se vuelve irreversible. **En una actividad tan compleja, competitiva y multifactorial como la avicultura, no tenemos que esperar siempre soluciones mágicas, sino estar al tanto de cada uno de los eventos que hacen al proceso.** Alguna vez me tocó leer sobre industrias altamente competitivas, visité el Museo de Fangio y pude ver cómo

preparaban los Maserati, los Ferrari y los Mercedes Benz para correr y ser campeones del mundo. Desde el mecánico que coloca la rueda y baja una milésima de segundo, el que diseña el neumático y hasta el piloto cuando agarra la curva... La realidad es que son industrias donde la sustentabilidad depende de esa mirada, de toda la complejidad que tiene y como en cada una de esas áreas puede ser mejor. Por supuesto, el rol de la estrategia empresarial y el líder que tiene la compañía juegan un rol vital –y eso lo sabe cada empresario–, por eso están donde están, pero debajo de su estrategia, yo creo en esa mirada de entender la complejidad que tiene la industria y la posibilidad de poder hacerlo mejor en cada una de las etapas es algo que va a robustecer mucho a una empresa. Y atención, porque ahí juegan un rol fundamental todos los empleados de la empresa, la gente que está ejecutando en granja, cada uno es responsable de agregarle a ese Fórmula 1 el segundo que está bajo su control”.

AVICULTURA DE PRECISIÓN

Uno de los caminos que llevan a la eficiencia en la producción, y por ende, a una baja en los costos con su consecuente incremento en la rentabilidad, es el de la Avicultura de Precisión.

En momentos en que la carne aviar se posiciona como la principal fuente de proteína animal en el mundo por el hundimiento del mercado del cerdo en China a causa de la peste porcina africana (PPA), las empresas avícolas deben tener en cuenta que la suma del conocimiento del negocio y los procesos biológicos, los datos y las tecnologías digitales son clave para tomar decisiones que las lleven a ser más eficiente y sustentables.

El concepto no es nuevo, de hecho en la Unión Europea existe desde hace

años el proyecto “Precision Livestock Farming” que involucrando a 13 países estudia la forma de utilizar la tecnología que brinda la informática y los actuales medios de comunicación para permitirle a los productores conocer en tiempo real lo que está ocurriendo en su granja con el fin de manejarla de la manera más eficiente posible.

Juan Pablo Zingoni coincide con esta tendencia y, en ese sentido considera que a veces, los vaivenes económicos y políticos que se viven en Argentina atentan a la hora de pensar en «precisión» a la hora de producir, “pero si miramos un poco para el costado y salimos a la ruta, nos vamos a encontrar con que el productor agrícola también está en el mismo país que nosotros, atado a la misma realidad y no deja de perseguir cómo tener un mejor tractor, cuál es la mejor sembradora, cómo puede mejorar la densidad de siembra o cómo puede mejorar el nacimiento, y está detrás de cada detalle. **Se ha virado hacia una agricultura de precisión donde hoy piensan en el control de malezas con drones, en la informatización de los sistemas; hay un desarrollo impresionante en el mismo contexto.** Entonces, hoy creo que no debemos dejar de pensar y ver que podemos aprender de los que tenemos al lado y de cómo se enfocan en tratar de lograr la mayor eficiencia posible. Cuando uno estudia los productores top de las diferentes industrias, cae en la cuenta que ellos tienen muy claro que a veces para lograr un costo final más bajo tienen que hacer inversiones intermedias altas; una empresa de logística, muchas veces, para lograr el menor costo por kilómetro recorrido, tiene que invertir en el mejor camión; una empresa aerocomercial, para lograr el menor costo por hora de vuelo, muchas veces tiene que invertir en la mejor turbina que hay en el mercado... Cada industria está vien-

do cómo puede invertir en todo momento en la mejor tecnología. **El paradigma es cómo me hago del recurso para poder invertir, y no si lo tengo que invertir. El que no lo está invirtiendo es porque no lo tiene, pero si lo puedo tener, el día que tenga la posibilidad lo tengo; eso es lo que gobierna en las industrias competitivas y yo creo que tenemos que ir en esa dirección.** En Argentina hay un montón de empresas que han hecho inversiones enormes mejorando plantas de incubación, plantas de faena, etc., y saben el resultado: mejoras la incubación y bajas el costo del pollito bebé... Lo mismo pasa con la integridad intestinal: al invertir más vas a tener una mejor performance y, producto de ello, un beneficio económico”.

SUBIR AL SIGUIENTE NIVEL

Zingoni destaca que en los años que lleva en la actividad, ha visto que en la medida que las empresas se transforman en “grandes”, se forman lo que se llaman “silos”, que es cuando se toman decisiones en un área aislada que terminan impactando en otra área. “Si por ejemplo, yo estoy formulando un alimento, y porque quiero ahorrar determinada cosa termino quitando un producto, capaz que después al que está en campo le genera un perjuicio en su performance o en la planta faenadora; si por no usar tal o cual vacuna, por no aplicar tal o cual medida de control, me descuido y tengo un problema y después me cierran un mercado, el problema lo va a tener la gente de Comercio Exterior. Entonces, hay que evitar que se tomen decisiones aisladas sin buscar una discusión más dentro de la empresa. Es algo que sucede en las empresas a medida que van creciendo y lo tenemos que cuidar”.

Por otra parte, **el General Manager de Elanco, señala que las empresas deben preguntarse en qué nivel de discu-**



sión quieren posicionarse. **“Para competir en una industria, hay un primer nivel que es «hacer lo fundamental»; nosotros, para competir en la industria de Salud Animal tenemos que hacer un producto de máxima calidad, contar con una logística eficiente, un buen servicio post-venta, debemos innovar... Pero todo esto no lo tenemos que hacer para salir campeones mundiales, lo tenemos que hacer para llegar al año que viene... Es «hacer lo fundamental» para participar en la industria.** Después, pasamos a un segundo nivel que es «cómo me rodeo de los partners correctos»; nosotros como compañía tenemos que tener proveedores de infraestructura de informática de primer nivel, proveedores de packaging de primer nivel, proveedores de excipiente de primer nivel, empresas de logística de almacenamiento de primer nivel... Me tengo que rodear de lo correcto, no puedo desarrollar el mejor producto para el mercado, invertir en las plantas de producción de la máxima calidad y después resulta que no puedo entregar en tiempo y forma porque no tengo el partner correcto. **Y por último, existe un tercer nivel que es cuando tengo los**

dos niveles anteriores bajo gobernanza, y eso te permite enfocarte en «la generación de marca, el desarrollo de nuevos mercados». Hoy, en el año 2020, creo que el productor tiene que ponerse rápido en ese modo, no puede seguir discutiendo si maneja bien o no maneja bien, sí avanza en la genética o no avanza en la genética... Tal vez, vamos a tener que aceptar realidades en un mercado totalmente restringido de créditos, seguramente vamos a tener que aceptar y producir con la infraestructura que nos toca, pero bajo esa realidad tratemos de hacerlo de la mejor manera posible en lo que podamos controlar del proceso, y es ahí donde viene todo este tema de la sanidad y de que a veces con muy bajas inversiones en programas de punta, se logran niveles de eficiencia muy elevados”.

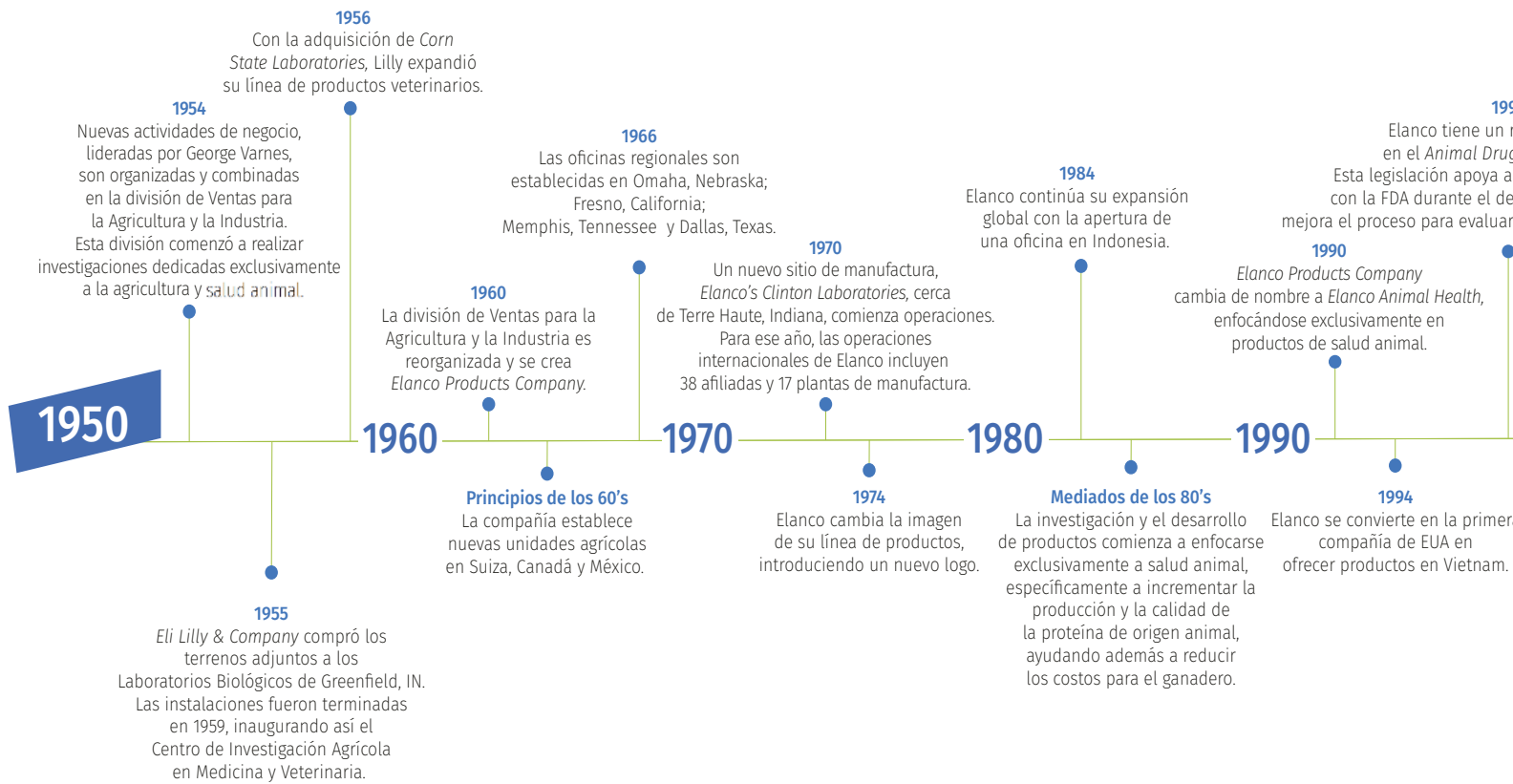
A MODO DE CONCLUSIÓN

Juan Pablo Zingoni considera que “el primer punto a entender es que cuando estamos mirando un tema de sanidad, tenemos que verlo desde la perspectiva de producción. Protegernos incide tan poco en el costo que tenemos que verlo más de la perspectiva de

riesgos. Cuando estamos mirando la nutrición, en el abordaje lo miramos más como de performance, porque mejora la nutrición y mejora la performance. Cuando miramos la sanidad, como el ave nace sana, lo que tenemos que mirar es el riesgo; es como el seguro de un auto: el auto sale del concesionario y no choca, o sea contratás el seguro por si chocás... es una mirada más de evitar pagar un costo de la ineficiencia. **De ahí en adelante, es cómo salgo a buscar el mejor seguro, cómo salgo a buscar el mejor Escudo que me proteja la integridad intestinal, y sin lugar a dudas, nosotros venimos desarrollado en nuestros más de 40 años en este área el mejor Escudo para el control y la protección de la integridad intestinal, que son nuestros programas Full Elanco Invierno –desde abril hasta octubre– y Full Elanco Verano que –desde octubre hasta marzo–.** Estamos trabajando con todos nuestros clientes este programa, monitoreando con el programa HTS y obviamente brindándoles la información para que vean que en lo que invierten les retorna”, concluye Juan Pablo Zingoni, General Manager de Elanco. ■

Elanco concretó la adquisición de Bayer Animal Health

El tamaño y las capacidades de la compañía combinada posicionan a Elanco como líder, a largo plazo, en la industria de la salud animal. La transacción, valuada al cierre en USD 6.89 mil millones, financiada por USD 5.17 mil millones en efectivo y USD 72.9 millones de acciones para Bayer, fortalece la estrategia de Innovación, Portafolio y Productividad (IPP) de Elanco, impulsando la transformación de la cartera para equilibrar la oferta de productos para la salud de las mascotas y los animales de producción.



Elanco Animal Health Incorporated (NYSE: ELAN) anunció que culminó la adquisición de Bayer Animal Health. La transacción, valuada en USD 6.89 mil millones, amplía el tamaño y las capacidades de Elanco, posicionando a la compañía como líder, a largo plazo, en la atractiva y duradera industria de salud animal.

“Casi dos años después de haber iniciado nuestro viaje como compañía independiente, hemos logrado un pro-

greso significativo en la creación de una compañía mundial, guiada por un propósito específico, dedicada a la salud animal, todo mientras resistimos las pandemias de salud animal y humana más importantes del siglo: la Peste Porcina Africana y COVID-19,” comentó Jeff Simmons, presidente y CEO de Elanco.

“Cumplir con el cierre de la adquisición oportunamente y llegar al Día 1 en este entorno desafiante, enfatiza la pro-

funda capacidad y la disciplina en la ejecución de ambas compañías.”

“Este hito es otro paso clave en la historia de Elanco. Pero, en última instancia, hoy se trata de mejorar la vida de los animales, las personas y mejorar la salud del planeta. Las mascotas y la proteína de origen animal son más importantes que nunca,” dijo Simmons. “La interrupción en el suministro de alimentos y el incremento en las tasas de desempleo están aumentando de-

safios para la seguridad alimentaria en todo el mundo. **Al mismo tiempo, diversos estudios demuestran que el incremento en el tiempo que las personas pasan en el hogar ha cambiado la relación a largo plazo entre las mascotas y sus dueños, ya que las mascotas proporcionan -cada vez más- un valioso apoyo emocional. Sabemos que mejorar la vida de los animales, simplemente mejora la vida."**

Mientras tanto, la pandemia aceleró tendencias que están transformando la

nea, creando así un líder omnicanal mejor posicionado para servir a los veterinarios y a los dueños de las mascotas en los canales de compra de su preferencia.

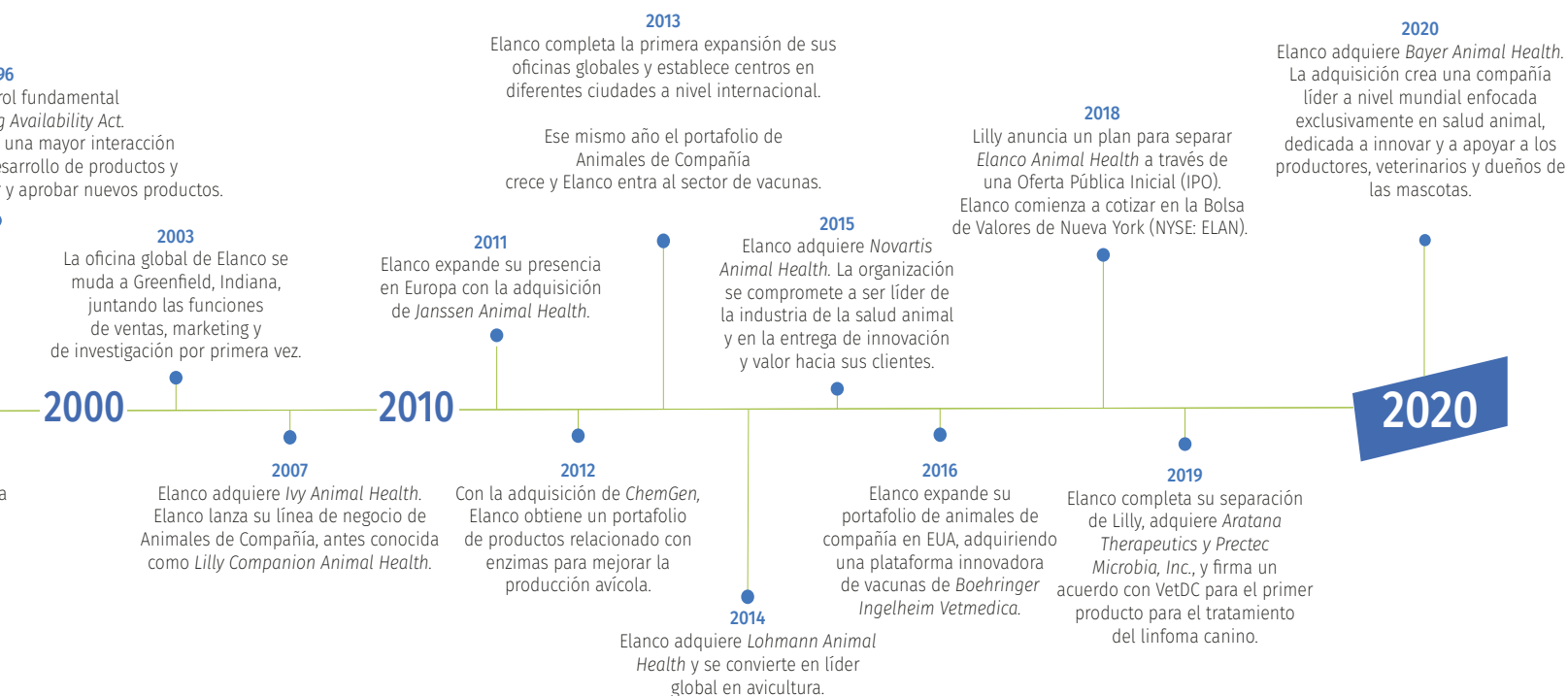
Esta adquisición fortalece la estrategia de Innovación, Portafolio y Productividad (IPP) de Elanco, que la empresa ha estado ejecutando desde antes de su salida a bolsa en 2018.

Ambas compañías llegan al cierre de esta transacción con un enfoque disciplinado en la estrategia y una ejecución diligente para mantener el im-

pacidades de I+D, incluidas plataformas innovadoras de dosificación y plataformas tecnológicas. Además, le brinda a Elanco acceso a ciertos derechos de la cartera de I+D de la división de Crop Science de Bayer y a ciertos activos farmacéuticos clínicos.

PORTAFOLIO

La integración amplía la cartera de productos Elanco para proporcionar a los productores, dueños de mascotas y veterinarios soluciones más completas



industria, en particular el deseo y la necesidad de los dueños de mascotas de acceder a atención veterinaria y a productos de salud animal en una variedad de formas, desde la telemedicina hasta las compras en línea y su entrega directa a la puerta de los hogares.

Al combinar a Elanco y a Bayer Animal Health, se une a la fuerte relación que existe entre Elanco con los veterinarios y la experiencia de Bayer Animal Health en el comercio minorista y en lí-

pulso que da la integración de ambas compañías.

INNOVACIÓN

La sólida cartera de Investigación y Desarrollo (I+D) de Elanco ahora se refuerza con la expectativa de cinco lanzamientos esperados de Bayer, lo que eleva a 25 el total previsto de Elanco para 2024, siendo cinco los que se espera se lancen a finales de 2021. La transacción también agrega nuevas ca-

para la salud animal. Al combinar el enfoque histórico de Elanco con el veterinario y la experiencia de venta directa al consumidor de Bayer, la transacción abre nuevas oportunidades de crecimiento y expande la presencia omnicanal de Elanco, lo que le permite a la empresa estar en el lugar y la forma en que los clientes quieren comprar.

Salud para Mascotas (Pet Health):

La combinación de ambos portafolios



Jeff Simmons, presidente y CEO de Elanco

incrementa el negocio de productos dirigidos para mascotas de Elanco en aproximadamente 50 por ciento de ganancias y casi triplica el negocio internacional de la compañía en esta área. **Este portafolio ampliado proporciona atención a mascotas de todas las edades y etapas, desde la prevención de enfermedades y el bienestar de los cachorros hasta ayudar a las mascotas a seguir siendo una parte activa y central de la familia en sus últimos años.** La transacción también amplía la cartera de Elanco de parasiticidas para mascotas con tratamientos tópicos y collares, lo que convierte al collar Seresto en el producto más importante de Elanco a nivel mundial.

Animales de Producción (Farm Animals): **La combinación de ambas compañías complementa los portafolios destinados a los animales de producción, lo que posiciona a Elanco para servir a un sector aún más amplio de la industria y a aprovechar mejor la información y los servicios para los clientes.** La transacción suma una serie de marcas ancla para la ganadería, mejora la cartera mundial de bioprotección y expande la presencia en acuicultura de la compañía a peces de aguas cálidas.

PRODUCTIVIDAD:

Elanco planea aprovechar su amplia experiencia en procesos de integración para unir de manera eficiente y rápida el nuevo negocio. **Se espera que la compañía genere un flujo de efectivo operativo significativo como resultado de la trascendencia de la industria y la resiliencia de los portafolios.** Si bien el plazo para cumplir los objetivos del acuerdo se ha visto afectado por la pandemia de COVID-19, la compañía aún espera entregar entre USD 275 y USD 300 millones en sinergias para 2025.

“Lo más importante es que hoy se trata fundamentalmente de los productores, veterinarios y dueños de mascotas a quienes servimos. Si COVID-19 ha dejado algo claro, es que el mundo necesita más que nunca a los animales y el trabajo que hacen los productores y los veterinarios,” añadió Simmons.

“Juntos, estamos mejor posicionados para abogar por nuestros clientes y brindar soluciones a sus necesidades más importantes, para que puedan seguir produciendo y proporcionando alimentos saludables y producidos de manera sustentable a nuestras mesas, como carne, leche, pescado y huevos. Además, de ayudar a que las mascotas tengan vidas sanas, activas y se mantengan

gan en el centro de nuestras familias. Juntos, tenemos el potencial de mejorar la salud animal y la vida de millones de personas”.

TÉRMINOS DE FINANCIAMIENTO

Al cierre, Bayer AG recibió USD 5.17 mil millones en efectivo, compuesto por los ingresos del capital de la compañía y las emisiones de la unidad de capital tangible en el primer trimestre de 2020 y el financiamiento de la deuda del Préstamo a plazo B, con precio en el primer trimestre de 2020 que concluyó con el cierre de la transacción. Además, se emitieron aproximadamente 72.9 millones de acciones comunes de Elanco Animal Health a Bayer AG. Estas acciones estarán sujetas a ciertos términos, siendo que Bayer no puede vender ninguna acción durante los primeros 90 días. En los siguientes 90 días, el 50 por ciento de las acciones son elegibles para la venta y el resto puede venderse después de 180 días.

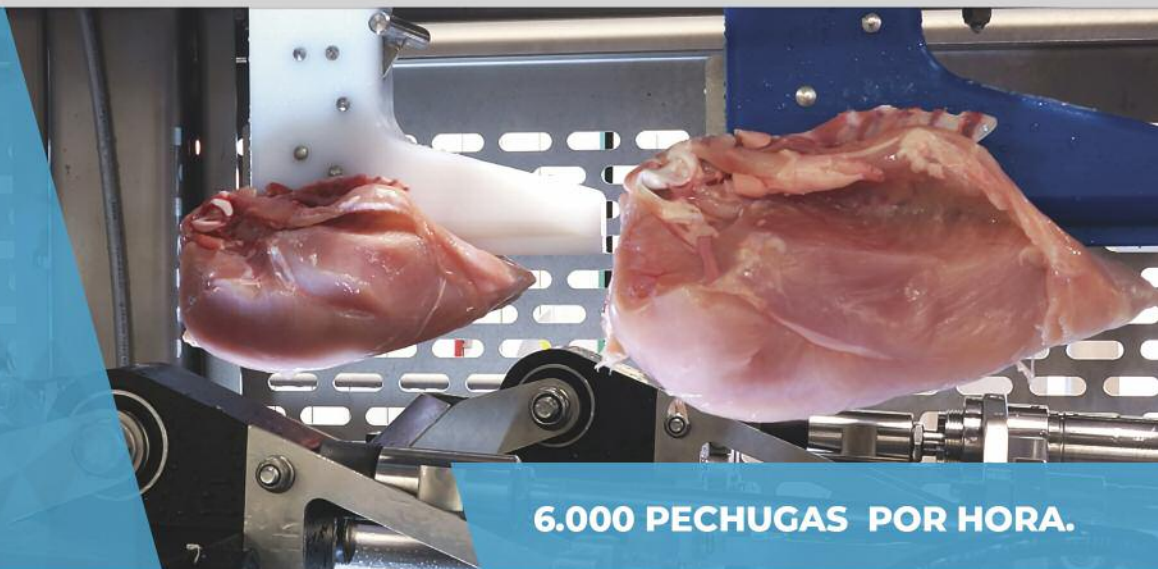
Además, Elanco completó las desinversiones antimonopolio requeridas que se anunciaron previamente. **Los productos desinvertidos tuvieron ingresos en 2019 en un rango de USD 120 millones a USD 140 millones. ■**

Soluciones Inteligentes

Industria 4.0

MAX6000

DESHUESADORA
DE PECHUGAS



6.000 PECHUGAS POR HORA.

ULTIMATE

DESHUESADORA
DE PATA MUSLOS



6.000 PATA MUSLOS POR HORA.

Comercial Baci S.R.L // TEL: 03444 425 - 453 // WWW.BACI.COM.AR



Somos Baci. Somos Innovación.

Calisa: Seguridad alimentaria y envasado en origen

Conceptos como trazabilidad, normas de calidad y envasado en origen adquieren hoy más protagonismo que nunca, en un escenario de consumo en plena transformación. La pandemia tiene repercusiones en el comportamiento y la forma en que los argentinos elegirán sus alimentos.



La empresa CALISA, planta elaboradora de alimentos avícolas de Grupo Motta, es un ejemplo del tratado y el cuidado exhaustivo del producto desde su origen. Tal tarea es respaldada por habilitaciones y certificaciones internacionales, que reconocen la excelencia del método aplicado en las procesadoras de aves de la localidad de Racedo, Entre Ríos.

Hoy, un nuevo lanzamiento, los packs familiares de 1 kilo de productos crudos y cocidos supercongelados (milanesas, nuggets, medallones rebozados y filets) envasados en origen, avallan esas premisas de calidad y seguridad alimentaria.

Con un probado sistema de envasado que se realiza con la más alta tecnología, para que el pollo llegue hasta las góndolas con todas las propiedades nu-

tritivas y el máximo nivel de inocuidad, CALISA se pone al frente de las nuevas exigencias del mercado, respondiendo a la demanda creciente de productos seguros y saludables como lo hace desde hace más de 20 años.

NUEVOS NUGGETS ESTILO PIZZA MOZZARELLA

Y cuando parecía que el mercado ya conocía todas las formas de comer pollo, aparecieron en escena los deliciosos Nuggets estilo pizza mozzarella. Un producto elaborado con 100% pechuga de pollo y el auténtico queso mozzarella, cubierto con crocante pan rallado y los clásicos ingredientes naturales de la pizza: orégano, tomate y cebolla. Totalmente horneados, los Nuggets tienen un original formato en triángulos que emulan las porciones de pizza.

“Pican Todos” fue la campaña de presentación de este producto. Inspirada en su forma simple de cocción, su auténtico sabor resultado de una combinación infalible, pollo más pizza y su practicidad para comerlos.

La autoría de este lanzamiento es de CALISA, una empresa que sabe mucho de innovaciones y todo sobre el pollo. Con un área de Investigación y Desarrollo que nunca se detiene y el contacto con las principales cadenas gastronómicas del país, CALISA es líder en el desarrollo de productos adaptados al paladar argentino.

Los Fingers y las Milanesas de pollo completan esta línea de productos que conquista a consumidores en todo el país y continúa en constante desarrollo. Encontrá más en la cuenta oficial de CALISA en Instagram. ■

PREVENCOC®

VACUNA CONTRA LA COCCIDIOSIS AVIARIA

100%
EFICIENCIA EN
VACUNACIÓN

RESULTADOS
COMPROBADOS

EXCLUSIVO
SISTEMA DE
VACUNACIÓN

SERVICIO
POSVENTA
ÚNICO

**100% CEPAS
ATENUADAS**



INMUNER®



www.inmuner.com/noticias



Diagnóstico y prevención del Metapneumovirus aviar

La infección causada por el pneumovirus aviar o metapneumovirus aviar (aMPV) es una enfermedad respiratoria que causa la Rinotraqueítis infecciosa de los pavos (TRT) y el Síndrome de la Cabeza Hinchada (SHS) en pollos de engorde, ponedoras y reproductores. Apareció por primera vez en 1978 en Sudáfrica y actualmente se trata de una enfermedad descrita y sometida a programas de control en casi todo el mundo.

PROCESO INFECCIOSO DEL AMPV

Los reservorios naturales son pavos, pollos y gallinas, aunque también hay que destacar que aves salvajes o domésticas pueden también serlo. El virus ha sido detectado en epitelio ciliar del aparato respiratorio y del oviducto.

Se transmite por contacto directo entre aves infectadas y aves sensibles. También es posible por contacto indirecto incluyendo la exposición a gotas de aerosol y material de granja conta-

minado (botas, ropa y equipos).

El proceso se inicia 24 horas post infección con la replicación del virus en el tracto respiratorio superior de aves de cualquier edad: cornetes nasales y tráquea. A las 48-72 horas el virus comienza a extenderse por la granja, y 96 horas más tarde las aves pierden el epitelio ciliado de la tráquea pudiendo provocar en reproductoras y ponedoras una fase de viremia que afecta al oviducto. Finalmente, el virus se ex-

pande por la granja durante 7-12 días abriendo la puerta a otras enfermedades respiratorias que complican y agravan el proceso patológico.

SIGNOS CLÍNICOS Y LESIONES EN GALLUS GALLUS

Los signos clínicos más característicos son la secreción nasal, tos, sinusitis, conjuntivitis y edema submandibular. Se puede llegar a producir cabeza hinchada en casos de complicaciones con



infecciones bacterianas.

En pollos la infección causada por aMPV favorece el establecimiento y manifestación de infecciones respiratorias secundarias, como se ha demostrado con varios patógenos respiratorios.

En reproductoras y ponedoras, como se mencionó anteriormente, son susceptibles de sufrir viremia y replicación viral a nivel del oviducto produciendo un descenso importante de la puesta acompañado de un incremento de huevos con mala calidad de cáscara que conlleva a una merma en la producción de las gallinas.

Además, en ocasiones se puede llegar a identificar sintomatología nerviosa, tortícolis y opistótonos debido a infecciones bacterianas ascendentes desde el oído medio, que producen una osteomielitis del cráneo.

En todas las aves de producción, el estrés productivo supone un factor desencadenante de la mayoría de los cua-

droso clínicos, subida a pico en ponedoras y reproductoras, siendo este momento el más habitual en la aparición de casos clínicos.

INMUNIDAD

La inmunidad estimulada por el aMPV es local y sistémica. La respuesta inmune local proporciona la principal resistencia a la infección del aparato respiratorio.

Esta es estimulada por vacunas vivas para proteger el sitio de ingreso del virus salvaje. La duración de la protección depende de la presión de campo, en condiciones de baja presión puede llegar a durar hasta 16 semanas (6-9 en condiciones normales). Es una inmunidad que induce protección a nivel respiratorio por exclusión competitiva, inmunidad celular e IgA.

La respuesta inmune sistémica es en base a inmunoglobulinas, principalmente IgY, fundamental para obtener protección del oviducto y con ello disminuir los efectos del virus sobre la producción y calidad de los huevos.

La inmunidad pasiva debida a los anticuerpos transferidos a la progenie a través del saco vitelino por reproductoras expuestas a infección natural o inmunidad vacunal, no servirá para prevenir un desafío de campo.

DIAGNÓSTICO

Debido a que los signos clínicos son similares a otras patologías como la Pasteurelisis, Micoplasmosis, Coriza infecciosa o Influenza de baja patogenicidad, es muy importante la sincronización a la hora de la toma de muestras. No obstante, hay que destacar que el diagnóstico solamente sería orientativo. **Por ello se debe de hacer una serología para poder monitorear la situación de la granja y ajustar el plan vacunal para el establecimiento en cuestión.**

El diagnóstico definitivo se puede realizar por la detección de material genético mediante la realización de una PCR (AVIANPNEUMOCHECK by Hipra).

Hay que tener en consideración que es complicado debido al breve periodo en el que podemos localizar el virus en el tejido diana y la baja sintomatología que manifiestan las aves durante esos momentos. Por ello, la toma de muestra se debe realizar antes de ver los primeros signos clínicos, pero teniendo en cuenta que un resultado negativo no indica que el virus no esté presente, sino que pudo no haberse tomado la muestra en el momento correcto.

ESQUEMAS DE MONITOREO SUGERIDOS:

- ▶ **Animales no vacunados:** ELISA al principio de los signos clínicos y 2-3 semanas después + PCR de al menos 8 animales “sanos” al principio de la clínica (7 días de margen desde que aparece).
- ▶ **Animales vacunados:** ELISA a las 4-6 semanas después de la vacunación. PCR igual que el anterior. También se podrían mandar hisopados traqueales y de las coanas en tarjetas FTA.

DISEÑO DE PROGRAMA VACUNAL

El esquema ideal es utilizar un programa con 1 ó 2 dosis de vacunas vivas y una dosis de vacuna inactivada. Con las primeras se establece una barrera protectora en el sitio de ingreso del virus de campo, y con las segundas se actúa a nivel de la viremia para proteger el tracto reproductivo. A ser posible es preferible usar la misma cepa en las vacunas viva e inactivada para así reforzar mejor la inmunidad. Si no se dispone de vacunas vivas un buen esquema es la aplicación de dos dosis de vacuna inactivada.

Las vacunas inactivadas son muy importantes para las aves de ciclo largo



porque contribuyen a:

- ▶ Disminuir la excreción de virus de campo en caso de infección
- ▶ Disminuir la gravedad del cuadro clínico respiratorio en caso de infección
- ▶ Evitar la replicación del virus de campo en el tracto reproductivo protegiendo la cantidad y calidad de huevos.

A la hora de establecer el programa de vacunación y con el objetivo de maximizar la eficacia del mismo, nuestras recomendaciones se basan en los siguientes puntos:

- ▶ Los programas de vacunación deben siempre comenzar antes de que exista contacto con el virus de campo. Esto se puede lograr con el estudio de los resultados de ELISA a diferentes edades durante la crianza.
- ▶ Utilizar vacunas vivas aplicadas directamente sobre el tejido diana (tracto respiratorio superior) mediante spray de gota gruesa u ocular.
- ▶ Siempre programar las fechas de vacunación a modo de no separar más de 6 semanas las aplicaciones entre vacunas vivas, y entre vacunas vivas e inactivadas.

Los esquemas de vacunación se deben ajustar según las condiciones epidemiológicas. La evaluación del desafío se puede realizar fácilmente mediante un monitoreo serológico ELISA: las vacunas vivas con baja seroconversión pueden ser utilizadas para evaluar cuando existe una circulación vírica alta, y en función de los resultados adaptar el programa vacunal de una estrategia estacional a una continua, o viceversa.

Está demostrado por varios autores que las vacunas vivas son eficaces independientemente de la seroconversión

que produzcan, ya que la inmunidad producida es principalmente local, celular y humoral.

APLICACIÓN DE LA VACUNA VIVA

Se debe aplicar con spray con un tamaño de gota de 150-200 micras para que el virus se replique en senos infraorbitarios, cornetes nasales y un poco de tráquea, si el tamaño es menor corremos riesgo de que se replique todo en tráquea y tengamos una reacción vacunal fuerte.

La vacunación en agua no es recomendable teniendo en cuenta que el objetivo es que el virus replique en senos infraorbitarios, cornetes nasales y un poco en tráquea. Dependerá del tipo de bebedero y del nivel de agua, pero si se hace de forma incorrecta puede provocar efecto Rolling, subpoblaciones de animales (Coeficiente de variación muy alto). Por lo que es muy probable que existan problemas respiratorios que se pueden agravar si van acompañados de infecciones bacterianas.

TRATAMIENTO Y ESTRATEGIAS DE MANEJO

En las enfermedades víricas los tratamientos con antibióticos sólo sirven para limitar los efectos de las infeccio-

nes bacterianas secundarias, de tal manera que el control del TRT o SHS debe conseguirse mediante la vacunación, bioseguridad y proporcionando a los animales el máximo confort. Es por ello que se debe trabajar en reducir la densidad, implantar sistemas de ventilación forzada, mejorar el sistema de calefacción y estricta bioseguridad.

Los tratamientos con antibióticos se muestran eficaces durante la aplicación, pero los procesos bacterianos rápidamente resurgen una vez que se retira el tratamiento, ya que la causa principal no se ha solucionado (el aMPV).

CONCLUSIONES

Las medidas para trabajar sobre el aMPV son costosas, ya que el consumo de antibióticos aumenta al igual que las inversiones en medidas de manejo y bioseguridad de la granja.

Tener un buen programa sanitario en nuestra explotación no solo previene de la patología, sino que disminuye los costes de producción mejorando así la calidad del producto.

Hipra dispone de todas las herramientas necesarias para diagnóstico y prevención del aMPV ayudando así a las empresas avícolas a producir con buenos resultados, racionando el uso de antibióticos que hoy día es demandado por el mercado y la opinión pública. ■



¿CÓMO PENSÁS HACER LA PRÓXIMA LIMPIEZA DE LOS GALPONES DE POLLO?



EARTHFORCE
S16 / RADIAL

By  **Bobcat**

¡Rendimiento excepcional en los trabajos más exigentes!



La excelencia también puede adaptarse a las circunstancias

Walter Mayer, Gerente de la sucursal Entre Ríos de Grupo San Blas, cuenta cómo la empresa tuvo que adaptarse a un nuevo escenario, decidió diversificarse y se convirtió en la primera exportadora de miel orgánica del país a partir de una coyuntura económica. Además detalló las ventajas de los nuevos modelos de minicargadores Bobcat que arribaron recientemente al mercado.



Walter Mayer, Gerente Sucursal Entre Ríos de Grupo San Blas

La “nueva normalidad” obligó a muchas empresas a adaptarse a un nuevo escenario económico, financiero y comercial. “Nosotros siempre fuimos una empresa que se adaptó a la situación desde el mercado. Como ejemplo, te puedo decir que en 2012 tuvimos que salir a exportar miel”, recuerda Walter Mayer, Gerente de la sucursal Entre Ríos del Grupo San Blas.

En aquel año, tras una resolución de la Secretaría de Comercio Interior, en ese momento bajo el mando de Guillermo Moreno, el Grupo San Blas se vio obligado a ingresar en un negocio muy diferente al de las grúas, por las que se siempre se identificaron como líderes en el mercado. La resolución establecía que, para poder importar era necesario exportar, por lo que muchas empresas ingresaron en negocios hasta ese momento desconocidos, con tal de compensar su balanza comercial.

Fue en ese momento que la firma ingresó en el mundo apícola. “Hoy somos exportadores de miel, siempre fue un sueño en el corazón de Armando, que es el titular de la empresa. **Entre 2012 y 2014 trabajamos arduamente en la compra de miel y en la logística, lo que generó que hoy seamos exportadores, que tengamos una unidad de negocio con una planta de miel en Roque Sanz Peña (Chaco) y, como Grupo San Blas, seamos importadores de primeras marcas y exportadores de productos**

alimenticios, como lo es la miel, que es tan sana y demandada en el mundo entero”, asevera Mayer.

“Logramos exportar miel orgánica, estamos en el tope de gama, porque la intención siempre fue agregar valor al producto y somos los primeros exportadores de miel envasada”, destaca.

NUEVOS LANZAMIENTOS

Respecto del core business de Grupo San Blas –maquinaria, minicargadores, grúas–, Mayer señala que están trayendo una nueva línea de productos de Bobcat, fabricados en China, a un mejor costo. **“La diferencia entre un Bobcat y otro –en referencia al fabricado en EE.UU.– es simplemente la disposición del motor, ni siquiera la marca o el origen del motor, sino la disposición.** En general, los Bobcat tienen el motor transversal y las nuevas líneas que está trayendo Grupo San Blas al mercado argentino –S18 y S16– vienen con un motor longitudinal, que no alarga el chasis. **La S16 es igual al modelo S150 o S510 y la S18 es exactamente igual a la S175 o S530 actual, para los que puedan relacionarlo”,** explica el especialista y agrega “está fabricado por Bobcat, tiene la misma calidad. Lo hemos probado en los galpones de pollos y ya tenemos minicargadores S16 con cabina cortada trabajando en limpieza de galpones con muy buen rendimiento, el consumo de combustible es exactamente el mismo, así que en realidad **lo que hace el productor o el integrado es bajar su nivel de inversión inicial”.**

En este sentido, Mayer aclara que “la mano de obra se sigue utilizando porque por ahí lo que no está muy resuelto es la recolección del pollo, para lo que se necesita mucha mano de obra. **El Bobcat tiene una alta participación a la hora de quitar la crianza hecha a poner los pollitos nuevos, porque reduce mucho el tiempo de trabajo,**



dependiendo siempre del tamaño del galpón y de la humedad del guano. Calculamos que en unas 8 horas el productor está en condiciones de colocar pollitos nuevos y ahí es donde se logra la máxima eficiencia. Obviamente cada empresa o integrado tiene su método de trabajo y se adapta a lo que le exige el frigorífico”.

Volviendo sobre las ventajas de los nuevos S16 y S18, Mayer sostiene que **“la ventaja principal es el costo inicial de compra, luego el equipo es exactamente igual a los Bobcat que todo el mundo conoce; la capacidad de la carga es la misma, y también la distancia de eje de entrada. La única diferencia es que el motor es longitudinal pero tiene la misma capacidad de carga: la S16 carga 750kg y la S18 890kg.** Por otro lado, la altura en la cual vuelca la S16 es de 2.900 milímetros, al tiempo que la S18 vuelca a 3.000 milímetros. Esto lo subrayo porque es donde tiene que volcar la desparramadora de guano en el caso de los galpones de pollo, para después poder tirarlo en el campo”.

Para la industria avícola, Mayer explica que Grupo San Blas corta especialmente la cabina de los Bobcat: “a pedido del cliente le bajamos la cabina para que pueda entrar en cualquier tipo de galpón y puedan prestar servicios en galpones viejos como en nuevos. Ade-

más de cortar la cabina, colocamos la computadora a la altura de las piernas del operador, de frente. Es un trabajo metalúrgico y electrónico. Se realiza en Casa Central porque tenemos un taller importante y además están los técnicos especializados”.

USADOS Y SERVICIO DE POST-VENTA

En relación a los equipos, Grupo San Blas no sólo vende Bobcat nuevos, sino que también cuenta con maquinaria en alquiler o usados que son reciclados a nuevo por la empresa.

En este sentido, Mayer señala que **“hay Bobcat que tienen hasta 30 años de antigüedad, a los que sólo se les tuvo que hacer el motor y el correspondiente mantenimiento. Tenemos equipos modelo ‘90, ‘92 y ‘96 trabajando y limpiando galpones de pollos, que gozan de un perfecto estado y funcionamiento... ¡son irrompibles! A veces hay equipos muy viejos que los tomamos en parte de pago, los reacondicionamos a nuevo, y los volvemos a vender a la mitad del valor de un equipo cero kilómetros”.**

Representantes exclusivos de Bobcat en Argentina hace más de 40 años, los técnicos del Grupo San Blas están especializados en asesorar y dar un servicio de posventa de alta calidad, “en muchos casos solucionamos algunos de



los inconvenientes que puedan surgir por teléfono, si no vamos con el repuesto o con la respuesta adecuada, y eso es muy importante; los técnicos están altamente capacitados. Este servicio de post-venta de calidad, genera un alto valor de reventa del producto, porque cuando se quiere vender, el valor de reventa dada la asistencia de calidad y la accesibilidad a los repuestos, es importante”, resalta Mayer.

En cuanto a disponibilidad de los repuestos, Mayer asegura que están nacionalizados desde el año 2003, “tenemos un valor agregado ahí, hemos probado muchos repuestos, los que no funcionaron los traemos importados, pero tenemos un 70% de repuestos nacionales; de hecho, Grupo San Blas tiene una marca propia de filtros que se llama Gold Filter, que nació para abaratar los costos de los servicios y para que el productor pueda tener un repuesto de alta

calidad a un valor razonable”.

Mayer destaca que Grupo San Blas tienen todas las soluciones para el productor ante cualquier problema que pueda presentar el Bobcat y aclara: “si no tengo un repuesto es porque nunca, en estos 40 años, se rompió”.

Dada la pandemia y la cuarentena establecida por el Gobierno, pueden presentarse algunos retrasos en los envíos de repuestos, “pero si nosotros podemos acercarnos al cliente y entregárselo en mano, lo hacemos con todos los protocolos. Hoy se hace un poco más difícil... generalmente el envío de repuestos se realizaba a través de encomiendas de micros de larga distancia y eso, por razones obvias, no se pudo hacer más”, señala Mayer

En la industria avícola, un gran porcentaje de galpones y empresas utiliza los minicargadores Bobcat. “Somos los líderes del mercado; aparecieron otras

marcas con cabinas cortadas, pero el Bobcat que nosotros preparamos para la industria avícola tiene muy poca electrónica y esto es una gran ventaja para la industria, dado que guano es muy corrosivo y eso puede dañar mucho la parte electrónica. Al ser mecánico, hidráulico y un poco menos tecnológico, hace que su vida útil sea superior en el guano respecto de otras máquinas. Por esta razón es muy importante la asistencia en los repuestos, dado que eso implica que el cliente no tenga el equipo detenido. Un equipo parado hoy es carísimo”.

El Grupo San Blas tiene ocho sucursales en todo el país: “hacemos base en el sur de Corrientes y toda la provincia de Entre Ríos. Estamos muy contentos de pertenecer a Grupo San Blas y poder dar asistencia en las provincias. A pesar de las crisis, Grupo San Blas siempre ha estado presente”, concluye Mayer. ■



ROVIMIX[®] MaxiChick[™]

Más y Mejores Pollitos

ROVIMIX[®] MaxiChick[™] es recomendado para toda la fase de reproducción, maximiza los efectos de los nutrientes de la dieta de la gallina reproductora y proporciona:

- ✓ Más huevos incubables
- ✓ Aumento de la fertilidad y supervivencia embrionaria
- ✓ Mejor calidad de los pollitos

DSM Nutritional Products Argentina S. A.
Lavoisier 3925 - (B1629AQC)
Tortuguitas - Buenos Aires, Argentina
Tel.: 03327-448600
www.dsm.com/animal-nutrition-health

HEALTH · NUTRITION · MATERIALS

Un pasito para adelante y tres pasitos para atrás

Nuevamente, nuestro intercambio comercial con el resto del mundo, sufre los vaivenes de una errática política de Comercio Exterior, donde la inversión productiva se ve seriamente afectada.



Pablo Silveyra, titular de Silveyra Comex

Como si fuera la parodia del texto expresado en el estribillo de una famosa canción -que otrora fue furor entre los niños- entonada por la blonda brasilera Xuxa (Maria da Graça Meneghel Flores), así se mueve desde hace mucho tiempo, el flujo comercial argentino con los demás países.

Es que en esta materia, hay tiempos políticos donde parece que avanzamos con una dinámica revitalizante y esperanzadora, pero que luego retrocedemos varios casilleros hasta caer nuevamente en medidas orientadas a controles cam-

biarios asfixiantes que, so pretexto de preservar las reservas del BCRA, en la realidad ofician de barreras pararancelarias que entorpecen el movimiento productivo y de inversión en capital de trabajo de las Empresas operadoras en el Comercio Internacional.

Parecerá increíble (o tal vez no tanto), pero así venimos pendulando desde hace más de 30 años. Para acotar temporalmente el análisis, puedo decir que arrancó en 1989 cuando se estableció un mercado de cambios totalmente libre, pasando por el 2002, cuando na-

ció el "mercado único y libre de cambios" o más conocido actualmente como MULC, (que en realidad, no fue ni lo uno ni lo otro, porque al mismo tiempo se dispuso un fuerte control de las operaciones cambiarias).

Surfeamos luego en el 2009 cuando, habiéndose perdido el superávit fiscal y el gasto público desbordaba a raíz del incremento de los subsidios para compensar congelamientos de precios y tarifas, el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner dispuso nuevamente con un férreo control de las Importa-

ciones a través de la implementación de **las tristemente célebres DJAI (Declaración Jurada Anticipada de Importación)** que según comentarios de aquella época, habrían generado casos de corrupción porque, para que se aprobasen, los desesperados Importadores debían acceder al pago de una **“comisión” de hasta el 15% del valor FOB a operadores oportunistas –que nunca faltan– y que tenían un contacto en la Secretaría de Comercio.**

Todo este período oscuro se complementó con el pedido de extensas planillas Excel donde se requería datos de operaciones de importaciones y exportaciones de 2 años hacia atrás y las proyecciones de compras para el año siguiente. **Es decir que las DJAI constituyeron un eficaz filtro para frenar todo tipo de importaciones pero al mismo tiempo fueron un terrible dolor de cabeza para aquellos Importadores que necesitaban comprar y pagar insumos críticos para producir bienes en el País.**

IMPORTADORES TRANSFORMISTAS / EXPORTADORES A LA FUERZA

En esta locura burocrática, se exigió que para aprobar una DJAI de Importación, el Importador debía “compensar” esa compra externa con un monto similar de Exportaciones de lo que fuera.

Me consta el caso de quien, para poder importar Fotocopiadoras tuvo que exportar piedras sanitarias para gatos, y otro que para importar componentes electrónicos para la fabricación de microestructuras, debió conseguirse un fabricante de grasa animal derretida, comprársela y exportarla a su nombre.

Esa situación era lisa y llanamente falaz ya que no aumentaban las Exportaciones o el número de Exportadores, sino que se sustituían los roles porque, el que sólo era Importador le compraba su producto a otro que sólo era Exportador y el primero era el que exportaba

para compensar lo que debía importar.

2016: CAMBIO DE GOBIERNO, CAMBIO DE RUMBO

Toda esa situación anómala finalizó el 22 de Diciembre de 2015 cuando el Gobierno de Mauricio Macri reemplazó las DJAI por las SIMI (Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones), disponiendo que los organismos del Estado encargados de su aprobación debían expedirse en un lapso de no más de 10 días. A pesar que sólo era un cambio de nombre, la situación mejoró.

Dicha medida se correspondía también con el fallo de la Organización Mundial de Comercio (OMC) que exigía a nuestro país suprimir las trabas a las importaciones, a consecuencia de una demanda impulsada por Estados Unidos, la Unión Europea y Japón.

También en el 2016 se eliminó el Seguimiento de Pago de Importaciones (SEPAIMPO) y se les quitó –a mi parecer equivocadamente– a los Exportadores la obligación de liquidar divisas.

De esta manera, a pesar de la existencia del nuevo sistema como paso previo para importar, la actividad del Comercio Exterior se desarrolló con mucha fluidez, ya que las SIMI con Licencia Automática (LA) se aprobaban a las 72 hs., y aquellas que poseían Licencia No Automática (LNA), a los 5 o 7 días, como máximo.

Pero como dicen que lo bueno dura poco, de ese “pasito para adelante” que pareció que dábamos, ahora volvimos al bamboleo del “pasito para atrás”, ya que nuevamente estamos ante medidas de control de acceso al MULC dispuestas por el BCRA que son una interferencia letal para la dinámica del comercio exterior y que –como antes y como siempre– el único propósito es que no salgan dólares (divisas) de las arcas del Tesoro, sin que previamente se discrimine o individualice los secto-

res a los que afectará la medida.

Si bien es cierto que fue durante los últimos meses del Gobierno anterior, y más específicamente después del resultado adverso de las P.A.S.O., cuando se comenzaron a implementar las medidas de restricción para el acceso al MULC (las reservas se habían consumido y se disparó el tipo de cambio); es en este tiempo –y ante la renegociación de la deuda– que las medidas del BCRA volvieron a su etapa más dura.

2019: CAMBIO DE GOBIERNO, OTRA VEZ CAMBIO DE RUMBO

El inicio o mejor dicho, el brote pandémico (para usar una palabra que está de moda) de las regulaciones comenzó con la COM “A” 7001 –30 de abril–, que dispuso entre otras cosas para el acceso al MULC, que: “Las operaciones por montos iguales o superiores a USD 500 mil, deberán ser informadas por las entidades financieras, con 3 días hábiles de antelación para luego ser cursadas”.

Luego sobrevino la Com “A” 7030, que ordena –entre otras cosas– que las Entidades Bancarias, para dar acceso a pagos al exterior, deben contar con la “...conformidad previa del BCRA...” estableciéndose la exigencia de una Declaración Jurada del cliente Importador que exprese que: “la totalidad de sus tenencias de moneda extranjera en el país (billetes y monedas en moneda extranjera, disponibilidades en oro amonedado o en barras, depósitos a la vista en entidades financieras del exterior y otras inversiones de disponibilidad inmediata de moneda extranjera) se encuentran depositadas en cuentas en entidades financieras y que no posee activos externos líquidos disponibles”.

Dentro de esas “otras cosas” mencionadas, esta nueva normativa hace aún más dura la Com “A” 7001, la que de por sí legisla retroactivamente y castiga con la prohibición de realizar pa-

gos anticipados a las empresas que, a la fecha de ingresar al MULC y en los 30 días anteriores a tal fecha, hubieran comprado dólar "MEP" o dólar "contado con liquidación".

Ahora este plazo se amplió de 30 a 90 días lo que deja sin margen de maniobra a muchas empresas cuyas importaciones deben contar con un pago anticipado como condición comercial para iniciar su fabricación en origen.

Entonces, si una Empresa por precaución, resguardo o inversión financiera ha comprado dólar "MEP" o "contado con liquidación", ahora no puede hacer ningún egreso de divisas ni como anticipos ni a la vista ni diferido.

También se obliga a las empresas a utilizar primero sus ahorros en moneda extranjera para realizar el pago de importaciones, pudiendo ingresar al MULC sólo en los casos en que no cuente con esta posibilidad, y a través de una autorización previa del BCRA.

Pero lo más relevante de la medida, y que realmente afectó al Importador, fue que para poder realizar transferencias al exterior por los conceptos B05, B06, B07, B10 y B12, deben:

1 Comutar los Saldos disponibles desde el 01/01/2020: Consiste en realizar un confronte entre los Pagos anticipados realizados (sin tener aún el Despacho Aduanero) y todas las importaciones de bienes con Despacho a Plaza. De la diferencia entre ambas situaciones surge el saldo disponible para transferir como pago al exterior de acuerdo al concepto que se trate.

Ejemplo: si la suma de los pagos anticipados realizados desde el 01/01/2020 era de USD 200.000 y el Importador registraba Despachos de Importación por USD 500.000, entonces su saldo disponible para poder pagar era de USD 300.000.

Caso contrario el Banco no le realiza la transferencia.

2 En caso de que la diferencia le fuera negativa (más pagos anticipados que despachos a plaza), el Importador debe retrotraer el cómputo de lo disponible al 01 de septiembre de 2019, y recurrir a la presentación de una Declaración Jurada (DJ) para poder transferir hasta un monto máximo de Usd 250.000 incluido el monto a pagar. Cito la parte pertinente de la norma cuando dice que no será necesaria la previa conformidad del BCRA cuando: *"...la realización de pagos de importaciones con registro aduanero pendiente en la medida que el monto pendiente de regularización por parte del cliente por pagos semejantes realizados a partir del 01.09.19 no supere el equivalente US\$ 250.000 (doscientos cincuenta mil dólares estadounidenses), incluido el monto por el cual se solicita el acceso al mercado de cambios..."*

Ejemplo: Si la suma de los pagos anticipados desde el 01/09/2019 es de USD 200.000 y la suma de los despachos a plaza es de USD 100.000, tengo un saldo disponible de USD 100.000 al que debo restarle el monto que tengo que pagar.

3 Finalmente, y cuando el monto a pagar supere el saldo disponible o sea mayor a USD 250.000, se debe requerir la previa conformidad al BCRA a través del Banco que realizará el pago al exterior. Y ya sabemos lo que sucede cuando –a la ya asfixiante burocracia del propio Banco– se le abre la puertita burocrática correspondiente al BCRA: el pago puede tardar varias semanas ya que el BCRA casi nunca se autoimpone plazos para resolver.

PRINCIPIO DE LA FÍSICA: "SIN ACCIÓN, NO HAY REACCIÓN"

Ante la publicación de esta norma cambiaría, comenzaron a plantearse con significancia extrema, la imposibilidad de cumplir no solamente con los pagos anticipados, sino también con el pago de mercadería ya embarcada o adquirida, pero que se está pagando a plazo. Fue así que, a principios del mes de Junio, la Unión Industrial Argentina (UIA) y la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC), llevaron la problemática a las autoridades del BCRA, acordando una agenda de trabajo para tratar de superar los inconvenientes que se habían generado para la importación de insumos para la producción.

Pero además de ello, y como lo señalé en párrafo anterior, el BCRA nunca se autoimpone plazos y era evidente que se produciría –nuevamente– una traba preocupante, por lo que la CAC –a través de un comunicado– cuestionó los criterios con los que se manejarían los Bancos para la aprobación de la venta de divisas, y declaró que esos criterios:

"...No están definidos en la normativa, como tampoco los plazos máximos en los cuales el BCRA debería expedirse, lo que podría condicionar, en la práctica, el acceso directo a dicho mercado para quienes deban realizar pagos al exterior", agregando que *"...más del 80% de las importaciones son esenciales para la industria (menos del 15% de las importaciones son bienes finales) por lo que el eventual entorpecimiento de la operatoria de comercio exterior por las dificultades del acceso al MULC dificultará la tan necesaria recuperación económica..."*

Resultado de esos acuerdos, el BCRA estableció un procedimiento estandarizado para habilitar los pedidos de autorización de acceso al MULC a completar por las empresas que deben importar insumos y estén alcanzados por la norma.



CLADAN

NUTRICIÓN Y SALUD ANIMAL



**Una empresa de conocimiento,
especializada en nutrición animal**

- Alimentos Completos, Concentrados, Premezclas, Aditivos y Programas Nutricionales Personalizados.
- Soluciones y asesoría para todas las etapas de producción.



INFORMATE SOBRE NUESTROS PRODUCTOS EN LA WEB

Representantes Exclusivos:

Elanco

DU PONT

SILVATEAM

ew | nutrition



Liptosa

cladan.com.ar

Al menos fue un paliativo. De no haberlo hecho, hubiese sido un caos porque sabemos que en este aspecto, cada Banco se manejaba con sus propios requisitos y exigencias aunque –obviamente– siguiendo las directrices del BCRA.

LA PREVIA CONFORMIDAD DEL BCRA

Ese procedimiento estandarizado significó la implementación del formulario de “SOLICITUD DE CONFORMIDAD PREVIA POR PAGOS DE IMPORTACIONES DE BIENES (COM “A” 7001 y 7030)” y del Formulario de “DECLARACION JURADA COM 7030, PUNTO 2”, este último para aquellos clientes que

estaban comprendidos dentro de los pagos que no requerían la previa conformidad.

Para no cansar al lector con las múltiples normas posteriores modificatorias que mereció la primigenia Com “A” 7030, sólo mencionaré que el monto de USD 250.000 se amplió a USD 1.000.000 el día 11/06/2020 por Com “A” 7042. La parte pertinente expresa que reemplaza el inciso vi) del punto 2 de la Comunicación “A” 7030, por el siguiente:

“vi) la realización de pagos de importaciones con registro aduanero pendiente en la medida que el monto pendiente de regularización por parte del cliente por pagos semejantes reali-

zados a partir del 01.09.19 no supere el equivalente US\$ 1.000.000 (un millón de dólares estadounidenses), incluido el monto por el cual se solicita el acceso al mercado de cambios.”

Finalmente y en cuanto a la normativa que nos ocupa, pasando previamente por la Com 7052 (prorroga la vigencia hasta el 31/07/2020) decantamos en el Com A 7068 (08/07/2020) con vigencia a partir del 13/07, que modifica también las comunicaciones anteriores y que –con el propósito de ilustrar al lector–, se vuelca en el cuadro sinóptico, con las distintas situaciones que se plantean y sus alternativas de procedimientos.

SITUACIÓN	POR LA COM “A” 7068	OBSERVACIÓN
1) Pagos anticipados, a la Vista y diferidos cuando lo pagado año 2020 no supera a las Importaciones del 2020 (menos pagos que despachos)	Se mantiene el Punto 2.1 vi) de la Com 7030.	Puede realizar pagos. No requiere Previa Conf.
2) Pagos a la vista, diferidos y anticipados fuera de situación 1, pero hasta USD 1.000.000 de operaciones sin Sepaimpo y pagos diferidos a realizar desde el lunes 13/7	Modifica a Com 7030 – agrega Punto 2.7	Puede realizar pagos. No requiere Previa Conf. Agrega nueva excepción que estaba vigente solo para los pagos anticipados. Ahora incluye también dentro del USD 1.000.000 a pagos vista y diferidos, especialmente los que corresponden a embarques anteriores al 1/7 o 12/6 (insumos médicos)
3) Pagos anticipados de insumos médicos fuera de 1ra situación y hasta USD 2.000.000 de operaciones sin Sepaimpo y pagos diferidos a realizar desde Lunes 13/7.	Modifica a Com 7030 – agrega Punto 2.7.1 2do párrafo.	Determina nuevo tope de USD 2.000.000 para esta situación de pago de insumos médicos con despacho pendiente.
4) Pagos a la vista cuando no aplica situación 1 ni es posible nuevo monto del punto 2.7	<p>a) Nuevos embarques: Bienes embarcados después del 01/07 o antes, pero no arribados a esa fecha.</p> <p>b) Nuevos embarques de Productos Farmacéuticos - Abonos - Insumos médicos. Embarcadas antes del 12/06 o arribadas antes de esa fecha.</p>	<p>Punto 2.2 Pagos cursan sin inconvenientes. No requiere Previa Conf.</p> <p>Punto 2.2 Pagos cursan sin inconvenientes. No requiere Previa Conf. Si son insumos, requiere DJ del Importador.</p>
5) Pagos diferidos cuando no aplica situación 1 ni es posible nuevo monto del punto 2.7	<p>a) Nuevos embarques: Bienes embarcados después del 01/07 o antes, pero no arribados a esa fecha.</p> <p>b) Nuevos embarques de Productos Farmacéuticos - Abonos - Insumos médicos. Embarcadas antes del 12/06 o arribadas antes de esa fecha.</p>	<p>Punto 2.2 Pagos cursan sin inconvenientes. No requiere Previa Conf.</p> <p>Punto 2.2 Pagos cursan sin inconvenientes. No requiere Previa Conf. Si son insumos, requiere DJ del Importador.</p>

Como se podrá ver, las situaciones son diversas, como son diversas también las alternativas según la mercadería de que se trate. Por eso hay que valorar el esfuerzo del recurso humano que atiende estas cuestiones en cada empresa y que tiene que lidiar diariamente con su contraparte bancaria, completar formularios, analizar las situaciones, bucear en los antecedentes de pagos y despachos y finalmente integrar debidamente tales formularios sin olvidar que los mismos constituyen una Declaración Jurada y como tal, hace pasible al Importador de una potencial suspensión de la CUIT y de un sumario cambiario por la infracción en la que haya incurrido.

Para completar este artículo, se recuerda a continuación las exigencias documentales a presentar en el Banco con el cual se opera, para cada situación de pago que se desee concretar al exterior, por imperio de las Com A 7052 y 7030 y complementarias ya señaladas:

CONCEPTO B05

Pagos ANTICIPADOS por importación de bienes (excepto bienes de capital). Pago previo al embarque o a la entrega de los bienes.

CONCEPTO B12

Pagos ANTICIPADOS por importación de bienes de capital (BK). Pago previo al embarque o a la entrega de los bienes.

CONCEPTO B13

Pagos ANTICIPADOS por la importación de medicamentos críticos a ingresar por el beneficiario o bienes del Decreto N° 333/20 (insumos médicos). Pago Previo al embarque o entrega de los bienes.

- *Requisitos documentales para estas tres situaciones de pago:*

- 1 **Factura pro-forma** emitida por el exportador, que permita determinar la existencia de una compra de bienes al exterior, donde se exige el anticipo de parte, o el total de los fondos, con anterioridad a la fecha de entrega/embarque de los bienes en la condición de compra pactada. Esta documentación debe permitir determinar el detalle de los bienes a importar, la condición de compra pactada (INCOTERMS), plazos de entrega y condiciones de pago.
- 2 **SIMI** donde se verifique el estado SALIDA (Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones) correspondiente al pago solicitado.
- 3 **Declaración Jurada Comunicación "A" 7030** y complementarias del BCRA debidamente firmada.

Aspectos muy importantes para los Pagos Anticipados:

- 1 Considerar que **el beneficiario del pago debe ser el proveedor** de los bienes del exterior y emisor de la factura pro-forma presentada.
- 2 Deberán demostrar el registro del ingreso aduanero de los bienes **dentro de los 90 días corridos a partir de la fecha de acceso al mercado local de cambios** y de 270 días corridos en el caso de concepto B12 Pagos anticipados por importación de bienes de capital.
- 3 En el caso que el proveedor del exterior **sea una empresa vinculada** con el importador o se necesiten plazos mayores para la oficialización del despacho de importación, se deberá contar con la previa conformidad del BCRA **antes del acceso** al mercado local de cambios.
- 4 **No deben tener pagos con registro de ingreso aduanero pendiente en situación de mora**, en virtud de la falta de afectación de la oficialización de importación en los plazos previstos.

CONCEPTO B07

Pagos vista de importaciones de bienes (sin despacho a plaza)

Requisito documental:

- 1 **Factura comercial emitida en el exterior** a nombre de la persona humana o jurídica residente en el país, que efectúa la compra al exterior, donde conste: nombre y dirección del emisor, nombre del importador argentino, la cantidad y descripción de la mercadería, condición de venta, valor de la factura y que establezca que el pago parcial o total de los bienes debe realizarse contra la presentación de la documentación de embarque.
- 2 **Documento de Transporte** (Conocimiento de Embarque - Carta de Porte - Guía Aérea).
- 3 De corresponder, la **última presentación vencida del Relevamiento de Activos y Pasivos Externos** (Com. A 6401). Comprobante de validación (Comprobante global y Comprobante por registro)
- 4 **Declaración Jurada Comunicación "A" 7030** y complementarias del BCRA debidamente firmada.

Aspectos muy importantes:

- 1 **El beneficiario del pago debe ser el proveedor** de los bienes del exterior.
- 2 Deberán demostrar el registro de ingreso aduanero de los bienes **dentro de los 90 días corridos** de la fecha de acceso al mercado local de cambios, o en su defecto, proceder dentro de ese plazo, al reingreso de las divisas desde el exterior.

CONCEPTO B10

Pagos de deudas comerciales por importaciones de bienes sin registro de ingreso aduanero (sin despacho a plaza)

Requisito documental:

- 1 **Factura comercial emitida en el exterior** a nombre del cliente residente en el país, que efectúa la compra al exterior, donde conste nombre y dirección del emisor, nombre del importador argentino, la cantidad y descripción de la mercadería, condición de venta, valor de la factura y que establezca la fecha de vencimiento de la obligación con el exterior por parte del importador o, en su defecto, que la operación no tiene una fecha de vencimiento pactada.
- 2 **Documento de Transporte** (Conocimiento de Embarque - Carta de Porte - Guía Aérea).
- 3 De corresponder, la última presentación vencida del **Relevamiento de Activos y Pasivos Externos (Com. A 6401)**. Comprobante de validación (Comprobante global y Comprobante por registro)
- 4 Para el pago de importaciones con facturas de más de 90 días de vencidas al momento de ingreso al MULC: **Certificación contable por deuda impaga, debidamente firmada por contador o auditor externo.**
- 5 **Declaración Jurada Comunicación "A" 7030** y complementarias del BCRA debidamente firmada.

Aspectos muy importantes:

- 1 **El beneficiario del pago debe ser el proveedor de los bienes del exterior.**
- 2 Deberá demostrarse el registro de ingreso aduanero de los bienes **dentro de los 90 días corridos de la fecha de acceso al mercado local de cambios**, o en su defecto, proceder dentro de ese plazo, al reingreso de las divisas desde el exterior.
- 3 **No se puede realizar el pago con anterioridad a la fecha de vencimiento de la obligación con el exterior.** Los pagos con anterioridad a la fecha de vencimiento requerirán la conformidad previa del Banco Central.

CONCEPTO B06

Pagos DIFERIDOS de importaciones de bienes (con despacho a plaza)

Requisito documental:

- 1 **Factura comercial emitida en el exterior** a nombre del cliente residente en el país, que efectúa la compra al exterior, donde conste nombre y dirección del emisor, nombre del importador argentino, la cantidad y descripción de la mercadería, condición de venta (INCOTERM) y valor de la factura.
- 2 **Documento de Transporte** (Conocimiento de Embarque - Carta de Porte - Guía Aérea).
- 3 **Registro aduanero (despacho) del ingreso al país** de los bienes que originan el pago a cancelarse.
- 4 De corresponder, la última presentación vencida del **Relevamiento de Activos y Pasivos Externos (Com. A 6401)**. Comprobante de validación (Comprobante global y Comprobante por registro) y Comprobante por registro)
- 5 Para el pago de importaciones con facturas de más de 90 días de vencidas al momento de ingreso al MULC: **Certificación contable por deuda impaga, debidamente firmada por contador o auditor externo.**
- 6 Para operaciones con despacho aduanero anterior al 1.11.19 presentar **Anexo de Transferencia al Exterior Boleto de Compra / Venta de Cambio**, (debidamente integrado y firmado por el representante legal de la cuenta).
- 7 **Declaración Jurada Comunicación "A" 7030** y complementarias del BCRA debidamente firmada.

Aspectos muy importantes:

- 1 **Para el pago de mercadería ingresada bajo régimen Courier en lugar del despacho a plaza** deberá presen-

tarse copia de la factura de courier firmada en original por el asociado, copia de la factura comercial y guía aérea.

El beneficiario del pago debe ser el proveedor de los bienes del exterior.

- 2 **No se puede realizar el pago con anterioridad a la fecha de vencimiento de la obligación con el exterior.** Los pagos con anterioridad a la fecha de vencimiento requerirán la conformidad previa del Banco Central.

COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO: PRIMA LA DESCONFIANZA.

Como corolario de este artículo, se impone una reflexión... **Queda claro que nuestro Comercio Exterior y el Comercio Internacional -en general- está signado, lamentablemente, por la incertidumbre.** Actualmente muy pocos proveedores externos otorgan financiamiento para la compra de Bienes de Capital porque conocen lo imprevisible de las normas relativas a las transacciones internacionales.

No prima la desconfianza hacia el productor o industrial privado sino hacia nuestro país por los cambios de las reglas de juego que cada Gobierno decide implementar según la mayor o menor disponibilidad de divisas.

Tanto es así que el representante local de una de las más importantes fabricas europeas de equipamiento para la industria avícola, asegura que los mismos son reacios a otorgar pagos a plazos y que tampoco logran entender que una Empresa -teniendo y disponiendo de los recursos dinerarios en moneda local- no pueda realizar los pagos comprometidos, porque el Banco con el cual opera no le vende las divisas necesarias y suficientes para saldar las deudas... **Es que confianza y credibilidad no son atributos que se puedan transpolar, sin recaudos.**

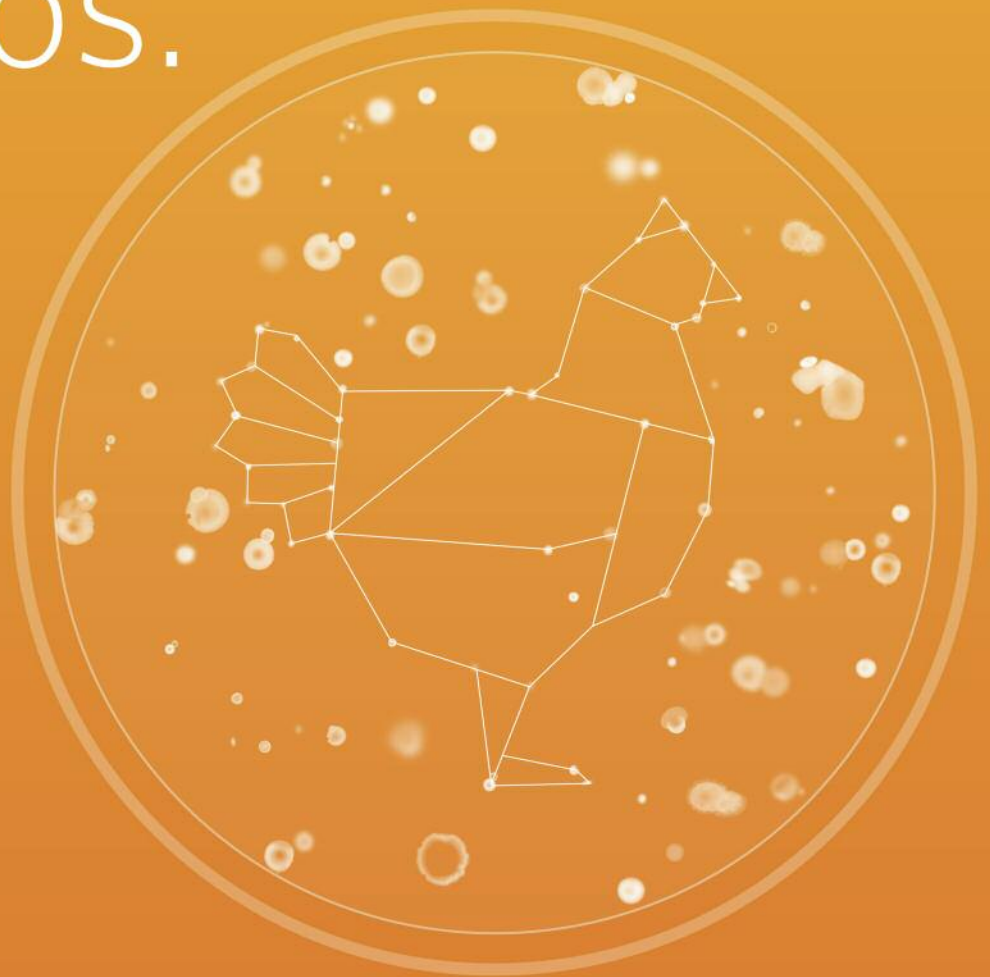
CHR HANSEN

Improving food & health

GalliPro[®]

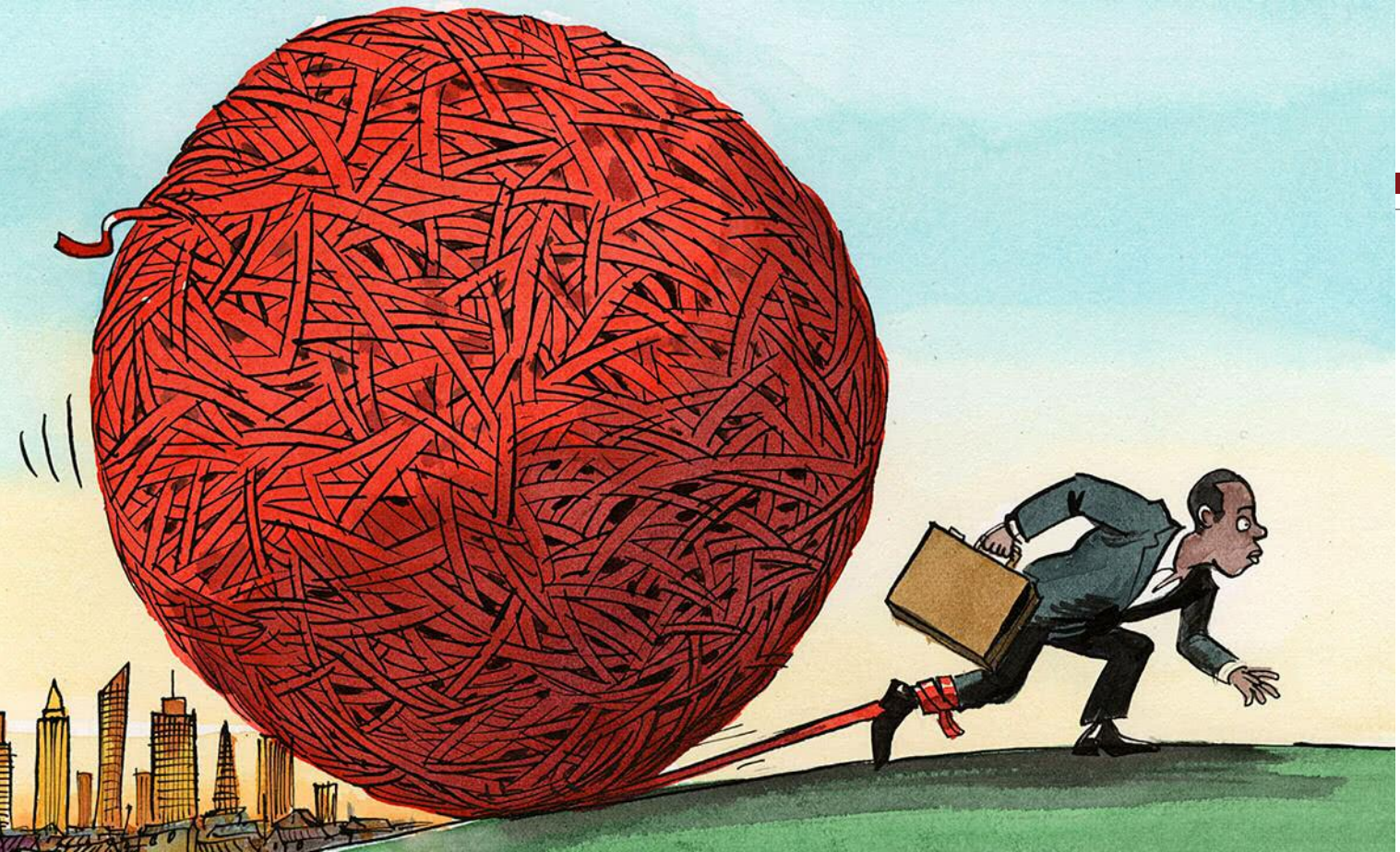
GalliPro[®] Tect

Cepas específicas para **desafíos** distintos.



Para más información contáctese con nosotros vía mail: arfeca@chr-hansen.com

Chr. Hansen www.chr-hansen.com/animal-health



Ocurre que muchas veces el pretendido Bien Común, que sirve de fundamento para que desde el Estado se cometan diversas tropelías burocráticas, no se alinea con el sentido común que necesariamente rige a los particulares administrados en su esfuerzo diario por mantenerse a flote y sin distracciones ante los avatares que les depara la Administración Pública Nacional.

LA FÁBULA DE LOS BURÓCRATAS DE ESCRITORIO

Cada día, una pequeña Hormiga llegaba al trabajo muy temprano, y sin pérdida de tiempo comenzaba sus tareas. Era sumamente productiva y se la veía muy feliz con la actividad.

El gerente, un León, siempre se sorprendía al verla trabajar sin supervisión. Entonces pensó: "si es capaz de producir así, sin alguien que controle, seguramente podrá hacer mucho más si tiene un supervisor".

Dicho esto, buscó y reclutó a la Cucaracha, quien tenía una experiencia sumamente extensa como jefa y era famosa por preparar y presentar excelentes reportes.

Su primera decisión fue instalar un

reloj en el ingreso para controlar los horarios de llegada y salida.

Necesitaba además una secretaria que lo ayudara a escribir sus informes. Así que decidió contratar a la Araña para que además manejara los archivos y monitoreara las llamadas telefónicas.

El León estaba encantado con los reportes que la Cucaracha le enviaba y le pidió que produjera unos gráficos que mostraran los ratios de producción y un análisis de las tendencias, de manera que pudiera utilizarlos para sus propias presentaciones ante el directorio.

La Cucaracha entonces debió comprar una nueva computadora y una impresora láser, además de contratar a la Mosca para dirigir el área de sistemas.

Mientras tanto, la Hormiga que una vez había sido tan productiva y relajada, detestaba toda esta sobrecarga de papeles y reuniones interminables donde perdía la mayor parte de su tiempo.

El León entonces llegó a la conclusión de que había llegado el momento de contratar alguien que se hiciera cargo del departamento donde la Hormiga trabaja.

Quien ganó la posición fue la Cigarra, cuya primera decisión consistió en

cambiar la alfombra y conseguir una silla ergonómica para su oficina. Necesitaba además una computadora y una asistente personal que trajo desde su antiguo lugar de trabajo para que lo ayudara con la programación y el Plan de Control Estratégico del Presupuesto.

El lugar donde trabaja la Hormiga ahora era triste, ya nadie se reía, y todo el mundo caminaba preocupado...

Esta fue razón suficiente para que la Cigarra convenciera al León de la necesidad de realizar una encuesta de clima interno. Y dado que el León había revisado el departamento donde la Hormiga trabajaba, era fácil comprobar cómo en este tiempo la productividad se había reducido notablemente.

Su decisión fue reclutar al Búho para que realizara una auditoría y sugiriera las soluciones. Después de 3 meses, presentó su reporte y una conclusión final: el departamento tiene exceso de personal.

¿Adivinen a quién pusieron en la mira primero? A la Hormiga productiva y feliz... ¿Las causas? "Mostrar una actitud negativa y falta de motivación".

Cualquier semejanza con la realidad, es pura coincidencia. ■

FARMADOX® 50

Doxiciclina 50%

AMPLIO ESPECTRO Y CON ACCIÓN COMPROBADA CONTRA LOS DESAFÍOS BACTERIANOS



- ✓ Mejor Dosis - Respuesta
- ✓ Amplio Espectro de Acción
- ✓ Mayor Biodisponibilidad
- ✓ Control Superior de los Desafíos Bacterianos

Prevención y control de la Laringotraqueitis infecciosa

Es una enfermedad viral que afecta al aparato respiratorio de pollos y gallinas, y produce pérdidas severas en la producción debido a la mortandad que genera.

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria brinda recomendaciones sanitarias para prevenir y controlar la laringotraqueitis infecciosa en la producción avícola.

Se trata de una enfermedad viral, causada por un herpes virus, que afecta al aparato respiratorio de pollos y gallinas, y produce pérdidas severas en la producción debido a la mortandad asociada y a la disminución en la ganancia de peso de los animales y en la producción de huevos. Una vez introducido en una granja, el virus se disemina rápidamente.

Posibles vías de su ingreso y diseminación en granja: introducción de aves infectadas o portadoras (aves que transmiten la enfermedad, pero no muestran signos clínicos), movimiento del personal, vehículos y/o transporte de guano, equipos contaminados (las secreciones respiratorias de las aves infectadas contaminan jaulas, equipos y ropa del personal), moscas y roedores.

Con la finalidad de prevenir la enfermedad y en caso de presentarse, poder controlar la diseminación del virus, desde SENASA se sugiere las siguientes recomendaciones:

- ▶ **Incremente las medidas generales de higiene y bioseguridad** para evitar el ingreso y la diseminación del virus.
- ▶ **Restrinja el acceso de vehículos.** En caso de tener que descargar insumos en la granja, utilice los equipos de desinfección y evite el descenso del transportista.

- ▶ **Las ruedas de los vehículos, deben lavarse y desinfectarse** al ingreso y egreso del establecimiento.
- ▶ **Intensifique la higiene personal,** utilice ropa y calzado limpio al entrar y salir del establecimiento, y pediluvios con solución desinfectante.
- ▶ **Elimine la mortandad diaria dentro del establecimiento,** preferiblemente mediante composta, incineración o enterramiento.
- ▶ **Efectúe un riguroso control de plagas** dentro del predio.
- ▶ **Prevenga la entrada de aves silvestres** y su contacto con las de producción.
- ▶ **No conserve aves de traspatio** en su granja, ni mascotas.
- ▶ **Mantenga una buena ventilación,** con niveles bajos de amoníaco.
- ▶ **Vacune a sus aves según la recomendación del veterinario** acreditado en sanidad aviar.

- ▶ **Reporte rápidamente la sospecha o presencia de la enfermedad en la Oficina del Senasa más cercana.**
- ▶ **Confirme la presencia de casos sospechosos de laringotraqueitis por métodos de laboratorio, con asesoramiento del veterinario acreditado responsable de la granja.**

Una deficiente implementación de las medidas de manejo, higiene y bioseguridad significan un riesgo de introducción y difusión de esta y otras enfermedades, que pueden afectar gravemente su producción.

Resulta fundamental que todos los productores avícolas del país, así como todos los actores que integran esta cadena agropecuaria, se comprometan con el control y la erradicación de laringotraqueitis, colaboren con el Senasa y se sumen a la protección de la sanidad avícola del país y al resguardo del estatus sanitario, para sostener las exportaciones de productos avícolas sin restricciones a más de 60 mercados de todo el mundo..<

ANTE LA PRESENCIA EN LA GRANJA DE LA ENFERMEDAD:



Mycofix[®] 5.0



Protección comprobada

... a través del ciclo completo de producción.

Mycofix[®] es la solución para manejo de riesgo de micotoxinas.

REGISTRADO EN LA UE*

*Biomin[®] BBSH 797, Mycofix[®] Secure & FUMzyme[®]

Distribuidor oficial



mycofix.biomin.net

Naturally ahead

≡ Biomin[®] ≡

La verdad de la milanesa.

En Grupo Motta abarcamos la Cadena de Valor en toda su extensión. Partiendo de la mejor genética avícola del mundo, las granjas, el alimento para las aves, las plantas productivas, hasta el manejo de subproductos.

Llegamos a todo la Argentina y a más de veinte países con alimentos que tienen calidad asegurada desde el primer día hasta el momento de la verdad, cuando se sirve el plato.

CABAÑA AVÍCOLA

Feller**Calisa**

GRUPO

Motta

La seguridad de la experiencia.