



Dante Sica, Economista

"El gobierno está haciendo reformas que tienden a mover los obstáculos que durante los últimos 40 años impidieron que la economía Argentina crezca de manera sostenible"

Cátedra

AVÍCOLA & AGROPECUARIA

"Inventing for life" MSD

La compañía multinacional afirma su liderazgo y apuesta al mercado local con el lanzamiento de dos productos revolucionarios ■ La innovación, y el valor agregado, las claves de su éxito ■ Javier Galdara, Gerente de la Línea Avícola de MSD Salud Animal Argentina, explica porqué la compañía se ubica actualmente entre las más admiradas del planeta ■



Nutrición Animal

Marcelo Vilosio, Gerente General de Biofarma, es categórico: "la calidad no se negocia"



Empresas

Farmabase / Cevasa implementa su "Programa Puertas Abiertas" y muestra la calidad en su gestión



Tendencias

Bilinkis sostiene que la comodidad es una posición muy peligrosa en un mundo que cambia tan rápido

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

Cátedra

DIRECTOR

Adalberto Rossi

JEFE DE REDACCIÓN

Elida Thiery

REDACCIÓN

Joaquín Pichetto, Eugenia Basualdo,
Gonzalo Gutiérrez, 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

PEQUIGRAF - Magallanes 1342
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel. (+5411) 4301-2346 / 4302-8628

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.

editorial

¿Otra vez sopa?

Mientras que el Gobierno se empeña en transmitir tranquilidad en el plano económico, en las últimas semanas el dólar se ha disparado, lo que motivó que desde el Palacio de Hacienda hayan decidido sacar el calibre grueso para luchar contra su escalada.

En una sola semana, el Banco Central subió la tasa de interés, que ya era la más alta de la región, y la llevó del 27% al 40%, un récord en la era Macri. Además, se anunció un ajuste de 3.200 millones de dólares, sobre todo en obra pública, la estrella del mandato.

En Argentina estamos tan acostumbrados a las crisis que todos sabemos interpretar rápidamente las señales.

Mientras tanto, el Ministro de Hacienda, Nicolás Dujovne –en un claro mensaje a los inversores– prometió que bajará más el déficit: el objetivo pasa del 3,2% del PIB al 2,7%.

El golpe tuvo efecto inmediato y el dólar empezó a bajar, pero la maniobra tiene consecuencias negativas fuertes. La suba al 40% de la tasa de interés y el recorte del gasto suponen un freno importante para una economía que había vuelto al crecimiento y empieza a salir de una larga crisis.

Macri muestra así que está dispuesto a hacer lo que sea para frenar la inflación, que el Gobierno fijó para este año en 15%, cuatro puntos menos que las previsiones que dio el FMI en su informe regional de primavera.

Pero las críticas son cada vez más fuertes porque muchos argentinos que lo votaron, pensaban que a esta altura ya habría controlado ese fantasma de la suba descontrolada de precios, algo que históricamente ha hundido a varios gobiernos en nuestro país.

Macri tiene aún un importante control político de la situación: obtuvo un muy buen resultado en las elecciones legislativas de octubre de 2017 y enfrenta a una oposición dividida.

Pero la economía se ha convertido claramente en su punto débil y hay rumores constantes de posibles cambios en el equipo económico.

Los mercados presionan al Gobierno para que haga un ajuste más fuerte. Macri siempre contestó que no había margen político, económico ni social en un país con casi un 27% de pobreza para hacer ese recorte que le piden. Pero ahora les ha concedido al menos una parte con ese anuncio de freno a la obra pública.

El consenso es que el déficit fiscal está en el origen del problema de Argentina, que depende de financiamiento externo, cada vez más caro por la subida de tipos de interés de EEUU, para cubrir su exceso de gastos.

Macri gobierna en minoría y los mercados son muy sensibles a cualquier movimiento de los peronistas, ahora muy divididos pero siempre aspirantes al poder en Argentina.

Dujovne admitió que la suba de la tasa puede frenar la economía, pero consideró que "mucho peor hubiese sido quedarnos de brazos cruzados" y confió en que se pueda volver a la normalidad rápidamente y bajar de nuevo la tasa de interés.

Los argentinos, acostumbrados a ver caer ministros de economía con frecuencia –el anterior duró un año– no estamos tan tranquilos como él...

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.
Radio Argentina (AM 570)**

 @catedraavicola 

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



30



sumario



22 ECONOMÍA
Integración comercial
Dante Sica, se muestra optimista, pero considera que hay que tener en cuenta la inflación, el tipo de cambio, la producción y las inversiones..

30 EMPRESAS
Farmabase / Cevasa
Luego de adquirir Cevasa, la compañía brasileña Farmabase llega con sus productos a más de 50 países, en continentes como Asia, América Latina y Oriente Medio.

38 NUTRICIÓN ANIMAL
SINA 2018
Biofarma organizó la 2da. edición del Simposio Internacional de Nutrición Animal (SINA), y convocó a más de mil técnicos y productores en Rosario.

44 NOTA DE TAPA
MSD Salud Animal
La compañía líder en Salud Animal e innovación, lanzará este año dos productos revolucionarios, fruto de un permanente proceso de investigación: Exzolt e Innovax ND-IBD.

68 ESTADÍSTICAS
Formación de precios
La Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA) comenzó a elaborar indicadores sobre cómo se conforman los precios de alimentos.

62 EVENTOS
Industria Avícola 2018
Cátedra Avícola reunió a las figuras más destacadas de la industria en una jornada donde los actores principales analizaron la situación actual del sector frente a un complejo 2018.

14 TENDENCIAS

Inteligencia Artificial y la imperiosa necesidad de promover los cambios

26 MAQUINARIA

El Ministerio de Agroindustria presentó la Mesa Sectorial de Maquinaria Agrícola

98 CEREALES

Análisis: ¿Mercados multifacéticos? ¿Desórdenes de personalidad?

Cuáles son los efectos y consecuencias de la sequía

La medición de marzo de 2018 marca una participación de los impuestos sobre la renta agrícola del 64,1% para el promedio ponderado de los cultivos de soja, maíz, trigo y girasol. Es decir, que de cada \$100 de renta (después de costos) que genera una hectárea agrícola, \$64,10 se lo llevan los distintos niveles de gobierno. Si se excluye el efecto de la sequía sobre los rindes, la participación estaría en el 60%.



La Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA), publica el indicador de participación del Estado sobre la renta agrícola, con una frecuencia trimestral. Para la elaboración del indicador se utilizan los rendimientos promedio de los últimos 3 años, con el objetivo de evitar introducir estimaciones incorrectas, y hasta contradicciones entre diversas instituciones.

La cuestión es que esta metodología genera problemas en años como este, donde la sequía afecta de manera sustancial los rindes promedio de la agricultura.

Por este motivo, en esta oportunidad, se calcula el índice con la metodología establecida y al mismo tiempo, se estima otro con el efecto de la sequía, calculando una caída del rinde promedio del 25%, que aún no se sabe

si será la pérdida real o si incluso será mayor.

Hecha esta salvedad, el índice de 64,1% para marzo de 2018, es menor que el 66,1% de marzo de 2017. Este resultado es producto de que hay un factor negativo que hace subir el índice, la sequía, y cuatro factores que lo hacen bajar: la suba de precios, el incremento del dólar, la menor participación de la soja en el área sem-

brada y la baja de los derechos de exportación.

PRECIOS

Con respecto a marzo de 2017, los precios internacionales subieron, y lo hicieron aún más los precios internos. El precio internacional de la soja subió un 3%, pasando de USD 389 a USD 399 por tonelada, pero el precio local para el disponible aumentó un 17%, de USD 254 a USD 297 por tonelada, lo que incluye el impacto de la reducción en los derechos de exportación. En el caso del maíz, los aumentos fueron equilibrados, incrementándose un 14% en ambos mercados, el disponible pasó de USD 155 a USD 177 por tonelada.

Una parte importante de estos aumentos se debe al efecto sobre la producción de la sequía en Argentina, lo que a nivel local va ayudar a los productores agrícolas a amortiguar el efecto negativo del clima. Sin embargo, sobre los productores pecuarios (leche, bovinos, porcinos, aviares), el efecto negativo es doble, al disponer de menos pasto y forrajes, y ser más caro el alimento de los animales para el resto del año.

DÓLAR

Cuando el dólar evoluciona por encima de la inflación, genera un impacto positivo sobre los sectores exportadores, ya que hace incrementar los ingresos (en dólares) por encima de los gastos (que, en parte, son en pesos). Por ello, la devaluación del peso con respecto al dólar genera que se amplíe el valor de la producción, y eso hace bajar la participación del Estado en la renta agrícola.

En los últimos 12 meses, la devaluación fue del 31,5%, unos 5 puntos por encima de la inflación. Gran parte de la suba del dólar se dio en los últimos 3 meses, donde ha pasado de

\$17,50 a \$20,45 por dólar, un 16,9%.

Por su lado, los costos totales se han incrementado un 11,7% con respecto a diciembre y 29,8% con respecto a marzo de 2017. Con mayor impacto de los costos de labores y fletes, que también fueron afectados por los incrementos de los costos de los combustibles. Además de los insumos que al estar dolarizados, suben conforme a sube el dólar.

MENOR PARTICIPACIÓN DE LA SOJA EN EL ÁREA SEMBRADA

Como consecuencia de que la soja es el único cultivo que tiene derechos de exportación, la participación del Estado en soja es del 69,9%, mientras que en maíz es 50%, en la medición con efecto sequía.

La mayor participación del Estado en soja y menor en los otros cultivos, hace que a medida que baja la representación relativa de la soja en el área sembrada, baje el índice general. Así, el incremento del área de maíz y del área de trigo, junto a la baja de soja, hizo que la soja pasara de representar el 62% del área de soja, maíz, trigo y girasol, al 52%. Este efecto fue capturado por este índice de marzo de 2018, y no por el de marzo de 2017. Lo que también ayuda a la baja del 66,1% al 64,1% en los últimos 12 meses.

REDUCCIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPORTACIÓN

En enero de este año, comenzaron a bajar un 0,5% por mes los derechos de exportación a la soja, por lo que han pasado del 35% en 2015, a 30% en 2016 y 2017, a 28,5% en marzo de 2018.

La baja de 1,5% que lleva el 2018, representa unos 6 dólares por tonelada.

ÍNDICES PROVINCIALES: BUENOS AIRES, CÓRDOBA, SANTA FE, SAN LUIS Y LA PAMPA

A partir de junio de 2017, FADA

publica con la misma frecuencia que el índice FADA nacional, indicadores desglosados para las provincias de Buenos Aires, Córdoba, San Luis, Santa Fe y La Pampa, midiendo la participación del Estado en la renta agrícola, así como las principales variables económicas de la ecuación agrícola.

Mientras el índice FADA nacional con efecto sequía es de 64,1%, el de Buenos Aires es de 64,9%, Córdoba 62,5%, Santa Fe 66,5%, San Luis 55,7% y La Pampa 63,7%.

En los casos de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y La Pampa, se consideran los cultivos de soja, maíz, trigo y girasol, utilizando sus participaciones en la superficie sembrada, para luego calcular los números de una hectárea promedio de cada provincia. Para el caso de San Luis, sólo se consideran soja y maíz, ya que explican el 95% del área.

Puede resultar llamativo que San Luis tenga una participación del Estado en la renta sustancialmente menor a las otras provincias. La explicación para este dato está en la importancia del maíz en la provincia. Mientras que a nivel nacional hay 2 hectáreas de soja por cada una de maíz, en San Luis hay 0,8 hectáreas de soja por cada una de maíz, es decir, hay más maíz que soja. Como se mencionó más arriba, el maíz tiene 20 puntos porcentuales menos de participación del Estado en la renta que la soja, por lo que con una mayor ponderación de maíz en el indicador, el índice FADA para San Luis termina siendo sustancialmente más bajo que el resto.

Para cada caso se utilizan los rindes promedio de los últimos 3 años, y los costos de producción de labores e insumos necesarios para esos rindes promedio en cada región. En cuanto a los fletes se estimaron para Buenos Aires 250 km., Córdoba 340

Distribución del valor bruto de producción
Ha promedio. Por provincia. Marzo 2018



Fuente: FADA

km., Santa Fe 120 km., San Luis 580 km. y La Pampa 340 km.

En cuanto a los impuestos nacionales, van en línea con el valor de la producción y con la rentabilidad en cada provincia, por lo que son más altos en términos absolutos en Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires, y más bajos en San Luis y La Pampa.

Aquí se consideran el Impuesto a las Ganancias, Créditos y Débitos e IVA. El caso del IVA merece una aclaración, en muchos de los casos se generan saldos técnicos de IVA a favor, que no son de libre disponibilidad, por lo que constituyen un costo más.

Los impuestos provinciales presentan divergencias. En el caso de Buenos Aires, significan unos \$662 por hectárea, la mayor parte inmobiliario y el resto ingresos brutos. Pero al mismo tiempo, los partidos cobran sus propias tasas, la mayoría son tasas viales con un 70% de lo recaudado destinado a los caminos rurales y el otro 30% al municipio. Estas tasas significan, en promedio, unos \$124 por hectárea, con las más diversas formas de cálculo y los más diversos valores. Así, entre municipales y provinciales, una hectárea promedio en Buenos Aires debe tributar \$786, representando un 4,3% del valor de la producción.

En el caso de Córdoba, sólo se paga impuesto inmobiliario rural, la producción primaria está exenta de Ingresos Brutos y no existen las tasas municipales. Así, representa 2,2% del valor de la producción. Esta parte merece una aclaración, si en lugar de tomar el valor bruto de la producción, se toma el ingreso neto de gastos de transporte de los productores, los impuestos inmobiliarios rurales de Córdoba y Buenos Aires quedan en una situación más equilibrada. Esto es así por la diferencia en los costos de transporte entre una provincia y

otra. Para graficarlo, calculado sobre una hectárea de maíz, el flete en Córdoba cuesta \$341 más que en Buenos Aires, en el promedio provincial.

En el caso de Santa Fe, al igual que Córdoba, no se pagan Ingresos Brutos, pero si existen las tasas municipales como en el caso de Buenos Aires. El valor promedio del impuesto inmobiliario rural es de \$687, el más alto de las provincias aquí comparadas. Aunque como se dijo más arriba, con altas disparidades regionales, los campos del sur provincial pueden pagar decenas de veces lo que pagan algunos del norte. Esta disparidad es importante aun considerando la capacidad productiva y la diferencia en el precio de la tierra. En cuanto a las tasas municipales, se estimaron en un promedio de \$145 por hectárea. En la mayoría de los casos estas tasas están expresadas en litros de gasoil.

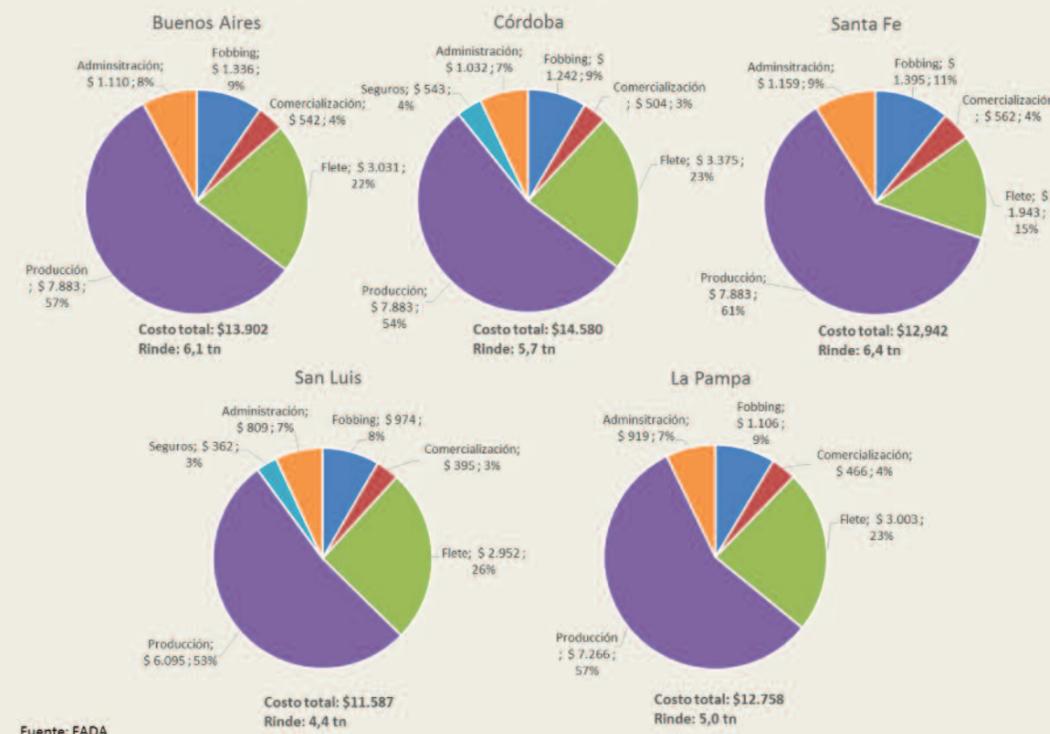
San Luis, tiene un impuesto inmobiliario rural sustancialmente más bajo que las otras provincias, sin embargo, tiene una especie de "derecho de exportación interno". Cobra una tasa que incluye "guías de campaña" y "certificados de venta". Los certificados se pagan tanto para la venta dentro de la provincia como la producción que se dirige fuera de la misma. Por otro lado, se paga la guía, para la producción que se transporta fuera de la provincia. Estas tasas se suman a un pago a cuenta de ingresos brutos, y se concentran en el llamado Do.Pro. (documento provincial).

Por ejemplo, una tonelada de soja paga \$10 en concepto de guía, más \$15 de certificado, más \$20 de pago a cuenta de IIBB, pagando un Do.Pro. por tonelada de \$45.

Al igual que San Luis, La Pampa también tiene una especie "derecho de exportación interno".

Se llaman "guías cerealeras" y se co-

Costos de una hectárea de maíz
Por provincia. Marzo 2018. Rindes de sequía. En % del costo total



Fuente: FADA

bran por camión. Son distintas para cada Departamento, y tienen distintos valores si los granos se dirigen a un lugar dentro del Departamento, fuera del Departamento o fuera de la Provincia. El promedio por hectárea de estas guías es de \$66.

Por su parte, el inmobiliario rural promedio es de \$291,60 por hectárea. En cuanto a Ingresos Brutos, paga una alícuota de 0,5%, representando cerca de \$83 por hectárea.

IMPUESTOS PROVINCIALES

- ★ En todas las provincias analizadas se paga impuesto inmobiliario rural, con Santa Fe a la cabeza y San Luis el más bajo;
- ★ En Buenos Aires, La Pampa y San Luis se pagan Ingresos Brutos. La alícuota es del 1% en los casos de Buenos Aires y San Luis, y 0,5% en La Pampa. En Córdoba y Santa Fe la actividad está exenta.
- ★ Buenos Aires y Santa Fe tienen tasas municipales, mientras que La Pampa tiene las guías cerealeras. Córdoba y San Luis no tienen imposicio-

nes a nivel local.

- ★ San Luis y La Pampa tienen impuestos al estilo de aduanas internas.
- ★ Una hectárea en Santa Fe es la que más paga en la sumatoria de impuestos locales y provinciales, seguidos por Buenos Aires, medidos en pesos. Si se mide en porcentaje del valor de la producción, Santa Fe y Buenos Aires tienen un valor similar del 4,3%.

COSTOS

Para profundizar en cada caso, se analizan los costos involucrados en una hectárea de maíz, para tomar como ejemplo.

En el cálculo del índice se toma desde el valor FOB al resultado después de todos los impuestos. Por ello, se consideran los costos de exportación (fobbing), comercialización, transporte, seguros, administración y producción.

Al analizar los costos resaltan dos puntos. El primero, los gastos de fobbing representan entre el 8% y el 11% de todos los costos involucrados en una hectárea de maíz.

Resulta llamativo que estos gastos representen lo mismo que cuestan los fertilizantes, tanto en maíz como en soja. Aquí hay un tema de competitividad y costo argentino para analizar.

El segundo punto, son los fletes, donde se puede ver claramente cómo se va incrementando la participación a medida que uno se desplaza hacia el interior mediterráneo.

En el caso del maíz, el flete representa el 22% de los costos en Buenos Aires, en Córdoba el 23%, en San Luis el 26% y en La Pampa el 23%. En Santa Fe, como el grueso de la producción se encuentra relativamente cerca de los puertos, representa el 15%.

Si sumamos fletes, comercialización y fobbing, podríamos quedarnos con una categoría de logística y comercialización. Esta categoría representa el 35% de los costos para el caso de Buenos Aires, 35% para Córdoba, 30% para Santa Fe, 37% para San Luis y 36% para La Pampa.

Aquí se ve uno de los principales ítems de la competitividad y del costo argentino. ■

Etchevehere: "Queremos que las economías regionales expresen todo su potencial"

El Ministro de Agroindustria, Luis Miguel Etchevehere, acompañado de su gabinete, encabezó la primera reunión del año del Consejo Federal Agropecuario (CFA) con la presencia de referentes provinciales de la producción. Analizaron bajo los tres ejes transversales de la cartera nacional, desburocratización, apertura de mercados y competitividad sustentable, y cómo lograr un mayor crecimiento.

Para Luis Miguel Etchevehere "todas las actividades agropecuarias del país están en foco y conocemos la sensibilidad de cada una". Y agregó: "Estamos abiertos a todas las sugerencias que surjan, queremos que las economías regionales expresen todo su potencial", al tiempo que destacó el protagonismo de la cartera en materia de "simplificación de trámites; la conquista de más de un centenar de mercados, entre aperturas y reaperturas; y las mesas de competitividad que este 2018, llegarán a 20".

Durante la XXXII Reunión Ordinaria del CFA, se pusieron en la mesa de análisis dos temas de importancia para las provincias: la resolución conjunta sobre Buenas Prácticas Agrícolas y aplicación de fitosanitarios, firmada con el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable, y el Censo Agropecuario Nacional CNA 2018, a cargo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC).

Estuvo presente el Ministro de Ambiente, Sergio Bergman, con quien se habló sobre la última normativa, y se hizo mención a la agenda común de

bosques nativos con ganadería integrada, el uso del suelo en zonas periurbanas, la zonificación agroclimática, fauna, especies exóticas, regeneración de bosques nativos, áreas marinas protegidas, entre otros.

Además, a cargo del coordinador del CNA, Roberto Bisang, se realizó la presentación y se dieron detalles sobre las acciones en curso y los requerimientos a nivel del Ministerio de Agroindustria de la Nación y ministerios provinciales.

CENSO NACIONAL AGROPECUARIO

Con los datos obtenidos se buscará planificar, diseñar e impulsar políticas macros y específicas para el sector, generar nuevas relaciones comerciales, contribuir a la generación de nuevos empleos, delinear inversiones con factibilidad de progreso, colocar productos en donde se necesitan, ya sea internamente o ganando mercados en el exterior, también construir escenarios futuros sobre el territorio, investigar y desarrollar temáticas educativas, académicas y científicas.

El gran desafío que impone esta ini-

ciativa apunta a hacer un barrido de información correspondiente a 190 millones de hectáreas ubicadas en todo el país, que incluyen el campo nuevo. Lo cual involucrará a 3.400 personas durante 90 días.

Se realizarán pruebas y un censo experimental entre los meses de abril y junio, hasta la salida a campo prevista para mediados de septiembre.

En el marco del CFA se instó a las provincias a colaborar en el trabajo de difusión territorial, haciendo especial hincapié en el compromiso de confidencialidad de la información obtenida, y se propuso la creación de una nueva comisión por actividad, dedicada a apoyar las acciones requeridas por INDEC a nivel provincial.

Asimismo, se desatacó como necesario que las comisiones regionales incluyan en sus respectivas agendas, con carácter permanente un apartado de relevamiento de información, que proveerá insumos al proceso del censo, como así también permitirá crear y mantener actualizada la información relevante Nación-Provincia para el mejor desarrollo del sector agroindustrial. ■

CARVAL 60 AÑOS

PLENOS DE
CREDIBILIDAD



Con nuestro portafolio de productos Antimicrobianos mejoramos la Productividad de su negocio, generando Confianza y ofreciendo un Servicio Excepcional.

JERÓNIMO SALGUERO 2731 Piso 5 Of. 54 C.P. 1425 C.A.B.A., Argentina
Tel/Fax: +54 11 48051274 - 48046212

WWW.CARVALCORP.COM

La imperiosa necesidad de promover los cambios

¿Están cómodos? El objetivo de este artículo es que dejen de estarlo. Porque la comodidad es una posición muy peligrosa en un mundo que cambia tan rápido como en el que nos toca vivir hoy.



Santiago Bilinkis, emprendedor y tecnólogo

Antes de que computaran las máquinas, computaban las personas. Existía un trabajo que se llamaba “ser computador”. Si yo les hablo de un computador telefónico, ustedes probablemente piensen en una máquina; pero ser computador telefónico ¡también era un trabajo!

En definitiva, lo que quiero transmitirles, es que la incorporación de tecnología en reemplazo de trabajo humano no es un fenómeno nuevo. La tecnología está permanentemente transformando trabajos del presente en trabajos

del pasado, dejando obsoletas profesiones completas y quedando en su lugar trabajos nuevos, trabajos del futuro muy diferentes –en general– a los anteriores.

Pero quiero abocarme al mayor cambio en la historia en el mundo del trabajo, que estamos a punto de vivir. Y lo que está atrás de este cambio que se viene, es una tecnología de la que seguro han escuchado hablar bastante últimamente: la “Inteligencia Artificial”.

Quiero hacer ahora una brevísima historia de la Inteligencia Artificial. La

idea de hacer que las computadoras puedan hacer tareas que tradicionalmente requerían del intelecto humano, no es nueva. De hecho, nació hace más de 50 años en el Massachusetts Institute of Technology (MIT), con un grupo de locos que se propusieron hacer que las computadoras puedan resolver tareas intelectuales. Durante 30 años no lograron nada, hasta tal punto eran infructuosos todos los esfuerzos, que la Inteligencia Artificial llegó a estar asociada a un «bluf» –estas cosas de las que se hablan, se hablan, se hablan, pasan

los años, y sin embargo nunca pasa nada-. Hasta que 30 años después, las computadoras lograron su primera gran victoria: esto fue en el año 1997 cuando una computadora llamada “Deep Blue”, le ganó al número uno mundial de Ajedrez, Gary Kasparov.

Cuando esto sucedió, el mundo reaccionó con estupor... nadie podía creer que una computadora pudiera vencer a un ser humano en una tarea tan intensiva en inteligencia, como es el Ajedrez.

¿Pero saben qué? No era tan sorprendente. Porque al final del día, programar una computadora se parece mucho a una receta de cocina; si el trabajo está bien escrito, si la receta está bien escrita, la computadora –o el cocinero– pasivamente ejecuta todos los pasos previstos, y si los pasos están bien ejecutados, no hay sorpresas. El resultado es una torta tal como la consiguió quien haya escrito esa receta. Programar una computadora es lo mismo: una sucesión muy minuciosa de pasos que la computadora, sin inteligencia alguna, ejecuta para realizar esa tarea. Hasta tal punto era limitado ese enfoque, que pudo ganarle al número uno mundial de ajedrez, pero no podía jugar al Ta-Te-Ti... no podía hacer ninguna tarea por trivial que fuera, más que esta tarea ultra específica para la cual había sido diseñada.

El cambio enorme que se viene, tiene que ver con una nueva manera de hacer Inteligencia Artificial –de la que también ya habrán escuchado hablar un poco– que se llama “Deep Learning” (Aprendizaje Profundo).

Esto llegó unos meses antes que las computadoras lograran su segundo gran éxito, cuando una computadora llamada “AlphaGo” le ganó al número uno mundial de “Go”. El Go no es un juego demasiado conocido en Occidente; se juega en Oriente hace 3.500 años

y es miles, y miles, y miles de veces más complejo que el ajedrez; existen más posiciones posibles en un tablero de Go que átomos en todo el universo.

Cuando Deep Blue le ganó a Kasparov, el consenso entre los expertos indicaba que ganarle al Go era imposible. Lo cierto es que AlphaGo no sólo le ganó al número uno mundial de Go –Lee Sedol–, ¡AlphaGo lo hizo puré! 18 títulos mundiales había ganado el campeón mundial de Go y AlphaGo no le dio la menor chance.

Pero lo interesante es cómo se logró esto, porque a diferencia de Deep Blue –que había sido programada por seres humanos para jugar al Ajedrez–, AlphaGo no fue programada para jugar al Go, fue programada para –aprender– a jugar al Go. Básicamente lo que hicieron fue darle cientos de miles de partidas de jugadores humanos para que la computadora las analice. La computadora analizó esas partidas y aprendió a jugar al Go mejor que nadie, sin que nadie la programe ni le enseñe. Cuando AlphaGo aprendió a jugar al Go la pusieron a jugar 10 millones de partidas de práctica contra sí misma, después de jugar esas 10 millones de partidas, AlphaGo jugaba bastante bien al Go... tan bien que no hay ser humano en el mundo que pueda hacerle frente.

Lo destacable de esto, es que se logró sin intervención humana: nadie le explicó nada a la computadora, ni la programó. Las computadoras con Deep Learning no se programan, se entrenan.

Y fíjense que con esto, empiezan a pasar muchas cosas muy interesantes. Tenemos dos copias de AlphaGo, si a una para que aprenda a jugar le damos partidas de jugadores conservadores y a la otra le damos partidas de jugadores agresivos, las dos van a aprender a jugar, pero van a tener personalidades diferentes, estilos de juegos distintos:

una va a ser Bilardista y la otra Menotista, por decirlo de alguna manera. Si a una le damos 100.000 partidas para que aprenda y a la otra le damos 1 millón, la más educada va a jugar mejor. Si a una la ponemos a hacer 10 millones de partidas de práctica y a la otra le damos nada más que 5, la más entrenada va a jugar mejor.

De repente, esto empieza a tener muchas similitudes con la manera en que funcionamos los humanos, y todo este proceso desde que la máquina no sabía hacer absolutamente nada de Go, hasta que logra tener una habilidad absolutamente sobre humana y ganarle a cualquier jugador que le pongan delante, se concretó en tan sólo 40 días.

Es decir que si hoy no existe una Inteligencia Artificial capaz de hacer cualquier tarea que ustedes elijan de enorme complejidad, en 40 días podríamos tener un dispositivo con utilidad sobre humana para realizar esa tarea.

Lo último que quiero contarles de este partido entre el campeón mundial del Go y la computadora, es que la máquina venció al campeón con movidas que el campeón describió como “hermosas”, de una creatividad y de un ingenio jamás visto. En el proceso de vencer al campeón, AlphaGo desarrolló estrategias y líneas de juego que jamás habían sido exploradas ni descubiertas por ningún ser humano antes. En muchos momentos de la partida la computadora hizo movidas que dejó perplejos a todos los expertos, que no podían entender esa jugada que la computadora terminaba haciendo. Hoy todos los expertos mundiales de Go están investigando todas las nuevas líneas de juegos que se abren a partir de las innovaciones que AlphaGo introdujo. Esto ya no es fuerza bruta de cálculo, esto es inteligencia, ingenio, creatividad.

Estas computadoras pueden aprender hacer cualquier cosa, no sólo a jugar al Go o a juegos de mesa. Están aprendiendo hacer cualquier cosa, el genio está suelto.

Hoy en día, por ejemplo, existen Inteligencias Artificiales que pueden escribir un artículo periodístico. El año pasado el Washington Post publicó 850 artículos que no habían sido escritos por una persona, habían sido escritos por una máquina. Y la gente no pudo detectar que esos artículos habían sido escritos por una máquina.

Hoy, una computadora con Inteligencia Artificial, puede predecir quien va a sufrir un ataque cardíaco como cualquier cardiólogo, puede identificar cáncer a partir de imágenes e indicar protocolos personalizados de quimioterapia, mejor que cualquier oncólogo.

Hoy, Inteligencia Artificial se prepara para hacer abogados. Me imagino un abogado que pudiera tener en su cabeza –en su memoria– todas las leyes, todos los fallos, todos los peritajes, todos los precedentes... –¡absolutamente todo!–, para el servicio de diseñar una estrategia legal.

Y finalmente, hace unos pocos meses están desarrollando una Inteligencia Artificial mejor que cualquier ser humano en diseñar inteligencias artificiales. La próxima generación de computadoras será diseñada por las propias máquinas, con mayor habilidad que nosotros para hacerlo.

Esto transforma un montón de trabajos actuales en trabajos del pasado y crea nuevos trabajos muy distintos de los actuales.

¿Cómo estamos reaccionando frente a eso? Porque yo estoy seguro no es la primera vez que escuchan hablar de esto. Esta noticia se está difundiendo por todos lados: el Presidente del Banco Mundial anunció que el 50% de los empleos

van a desaparecer, Macri lo dice cada tanto, los diarios y las publicaciones internacionales hablan de esto. ¿Y cómo estamos reaccionando? La respuesta es muy simple: no estamos reaccionando. Leemos este tipo de temas y seguimos con nuestra vida como si esto no nos afectara de ninguna manera.

Cuando uno le pregunta a las personas si creen que su trabajo será transformado por la Inteligencia Artificial del software o los robots en los siguientes 20 años, el 70% de la gente cree que no, “a mí no me va a tocar” aseguran. Y si se les pregunta acerca de si creen que están listos para los trabajos del futuro, de nuevo, el 70% opina que sí, “ya estoy listo, tráiganlos”.

**¿ESTÁN LISTOS PARA ESE FUTURO?
¿ESTÁN LISTOS PARA HACER SU PROPIO TRABAJO EN 10 AÑOS?**

Déjenme hacerles una analogía, les voy a dar una buena y una mala noticia. La buena noticia es que están clasificados para los Juegos Olímpicos de Tokio: ya está, están adentro, clasificaron. Van a competir en 2 años en los Juegos Olímpicos. Ahora viene la mala noticia... La mala noticia es que estos Juegos Olímpicos son un poco particulares: ustedes no pueden saber en qué disciplina les va a tocar competir, eso se va a decidir, al azar, 5 minutos antes del inicio de los Juegos Olímpicos. Les puede tocar Tiro al Plato, Lucha Greco Romana, correr una Maratón, jugar un partido de Fútbol, hacer piruetas desde un trampolín, cualquier cosa... ¿Cómo se prepararían para esos Juegos Olímpicos?

Este es precisamente el dilema que tenemos hoy, porque lo único que sabemos de los trabajos del futuro es que no tenemos idea de cómo pueden llegar a ser, tenemos que prepararnos para un mundo que no sabemos que forma tiene.

De alguna manera, pensando de

nuevo en la metáfora deportiva, se trata de adquirir actividades transversales. No practicar sólo Tiro al Plato o sólo Lucha Greco Romana, si no habilidades como resistencia aeróbica, fuerza, elongación, concentración... habilidades que, en definitiva, vayan a servirnos en una variedad muy amplia de escenarios.

Tal vez el problema es que esto nos agarra un poco grandes, pero seguramente los “millennials” o los “post millennials” –estos chicos que nacieron con una computadora desde la cuna, que tuvieron un celular en la mano antes de tener un sonajero–, entiendan mucho mejor el mundo que viene.

Una manera de mirarlo es darnos cuenta que los chicos que hoy están entrando en la universidad. Nacieron en el año ‘99, son post millennials, y si uno mira que carreras elijen los post millennials, podemos tratar de inferir “qué quieren ser” estos chicos cuando sean grandes.

Si miramos estadísticas de la Universidad de Buenos Aires (UBA) –la universidad más grande de Argentina–, resulta que los post millennials cuando sean grandes quieren ser Contadores, en segundo lugar Abogados, en tercer lugar Enfermeros, Psicólogos, Médicos, Arquitectos... Los post millennials están masivamente preparándose para los trabajos del pasado.

Entonces entramos en el corazón de este artículo... ¿Cómo podemos prepararnos nosotros, nuestra familia, nuestras organizaciones, para este mundo tan diferente y desafiante que viene?

Quiero compartir con ustedes algunas ideas al respecto. La primera de esas ideas es que vamos a tener que definir la educación. Estoy seguro que yo les hablo de educación y ustedes piensan en sus hijos. Pero yo no estoy hablando de sus hijos, estoy hablando de ustedes.

Mucho+ que solo higiene!



EFICAZ

Bactericida, virucida y fungicida.

SEGURO

No corrosivo, no contiene fenol ni formol.

PRÁCTICO

Estable en solución, aprobado para Inmersión, Aspersión, Nebulización y Termonebulización.

“Primero limpiar, después desinfectar”

DESINFECCIÓN « Se deben desinfectar sólo superficies limpias »



Probado contra cepas resistentes a otros desinfectantes en Argentina.



Vivimos en un mundo donde el conocimiento se desactualiza cada vez más rápido. La Universidad de Harvard concluyó que en muchas áreas del conocimiento humano, hoy, el saber no llega a durar 10 años. Esto es como decir que si hoy te estás recibiendo en una carrera universitaria, al terminarla ya casi la deberías empezar de nuevo, porque lo que viste en primer año quedó viejo.

Esto es un gran problema para los chicos que se están educando hoy, pero es un problema mucho más grande para nosotros que fuimos educados hace 10, 20, 30 ó 40 años. ¿Cuánto de lo que nosotros sabemos está vencido? ¿Cuán concientes somos de la obsolescencia de nuestro propio conocimiento?

¿Ustedes sabe cuántas horas se estiman en las diferentes etapas de la vida para aprender? De los 15 a los 19 años, dedicamos casi 1.200 horas anua-

les a aprender: 6 horas promedio por cada día hábil. De los 20 a los 24 años, dedicamos menos de la mitad, 540 horas. De los 25 a los 34 años: 86 horas. De los 35 a los 54 años, 23 horas al año. Y después de los 55 años... ni siquiera una hora al año, nada.

Solemos idealizar cuan fácil aprendíamos cuando éramos jóvenes. Y es verdad, aprendíamos mucho más fácil. Pero perdemos de vista la enorme cantidad de tiempo que le dedicábamos: no el doble, no el triple, 50 veces más, ¡50 veces más horas a los 17 años que a los 35!

Cuando uno charla con cierta confianza con otros adultos, después de un rato la mayoría confesamos sentirnos un poquito inadecuados, que hay un montón de cosas actuales que se nos escapan, que nuestros hijos manejan muchas de las cosas del mundo de hoy mejor que nosotros... Pero yo les pre-

gunto: ¿Cuántas horas destinan a tratar de aprender esas cosas que sienten que no saben? Porque está claro que no las vamos a aprender por ósmosis –nunca aprendimos por ósmosis–. Es tiempo, dedicación, lectura, es ejercitación. Esta es la única manera que los humanos tenemos de aprender.

En un mundo que cambiaba lento, estaba perfecto destinar 100% del tiempo –o casi el 100% del tiempo– a aprender durante el 20% de la vida –de los 5 a los 25 años– y después nada, después a trabajar. “Yo ya soy economista, abogado, contador, médico, escribano... Yo ya sé. Sigo aprendiendo un poco mientras trabajo. Pero estudiar ya estudié”, solemos escuchar.

En un mundo que cambia cada vez más rápido, esta receta no funciona más. En vez de dedicarle el 100% del tiempo durante el 20% de la vida, necesitamos dedicar el 20% del tiempo, durante el

100% de la vida –un día por semana para siempre–, para poder seguir aprendiendo y manteniéndonos vigentes.

¿En qué debiéramos usar ese 20%? Déjenme contarles algunas de las habilidades que yo creo que van a ser clave en el mundo que se viene, el equivalente deportivo a la elongación, a la concentración, o la fuerza aplicada a nuestros trabajos actuales.

Se me ocurrió encuestar a un grupo grande de Gerentes de Recursos Humanos de grandes compañías internacionales y argentinas, y les pregunté qué buscaban cuando hacían la búsqueda de personal hace 10 años, qué buscan hoy, y qué creían que iban a buscar dentro de 10 años. El resultado fue muy interesante.

Hace 10 años se buscaba –básicamente– conocimiento técnico y dedicación, gente que llegara temprano, se quedara hasta tarde y supiera qué diablos estaba haciendo; habilidades bien duras, bien orientadas a la tarea misma. Hoy, esto ya cambió... cualquiera que esté medianamente familiarizado con el mundo de los Recursos Humanos sabe que hoy las palabras que se escuchan son: flexibilidad, resiliencia, comunicación, habilidades interpersonales; habilidades muchísimo más blandas. Cuando les pregunté qué buscarían dentro de 10 años, todas las respuestas giraron alrededor de innovación, creatividad y capacidad de aprendizaje continuo. De alguna manera, lo que los expertos en Recursos Humanos están viendo, es que no se trata de cambiar un conjunto de “habilidades A” con un nuevo conjunto de “habilidades B”, se trata de pasar de un blanco fijo a un blanco móvil, de un conjunto de habilidades estático a un conjunto de habilidades tan dinámico, que lo más importante de las habilidades es la de estar per-

manentemente cambiando tu propia capacidad.

Hay tres de estas capacidades transversales que creo que pueden ser fundamentales en el mundo que se viene para ustedes, para sus hijos y para sus organizaciones.

La primera habilidad importantísima es que creo que todos vamos a tener que convertirnos en “Centauros”.

Para que esto se entienda tengo que retomar un poquito la historia de la Inteligencia Artificial, cuando Kasparov perdió contra Deep Blue. Resulta que Kasparov era un tipo muy competitivo y muy calentón, muy mal perdedor; Kasparov se enojaba y salía diciendo en los medios que esto no demostraba nada, que habían hecho trampa. Pasaron las semanas y Kasparov se dio cuenta que no había ninguna trampa, que realmente la computadora le ganaba a cualquiera que le pongan adelante, y por casi 10 años no habló más del tema. Reapareció en el 2006 organizando una competencia de una disciplina nueva que se llamó “Ajedrez Centauro”. En el Ajedrez Centauro no juegan personas contra máquinas, juega una persona asistida por una máquina contra otra persona asistida por otra máquina. La idea del Centauro es que reúne en uno solo, al hombre y a la máquina. Lo interesante del Ajedrez Centauro es que en este juego no gana el mejor ajedrecista –no importa cual es el mejor ajedrecista–, pero tampoco gana la mejor computadora... como casi todo en la vida gana, el mejor equipo, gana el equipo que mejor organiza, ganan las virtudes del humano en conjunto con las virtudes de la máquina.

Esto es central. Seguro escucharon mucho que las computadoras van a reemplazar al ser humano, que va a haber un 50% de desempleo... ¡No! Lo cierto es: “humano + computadora”, le gana a “computadora”.

“Humano solo” contra “computadora”, perdemos como en la guerra... Pero haciendo equipo, ¡ganamos! En definitiva, el desafío es aprender a jugar en equipo con las computadoras. Cualquiera que les diga que no hay un rol para los seres humanos en el trabajo del futuro está equivocado. Hay un rol en la medida en que estemos dispuestos a ser Centauros. Y la gran barrera para esto es el ego.

La segunda habilidad que creo que va a ser fundamental en el mundo que viene, tiene que ver con que todos vamos a necesitar encontrar ese innovador que llevamos dentro. Todos lo tenemos, en algún lado está; algunos lo tienen más a mano, otros un poquito más escondido. Todos lo tuvimos, la educación se ocupó de irlo sepultando. Tenemos que encontrar ese innovador dentro nuestro y cuidarlo. ¿Cuidarlo de quién? Del enemigo más poderoso que tiene la innovación, que es la resistencia al cambio.

La resistencia al cambio no es un defecto, es un aspecto completamente constitucional de nuestra personalidad humana. Así como todos tenemos un innovador adentro, todos tenemos una enorme resistencia al cambio. Y está ahí, por una razón, está ahí. Porque nuestro cerebro evolucionó en un mundo muy distinto al actual, donde las cosas prácticamente no cambiaban nunca.

Si cuando nuestro tata, tata, tata abuelo cavernícola, salía de la cueva y probaba un camino, y por ese camino se encontraba cara a cara con un león en la provincia africana, sí salía con vida, no iba más para allá porque sabía que estaba el león. Si probaba otro camino y este lo llevaba a un prado repleto de frutos fértiles, seguía yendo para allá porque estaban los frutos. Aquellos individuos que tenían la capacidad de no repetir dos veces el mismo



error, no hacer de nuevo aquello que no funcionaba, y sí repetir otra vez lo que sí les iba mejor, dejaron para su descendencia esta forma de hacer las cosas. Esto está grabado a fuego en nuestro cerebro: "si encontraste una fórmula que funciona, repétala. Si probaste algo y no funcionó no lo hagas más."

Esa es la resistencia al cambio, por eso todos -sin excepción-, enfrentados a la decisión de cambiar, cuando encontramos justificativos para no hacerlo, rápidamente nos ponemos todos a trabajar en las excusas. Es mucho más fácil encontrar justificativos que hacerlo a cargo de la necesidad de cambiar.

La peor trampa del mundo en que nos toca vivir hoy, es precisamente cuando enormemente cambiantes son los premios y los castigos. Es precisamente la fórmula de éxito que te hizo exitoso en el Siglo XX, la que puede ponerte en fracaso en el Siglo XXI, si no sos capaz de cambiar a tiempo. Y estos siglos son cada vez más cortos. Es precisamente tu fórmula de éxito de la década actual, que puede condenarte al fracaso la década que viene, si no sos capaz de cambiar. Tenemos que trabajar activamente, en-

contrar a nuestro innovador y cuidarnos de la resistencia al cambio.

Finalmente una última habilidad va a ser muy importante y tiene que ver con esa cosa medio mágica que ocurre cuando dos personas se encuentran, ese fenómeno llamado "empatía".

El desafío es volver a llenar nuestros trabajos de humanidad, que de alguna manera le hemos ido quitando, quitando y quitando a más trabajos. Si llenamos nuestros trabajos de humanidad, no hay computadora que compita con nosotros en eso.

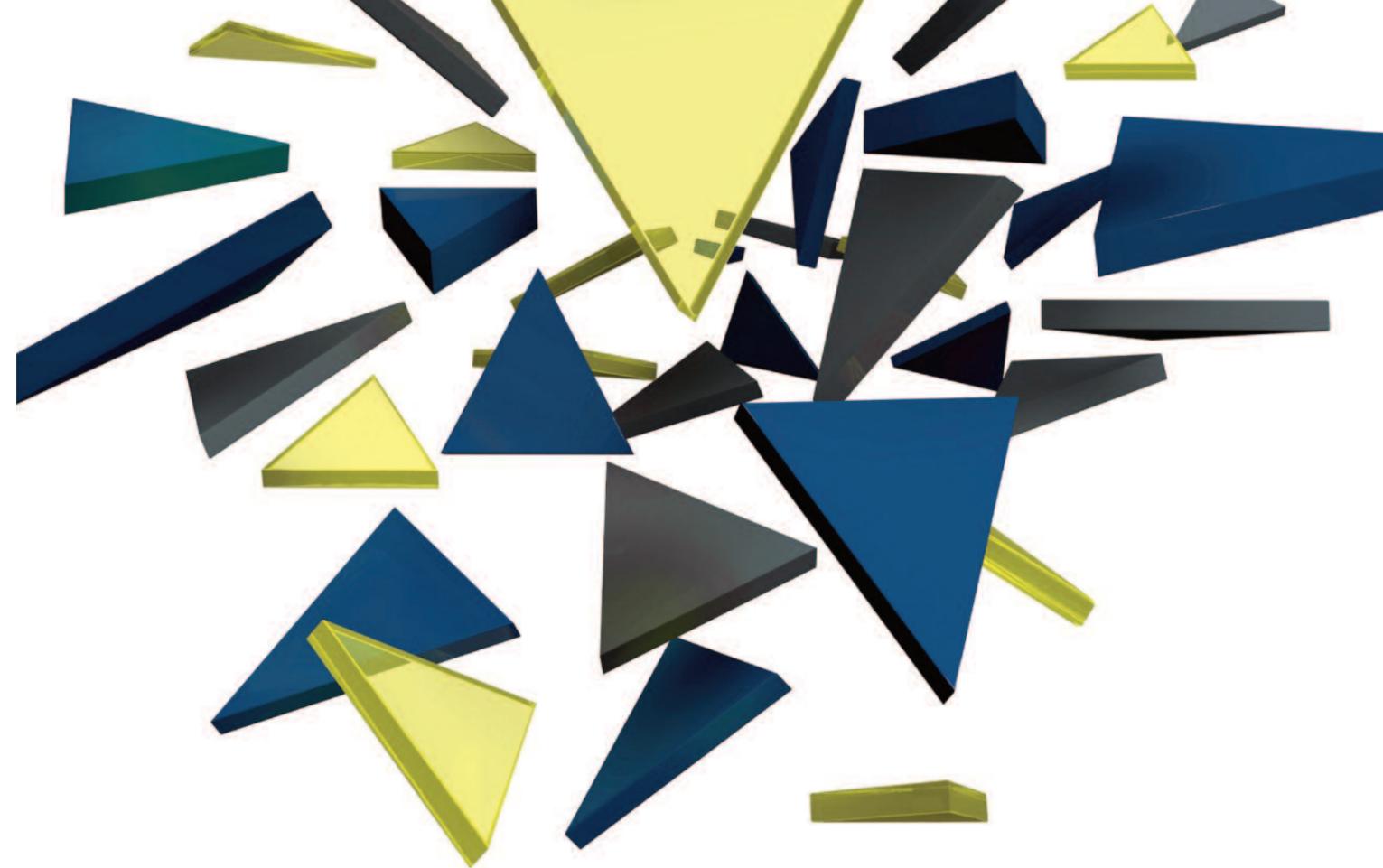
Para terminar quiero transmitirles algunas ideas finales. La primera de esas ideas es que va a ser muy importante en el mundo que viene, entender los efectos profundos de la discusión tecnológica. Todos entendemos los efectos más superficiales, todos usamos Whatsapp y Facebook. Pero no pasa por ahí, hay que entender el efecto profundo. De alguna manera, esa es la discusión. Es sencillo entender cómo empieza, pero es difícil ver cómo termina.

La segunda idea es que todos estos cambios en el mundo del trabajo, se

prestan a posibles grandes injusticias y para los seres humanos es muy importante sentirnos tratados justamente, sentirnos tratados de una manera equivalente a los demás.

La tercera idea es que, en un mundo que cambia tan rápido se vuelve cada vez más importante desarrollar pensamiento prospectivo. No se trata sólo de entender la foto del mundo actual, se trata de poder proyectar la película de lo que viene. Me sorprende la cantidad de personas, de empresas, de gobiernos que toman las decisiones de mediano plazo como si el mundo fuera estático, sin darse cuenta que todas las decisiones de mediano plazo, la decisión de una carrera, una profesión, cualquier decisión comercial, es una decisión para otro mundo y que la primera pregunta debiera ser, ¿para qué mundo estoy tomando esta decisión? En otras palabras, cuanto más rápido vamos, más lejos necesitamos ver.

Si ustedes creen que cambiar es arriesgado, los invito a probar el riesgo de no cambiar... En este mundo es muchísimo más arriesgado no cambiar, que sí hacerlo. ■



Exzolt™

FLURALANER



INNOVACIÓN
CONTROLANDO ÁCAROS
EN AVES

© 2017 Intervet International B.V., also known as MSD Animal Health. All rights reserved. GL/XZP/0016/0417



“Estamos en un proceso de integración comercial”

El economista Dante Sica, analizó la macroeconomía argentina para lo que queda del año y antes de las elecciones de 2019. Optimista, evaluó los puntos clave que debe tener en cuenta el Gobierno para que se establezca la economía: inflación, tipo de cambio, producción e inversiones, entre los más importantes.



Dante Sica, Economista

Dante Sica describe de manera clara y concreta el escenario a comienzos de 2018: “El año empezó un poquito más raro de lo que esperábamos al final de 2017, como que hay un poco más de ruido en la superficie. Si miramos donde estamos parados respecto de los dos últimos años a partir de que asumí este Gobierno, la economía argentina, al igual que la política económica, está en el medio de un cambio. Una situación inédita si uno mira la corriente política económica de los últimos años, porque estamos con un Gobierno que quiere llevar adelante un programa de estabilización”.

Al respecto, el economista sostiene que “el Gobierno está juntando un programa de reformas que tienden a mover los obstáculos que durante los últimos 40 años impidieron que la economía argentina crezca de manera sostenible. Esos obstáculos eran la falta de competitividad y elementos que van más allá de cómo esté el tipo de cambio, porque tienen que ver con los costos del transporte, la presión impositiva, las regulaciones, que de alguna manera hacen más caro todo. Por ejemplo, los trámites que tienen hay que hacer con un auto, los tiempos que tarda en salir un auto del puerto para poder llegar a la concesionaria... En Chile, un auto llega al puerto y en 48 horas está en una concesionaria. Acá en promedio, el auto está en el puerto de terminal Zárate ¡entre 20 y 25 días! Algo que el fabricante no paga, porque lo termina pagando el

consumidor y hace que los productos sean más caros”.

TENSIONES

Este proceso inédito genera fuertes tensiones. ¿Qué significado tienen estas tensiones para el economista? “Son situaciones que generan conflictos entre los objetivos de corto y los de largo, entre estabilizar la macro y reformas estructurales. Todos queremos que baje la presión impositiva, pero si no baja el déficit fiscal rápido, es muy difícil que baje rápido la presión impositiva. Queremos que el déficit fiscal baje rápido, pero a su vez queremos que la situación social esté controlada”.

MACRO ECONOMÍA E INTEGRACIÓN

Todo esto es parte de un acomodamiento de la macro economía con una política de cambios culturales. Lo primero que hay que tener en claro es que no hay que estar preocupado por las tensiones, lo que tenemos que preguntarnos y mirar, es ¿qué capacidad tiene el Gobierno de poder gerenciar –o gestionar– esas tensiones que seguramente van a estar a lo largo de los próximos años, o mientras la economía de la macro se vaya acomodando, y las reformas estructurales de alguna manera den resultado?

“Cuando se pongan nerviosos mirando los diarios, piensen que este no es un proceso rápido, los procesos en general son lentos y son inéditos. Cuando digo inéditos es que no hay ningún manual de economía o de gestión de política pública que diga cual es el camino –paso a paso– que hay que seguir como para poder hacer estos cambios. Hay mucha prueba y error. Lo que hay que tratar es que el Gobierno se equivoque lo menos posible. Cuando uno escucha que el Gobierno dice: «vamos a una economía más integrada, más competitiva» y después ve las reformas, está apun-

tando a eso. Hoy Argentina comercia solo con el 9% del PBI mundial, cuando Chile tiene abiertos Tratados de Libre Comercio y tiene acuerdos con casi el 75% del PBI mundial. Brasil está igual que nosotros. Entonces, un proceso de negociaciones internacionales que abra y que genere acuerdos, también forma parte del sector social de integración. Este no sólo es un proceso de apertura financiera, si no –básicamente– también de integración comercial, de cambiar los marcos regulatorios. Y esto es importante porque las normas de lo que llamamos «Economía Institucional», es lo que busca un inversor, no sólo los de afuera, sino también los locales, porque necesitan que las reglas de juego sean lo más claras y lo más estables en el tiempo, porque eso quiere decir que hay previsibilidad en materia de negocios. Si las normas cambian todos los días, es muy difícil que se concreten los procesos de inversión”, asegura Sica.

Y agrega: “en la parte macro vemos un 2019 que se establece –aún tenemos que ver el impacto de la sequía–. Lo importante es que no crezca al 7% y luego caiga al 2%, sino que se mantenga entre el 3% y el 4% por muchos años, porque eso nos da estabilidad. Para poder duplicar el nivel de ingreso de la población en los próximos 10 años, deberíamos crecer al 5%, pero para lograr esto la inversión sobre el PBI tiene que estar arriba del 28% y hoy estamos en el 20%. Eso implica que para llegar a ese nivel de inversión no nos alcanza con el ahorro nuestro, necesitamos inversores, por eso son tan importantes las reglas de juego. Cuanto más crezcamos, más inversión, más empleo formal, menos informalidad y mejor bienestar para la población. Es la clave de alguna manera y es el gran desafío que vamos a tener para el futuro”.

REFORMAS ESTRUCTURALES

El Gobierno está llevando adelante un programa en todo lo que hace a la infraestructura económica, que mejore los costos de logística y transporte y que además aliviane las cargas. Este paquete de estabilización macro es gradual, “porque cuando uno cuando mira una planilla de economía, rápidamente dice, «hay que tachar acá, hay que romper acá y hay que llegar a escribirlo acá», pero luego están las cuestiones de política social que impiden que se tomen medidas macroeconómicas de golpe. Por eso, para este Gobierno, el único camino es el gradual”.

Pero este no es sólo un problema de la Argentina. Cuando uno mira el mundo, vemos como Estados Unidos está desarmando los programas, aumentando la tasa de intereses, y esto no lo hace de una sola vez, lo hace gradualmente.

Al respecto, Dante Sica considera que “lo primero que tenemos que entender es que estamos en un proceso de reformas estructurales y de acomodamiento de la macro, que tienden a ir más allá de la baja de la inflación y el déficit fiscal. La mirada desde el Gobierno está puesta en un cambio en las reglas de juego que le den mucha más estabilidad al crecimiento y que eliminen ciertas barreras que, de alguna manera, impedían o afectaban, el crecimiento. Los precios empezaron a sincerarse. Claro, cuando llega la cuenta de la luz todo el mundo protesta, pero piensen que en el año 2015 el 80% de la energía generada o consumida en la Argentina, las tarifas sólo cubrían el 20% del impuesto, y el otro 80% lo cubrían las transferencias fiscales. Pero las transferencias fiscales no son del aire, salen de los impuestos que todos pagamos... Claramente había una fuerte



presencia. Se empezó a sincerar los precios relativos, se extendió el horizonte del planeamiento. Lo que hizo la elección de octubre es que el horizonte del planeamiento de los negocios se extendiera y eso alienta por lo menos un cambio en términos de la proyección de negocios de las inversiones. Una economía en expansión, más heterogénea. No todos crecen a la misma velocidad: de 14 sectores que tiene la Argentina, hay 12 que crecen –solamente cae el petróleo y el consumo de energía eléctrica en Capital Federal y Gran Buenos Aires–. Cuando uno mira a la industria, hay sectores que traccionan para arriba, pero otros que están traccionando relativamente, como es el caso algunas actividades de consumo masivo, textil, calzado, electrónica que de alguna manera están en proceso. Y por otro lado, el proceso de retorno al crédito externo, salir del default, y empezar a acomodar las macro, permitió que el Gobierno y las empresas pudieran salir al mercado internacional y con eso están financiando parte

del déficit privado”.

El Gobierno seguramante va a avanzar un poco más en este semestre, básicamente en materia de algunas reformas laborales, estado de capital y la reforma de la ley de defensa de la competencia. Pero recién va a retomar el ímpetu de reforma legislativa más fuerte, luego de la elección de 2019.

“De todos modos, aún quedan tensiones que resolver. La economía está en camino a equilibrarse pero todavía no lo consigue y esas tensiones de corto plazo y esos cambios generan situaciones complicadas. Por un lado, hay un problema con la tasa, ya que las metas de inflación –que en un momento estaban descoordinadas por la política fiscal– hacían que la tasa de interés real estuviera muy por encima de lo que de alguna manera necesitaba el proceso de inversor. El Gobierno, a fin de año, omitió las políticas monetarias. Por otro lado, vamos a tener bastante volatilidad. Los empresarios van a tener que tener nervios de acero, porque va a haber mucho ruido, lo que genera volatilidad en el tipo de cambio”.

El Gobierno se vio obligado a realizar los ajustes de tarifas públicas para poder bajar el déficit fiscal. Hasta ahora, los usuarios de Capital Federal y Gran Buenos Aires pagaban el 50% del costo de generación, mientras que los del interior están pagando el 70% u 80% del costo de generación. Por lo tanto, a fin de año ese costo va a estar equilibrado y todo el mundo va a estar pagando el 70% u 80% de generación de luz. Lo mismo pasa con el transporte. El Gobierno está haciendo todo en este primer semestre, y eso genera inflación, en un momento que estamos discutiendo paritarias y que hay que convencer que la inflación va a estar más cerca del 15% y no del 23%. Esa es la tensión que estamos viendo en estos meses.

“Hoy el consumo crece igual que la economía y como hasta ahora Capital Federal y Gran Buenos Aires tienen que gastar más en pagar las tarifas, eso le resta capacidad para poder consumir y afecta a ciertos bienes, no todos, porque los bienes durables siguen traccionando alto: autos, motos y electrónicos, pero algunos sectores como alimentos, bebidas o textiles y calzados, están más caros. Estas tensiones son parte de lo que estamos viendo en el corto plazo”, explica el economista.

A todo esto hay que sumarle que el Gobierno está poniendo mayor control sobre los programas sociales. Esto no quiere decir que está sacándole la plata a los beneficiarios, si no que los están valorando, están viendo lo que reciben y está eliminando la intermediación que las organizaciones sociales hacían sobre los planes sociales.

INFLACIÓN

En cuanto a la inflación, el proceso continúa pero más lento de lo esperado. Para fin de 2017, el Gobier-

no esperaba una inflación del 17% y fue del 25%, para este año fijó una meta del 15%, pero todo indica que va a estar más cerca del 23%.

Al respecto, Dante Sica considera que “la inflación de un dígito va a lograrse para 2020 o principios del 2021. Creo que la inflación va a bajar, en el segundo semestre los valores van a ser mucho más bajos que los del primero, porque ya el ajuste de tarifas pasó. Para el año que viene sólo queda ajustes de tarifas de transporte, por lo tanto vamos a una inflación en baja, porque hay muchas cuestiones inerciales. En los últimos 70 años, la Argentina tuvo inflaciones anuales promedio de casi el 50% y todos nosotros todavía tenemos conductas propias: hay muchos contratos –aunque está prohibido– que están indexados, como los de alquiler. Cada vez que se mueve el dólar miramos si tenemos que mover los precios... Entonces, desinflar gradualmente lleva un poco más de tiempo en una sociedad que tiene una cultura inflacionaria. El año pasado Brasil terminó con una inflación de un 3% anual. Tuvo una hiperinflación como nosotros en los ‘90, pero mantuvo mucho más la disciplina”.

En cuanto al tipo de cambio, para el economista “va a estar muy determinado por la evolución de la inflación. Vamos a tener un tipo de cambio que va a estar en términos reales muy similar al poder de compra de lo

que estamos observando ahora”.

DÉFICIT FISCAL

Hoy hay más expectativa positiva en el sendero fiscal que quizás en la deuda externa, porque el Gobierno está muy comprometido con el tema.

“El año pasado cumplió la meta. Este año, con la reforma previsional vamos a terminar con un déficit del 3% y, en la medida que vaya bajando, el nivel de deuda se estabilizará, no hay una deuda explosiva. Deberíamos preocuparnos si vemos que el déficit fiscal no baja, porque claramente el nivel de deuda puede tener un proceso que se haga más insostenible en el largo plazo. Nos vamos a dar cuenta de eso cuando empiece a aumentar la tasa de interés. Si el mundo no ve que la situación fiscal mejora, claramente la tasa en la cual nos vamos a estar endeudando va a ser mayor y va a obligar al Gobierno a tener que hacer un ajuste más rápido. Hoy estamos viendo una convergencia fiscal, eso es clave, al igual que la potencia recaudatoria, cuanto más se mantenga eso, va a mejorar mucho más situación fiscal”, señala Dante Sica.

EL DÍA A DÍA

Respecto de cómo sigue la actividad económica en nuestro país, lo cierto es que hoy todos estamos mirando cuál será el impacto de la sequía en la co-

secha, porque va a caer el saldo exportable y eso puede hacer que haya menos dinamismo y menos ingreso para los productores, y por lo tanto, menos consumo para los sectores que están asociados a ello.

China está aumentando la demanda de soja y la oferta está cayendo, es decir que los precios mejoran, lo que perdemos por cantidad lo estamos ganando por precio. Pero lo que no sabemos es cuál será el resultado de esa cuenta.

“El principal factor que moverá la economía en Argentina, al igual que el año pasado, seguirá siendo la inversión, que va a crecer casi el 12%. Y el dato importante es hacia donde va la marcha, el impulso reformador, la reforma. Las reformas no son necesarias, son imprescindibles: si no hay reformas que vayan a mejorar la competitividad, no habrá mejoras de los bienes. Por eso es importante que el Gobierno no pierda el impulso de reformas. Los temas fuertes terminan de discutirse hasta el Mundial. Después, todos nos distraemos con el Mundial, y a continuación empieza la campaña política, porque ya en julio del año que viene están las PASO. Por lo tanto, los temas importantes que no se discutan de acá a julio, no se van a discutir el año que viene. El gran tema importante que queda pendiente es la reforma previsional, sustentabilidad, estas me parece que son las tendencias y las líneas principales que vamos a ver. Lo que viene es un gran momento, vamos a una economía que va a seguir traccionando, pero que también nos va a generar muchos desafíos. Pensar que haciendo lo mismo que veníamos haciendo hasta ahora, nos va a ir bien, no es garantía. Vamos a tener que trabajar mucho como para poder adaptarnos al nuevo entorno. Para eso somos empresarios”, concluye Dante Sica. ■



Se presentó la Mesa Sectorial de Maquinaria Agrícola

Junto a las dos cámaras empresarias y más de 20 empresas de maquinaria agrícola, el Ministro de Producción Francisco Cabrera presentó la primera Mesa Sectorial de 2018. Allí definieron 3 ejes principales de trabajo con el sector, que es estratégico para la agenda productiva por su gran potencial, capacidad de innovación y encadenamientos productivos: financiamiento



Cabrera fue muy preciso al presentar la primera Mesa Sectorial de 2018. “Venimos trabajando renglón por renglón con cada uno de los sectores productivos del país. El sector de maquinaria agrícola es clave para el entramado productivo: mejora la competitividad del agro, demanda empleo calificado y es el motor de las economías de pequeños pueblos en provincias como Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires. Luego de dos años de mucho trabajo y medidas para mejorar su competitividad, es hora de atender otro reclamo histórico del sector, que es el financiamiento a los productores para la adquisición de maquinaria agrícola y camiones”.

La Mesa Sectorial de Maquinaria Agrícola es un ámbito de coordinación

de distintas áreas del Estado junto a las empresas y los sindicatos. Su objetivo es aumentar la competitividad del sector, que dinamiza a otras actividades industriales, y tiene potencial para posicionarse como jugador global con productos especializados y de alto valor tecnológico.

Lucio Castro, Secretario de Transformación Productiva, agregó: “Tenemos que fortalecer la gran capacidad innovadora de la maquinaria agrícola. Es un sector donde vemos claramente la integración productiva del agro con la industria y los servicios. Su demanda incipiente de tecnologías y servicios como Big Data, software, o registro y análisis de información satelital, estimula la aparición de nuevas empresas proveedoras, dinamizando la inversión, la in-

novación y el empleo. Aumentar la penetración de las Industrias 4.0 y la economía del conocimiento en las actividades productivas es determinante para mejorar la productividad de toda la economía”.

Para impulsar al sector, el BICE (Banco de Inversión y Comercio Exterior) está preparando una nueva línea de crédito con tasas subsidiadas para alentar la incorporación de maquinaria agrícola. La agenda de internacionalización de la Mesa Sectorial implica el desarrollo de nuevos mercados, lo que requiere aumentar la especialización de los productos nacionales. Hoy las exportaciones son apenas el 15% de la producción, con muy baja diversificación de destinos.

En cuanto al desarrollo de proveedores, Argentina ya tiene una importante red de proveedores y agroparistas; uno de los objetivos de la Mesa es ayudarlos a certificar procesos y mejorar la estandarización de partes y piezas, para aumentar la integración productiva y sinergia con otros mercados de la región.

Raúl Crucianelli, Presidente de la Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinaria Agrícola (CAFMA), expresó: “Vemos el lanzamiento de esta Mesa Sectorial como una señal muy clara de impulso a nuestra actividad, estábamos esperando esta convocatoria”. ■

apsa

una empresa de:  GRUPO PINTALUBA



Andrés Pintaluba SA constituida en España, cuenta con 40 años de trayectoria y presencia internacional en más de 70 países. Su amplia experiencia en Legislación Europea y su capacidad analítica es el respaldo esencial para nuestra compañía en Argentina.



Con estas bases **APSA** continúa trabajando en el desarrollo de **SOLUCIONES INTEGRALES** en **Nutrición y Salud Animal**



Soluciones en Premezclas Nutricionales y Medicadas



Soluciones en Fármacos: Terapéuticos, Terapéuticos preventivos, Antiparasitarios, Anticoccidiales, Micoplasmicidas



Soluciones en Especialidades: Enzimas, Minerales Orgánicos, Secuestrantes micotoxinas, Antifúngicos, Ácidos Orgánicos, Concentrados Proteicos, Nueva línea: Probióticos y Prebióticos



Ingredientes Feed: Vitaminas, Minerales, Antioxidantes, Aminoácidos, Pigmentantes

Conocé más sobre los procesos de APSA: Seguíenos en  



Video Corporativo APSA



Video Premezclas Nutricionales Trazabilidad QR



Video Control de Calidad APSA



Apsa Internacional S.A.:
Int. Juan Lumbleras 1800 (1748)
SIP Gral. Rodríguez - Buenos Aires - Argentina
☎ (+54) 237 485 7300 - apsa@apsanet.com.ar
www.apsanet.com.ar

Farmabase / Cevasa: unidos para seguir sumando

La compañía brasileña Farmabase adquirió el 100% de Cevasa, una de las empresas líderes en la industria farmacéutica veterinaria en Argentina. Ahora, sus productos llegarán a más de 50 países, en continentes como Asia, América Latina y Oriente Medio. Con fuerte inversión en instalaciones y equipos calificados, la empresa ocupa las primeras posiciones en el ranking de los laboratorios argentinos.

En un mercado cada vez más dominado por multinacionales extranjeras, la industria veterinaria paulista Farmabase decidió salir del guión. Podría haber sido adquirida por algún jugador interesado por avanzar en Brasil –país clave en la cadena productiva de carnes–, pero la compañía decidió apostar a su expansión en el exterior.

Actualmente la compañía posee un complejo industrial en Jaguariúna/SP donde está ubicada también su sede. Además de Centros de Distribución en Maringá (PR), Pará de Minas (MG) y Fortaleza (CE).

Tanto en el segmento cerdos, como en el de aves, Farmabase es la empresa de mayor facturación de Brasil.

El movimiento, inédito para una empresa brasileña de capital nacional, comenzó a tomar forma en marzo del año pasado, con la compra de CEVASA. De esta manera, Farmabase se convirtió en la primera industria brasileña en tener una planta de producción fuera del país.

Los hermanos Alexandre y Guilherme Machado, socios de Farmabase, señalaron que la apuesta hacia el exterior comenzó justamente con la negativa de vender la compañía. De los cuatro socios fundadores, quedaba sólo Paulo Machado, quien hoy preside Farmabase. "Algunos socios

querían vender, mi padre se quedó y compró la participación de sus socios", señaló Guilherme Machado.

Sin sus antiguos socios, Paulo Machado reclutó a sus dos hijos para continuar con la empresa. Alexandre es Médico Veterinario y trabajaba en Sa-día. Guilherme es Administrador de Empresas, se desarrolló profesionalmente en los Fondos de Inversión GP y Carlyle, y se sumó a Farmabase en 2012, tras completar un MBA en Estados Unidos.

Juntos, los hermanos lideran las operaciones de la empresa en Brasil y, desde marzo, también en el exterior. "Hemos percibido que crecer en el mercado brasileño se ha vuelto un reto, porque ya conseguimos una posición muy relevante aquí", afirma Guilherme, Vicepresidente Financiero de Farmabase. Actualmente, la empresa es la sexta mayor del segmento de Salud Animal en Brasil, con una facturación 350 millones de reales en 2016.

Con el foco puesto en la fabricación de productos para aves y cerdos –sobre todo en medicamentos que se mezclan con las raciones–, Farmabase disputa el liderazgo en Brasil –en los dos sectores– con la estadounidense Elanco, brazo de la farmacéutica Eli Lilly. En porcinos, la compañía tiene una participación del 30,9% del mercado brasile-

ño, según Alexandre Machado, Vicepresidente de Operaciones.

Consolidada en en estos segmentos productivos, Farmabase admite no tener condiciones de competir con las rivales en los segmentos de bovinos y animales de compañía (perros y gatos, principalmente). Tanto es así que, en 2010, la empresa decidió discontinuar una línea de productos de bovinos "que no venía bien", según Guilherme Machado. En la misma época, vendió la línea de artículos para animales de compañía. "Nos enfocamos en lo que sabemos hacer", afirma.

El mercado de bovinos demanda grandes inversiones, entre los cuales se encuentra la producción de vacunas contra la fiebre aftosa. En el segmento de animales de compañía, las multinacionales tienen la ventaja de operar en países donde los gastos en perros y gatos son mucho mayores que en Brasil, lo cual les da escala.

En ese escenario, avanzar en el exterior fue la alternativa elegida. Recién adquirida por Farmabase, CEVASA es considerada como la puerta de entrada de la brasileña en Asia. Con una fábrica en Pilar, en la provincia de Buenos Aires, Farmabase / Cevasa obtiene el 50% de su facturación fuera de Argentina –en 2016, los ingresos totales de la empresa alcanzaron los



De izquierda a derecha: Dra. Estefanía Pérez, Coordinadora Técnica; M.V. Facundo Seijo, Ventas Avicultura; Ewerton Zanelato, Director Comercial; Gladison Carioni, Asesor Externo; Sara Zoca, Directora de Calidad y Asuntos Regulatorios; M.V. Florencio Rolandi, Ventas Porcinos; Wilfredo Lucena, Ventas Porcinos.



US\$ 12 millones, mientras que en Farmabase, las exportaciones representaron sólo el 1% en el mismo período-.

La evaluación del Vicepresidente de Operaciones de Farmabase es que la red de distribución de CEVASA ayudará a impulsar las ventas externas de la empresa brasileña, además de darle el "know-how" sobre los registros de sus medicamentos fuera de Brasil. "Las ventas de CEVASA están repartidas por 50 países", señala Alexandre Machado, destacando el potencial de crecimiento de los embarques para Filipinas, Tailandia e Indonesia. "En Tailandia "estamos conociendo a los distribuidores", afirmó Guilherme Machado, quien destacó que el registro de productos en Tailandia demora, en promedio, tres años.

Ewerton Zanelato, Director Comercial de Farmabase / Cevasa Argentina nos recibió en la nueva filial de la compañía en el Parque Industrial de Pilar y nos comentó que, al igual que en Brasil, Farmabase implementa en nuestro país, el "Programa Puertas Abiertas", que consiste en abrir las puertas de la empresa a los clientes para que conozcan el sistema de gestión y trazabilidad

total que la compañía emplea en la fabricación de sus productos. "Como hicimos una inversión muy grande en todo lo referente a la calidad -y eso es lo que hace la diferencia en nuestra empresa-, nos gusta mostrarlo a nuestros clientes y generar valor sobre eso. Contamos con un empleado de control de calidad por cada 2,1 empleados de producción -es una relación muy importante-. La empresa, desde sus inicios, invirtió mucho en calidad y eso, claramente, se refleja en todos los eslabones de nuestra cadena productiva", asegura.

NUEVAS REGULACIONES

Respecto de las nuevas normativas en relación al uso de antibióticos en la producción animal, ya vigentes en distintos países del mundo, y que entrarán en vigencia en nuestro país a partir del próximo año, Zanelato considera que "estamos viviendo un momento donde el uso de medicamentos en la producción animal está mal vista, pero nosotros sabemos que no es tan así, porque utilizar el medicamento en los animales es cuidar y mantener un estatus sanitario; si el animal está enfermo, tengo que medicarlo para que no sufra con

la enfermedad y además, para que no baje su productividad. Por supuesto que hay que utilizarlos con responsabilidad, por más que sea curativo, debemos utilizarlo sólo si es necesario. Nuestro objetivo es desarrollar soluciones accesibles para el mantenimiento y el tratamiento de las enfermedades de las aves y los cerdos y promover el bienestar de los animales. Ayudando a producir proteína animal de calidad, capaz de sostener el crecimiento poblacional mundial. Es habitual escuchar noticias que llegan desde Europa o los Estados Unidos, donde el poder económico y el poder adquisitivo son más altos. Pero en general, el mercado en el cual nosotros nos desempeñamos, -Latinoamérica, más que nada Argentina y Brasil-, tiene el status de exportador, y la mayoría de nuestros productos tiene como destino Oriente Medio, Asia y África. Allí la gente necesita comer y no puede pagar un precio más alto por alimentos producidos libres de antibióticos, orgánicos, etc. Estuve en Filipinas a principios del año pasado, y el consumo de carne aviar es de 16 kilos por habitante al año, de 18 kilos de carne de cerdo y de 5 kilos de carne vacuna.



Grupokva

GENERADORES COMERCIALES / RESIDENCIALES

GAS NATURAL



MADE IN U.S.A.



CARACTERÍSTICAS:

- 380/220 V - 50 Hz TRIFÁSICOS.
- CABINADOS E INSONORIZADOS.
- TRANSFERENCIA AUTOMÁTICA.
- ENFRIAMIENTO POR AGUA.
- BI-FUEL: APTOS PARA GAS NATURAL O GLP.
- DISEÑO INNOVADOR Y FÁCIL INSTALACIÓN.

INCLUYE:

- TABLERO DE TRANSFERENCIA AUTOMÁTICA.
- CONTROLADOR ELECTRÓNICO DE MARCHA.



WWW.GRUPOKVA.COM.AR | Grupos Electrógenos

Carlos Casares 1114 - Oficina 2 - (1712) Castelar - Buenos Aires Argentina

Grupokva

Teléfonos: (011) 4627-1593 - (011) 4977-6583 - (011) 5437-8802



Necesitan empezar a comer, antes que hablar sobre el uso de antibiótico. Nosotros pensamos que lo que es importante es tener un uso racional de los medicamentos, pero yo no puedo vender un animal enfermo, así como tampoco puedo tener un animal enfermo. Más allá de una cuestión productiva, también por una cuestión de bienestar animal", sostiene Ewerton Zanelato, Director Comercial de Farmabase / Cevasa.

TRAZABILIDAD

A partir de 1997 Farmabase empezó a implementar un estricto sistema de trazabilidad, y hoy ese sistema ya es una regla. Tanto es así que todos sus clientes exigen un certificado de análisis junto con la factura de venta.

"Esta decisión fue importante, porque a partir de allí la empresa fue saliendo de un mercado genérico. Era importante hacer este tipo de diferenciación, porque nuestros productos no

pueden ser considerados genéricos, ya que para cada producto tenemos los mismos estudios que hacen los productos considerados de referencia. No podemos lanzar un producto sin tener el estudio de estabilidad, eficacia, de residuo, inocuidad, seguridad... hacemos todos los estudios necesarios para tener un producto de excelencia. En los medicamentos genéricos –incluso para humanos– sólo se necesita hacer un estudio de bioequivalencia, es un único estudio. Al momento que yo hago la gestión del medicamento tengo que comprobar que el medicamento sea capaz de tener la misma ruta en el organismo del humano, que el producto de referencia. Pero para nosotros no es suficiente hacer sólo eso, cada vez que hacemos un producto tenemos que hacer un estudio de farmacocinética, estabilidad en alimentos, estabilidad en el paquete, hacemos un paquete completo de estudios. Entonces por eso no se puede considerar un producto genérico, porque tiene una base científica muy similar al primer producto que fue lanzado a partir de la molécula. Así fue como en 2012 la empresa se consolidó como líder en el mercado en Salud Animal, sobre todo porque en 2004 pasamos por una reglamentación nueva en Brasil, donde no se permitía más la venta de materia prima y el cliente no podía comprar una amoxicilina al 98%; el Gobierno prohibió todo uso de moléculas o materias primas. Ahí fue cuando la empresa empezó a invertir en el registro de productos formulados que garantizaba la estabilidad de los productos hasta llegar al animal. En 2014, Farmabase fue la primera industria de medicamentos de Brasil en tener GMP, válido en Brasil y aceptado en todo el mundo", señala Zanelato.

Y agrega: "tenemos una gran cantidad de productos registrados en Argentina a través de Cevasa; en con-

junto con Farmabase sumamos 100 productos, con registros en más de 50 países de los cinco continentes. Tenemos GMP y trazabilidad completa para ambas empresas y aprobación técnica en 100% de los productores de aves y porcinos que manejamos. Esto para nosotros es muy importante, no tener la puerta cerrada de ningún cliente es un motivo de orgullo para nosotros".

EL INTERÉS POR CEVASA

Cuando los directivos de Farmabase se interesaron por Cevasa, tuvieron en

cuenta que la compañía argentina contaba con una Planta de Elaboración de excelencia, aprobada en una gran cantidad de mercados y que la empresa tenía una actuación en el mercado veterinario muy similar a la que Farmabase tiene en Brasil, enfocada en pollos y en cerdos. Por su parte, Farmabase buscaba crecer afuera de Brasil, y una forma de hacerlo era buscando socios. De ahí que vieran en CEVASA la oportunidad de incursionar en el mercado argentino y también ingresar en distintos mercados del exterior.

"Actualmente, el 50% de la factu-

ración de Farmabase / Cevasa proviene de la exportación. Canalizamos el 24% de nuestras exportaciones en Asia, el 37% en Latinoamérica, el 2% en Europa y el 37% en Medio Oriente y África. Tenemos una presencia internacional realmente importante. Ahora la idea nuestra es dar un aporte a todo lo que es este mercado internacional", señala Zanelato. Y agrega: "hemos recibido muchas inspecciones de distintos mercados, como Pakistán, Arabia Saudita y Rumania, y además de los reglamentos que impone el SENASA, en todo momento





estamos recibimos inspecciones de países muy exigentes”.

Claramente, las altas calificaciones de CEVASA –muy similares a las que poseía Farmabase en Brasil–, agregaron una importante dosis de seguridad a la hora de decidir la adquisición.

EL SERVICIO ANTE TODO

Ewerton Zanelato destaca que el equipo comercial de Farmabase / Cevasa está compuesto –en su totalidad– por Médicos Veterinarios, y esto se debe a que, según el directivo, “no nos gusta solamente vender los productos, sino además, dar un soporte a los clientes sobre cómo utilizarlos”.

En ese sentido, Zanelato señala que “cuando hablamos del control de una enfermedad, hay algunos tópicos que son importantes para el éxito de una terapia. El primero punto es el diagnóstico: ver si estoy haciendo el uso correcto del antibiótico, la correcta elec-

ción de la molécula para combatir la enfermedad que corresponda. Por ejemplo, si voy a hacer un tratamiento de una coccidiosis y voy a utilizar para esta coccidiosis una colistina, no va a funcionar... No es porque el medicamento no sea bueno, pero no es el apropiado para combatir la enfermedad que vamos a tratar. El otro punto es el uso de una dosis correcta: muchas veces, por un tema de costos, se utiliza una dosis que no es la correcta, y el medicamento no funciona. Otro punto importante es la ingesta de agua y de alimento: el 80% de las medicaciones que se aplican en cerdos y un 95% de las medicaciones que se aplican en pollos, es administrado por agua o por alimento. Si el animal tiene cualquier problema en el consumo de agua o de alimento, no va a consumir la dosis correcta, y el medicamento, en consecuencia, no va a hacer efecto. En síntesis, tenemos que garantizar que el pro-

ducto llegue hasta el animal y la formulación del medicamento es muy importante para eso. De ahí que el trabajo de nuestro equipo técnico sea enfocarse en asegurarse que nuestros clientes hagan el uso correcto de nuestros productos, que el diagnóstico esté correcto, que la molécula sea la apropiada para combatir la enfermedad que se quiera tratar.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Farmabase / Cevasa cuenta con un equipo de Innovación y Desarrollo en donde destinan un importante porcentaje de la rentabilidad de la empresa en nuevos proyectos. El 10% de la plantilla de empleados de la compañía está abocado a tal fin.

“La misión de la empresa es ofrecer soluciones accesibles para el mantenimiento de la salud y el bienestar de aves y cerdos, dando prioridad a la más alta calidad y seguridad”, sostiene Ewerton Zanelato. ■

Farmabase / Cevasa, presentes en más de 50 países alrededor del mundo.



Agroindustria presentó una nueva plataforma electrónica

Con el fin de dotar de mayor transparencia, información estadística y actualizar de manera diaria al mercado argentino de carnes, se lanzó el Sistema de Información de Operaciones de compra-venta de carne bovina (SIO Carnes). Con la presencia del ministro de Agroindustria, Luis Miguel Etchevehere, parte del gabinete y de representantes del sector privado, se mostraron los alcances de la herramienta.

Para Luis Miguel Etchevehere "la carne es uno de nuestros productos emblema y compartimos con ustedes la satisfacción al ver ganar nuevos mercados para la Argentina. Nuestro compromiso es continuar trabajando juntos para mejorar con nuevas herramientas", señaló el Ministro en el lanzamiento desarrollado en el marco de la mesa técnica de la cadena de carnes. Asistieron también la secretaria de Mercados Agroindustriales, Marisa Bircher; el secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca, Guillermo Bernaudo, y los subsecretarios de Mercados Agropecuarios, Jesús Silveyra, y de Ganadería, Rodrigo Troncoso.

La iniciativa a cargo de la Subsecretaría de Mercados Agropecuarios y la Dirección de Informática de la cartera, con la colaboración de la Subsecretaría de Ganadería, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), es un sistema unificado de información de operaciones de compra venta de ganado con destino a faena. La información surge de los datos obtenidos de las liquidaciones electrónicas presentadas a la AFIP según lo establecido en la Resolución General No. 3964/2016 y su modificatoria, junto con los Documentos de Tránsito Electrónicos (DTE) obtenidos del SENASA.

Durante el lanzamiento se destacó la importancia de esta plataforma de cara a brindar mayor previsibilidad a la hora de tomar decisiones y concretar negocios dentro de esta cadena. Asimismo, se adelantó la necesidad de continuar replicando este tipo de propuestas a otras cadenas, como el caso de ovina o la frutícola.

La nueva herramienta está en el mismo camino que el Monitor SIO Granos, presentado hace poco más de un año bajo los ejes de la transparencia comercial y la calidad estadística, en este caso para el mercado de granos. No obstante, en el último caso se genera a partir de las declaraciones juradas de los compradores en tiempo real y el SIO Carnes se da a partir de las liquidaciones finales realizadas por los frigoríficos y matarifes, con información posdatada como máximo 48 horas.

¿CÓMO FUNCIONA SIO CARNES?

La plataforma se basa en información suministrada por AFIP a través de las liquidaciones electrónicas de compra venta de hacienda pecuaria con destino a Faena, emitidas por consignatarios de hacienda, establecimientos faenadores o usuarios y productores. Atendiendo a la normativa del secreto fiscal, los datos son enviados sin identificación alguna de los CUITs correspondientes a quienes intervienen en

las operaciones.

La información suministrada por AFIP se identifica luego según las localidades de origen y zonas de destino a través de los datos de los DTE y guías obtenidas de la base de datos del SENASA. De esta forma se conocen los precios operados por origen y destino.

El destino se divide en 12 zonas con la finalidad de agrupar sectores de comercialización, resguardando la identidad de los establecimientos faenadores y el secreto comercial. Las operaciones tienen una actualización permanente entre las 24 y 48 horas como máximo.

Los datos que se incluyen son: fecha en que la operación se realizó, origen, destino, categoría, raza, cantidad comercializada de cabezas, unidades de medida (cabezas, kilogramos vivos o kilogramos equivalentes de carne, según corresponda) y el precio de la operación.

El sistema refleja hoy el universo del kilo vivo, que corresponde al 90%; el 6% restante corresponden a cabezas, y el 4% a kilos de carne. No obstante se adelantó, que se está trabajando sobre promedios históricos para poder incorporar el segundo porcentaje y junto a la AFIP, para poder volcar el porcentaje de liquidaciones de carne con destino a faena.

El Monitor SIO Carnes está alojado en la web de Agroindustria. ■

PREVENCOC®

VACUNA CONTRA LA COCCIDIOSIS AVIARIA

100%
EFICIENCIA EN
VACUNACIÓN

EXCLUSIVO
SISTEMA DE
VACUNACIÓN

RESULTADOS
COMPROBADOS

SERVICIO
POSVENTA
ÚNICO

100% CEPAS
ATENUADAS



INMUNER®



www.inmuner.com/noticias



El mundo de la producción fue convocado por Biofarma

Biofarma, la empresa especializada en nutrición y sanidad animal con más de 35 años de trayectoria en el mercado, organizó la segunda edición del Simposio Internacional de Nutrición Animal (SINA), que convocó a más de mil técnicos y productores de carne en la ciudad de Rosario.



Marcelo Vilosio, Gerente General de Biofarma, acompañado de su equipo y de los disertantes que participaron del SINA 2018.

Los números son elocuentes. El segundo Simposio Internacional de Sanidad Animal (SINA), organizado íntegramente por Biofarma, reunió a más de 1100 productores de Argentina, Paraguay, Bolivia, Costa Rica, Uruguay, Brasil, Chile, Perú y Colombia –para los cuales fue necesario bloquear 5 hoteles de primera línea, en la ciudad de Rosario–; 25 disertantes de gran prestigio académico pro-

venientes de Brasil, EE.UU., Australia, México, Colombia, España, Francia, Canadá y Argentina; y ofreció un gran número de conferencias segmentadas en las temáticas de avicultura, cerdos, rumiantes y equinos.

Pero no sólo eso, sólo eso, sino que además llevó adelante este megaevento cuidando hasta el último detalle, dentro de un nivel realmente de excelencia, pocas veces visto a nivel local.

“El Simposio Internacional de Nutrición Animal que organiza Biofarma, responde al objetivo de generar un espacio de debate y conocimiento técnico acerca de los temas que interesan a los productores, acercándolos a los mayores exponentes mundiales en lo que respecta a nutrición animal”, comentó Diego Lescano, Presidente del Simposio.

Por su parte, Marcelo Vilosio, Ge-

rente General de Biofarma, expresó su satisfacción acerca del éxito del evento: “Nuestras expectativas acerca de la calidad de las conferencias y la concurrencia han sido ampliamente cubiertas. Con el Simposio esperamos contribuir a la capacitación de nuestros clientes y mantenernos como empresa referente en nutrición animal”.

Los especialistas de cada área abordaron las siguientes temáticas:

CERDOS

- ★ Inmunonutrición aplicada.
- ★ Salud intestinal.
- ★ Alternativas nutricionales al reemplazo de los antibióticos.
- ★ Actualización de exigencias nutricionales.
- ★ Factores antinutricionales en el complejo soja.
- ★ Tecnología aplicada a la eficiencia de alimentación.
- ★ Avances en nutrición de cerdas hiperprolíficas.

RUMIANTES

- ★ Ganadería de precisión.
- ★ Suplementación estratégica como calidad de carne.
- ★ Recría eficiente como eslabón principal.
- ★ Una clave, la adaptación al ingreso.
- ★ Recalculando hacia el mercado asiático.
- ★ Feedlot de invierno y de verano.
- ★ Tipificación de carne, el nuevo novillo

AVES

- ★ Actualización de exigencias nutricionales para la producción avícola.
- ★ Tecnología de procesos aplicada a la

mejora de la digestibilidad de materias primas.

- ★ Uso de aditivos para la salud intestinal.
- ★ Actualización en el uso de enzimas en la nutrición de aves.
- ★ Pasado, presente y futuro en el uso de antibióticos para la producción animal.

EQUINOS

- ★ Avances en la nutrición equina.
- ★ Nutrición para ganar.
- ★ Mejoras en el entrenamiento.
- ★ Controles en el rendimiento deportivo.

CON EL EJE EN LA EXCELENCIA

Al hacer una evaluación del rotundo éxito del segundo Simposio Internacional de Nutrición Animal, Marcelo Vilosio afirma categóricamente: “somos concientes de dónde venimos y cómo arrancamos. Imagínate lo importante que es... Sentimos mucho orgullo y realmente nos sentimos muy satisfechos. El resultado del SINA 2018 nos confirma que estamos por el camino correcto, que estamos haciendo las cosas bien. Lo notamos en la respuesta de la gente, en el agradecimiento. Claramente, superamos las expectativas que nuestros invitados habían puesto en el SINA”.

Por su parte, Juan Pablo Ravazzano, Gerente Comercial de Biofarma, destaca que “al tratarse de la segunda edición del Simposio, uno va aprendiendo de los errores y tratando de mejorar. El SINA 2015 también fue un éxito, quedamos muy conformes con los resultados generales, pero había algunas cosas a mejorar que por supuesto quedaron anotadas, así que cuando hace un año atrás empezamos a reunirnos para este nuevo simposio, lo primero que hici-

mos fue ir a esos apuntes que habíamos tomado en ese entonces para ver qué aspectos y qué cosas teníamos que mejorar, y realmente se le puso mucho esfuerzo en esos temas que, si bien no eran muchos, para nosotros que estamos en la organización, creíamos que había que mejorar. Por otro lado, elegimos muy cuidadosamente a cada uno de los disertantes. A tal fin, formamos un Comité Técnico que evaluó cada currículum y cada uno de estos profesionales, para que todos tuvieran un eje temático común.

Jorge Venturino, Gerente Técnico del área Avicultura de Biofarma, destaca el Programa de Conferencias ofrecido en el SINA 2018. “Creemos que es el mayor logro de este simposio. Porque fue realmente atractivo, novedoso y conformado por una serie de personalidades prestigiosas a nivel mundial. Los asistentes pudieron adquirir conocimientos muy valiosos”.

A la hora de diseñar el Programa, Venturino puso énfasis en las necesidades de los asistentes. “Es clave saber en qué lugar uno está parado de la evolución de la industria. En nuestro caso, trabajando en avicultura, sabemos que estamos en un sector que precisamente la dinámica es la característica de este sector. Es decir, los cambios se ven día a día y hay que pensar para adelante. Frente a la situación productiva actual, debemos saber qué es lo que se viene y tratar de abarcar todas esas demandas que existen en materia de conocimiento. Creo que haciendo ese ejercicio, los temas después surgen libremente. Hace tres años atrás seguramente hubiéramos hablado de otra cosa, pero hoy, con el ritmo de crecimiento y de producción que tienen las aves, creo que nos tenemos que concentrar mucho en la eficacia de los procesos digestivos, para que el alimento que siempre

ha representado el mayor costo, sea utilizado plenamente y tengamos un sistema digestivo que funcione perfectamente bien para poder hacerlo. De ahí que la mayoría de las charlas estuvieran orientadas a estudiar las condiciones de calidad de las materias primas, para que sean de óptima digestibilidad, así como estudiar también el intestino de las aves, para que tenga capacidad de máxima digestión y absorción”, señala Venturino.

Pablo Ramos, Gerente Comercial del área Aves de Biofarma, también reflexionó respecto del armado del evento. “Estamos convencidos que en los momentos de crisis, lo que te puede salvar es ser eficiente... si no sos eficiente, perdés el partido con seguridad. El SINA 2018 fue una forma más de apoyar a nuestros clientes, de darle un plus a lo que es Biofarma, para poder transmitir estos conoci-

mientos -lo último de lo último en Nutrición Animal-, lo que se viene y en lo que tenemos que ir avanzando, como por ejemplo con el tema de la liberación de los antibióticos. La industria avícola avanza a una velocidad realmente inusitada y realmente creemos que estos eventos, tanto el SINA 2015 como el SINA 2018, son lo que necesita el sector. Fueron pensados para ayudar al sector a avanzar en este camino que requiere ser cada vez más eficiente. Realmente, los avances tecnológicos son tan rápidos, que nosotros pusimos a disposición de nuestros clientes una serie de disertantes que trajeron temas novedosos, inéditos, y que dejan en claro lo avasallante que es el avance de la ciencia en Nutrición Animal. Desde Biofarma creemos que es el camino a seguir. Con el SINA no tenemos intención de vender ningún producto, sino

que traemos conocimientos nuevos para compartir con todo el sector. Esta es nuestra forma de trabajar. Desde siempre Biofarma se caracterizó por dar algo más. Además de bajar una bolsa de un producto, siempre nos caracterizamos por un servicio técnico de postventa muy fuerte. Creo que esto es un complemento más y realmente estamos muy orgullosos, y muy emocionados”.

LA CALIDAD NO SE NEGOCIA

El Gerente General de Biofarma es conciente respecto de la dificultad que presenta el actual contexto económico a la hora de decidir mantener un altísimo nivel de calidad en sus productos. Al respecto, no duda en afirmar que “bajar la calidad, no es bajar costos. Nosotros intentamos trabajar técnicamente con la gente y queremos trabajar con las empresas que van a quedar, las

Marcelo Vilosio, Gerente General de Biofarma



Juan Pablo Ravazzano, Gerente Comercial de Biofarma

empresas que pueden ser competitivas, las que apuestan por la calidad. Esas empresas son nuestros potenciales clientes. El cliente que tiene un comportamiento errático, que en las crisis gasta menos, y ahorra en calidad, no es el potencial de cliente que nosotros apuntamos.

Ravazzano considera que Biofarma es una empresa que se caracteriza por un servicio técnico muy fuerte; “si bien no vendemos servicio técnico, vendemos productos de Nutrición Animal. Tenemos un equipo técnico en cada una de las áreas -muy capacitado-, que está permanentemente viajando, yendo a congresos y a seminarios del exterior y, en ese sentido, nosotros sabemos que cuanto mejor equipo técnico y más preparados estemos, mejor servicio le podremos dar a nuestros clientes. Por lo tanto, nuestros clientes terminan tomando mejores decisiones. Queremos que tomen mejores decisiones para que su negocio sea rentable. Tenemos que hacerles ganar plata a nuestros clientes. Si al productor le va mal, a nosotros no hay manera que nos vaya bien. Así

que nuestro equipo técnico está permanentemente capacitándose para encontrar la manera de bajar costos, y de ser más eficiente en cada una de las etapas del ciclo productivo de la especie que le toque trabajar”.

El Gerente Comercial de Biofarma considera también que el gran desafío que tiene la Argentina, es trabajar en costos en todas las especies. Porque venimos a lo mejor de otras épocas donde si bien siempre era importante el costo, intervenían otros factores. Hoy creo que estamos en una situación, un tanto más abiertos al mercado internacional, a los mercados internacionales de carnes, y de la única forma que podemos competir, es siendo eficientes y trabajando mucho en costos. Tenemos que producir de alguna forma a valores internacionales. No podemos seguir produciendo un 20 o un 30% más caro que el mundo, porque va a ser complicado”.

Jorge Venturino es categórico al afirmar que “en Biofarma tenemos un objetivo rector que es «la calidad no se negocia». Esto muchas veces nos ha llevado a perder clientes u

oportunidades de negocio, pero no nos apartamos de esa condición y creo que a la larga eso nos trae un retorno importante. En la empresa está muy claro que hay que seguir por ese camino, porque eso es lo que exige y demanda la industria.

MERCADOS

Consultado por la participación en el mercado local que Biofarma posee con sus cuatro divisiones y las posibilidades de continuar creciendo en el mercado externo, Vilosio señala que “en el mercado interno tenemos una participación alta en algunas especies. En rumiantes, por ejemplo, queda mucho por hacer, hay mucho espacio. En el mercado externo, como empresa, somos muy competitivos. Trabajamos mucho en el exterior. Incluso tenemos empresas propias en Bolivia y en Paraguay. Pero el límite nos lo pone la falta de competitividad... Ahora estamos apostando fuerte para entrar en Brasil, esa es nuestra apuesta más importante”.

El directivo asegura que la exportación es la forma de conseguir volú-

menes y Biofarma hoy posee una estructura industrial mayor que el requerimiento del mercado interno, entonces la salida, indefectiblemente, se encuentra en los mercados externos.

Además de un claro atraso en el tipo de cambio, otro inconveniente que enfrenta la empresa a la hora de querer incursionar con su producción en países no limítrofes, pasa por los altos costos de logística. En ese sentido, Vilosio señala que su producción es altamente competitiva en para exportar, siempre y cuando requiera de un transporte terrestre; el problema pasa por el flete marítimo. “Todo lo que pasa por el puerto, prácticamente, nos saca de mercado. Nosotros exportamos productos cuyo valor es de aproximadamente U\$S 1 el kilo, y llevar un contenedor desde nuestra

fábrica de Río Cuarto al puerto nos cuesta más de U\$S 4.000, cuando desde el Puerto de Buenos a cualquier lugar del mundo, nos cuesta U\$S 1.500... ¡es inviable!. Abrir la Argentina al mundo, como se plantea, sin hacer una reconversión profunda del Estado y ser competitivo, va a ser difícil.

BIENESTAR ANIMAL

El Bienestar Animal es un tema muy presente en la agenda actual y que no faltó en el segundo Simposio Internacional de Nutrición Animal de Biofarma.

“Hay toda una discusión sobre Bienestar Animal respecto de las áreas de manejo, equipamiento e instalaciones, de la cual nosotros no participamos. En el exterior cada vez son más fuertes los grupos verdes, ecologistas, que están

presionando para no producir en jaulas, o darles más espacio a los cerdos; cada uno en su especie está presionando en distintas formas. En Biofarma estamos de hace ya varios años con un Departamento de Control de Calidad a través del cual garantizamos la calidad de nuestros productos, la calidad de la materia prima que usamos y la trazabilidad de cada una de estas materias primas que se usan en el producto final. Somos proveedores de algunas empresas muy grandes, incluso algunas multinacionales que están en Argentina, y ese tipo de empresa te exige ciertas normas de calidad, auditorías de calidad un par de veces al año, visitan nuestras plantas, toman muestras y hacen su propia auditoría. Ven si la trazabilidad que vos les estás diciendo que hay realmente existe, te controlan.

Jorge Venturino, Gerente Técnico del área Avicultura de Biofarma



Pablo Ramos, Gerente Comercial del área Aves de Biofarma

Yo creo que en Europa o en Estados Unidos, están varios años más avanzados, y uno en el rótulo del etiquetado ya sabe si es un pollo libre de antibióticos, o criado de tal o cual forma. Esto todavía eso no está en Argentina, pero va a llegar. Nosotros como proveedores de nutrición vamos a acompañar en esa parte de darle la mejor calidad al sector, garantizando inocuidad y trazabilidad de los productos”.

Jorge Venturino considera que “el proceso del crecimiento de la avicultura a nivel mundial nos está obligando a ser cada vez más eficientes. Además, habrá que empezar a pensar complementariamente, no sólo en la producción –como lo hacíamos 10 años atrás–, si no a pensar también, en los efectos colaterales, como ver que nuestros procesos no sean contaminantes, cuidar el medio ambiente, entregar un alimento más seguro a la población, trabajar mucho en inocuidad y especialmente también trabajar en Bienestar Animal; nuestros procesos no tienen por qué generar sufrimiento a los animales, tenemos que estar muy preocupados para que

ellos estén en un plano de confort durante toda su etapa de crianza, que es lo que pretendemos”.

EL FUTURO DE BIOFARMA

Luego de un período de un crecimiento exponencial, como el que Biofarma ha registrado en los últimos años, hay una pregunta que surge indefectiblemente... ¿a dónde apuntan para los próximos años?

Marcelo Vilosio explica que están pensando a una nueva línea de negocio. “Un proyecto bastante importante es entrar en el área de alimentos para humanos, en food. Esa puede ser una alternativa. No es mucho más fácil crecer, a menos que Argentina pueda hacer lo que todos queremos, que pueda ser un jugador importante a nivel mundial y tengamos mucho crecimiento en el mercado y acompañarlo. Pero si hay mucho crecimiento en el mercado y si queremos que Biofarma siga creciendo como empresa, tenemos que crecer en otro rubro. En el food para humanos hay muchísimo para hacer, cereales para el desayuno, etc. Hay toda una tendencia de comida natural que es

muy parecida al proceso que hacemos habitualmente. Es distinto, pero conceptualmente es muy parecido.

Juan Pablo Ravazzano, señala que, en relación a la industria avícola, “unos de los principales desafíos pasa por la reducción en la utilización de los antibióticos, promotores, alternativas de uso, combinaciones con ácidos, con prebióticos, probióticos y un montón de aditivos que van a tender a reducir el uso. A partir de 2019 estará vigente la norma que reglamentará una reducción sensible de su uso. Así que hoy, en avicultura, uno de los principales desafíos que tenemos es ver como nos paramos frente a esa realidad que ya la tenemos delante nuestro, ¿no?”

“Tenemos una serie de tecnologías nuevas, de aditivos nuevos... Estamos frente al preludio de lo que va a ser un gran desafío productivo, como lo es tratar de producir sin antibióticos promotores de crecimiento. Ahí surge la posibilidad de ofrecer nuevas alternativas a través de aditivos y a través de técnicas de crianza, en las cuales ya estamos involucrados”, señala Jorge Venturino. ■

La innovación presente en el ADN de una compañía

MSD Salud Animal presentará este año en nuestro país –y en el mundo– dos productos revolucionarios, fruto de un permanente proceso de investigación –una de las principales características de la compañía– y de una clara política innovadora, que identifica a la multinacional y la mantiene en una posición de liderazgo a nivel global.



Javier Galdara, Gerente de la Línea Avícola de MSD Salud Animal Argentina y Taylor Barbosa, Director Global de la Línea Avícola de MSD Salud Animal, en el imponente stand que la compañía exhibió en la IPPE de Atlanta 2018.

Haciendo una analogía, todo ser viviente está compuesto integralmente por material genético llamado ADN que le permite evolucionar y reaccionar a su entorno; es así como las empresas que han evolucionado cuentan con una estructura mínima indispensable que les permite estar preparadas y orientadas al cambio. Por eso se suele decir que una organización orientada al cambio se logra construyendo a través de un conjunto de elementos cla-

ve entrelazados entre sí ordenadamente, que constituyen su organización desde su ADN: cultura y liderazgo, competencias organizacionales, estructura organizacional y gestión. Estos cuatro elementos no son independientes entre sí, sino que son interdependientes y deben ser congruentes entre sí.

En la historia de MSD, podemos encontrar una clara y positiva sinergia entre estos cuatro elementos, los que seguramente le han permitido ir evolu-

cionando exitosamente a través de los años, durante los cuales la investigación y la innovación agregaron un ingrediente extraordinariamente eficaz a esta receta.

Si bien podemos identificar los comienzos de la compañía allá por el año 1668, cuando E. Merck se fundó originalmente en Darmstadt, Alemania, fue recién en 1891 cuando Merck & Co. abrió sus puertas en Estados Unidos. Ya en 1933, Merck & Co. consagraba sus primeros laboratorios de

investigación en Rahway, New Jersey. En 1944, gracias a la colaboración entre investigadores de Merck & Co. y la Universidad de Rutgers, se descubre la estreptomocina. Y también fue en ese año cuando Merck logra la síntesis compleja de cortisona. En 1953 Merck se fusiona con Sharp and Dohme de Filadelfia. Con el comienzo del nuevo milenio, en el año 2000, Merck y Schering-Plough establecen sociedades en Estados Unidos para desarrollar y comercializar nuevas medicinas de prescripción para el control del colesterol y áreas respiratorias. Y ya en el año 2009, MSD y Schering-Plough se combinan para crear un líder global en el cuidado de la salud que trabaja en favor del bienestar mundial.

Daniel Zuddio, Country Manager de MSD Salud Animal Argentina, resume el crecimiento de la compañía y su presente –en nuestro país y en el mundo–: “MSD es una compañía multinacional farmacéutica y veterinaria, que comercializa sus productos por un valor de US\$ 50.000 millones anuales, aproximadamente. El negocio Animal Health (Salud Animal) representa el 8% del negocio total. Contamos con 42.000 empleados a nivel mundial y tenemos representaciones en la mayoría de los países del mundo. MSD es una compañía de investigación que ha desarrollado muchas moléculas conocidas, empezando por Decadrón, a través de las cuales se conocen como marcas reconocidas en el mercado, como por ejemplo, Simvastatina o Vytorin, que ahora es un producto que se vende mucho en Primary Care, que es el negocio que conocemos habitualmente como el de recetas o de atención clínica normal –o habitual–. En los últimos años, MSD se ha focalizado en el negocio de especialidades con productos para HIV, Oncología, tratamientos especiales, lo que

son productos de alto costo y baja incidencia. Recientemente hemos lanzado algunos productos con Keytruda, que es un producto fantástico, que ha crecido fantásticamente bien en los últimos 2 años. Keytruda es una segunda línea de tratamiento oncológico que está creciendo de manera exponencial, porque los resultados clínicos se traducen en grandes avances para que los médicos puedan prolongar las vidas de las personas; de ahí que nuestro slogan sea “Inventing for Life” (Inventando por la Vida). La compañía se está focalizando en ese tipo de patologías”.

INNOVACIÓN

La revista de negocios Fortune ha publicado su ranking anual de las compañías más admiradas del mundo, y dentro del sector farmacéutico, MSD se encuentra en la primera posición en la categoría de innovación. El ranking 2018 World’s Most Admired Companies de la revista Fortune es uno de los sistemas de medición más importantes a nivel mundial para evaluar la reputación de una empresa. Los resultados se han obtenido después de que unos 3.900 ejecutivos, analistas, directores y expertos calificaran, a través de una encuesta, todas las empresas con nueve categorías desde la innovación, el valor de la inversión, la calidad de gestión y sus productos, hasta la responsabilidad social o la capacidad de atraer.

Daniel Zuddio confirma esta apreciación, al señalar que “MSD invierte el 8% de sus ganancias en el desarrollo de productos. No podría precisar exactamente cuántas, pero una cantidad muy importante de moléculas está en estudio y en aprobación, pensadas y diseñadas para brindar posibilidades de prolongar vida, de mejorar la salud de los animales, y de mejorar la vida de las personas en general, ya sea a través de

la salud humana y a través de la salud veterinaria, generando más proteína, más miembros de la familia saludables. Por ejemplo, las mascotas... parece una tontería pero realmente, hoy por hoy, son un miembro más de la familia”.

“AGREGANDO VALOR MARCAMOS LA DIFERENCIA”

MSD ostenta una posición de liderazgo indiscutido y, si bien existen muchas compañías que invierten mucho en investigación y en el desarrollo de nuevos productos, no todas se diferencian a través los servicios que ofrecen a sus clientes, agregando valor a la relación comercial.

En ese sentido, Daniel Zuddio explica que “podemos hablar de varios tipos de clientes... La mascota es un cliente, la vaca es un cliente, el distribuidor es un cliente. Entonces, en todos los eslabones que componen la cadena comercial de todos nuestros negocios, tenemos que buscar herramientas, y diferenciarnos frente a productos tan buenos como los nuestros, como los que producen nuestros competidores, y eso es lo que también nos permite diferenciarnos frente a ellos”.

En relación al negocio de Salud Animal, Zuddio explica que el fuerte de MSD está en dos especies: en el negocio avícola y en porcino. “¿Por qué? Porque ahí estamos más cerca del cliente. En el resto de los negocios tenemos distintas barreras que cruzar. Por ejemplo, en el negocio de pequeños animales nuestro cliente debería ser la mascota, pero la mascota tiene un dueño y el dueño va a la veterinaria, la veterinaria le compra a un distribuidor, y el distribuidor le compra al laboratorio... Entonces, a veces es muy difícil poder llegar a diferenciarse al nivel del perro. Es muy difícil, pero no es imposible. Y en ese camino vamos. Vamos a tratar



Daniel Zuddio, Country Manager de MSD Salud Animal en Argentina.

de ver como llegamos al usuario final, porque es nuestro target. Por eso digo que en el negocio avícola y en el negocio de cerdos es diferente, porque nosotros prácticamente estamos al lado del que genera la proteína. A ese nivel, a los dueños de las empresas y a los responsables de producción de esas empresas, les tenemos que dar servicios diferenciados, algo que les permita a ellos no solamente vacunar y prevenir, si no que

además les permita mejorar su rentabilidad, mejorar sus niveles productivos, y mejorar su conocimiento, que no es poca cosa, ¿no? Invertimos mucho en que la gente se instruya y conozca nuevas técnicas. Nosotros no les vendemos las técnicas, ellos las pueden tomar y utilizarlas para mejorar su trabajo, su productividad".

Así fue como en la última Exposición Internacional de Producción y Procesado de Atlanta (IPPE), los clientes de

MSD tenían acceso a los mejores especialistas del mundo en diversas temáticas, con los cuales podían compartir experiencias, realizar consultas y, por supuesto, adquirir nuevos conocimientos. "Tratamos de buscar los líderes de opinión en cada una de las materias que son importantes para nuestros clientes, después el producto forma parte de nuestro negocio, pero nosotros tenemos que diferenciarnos mostrándoles que le damos algo más que una vacuna que previene bronquitis. Ese es nuestro objetivo primordial en Avicultura y Porcinocultura. Si pudiéramos trasladar este tipo de acciones a las otras dos especies que manejamos en Argentina, sería para nosotros un negocio redondo", destaca Zuddio.

En ese sentido, el directivo agrega: "estamos abiertos a la necesidad de nuestros clientes y aportamos soluciones para satisfacer sus necesidades. Hemos tenido acercamientos con varios clientes para ayudarlos a solucionar problemas; les hemos brindado entrenamiento para su personal en determinadas áreas, por ejemplo, robótica en plantas de incubación: nuestro equipo especializado en plantas de incubación, está de alguna manera participando junto con nuestros clientes, o los empleados de nuestros clientes, ayudándolos para que mejoren su productividad a nivel de plantas de incubación. Tenemos una serie de programas, como el Convenience Program, el Programa Intestinal, el Programa Respiratorio, o el Programa Start Here... Tenemos muchos programas que si nuestros clientes los analizan, caen en la cuenta que no es solamente venderles un producto, el producto es una consecuencia de... Lo que queremos es venderles un programa que les sirva para ser más rentables, para generar más proteínas y para mejorar la productividad".



Grúas SAN BLAS S.A.



MANITOU




Bobcat

SUCURSALES

Colectora Este Km 27.333
Don Torcuato -Pcia de Bs As
CP:1611 ☎ 4846-7050/7051

 www.gsb.com.ar

 ventas@gsb.com.ar

REPRESENTANTES

Misiones:(0376)4480686
Córdoba:(0351)4759001
Mendoza:(0261)4930072
Neuquén:(02599)4433009
Cdro Rivadavia:(0297)4065406
Rosario:(0341)5255394
Entre Ríos:(0345)154138144

Corrientes:(03783)15628351
Mar del Plata:(0223)4789959
Salta:(0387)4799444
Tucumán:(0381)4327664
Bahía Blanca:(0291)4307923
San Juan:(0264)4057859
Chaco:(03722)463463

Más allá del escepticismo y del hermetismo que, en general, muestran algunas empresas al momento de abrir las puertas de sus plantas a la empresas que las proveen –sobre todo cuando éstas también proveen a sus competidores–, Daniel Zuddio destaca que “afortunadamente, y gracias al equipo que tenemos liderado por Javier Galdara, nosotros tenemos una buena conexión con los clientes, confían mucho en nosotros y nos hacen partícipe de sus problemas –manteniendo siempre, obviamente, la discreción correspondiente–, y en muchos casos los ayudamos a resolverlos. Eso creo que hace la pequeña diferencia que tenemos versus nuestros competidores, que cuando van a ver un cliente generalmente lo que ofrecen es precio. Para MSD el precio es secundario, lo importante es el servicio, lograr la empatía con el cliente, y ayudarlo a mejorar su negocio. Yo siempre le digo a nuestros equipos: «el precio es algo que tienen que negociar las áreas de compras de las empresas. Lo que nosotros tenemos que lograr es que la gente que produce y genera proteínas, vea a nivel de campo que lo que nosotros ofrecemos –ya sea productos, servicios, equipamientos o conocimiento–, es mejor que el resto. Logrando eso, ganamos gran parte de la batalla frente a nuestros competidores. Después, el precio es secundario, eso es un tema de que un buen comprador negocie el mejor precio”.

Javier Galdara, unos de los más prestigiosos Médicos Veterinarios de la región, experto en Coccidiosis y Gerente de la Línea Avícola de MSD Salud Animal Argentina, es quien conduce y promueve la excelente relación que su área mantiene sus clientes. Galdara sostiene que MSD Salud Animal “posee un excelente paraguas en lo que se refiere a marca. Los productos que recibimos de In-

tervet y de Schering Plough luego de su adquisición, ya eran muy conocidos en el mercado y estaban bien valorados por el cliente; eran productos que lideraban ciertos nichos de mercado. Ahí fue cuando MSD comenzó a trabajar en formar los equipos de trabajo y los servicios orientados hacia las necesidades que había que cubrir. Varios años atrás ya veíamos la necesidad de empezar a combinar partículas virales para hacer más fácil la aplicación en las aves, que fueran aceptadas por el medio ambiente y, obviamente, trabajando por el bienestar animal, para tener animales cada vez más sanos. Pero a esa cuestión no debía faltarle la otra gran columna que es el servicio. El servicio como requerimiento de posventa, el seguimiento, la buena aplicación, las buenas prácticas de manejo, la interrelación con los consumidores; un departamento que estaba trabajando muchísimo con Rodrigo Santibáñez en lo que es trabajar en el consumidor, o sea, el cliente de mi cliente. Y como dice Daniel Zuddio, nuestro cliente es el animal, es el ave, es el caballo, es la mascota o es el bovino; y nosotros estamos trabajando directamente para el cliente”.

LANZAMIENTOS REVOLUCIONARIOS

Exzolt y la línea Innovax son los productos en los cuales MSD a nivel global está apostando fuerte para introducir en todos los mercados del mundo, y Argentina no es la excepción.

“Argentina es uno de los países elegidos por MSD para la introducción de nuevos productos, esos productos conllevan la innovación y yo considero que MSD es líder en innovación desde hace años”, afirma categóricamente Javier Galdara.

El Gerente de la Línea Avícola de MSD Salud Animal, señala que desde la

compañía han trabajado en nichos muy específicos como es la plataforma de salud intestinal, y también en el nicho de reproductoras pesadas. “Hace más de cuatro años estamos enfocados en lo que es Planta de Incubación; por eso es que todo lo que es referente al protecto tipo y a la línea de Innovax es tan importante, como vacunas duales o triples para proteger contra enfermedades de las aves. Pero abrimos una nueva oportunidad al mercado del ácaro, que es un mercado que no tenía tratamiento y que realmente se escuchó una necesidad muy fuerte en el mercado mundial, respecto a tener un producto aprobado, seguro y con buena efectividad. Entonces apostamos mucho por este desarrollo. Recientemente se hizo una revisión del negocio en Roma y se escucharon testimoniales de productores, en los cuales dan cuenta que el producto está funcionando muy bien, ha cumplido con todas las expectativas que los productores y los países tenían sobre esta plataforma de salud, y sobre todas las cosas, que es un producto sustentable y que da beneficio, no sólo a los animales y a la productividad, si no también a la gente, porque trabajar en ambientes donde hay estos parásitos que también afectan la piel de los seres humanos, es muy controversial. Todas estas zoonosis deben ser tratadas con productos que sean seguros para los animales, pero también seguros para los humanos”.

Taylor Barbosa, Director Global de la Línea Avícola de MSD Salud Animal, considera que “el mundo necesita proteína animal y no hay otra especie que pueda solventar esta ecuación. Sabemos que en dos, o tres años a más tardar, la carne aviar pasará a ser la proteína animal número 1 del mundo, superando a la carne porcina. La proyección que ha realizado la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Ali-



Javier Galdara, Gerente de la Línea Avícola de MSD Salud Animal Argentina

mentación y la Agricultura) acerca del crecimiento del consumo hasta el año 2050, así lo indica. Sin duda, se trata de la especie que más se ha desarrollado en los últimos años y, obviamente, tiene un futuro muy promisorio”.

En relación a los nuevos lanzamientos de MSD Salud Animal, Barbosa sostiene que “nuevamente la compañía confirma que la ciencia es utilizada para criar animales más saludables. Nosotros invertimos muchísimo en investigación y desarrollo, y eso nos hace tener productos innovadores, lo que nos ha permitido brindarle soluciones a nuestros clientes. Estamos lanzando dos productos totalmente revolucionarios: uno es Exzolt, el primer tratamiento sistémico para ácaros en gallinas; y el segundo, Innovax, la primera vacuna doble construcción de HVT del mundo”.

Exzolt ha logrado una eficacia totalmente comprobada del 99% en tan sólo 7 días.

Barbosa relata un caso registrado en Italia, donde se puede concluir que Exzolt no sólo exterminó la presencia de ácaros, sino que también contribuyó a una mejor calidad de vida de los productores. “En Europa hemos utilizado Exzolt y los resultados han sido muy satisfactorios en el sentido de solucionar un problema al que los clientes por mucho tiempo buscaban la solución. En Italia, el dueño de la granja de ponedoras y su pequeño hijo, debían rociar sus cuerpos todas las noches para disminuir la infección de ácaros, de la forma que podían, para intentar seguir produciendo con sus gallinas. Este productor, al enterarse que MSD había lanzado Exzolt y que ya estaba disponible en otros países de Europa, nos pidió ur-

gentemente que fuéramos a su granja para facilitarle la aplicación. Así fue como lo aplicamos, y al momento del segundo tratamiento –a los 7 días– para seguir el protocolo de producción, el cliente nos comenta y nos recibe en la puerta de la granja diciendo, que ahora entendía lo que era la felicidad nuevamente, que él y su hijo ahora podían usar las noches para dormir y que sus gallinas estaban felices, que su producción había aumentado y que su problema de ácaros estaba controlado. Esta historia es muy motivante. Es increíble la oportunidad que nosotros hemos tenido de llevar la solución a un problema que existía hace muchísimo tiempo”, relata Barbosa.

Respecto del lanzamiento de la vacuna Innovax, la cual tiene una base de HVT y tiene la particularidad de complementar la protección con

partes de proteínas que van a proteger contra Newcastle y Gumboro, Galdara sostiene que este era el producto que faltaba en el portfolio de MSD Salud Animal. "Nosotros ya teníamos una base HVT con Laringotraqueitis y estábamos trabajando también con una base HVT con Newcastle. Ahora, con Innovax, lanzamos la primera vacuna triple protección del mercado", advierte el reconocido profesional, con una gran dosis de orgullo.

Vale la pena señalar que HVT es el virus de Marek de pavo que protege a las aves comerciales y tiene la particularidad de ser un virus muy conocido y muy fácil de trabajar, desde el punto de vista de la biotecnología, para convertirlo en un virus vacunal muy seguro. Este virus da una performance productiva superior a lo conocida de manera individual, porque no hay costo metabólico en la aplicación de este tipo de vacunas y tiene la ventaja de proteger al ave durante toda la vida. "Estamos considerando trabajar en planta de incubación, trabajar con un producto seguro que le va a dar beneficio al productor en el control de las enfermedades, pero también una ganancia productiva en las aves en lo referente en conversión, en lo referente a menor tratamiento, menor reacción vacunal", afirma Galdara.

Taylor Barbosa, comenta que "el desarrollo de INNOVAX-ND-IBD nos llevó 14 años entre el primer experimento que hicimos hasta el momento de lanzar el producto".

UNA NUEVA ARGENTINA

Desde la asunción de Mauricio Macri como Presidente de la Nación, Argentina ha experimentado una serie de cambios, tanto a nivel político, como así también en el plano económico.

El Country Manager de MSD Salud Animal en Argentina, Daniel Zuddio,

analiza el presente de nuestro país y explica que "el país que no tenía certidumbre hasta un tiempo atrás, hoy se ha vuelto un poco más creíble a futuro, pero sigue siendo un país incierto, sobre todo a nivel económico. Yo tengo una ventaja: soy financiero; esa ventaja me permite ver el negocio un poco más allá de la comercialización de los productos. Y creo que para la Argentina no es importante ser un excelente jugador en marketing, un excelente comercial, un excelente comunicador, o tener muy buena empatía, sino tener una muy buena visión global de lo que nos rodea. Y lo que nos rodea y nos puede perjudicar, es el área económica. Por eso hay que estar muy atentos. Afortunadamente, en nuestro país, durante los últimos 7 años estuvimos dando crecimiento de doble dígito y generando una rentabilidad aceptable para lo que es nuestra compañía. Por otra parte somos la compañía con la menor cantidad de días en la calle por cobrar del mercado, porque tenemos una política que es rígida: no vendemos por vender, vendemos por servicio; entonces el cliente lo paga y acepta nuestras reglas de juego. Creo que el tema más importante es como manejamos el capital de trabajo, cosa que otros colegas no interpretan, lo entregan al mercado y no saben qué van a recibir al recuperar ese capital de trabajo".

"Hablando del futuro, yo veo las cosas con mucho optimismo. Creo que todo va a ir mejorando. La agroindustria fue la más beneficiada con las políticas del actual Gobierno. Creo que el negocio avícola no está tan bien como el negocio ganadero, pero creo que está recuperándose. Por eso insisto en la importancia de mejorar los costos internos –que es una necesidad de estos mercados– y para lo que se requiere ser

cada vez más eficiente, producir más proteínas en menos tiempo; esa sería la ecuación ideal para poder de alguna manera cerrar una ecuación favorable. Nuestra Casa Matriz ve con buenos ojos a los negocios en Argentina. Hace dos años compramos una compañía de reproducción bovina. Ahora estamos viendo otras opciones de asociación o de inversión, estamos siempre atentos a ese tipo de cosas. Pero está claro que la compañía está dispuesta a invertir en el país, más aún hoy, con esta certidumbre que se vislumbra con las políticas actuales", sostiene Zuddio.

BIENESTAR ANIMAL, ¿OPORTUNIDAD O AMENAZA?

Si bien MSD no posee un departamento de Bienestar Animal, sí ha constituido un área a nivel global abocada a esta temática, tan importante por estos días.

"En ganadería está probado que los animales bien tratados, es decir no tan confinados, en ambientes más o menos limpios, que están tranquilos, producen más. En el caso de cerdos, una industria similar al pollo, nosotros tenemos un device, un dispositivo de vacunación, que es único en el mercado que se llama IDAL. Este dispositivo sirve para aplicar vacunas de Circovirus, de Mycoplasma, o vacunas conjuntas de ambas. Prácticamente es una aguja que no desgarrar la epidermis del porcino y, en consecuencia, no maltrata la carne. Entonces, primero el animal ni se entera que lo vacunan, y luego –que también es importante–, ese pedacito donde hay vacunación no tiene lesión, no es descarte... Parece una pavada, pero si multiplicamos esos 5 o 10 gramos por un millón de lechones, ¡imagínate cuantas proteínas son! Eso está todo asociado a que el bienestar hace que el animal no sufra y, por otro lado, genera mejor conversión, una mejor produc-



Big Dutchman®



Big Dutchman, Inc.

Panamericana km.49,5, Ramal Pilar
Edificio Concord, Sector Ambar #319
CP 1629, Pilar, Bs. As., Argentina

Tel.: +54 230 466 6848
Cel.: +54 911 5169 5802
E-mail: ipernicone@bigdutchman.com.ar

ción y más rápida, y una mejor calidad de proteína. En la industria avícola nosotros damos ese tipo de soporte también, ya que forma parte del bienestar. Un pollo que se está muriendo de calor, produce de manera diferente a un pollo que está fresco, porque seguramente, si es una gallina va a poner más huevos y si es un pollo va a engordar más. El bienestar animal, en definitiva, genera que los animales produzcan más en un ambiente confortable”.

Javier Galdara también aporta su visión sobre este tema. Al respecto, el Gerente de la Línea Avicultura de MSD Salud Animal señala que la compañía ha tomado una decisión “luego de haber discutido por más de dos años cuál sería la postura que iba a tomar. En ese sentido, nosotros hemos acordado que vamos a ayudar al productor a producir la carne que él necesita. Como nos consideramos un especialista de nichos, también cree-

mos que los nichos de alimentos orgánicos, de alimentos sin antibióticos o producidos con dietas de origen natural, tienen que ser atendidos desde nuestro punto de vista en la cadena de valor, para darles las herramientas de conocimientos sobre esos mercados, para que sepan cómo producir ese pollo especial –que tiene un tamaño determinado–, para que sepan como pueden mejorar la vida de los animales mejor y hacerla más saludable, en el aspecto de que nos están dando su conversión de proteínas de origen vegetal, en proteínas de origen animal, de mayor valor de una manera muy rápida y muy eficiente. Cada uno de esos nichos puede ser cubierto por un agente de MSD que lo va a orientar a producir ese tipo de carnes. Más específicamente en la parte de aves y cerdos, que son producciones sumamente extensivas y que van a ser las producciones que

más van a cambiar en los próximos 4 o 5 años, donde posiblemente bajen la edad de faena, ya que seguramente habrá conversiones que bajen los parámetros de los manuales que hoy tenemos. Para eso tenemos que asentarnos fuertemente en la parte genética, y la genética nos entrega un material en el cual nosotros lo modelamos en el ambiente, para obtener el resultado. La sanidad es un eslabón que une esas tres cadenas: la genética, la producción y el bienestar animal; y MSD Salud Animal está presente y dentro de las tres”.

Por otro lado, el especialista afirma que “la realidad indica que no puede producir con los mismos estándares de costo, cuando se buscan alternativas que, en muchos casos, son más caras. Al margen de esto, confío mucho en el empresario, y fundamentalmente en el veterinario, el nutricionista, y en el ingeniero agrónomo, que están a la altura

de enfrentar esta circunstancia. Ellos van a probar los productos que existen y se van a nutrir de toda la información necesaria para hacer el negocio más rentable. Porque lo hay que considerar que estamos produciendo el alimento que quiere consumir el público y vamos a tener que caminar en ese sentido, y de la manera más eficiente. Yo no hablo de sacar a los animales de la jaula sin protección... si hay que sacar animales de las jaulas tienen que tener su protección, tienen que tener su rentabilidad, y ese huevo no va a valer lo mismo que el otro. Un kilo de carne orgánica en Europa o en Estados Unidos, no vale lo mismo que un kilo de carne convencional en Argentina, en Perú o en México. Tenemos que considerar que hay un nicho que va a ir orientado hacia comer ese tipo de alimentos verdes, otros que van a estar mucho más atentos a cómo tenemos nuestras granjas, cómo trabajamos, si la familia trabaja o si hay un ambiente saludable para los animales... Todo eso lo va a empezar a mirar el consumidor, ya hay muchos ejemplos que se virilizan. Lo que pasa con los caballos y el buen tratamiento de un animal, va en la propia idiosincrasia del ser humano, el animal siempre lo ha ayudado. Entonces considero que nosotros tenemos que ayudar al animal, para que el animal performe cada vez mejor y eso sea valorado y pagado por el consumidor”.

MSD Y LA INDUSTRIA AVÍCOLA

La industria avícola argentina representa el 40% de la facturación de la filial de MSD Salud Animal en nuestro país, “para nosotros es el negocio más importante de Argentina, definitivamente”, sostiene Daniel Zuddio.

Y agrega: “somos líderes en Coccidiosis, en Bronquitis y en Reproductoras. Este año lanzaremos una vacuna Recombinante Doble –la única del mer-

cado–, que nos va a dar una participación en el negocio de Gumboro, que es el más importante del mercado biológico. Y además tenemos muchísimas expectativas en el negocio de ponedoras con el lanzamiento de Exzolt. Actualmente no hay un tratamiento aprobado para poder eliminar el piojo negro o el piojo rojo, no existe... usan drogas que no están aprobadas. Exzolt funciona fantásticamente bien y les va permitir a los productores de huevos enviar huevos de donde sea sin que existan residuos”.

Javier Galdara considera que hace falta algunos desarrollos que van a venir como aplicaciones de vacunaciones innovadoras. Fuera de los canales y rompiendo paradigmas, también hay que trabajar en la multiplicidad de agentes etiológicos para prevenir otras enfermedades.

“MSD posee un laboratorio que está especializado en trabajar con enfermedades emergentes, que puede solucionar rápidamente algunas patologías que no se presentan en algunos países y que surgen, y eso mueve muchísimo el servicio para los Servicios de Sanidad de los países y para dar a los productores herramientas rápidas –y fáciles de aplicar–, para evitar la diseminación de enfermedades. Estamos hablando de anticipar, de prevenir, de esto se trata... Claro que todo esto hay que comunicarlo, difundirlo, porque muchas de las cosas que pasan en los laboratorios los conocemos sólo los que trabajamos en el laboratorio. Por eso es importante tener reuniones con los clientes, y que ellos nos identifiquen como la persona de la primera llamada. Es importante que MSD se convierta en la primera llamada del productor, y para eso hay que estudiar, hay que calificar, hay que trabajar ordenadamente. Obviamente, todos queremos que nuestros productores y nuestros empresarios

ganen dinero, porque de eso se trata el negocio”, sostiene Galdara.

ASUNTOS DEL CONSUMIDOR

Rodrigo Santibañez es el actual Director de Relaciones de Cuentas Clave y Asuntos del Consumidor de MSD a nivel global.

Cuando Merck decidió su incorporación, estaba buscando un profesional que conociera el negocio de producción animal y que tuviera una clara percepción del consumidor a nivel de mercado, principalmente.

A partir de la creación de la División de Asuntos al Consumidor, Merck ha decidido agregar más valor a la cadena. Tanto es así que, su enfoque hacia el mercado veterinario, la granja, la producción, o a las empresas productoras de aves, cerdos y leche, sigue siendo el mismo; pero además han decidido diferenciarse agregando un enfoque más a los enfoques que ya poseen: el consumidor, el último eslabón de la cadena.

“Este no es un enfoque que reemplaza nuestro enfoque original, es un enfoque que agrega. Igual que a nuestros clientes: ellos tienen que considerar al consumidor. Nosotros, para poder ayudarlos correctamente, también tenemos que considerar y tratar de experimentar un poco lo que ellos experimentan. Hemos creado esta nueva división de Merck para acercarnos más al consumidor, que últimamente es el que cada día está decidiendo más “que quieren comer”. Y aquí es donde surgen dos áreas importantes: una es la información que el consumidor necesita para tomar las decisiones de lo que quiere comer, y la otra es escuchar al consumidor y ofrecerle las alternativas que hoy en día está buscando; algo que nuestros clientes están haciendo, y nosotros también debemos hacer”, sostiene Santibañez.



Taylor Barbosa, Director Global de la Línea Avícola de MSD Salud Animal



Rodrigo Santibañez, Director de Relaciones de Cuentas Clave y Asuntos del Consumidor de MSD a nivel global.

El Director de la División de Asuntos al Consumidor de Merck considera que “principalmente, lo que el consumidor está buscando, es transparencia. Hoy en día tiene acceso a la información en la palma de su mano, puede saber cómo se produce cualquier cosa, puede crear su percepción y esto no es diferente para los alimentos. Cuando traes la transparencia y la curiosidad del consumidor, crece el conocimiento y crece la preocupación hacia ciertas prácticas, lo cual no está mal. El consumidor no es ignorante y tonto, está informado. A veces pensamos que el consumidor no sabe lo que quiere, pero sí sabe lo que quiere y hay prácticas que quizás para nosotros como veterinarios sean normales, pero para el consumidor no lo son. Entonces, hay un balance que debemos hacer como profesionales, para explicarle al consumidor

por qué se tiene que hacer lo que se tiene que hacer, para tomar en serio la petición del consumidor y para explorar en qué áreas podemos mejorar o cambiar, sin perder la eficiencia, sin perder la capacidad de proveer alimentos. Pero ofreciendo opciones. Siempre hay oportunidades para mejorar”, afirma Santibañez.

A través de la creación de esta nueva división, Merck ha emprendido un proceso de agregación más que de sustitución. Actualmente, la compañía se nutre para el desarrollo de productos y para su crecimiento en el negocio, de la retroalimentación de los veterinarios y de los productores. El paso siguiente es nutrirse obteniendo el feedback e implantar la retroalimentación de los consumidores finales del producto.

“Para nosotros es un proceso. No porque seamos oscuros o seamos cerrados, sencillamente no estamos acos-

tumbrados a estar a la luz pública compartiendo información con el consumidor. Entonces, el proceso de acostumbrarnos a eso, es un proceso nuevo al cual estamos abiertos y el cual estamos aprendiendo. Pero sí, la idea al final es que el consumidor sepa que nosotros queremos ser transparentes. Algo que no era habitual en nuestra industria pero no porque no quisiéramos, sino porque vivíamos en mundos diferentes. La comunicación y la capacidad de acceso a formación nos puso más juntos, y eso es bueno”, señala Santibañez.

En relación al conocimiento que los clientes de Merck poseen acerca de esta nueva tendencia, Santibañez considera que sus clientes están en línea con Merck. “Sería pretencioso de mi parte decirte que Merck le va a enseñar a sus clientes cómo hacer negocios. Ellos llevan haciendo negocios por muchos años, conocen sus clientes, son exper-

Sadía

Presas de Pollo Congeladas individualmente

iNuevas!



Sacás solo lo que necesitás
No se pegan
*Con tecnología S-Freeze**

**S-Freeze es la marca con la que Sadia denomina el proceso de congelamiento rápido e individual de sus productos bajo lo mas altos estándares de calidad.*

Sadía. Saber comer.

tos, y ellos mismos ven las tendencias. En ocasiones nos cruzamos en puntualizar tendencias comerciales que nosotros vemos de una manera neutral, no generadas, y lo ponemos en la mesa, para que nuestros clientes lo consideren. Pero al final del día, lo que nosotros nos hemos dado cuenta a nivel mundial, es que nuestros clientes lo saben, son expertos y quieren que nosotros los ayudemos a complementar. Nosotros no pretendemos enseñarles su negocio, sí pretendemos ayudarlos en sus ambiciones y, generalmente, el acercamiento –dependiendo del cliente– es: «Veo esta tendencia, ¿qué sabes tú?». Compartimos con ellos y de ahí colaboramos, pero somos un agregado, queremos ser un agregado, un socio”.

Merck sabe que el Médico Veterinario es un tomador de decisiones muy importante, pero también sabe que hay nuevos tomadores de decisiones: “la gente de mercadeo, la de ventas, etc. Nosotros queremos, también desde el punto de vista negocio, llegar a esos tomadores de decisiones y ayudar a construir un puente entre el Veterinario, por ejemplo, y el área de mercadeo, que no necesariamente están siempre en el mismo canal. Nosotros estamos en buena posición de escuchar lo que la empresa quiere hacer y ayudar al Veterinario, o al productor de animales, a cumplir ese objetivo de mercado. Es un rol que como empresa nos gusta ocupar. Porque creemos que hacemos y ayudamos a que nuestros clientes sean mejores; y si son mejores, nosotros tenemos más oportunidad de ser mejores”, sostiene Rodrigo Santibañez.

Justamente es en la forma de relacionarse con sus clientes donde Merck advierte que existen cambios significativos. “La relación a la que estábamos acostumbrados en la cual vendíamos un producto y esperábamos que el

cliente lo compre por las puras atribuciones del producto, se acabó. Eso hace mucho tiempo que se acabó. Nosotros venimos un poquito tarde, pero apresurados, a relacionarnos más, a ofrecer más servicios, a ofrecer más valor más allá del producto, más allá de la salud animal. Durante muchos años nuestros clientes nos han beneficiado con darnos negocios, y lo último que podemos hacer es decir «acá está el producto, cómpralo si quieres, y si no quieres no lo compres... Te doy un precio y bueno, ahí está...». Lo menos que podemos hacer es preguntarle qué más quiere, y ahí viene el relacionamiento con las diferentes áreas de las empresas. Hoy en día, esta es la manera de hacer negocios. Ellos mismos experimentan eso, y el consumidor también experimenta lo mismo. El consumidor está lejos de aquella época donde compraban nada más que lo que estaba disponible en la tienda. El consumidor ahora pide una relación, el supermercado pide una relación, y nuestros clientes no se conforman solamente con una transacción”, advierte el Director de la División de Asuntos al Consumidor de Merck.

El mercado de animales de compañía también fue mutando. Al respecto Rodrigo Santibañez considera que esto ha ocurrido debido a diferentes factores. “Definitivamente, es muy probable que nuestra mascota se vuelva, hoy en día, en un miembro de la familia, que está con nosotros en las buenas y en las malas, desde el punto de vista económico, emocional y también social. Y como miembro de la familia, los dueños –o los padres de esas mascotas, le quieren dar la misma calidad de alimentos que ellos mismos consumirían. Es un cuidado especializado, de alto valor, y nosotros queremos conectar con el cliente de esa manera y hacerles saber que

nosotros queremos que ellos le den un cuidado a sus seres queridos, igual que nosotros lo haríamos con los nuestros. Suena muy aspiracional, pero es en realidad como lo vemos. Al final del día Merck tiene, como compañía de salud, la filosofía de no sólo producir medicamentos que curen o protejan la salud, si no también que sean accesibles para todo el mundo. En este caso sucede lo mismo”.

LA IMAGEN DE MERCK

Durante los últimos años, Merck ha dejado de lado la imagen de un gigante frío, ubicado en algún lugar del mundo, para ser una caricia que protege a las personas, se preocupa por los alimentos que ellas consumen, y cuida y se preocupa por las mascotas de la misma manera que lo hace con los humanos. Podríamos decir que ese gigante frío, se ha humanizado.

Rodrigo Santibañez explica que la compañía ha pasado por diferentes transiciones, pero que “definitivamente reconocemos que esa es nuestra imagen, reconocemos que es la imagen de la industria, y nosotros estamos enfocados a cambiar nuestra imagen. El Presidente de la compañía, el Presidente de Salud Animal y todo el equipo ejecutivo, tienen la misma mentalidad. No podemos simplemente estar ahí... tenemos que jugar un rol más activo. Nuestros clientes, ya sea el dueño de una mascota o la empresa más grande de Argentina, nos ha favorecido con su negocio por muchos años. Y sabemos que, de una u otra manera, debemos atender las necesidades del cliente más allá del producto. Pero insisto, no es sólo el producto y curar o proteger al animal, es todo lo que eso involucra. Proteger el negocio, ofrecer opciones al consumidor, proteger la mascota, mejorar la calidad de vida del veterinario, de los granjeros. En Estados Unidos tenemos un programa



MSD Salud Animal invirtió 14 años en el desarrollo de INNOVAX-ND-IBD.

ma –que esperamos poderlo hacer internacional en algún momento–, en el cual estamos midiendo la salud mental del veterinario y como podemos ayudarlo a que tenga una mejor salud mental y prevenir la depresión. La profesión veterinaria es una profesión que causa soledad. De ahí que hayamos pensado en cómo podemos nosotros ayudar a que el veterinario sea feliz. Hicimos una encuesta nacional para medir esto y ahora hemos empezado con el Programa, está en sus etapas iniciales. Es una profesión que tiende a sufrir de depresión y en algunos países del mundo es una de las profesiones más altas en suicidios. De ahí que en Estados Unidos, asociaciones de médicos veterinarios se acercaran a nosotros y nos hayan preguntado si queríamos apoyar; ellos son

los expertos en el tema y nosotros decidimos apoyar. ¿Por qué? Porque es importante la salud mental de todas las personas, y si podemos ayudar a los veterinarios, con más razón. Está planeada una encuesta, analizar los resultados e identificar áreas en las cuales se pueda apoyar”.

DE CARA AL FUTURO

Indudablemente, MSD Salud Animal continuará investigando y desarrollando nuevos productos que aporten soluciones a la producción.

El hecho de contar con más de 700 científicos empleados en todo el mundo, y 800 Centros de Investigación distribuidos en los cinco continentes, son un clara prueba de ello.

El Director Global de la Línea Aví-

cola de MSD Salud Animal, sostiene que “vamos a seguir escuchando a los clientes, identificando problemáticas que no han sido solucionadas todavía, y buscando las soluciones dentro de nuestro portfolio, a través de nuestros productos, y nuestros servicios, para cómo mejorar la vida de nuestros productores. Ayudando a que ellos sigan produciendo siempre más, con animales más saludables, más productivos y que todo el entorno sea de felicidad del cliente. Y en cuanto a lo económico, que pueda alcanzar la rentabilidad que necesita para seguir adelante con su proyecto. La vida nos lleva por caminos que uno a veces no escoge, pero debemos estar ahí, preparados para el próximo paso”, afirma, sin dudar, Taylor Barbosa.



Dra. Linnea Newman, Investigadora de MSD Salud Animal EE.UU.

COCCIDIOSIS: CASO TESTIGO

Entre 2014 y 2015, la industria de broilers en los Estados Unidos anunció públicamente que, para ciertos clientes, algunas empresas comenzarían a producir aves libres de antibióticos.

La mayor cadena de restaurantes de carne aviar en EE.UU., anunció en febrero de 2014 que, para 2019, sus productos cárnicos serían producidos sin antibióticos (NAE). Rápidamente una de las más grandes cadenas de comida rápida aseguró que para 2017 sólo ofrecerían carne aviar producida sin antibióticos con importancia en medicina (RWMIA), y Subway se adelantó diciendo que, para octubre de 2015, solamen-

te comercializarían carne de pollo RWMIA, y productos NAE para marzo de 2016.

¿Cuál es el impacto de estas medidas sobre el control de las coccidiosis?

La designación "RWMIA" (Raised Without Medically Important Antibiotics) permite el uso de ionóforos. Si bien son técnicamente antibióticos, los ionóforos no pertenecen a grupos químicos compartidos en medicina humana.

Las aves criadas bajo el sistema RWMIA también pueden utilizar anticoccidiales químicos y vacunas contra coccidiosis, pero ningún grupo antimicro-

robiano de uso en humanos como bacitracina, virginiamicina, enramicina, tetraciclinas, penicilinas, gentamicina, cefalosporina, sulfas, etc.

La designación NAE (No Antibiotics Ever) no contempla el uso de ionóforos, pero sí de anticoccidiales químicos y vacunas contra coccidiosis.

La mayoría de las empresas avícolas norteamericanas han atendido el reclamo de sus clientes asumiendo el desafío de cambiar total o parcialmente su producción para llevarlas a los sistemas RWMIA o NAE.

El Sistema RWMIA incluye los clásicos programas "shuttle" químico-ionóforo o directamente programas ionóforos que se han utilizado desde hace

Ser líder es pensar primero en los demás.

Desde hace 60 años promovemos la utilización del NH3 como refrigerante natural por excelencia con **cero** afectación de la capa de ozono y **cero** efecto invernadero. **700 unidades** compresoras Howden para NH3 instaladas y una vasta experiencia en el mercado nos convierten en la empresa líder en sistemas frigoríficos industriales.



Compresores a tornillos.

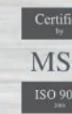


Unidad insonorizada tipo satélite de enfriamiento de glicol para línea de envasado de bebidas carbonatadas.

Capacidad frigorífica 1,500,000 kcal/h
Usuario: **Coca Cola FEMSA**



Enfriadores de películas descendente.



VMC Refrigeración S.A.
Soluciones en refrigeración industrial.

T: +54 03492 432277-87 / ventas@vmc.com.ar / www.vmc.com.ar / Rafaela / Santa Fe / Argentina

mucho en la industria. Pero también da lugar a los nuevos programas "híbridos" como una estrategia que combina las vacunas con los ionóforos en una misma crianza.

Las alternativas permitidas por NAE incluyen a todos los programas químicos, vacunaciones y también las combinaciones híbridas vacunas más químicos. Las vacunas contra coccidiosis se utilizaron en el 40% de los broilers producidos en EUA durante 2017, tanto en programas híbridos como con vacunas solamente.

Los programas híbridos utilizan las vacunas como una semilla de cepas sensibles a los anticoccidiales, no con el objetivo de inmunizar a las aves. En la planta de incubación los BB de un día reciben un inóculo de ooquistes vacunales sensibles a todos los anticoccidiales. Estos ooquistes completan al menos dos ciclos de vida en las aves y eliminan ooquistes sensibles a la cama hasta los 14 días de edad. Luego, un ionóforo (RWMIA) o un químico (NAE) es incluido en el alimento para completar la crianza de los pollos como si fuera un programa anticoccidial estándar. El objetivo es sembrar la cama con ooquistes sensibles para que compitan con las cepas de campo, más resistentes y así obtener una mayor efectividad de los fármacos.

Con este programa se han obtenido mejoras entre 50 a 100 g. en la conversión alimentaria y lo han denominado "Performance Program".

Cuando un ionóforo se utiliza de esta forma también se persigue el objetivo de prevenir disbacteriosis y enteritis necróticas (EN). El programa híbrido no aporta sensibilidad a las siguientes crianzas pero reduciría la eliminación de ooquistes tardíos, bajando drásticamente la contaminación de todas las Eimeria sp.

Las integraciones que utilizan solo programas anticoccidiales químicos, han obtenido resultados variables.

Los coccidiostatos químicos no tienen efecto antibiótico por lo que pueden ocurrir brotes de EN, disbacteriosis o incrementos de la conversión alimenticia durante los picos de coccidiosis subclínicas.

Esta situación es más frecuente si estas coccidiosis subclínicas se dan durante los cambios de alimentos. Los programas químicos deben monitorearse y rotarse en consecuencia para mantener el efecto deseado; de esta forma muchas compañías han obtenido beneficios considerables. De ser necesario, los programas de vacunación pueden alternarse con el objetivo de aportar cepas sensibles al medio.

En EE.UU., algunas integraciones utilizan vacunas todo el año. Otras, durante los meses húmedos de invierno usan vacunas en programas híbridos combinadas con químicos durante una o dos crianzas o directamente programas químicos puros. Las vacunaciones (no en programas híbridos) durante tres ciclos consecutivos o más, aportan cepas de Eimeria sp. sensibles a todos los coccidiostatos.

Todas estas diferentes estrategias, cuando se utilizan correctamente, son efectivas en el control general de las coccidiosis.

La implementación de un monitoreo regular del score de lesiones por coccidiosis, correlacionado con el índice de conversión alimentaria (IC), es una poderosa herramienta que demuestra el impacto de un programa sanitario sobre la performance animal y la rentabilidad del negocio.

Las empresas americanas han trabajado mucho para alargar los periodos de vacío sanitario a 16 días promedio. Cuando el costo adicional de 7 días más de vacío se compara con el IC, el re-

torno es del 50% y está dado principalmente por la reducción en el desafío de coccidiosis.

Es interesante observar que los scores de lesiones por coccidiosis son subclínicos. Basados en la escala tradicional de +1 a +4 (Johnson y Reid), en la industria americana los scores de lesiones macroscópicas promedio son inferiores a +1. Sin embargo, scores microscópicos (mediante raspaje de mucosas) por E. maxima mayores a 0,6 en promedio, se correlacionan con 50 a 100 g. más de alimento por Kg de peso vivo, comparados con scores microscópicos promedio de 0,4. Pequeñas reducciones en los scores de coccidiosis subclínicas generan incrementos significativos en la performance.

Previo a la adopción del sistema NAE, algunas integraciones están utilizando vacunas seguidas de un programa con ionóforos. El fin es bajar el desafío de coccidiosis disminuyendo los ooquistes en la cama.

Una vez que el desafío ha disminuido, se puede adoptar un programa híbrido con ionóforos o sólo vacunas para ajustarse a las demandas de los sistemas RWMIA o NAE. La reducción del desafío general por Eimeria sp. tiene un impacto significativo en la incidencia de disbacteriosis y EN, incluso en los sistemas NAE.

Las nuevas estrategias para el control del desafío por coccidiosis comparadas con los programas tradicionales químicos-ionóforos o solo ionóforos, le están permitiendo a la industria adaptarse a las demandas del consumidor norteamericano y, a su vez, ser rentable. Si bien también es fácil obtener mayor rentabilidad en los sistemas RWMIA (que permiten el uso de ionóforos), los sistemas NAE están obteniendo resultados muy interesantes también. ■

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

MIL MANERAS DE COMER POLLO

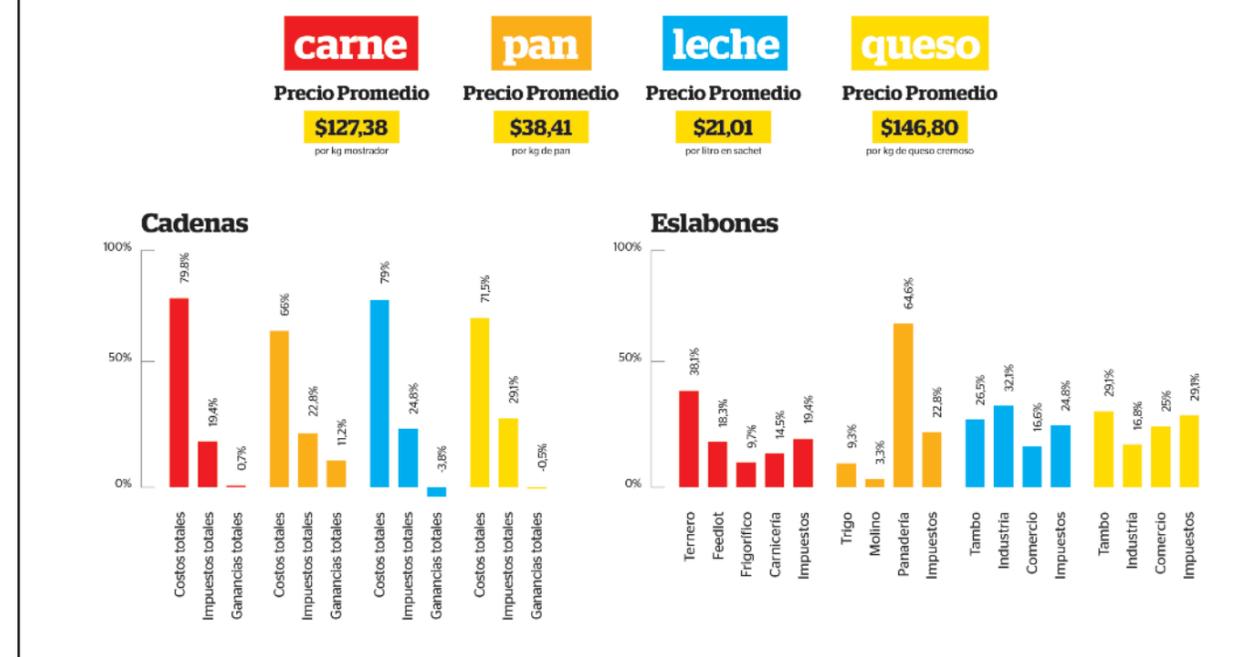


SABEMOS MUCHO DE POLLO

¿Cómo están compuestos los precios de los alimentos?

Con el objetivo de contribuir a la transparencia y a reducir la desinformación sobre cómo se conforman los precios de alimentos básicos de la canasta alimentaria, la Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA) comenzó a elaborar indicadores para pan, leche, queso cremoso y carne bovina.

¿Cómo se componen los precios de... ?



Desde el enfoque de cadenas de valor, el objetivo es mostrar cómo se conforman estos precios, a través de los eslabones que la componen, desde la producción primaria hasta el producto final a disposición del consumidor. Se busca identificar la participación de cada uno de los eslabones, de los costos y de los impuestos, con el fin de tener una clara imagen de por qué los alimentos valen lo que valen, y de identificar dónde pueden estar los principales problemas de cada cadena.

Estos indicadores son publicados de manera semestral, para disponer de información actualizada y analizar la evolución de las distintas variables. Este informe es la tercera publicación que se realiza, con datos correspondientes a febrero de 2018. El primero fue publicado en abril de 2017 con datos de febrero de ese año. El informe se publica con cierto rezago por el tiempo que se requiere para recabar la información de las distintas fuentes. Para poder construir estos datos, FADA cuenta con la colaboración de productores de trigo,

ganaderos y tamberos, así como feedlots, frigoríficos, industrias lácteas y molinos harineros, y supermercados, carnicerías y panaderías. Además de estas fuentes primarias, se hace uso de informes y estadísticas publicadas por INDEC, IPCVA, CNV, Revista Márgenes Agropecuarios, Asociación de Frigoríficos e Industriales de la Carne, Cámara Argentina de Feedlot, Precios Claros, Rosgan, Asociación de Supermercados Unidos y Subsecretaría de Lechería del Ministerio de Agroindustria de la Nación.

RESUMEN DE DATOS RELEVANTES DE CADA CADENA:

PAN

- ★ El pan francés en febrero tuvo un precio de \$ 38,41 por kilogramo, de ese precio el trigo representa el 9,3% del precio final (\$ 3,58), el molino el 3,3% (\$ 1,27), la panadería el 64,6% (\$ 24,80) y los impuestos el 22,9% (\$ 8,76).
- ★ Los fletes de toda la cadena representan el 2,62% del precio al consumidor y la mano de obra el 48,5%. Si se analiza por eslabón, el flete del trigo representa el 12,6% del precio del trigo y el de la harina el 7,6% del precio de la harina.
- ★ Del precio final pagado por el consumidor, el 66% son costos, los impuestos se llevan el 22,8% y el 11,2% ganancias.
- ★ El precio se multiplica por 8,93 desde que el trigo sale del campo hasta que se transforma en pan y se vende al público.
- ★ El productor agrícola debe vender 10,78 kg. de trigo (precio del trigo menos impuestos pagados por el productor) para adquirir 1 kg. de pan en la panadería. La relación cae respecto agosto 2017, ya que el aumento del trigo fue mayor al del pan.

LECHE

- ★ La leche en febrero tuvo un precio promedio de \$ 21,01 por litro, de ese precio el tambo explica el 26,5% del precio final (\$ 5,56), la industria el 32,1% (\$ 6,76), el comercio el 16,6% (\$ 3,49) y los impuestos el 24,8% (\$ 5,21).
- ★ En febrero el precio se multiplicó por 3,65 desde que la leche sale del campo hasta que se vende al público.



¿Cómo se forma el precio de la carne?

Datos a Febrero 2018



Mostrador
Precio Final Promedio

IVA 10,5% \$12,10

\$127,38

por kg mostrador

Cria
Campo



\$41,67

Ternero 200 kg

por kg de ternero en pie

• Vaca preñada por toro o inseminación artificial
• 9 meses de gestación
• 10 meses de cría y recría

Nace un ternero de 35 kg. Sale un ternero de 200 kg.

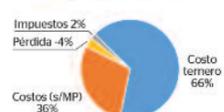
Engorde
Feedlot



\$36,34

Novillo 350 kg

por kg de novillo en pie



Salen un novillo de 350 kg, con un desbaste del 6%.

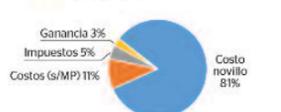
Faena y Distribución
Frigorífico



\$69,20

Res con hueso 195 kg

por kg al gancho

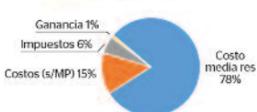


El 59% del novillo que entra se convierte en la res. El resto es sangre, cuero y restos, que tienen un valor equivalente a \$5,54 por cada kilogramo de res. Sale una res de 195 kg.

Despostado y Venta
Carnicería

\$115,28

por kg mostrador



El 76% de la res que entra se convierte en los cortes que se venden. Una parte se pierde por oreo y otra como huesos y grasa se vende a un valor promedio de \$4,85 por kg.

★ La cadena de la leche presenta un resultado negativo de -0,81 \$/litro. El tambo y supermercado siguen con pérdidas, 0,73 \$/litro y 0,16 \$/litro, respectivamente. La situación de la actividad tambera empeoró pasando de una pérdida de \$ 0,02 en agosto de 2017 a \$ 0,73 en febrero.

★ El principal costo que aumentó fue el de alimentación tras el efecto sequía que hizo incrementar los costos en un promedio de 41% respecto agosto 2017. Los costos de alimentación representan un 30,7% sobre los costos totales del tambo y un 10,6% sobre el precio que pagan los consumidores, en agosto de 2017 representaba un 8,3%.

★ El 8,9% del precio de la leche que paga el consumidor son fletes. Y el costo laboral acumulado en la cadena representa el 23%.

★ Del precio final pagado por el consumidor, el 79% son costos, el 24,8% impuestos y el -3,8% de pérdida.

★ El productor tambero debe vender 3,65 litros de leche para comprar un sachet en el supermercado.

QUESO

★ El queso cremoso en febrero tuvo un precio de \$ 146,8 por kilogramo, de ese precio el tambo explica el 27,7% del precio final (\$ 42,79), la industria el 16% (\$ 24,66), el comercio el 23,7% (\$ 36,68) y los impuestos el 27,6% (\$ 42,68).

★ El precio del queso se multiplica por 3,31 desde que la leche sale del campo, se comercializa y llega a manos del público.

★ La cadena del queso presenta un resultado negativo de \$ 0,78 por kilo de queso cremoso. Como en el caso de la leche, el tambero sigue perdiendo, pero los otros dos eslabones ganan. El incremento de los costos para la alimentación, arrastra a lo largo de la cadena el resultado negativo del eslabón primario.

★ Del precio al consumidor final, el 71,5% son costos, 29,1% impuestos y -0,5% ganancias.

CARNE

★ La carne en febrero tuvo un precio promedio de \$ 127,38 por kilogramo, de ese precio el ternero explica el 38% del precio final (\$ 48,47),

★ el feedlot el 19,4% (\$ 23,34), el frigorífico el 9,7% (\$ 12,36), la carnicería el 14,5% (\$ 18,47) y los impuestos el 19,4% (\$ 24,75).

★ El precio se multiplica por 2,62 desde el ternero hasta la venta de la carne al mostrador.

★ Los costos laborales son importantes en la carnicería, explicando el 10,05% del precio final. El costo de transporte representa en promedio el 1% de los costos totales (\$ 0,76/kg. para animales en pie y \$ 1,25/kg. para flete refrigerado).

★ Del precio final de la carne, el 79,8% son costos de la cadena, 19,4% impuestos y 0,7% ganancias.

★ El productor ganadero debe vender 3 kilogramos de animal en pie para comprar un kilogramo de carne en la carnicería.

★ Cuando se analiza la participación de los alimentos del feedlot en los costos totales tras el incremento del precio de los granos, éstos pasaron a representar del 14,5% al 17,3% de los costos de la etapa de engorde (incluido el ternero).

★ Sobre el precio final que pagan los consumidores pasó de incidir del 4,3% al 5%.

VAXXITEK™
HVT+IBD

Protección sólida y segura frente a la enfermedad de Gumboro y Marek



www.vaxxitek.com

Argentina asumió la presidencia temporal del CAS

El ministro de Agroindustria, Luis Miguel Etchevehere, recibió el mando durante la XXXV Reunión Ordinaria del Consejo Agropecuario del Sur (CAS), donde participó junto a una comitiva oficial en Paraguay.



En su mensaje de asunción, el Ministro señaló que "es un honor recibir de manos de Paraguay la presidencia del Consejo ya que han hecho un gran trabajo en este tiempo. Nuestra tarea será seguir llevando adelante las cuestiones concretas que beneficien la actividad agroindustrial de los países que integramos el CAS".

Del encuentro, realizado los días 3 y 4 de mayo en la capital del país vecino, también participaron los ministros de Agricultura de Paraguay, Marcos Medina Britos; de Chile, Antonio Walker; de Brasil, Blario Maggi; y de

Uruguay, Enzo Benech.

Allí se comprometieron a consolidar el trabajo conjunto y la búsqueda de una estrategia regional para un desarrollo agroindustrial sostenible, equitativo y seguro.

En el foro ministerial, dedicado a impulsar y debatir políticas públicas, los funcionarios intercambiaron sus visiones sobre los lineamientos estratégicos en materia agrícola de cada país y avanzaron sobre las líneas de trabajo y metas para los años venideros.

"Somos un bloque importante como proveedores de alimentos del mun-

do, en cantidad y calidad por las características de nuestros países. Pero sobretudo debemos trabajar por mejorar las condiciones de los productores y emprendedores, hacerlos más eficientes en un marco de seguridad y cuidado del medio ambiente", aseguró Etchevehere al finalizar la jornada.

Durante el cierre los representantes de las carteras agrícolas y agroindustriales, concluyeron sobre la importancia de seguir trabajando de forma coordinada, principalmente sobre la sanidad animal a nivel regional, la agricultura familiar, la producción sostenible de alimentos y el acceso a los mercados junto a la consolidación de las relaciones internacionales.

Por último, los funcionarios se reunieron con representantes de organismos internacionales: el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA); la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); el Consejo Veterinario Permanente (CVP); el Comité Regional de Sanidad Vegetal del Cono Sur (COSAVE); el Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario del Cono Sur (PROCISUR), la Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar del MERCOSUR (REAF), y con funcionarios del Banco Interamericana de Desarrollo (BID).

Los encuentros atendieron a la necesidad de compartir experiencias y a la importancia de trabajar de forma conjunta. ■

biotech va h

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

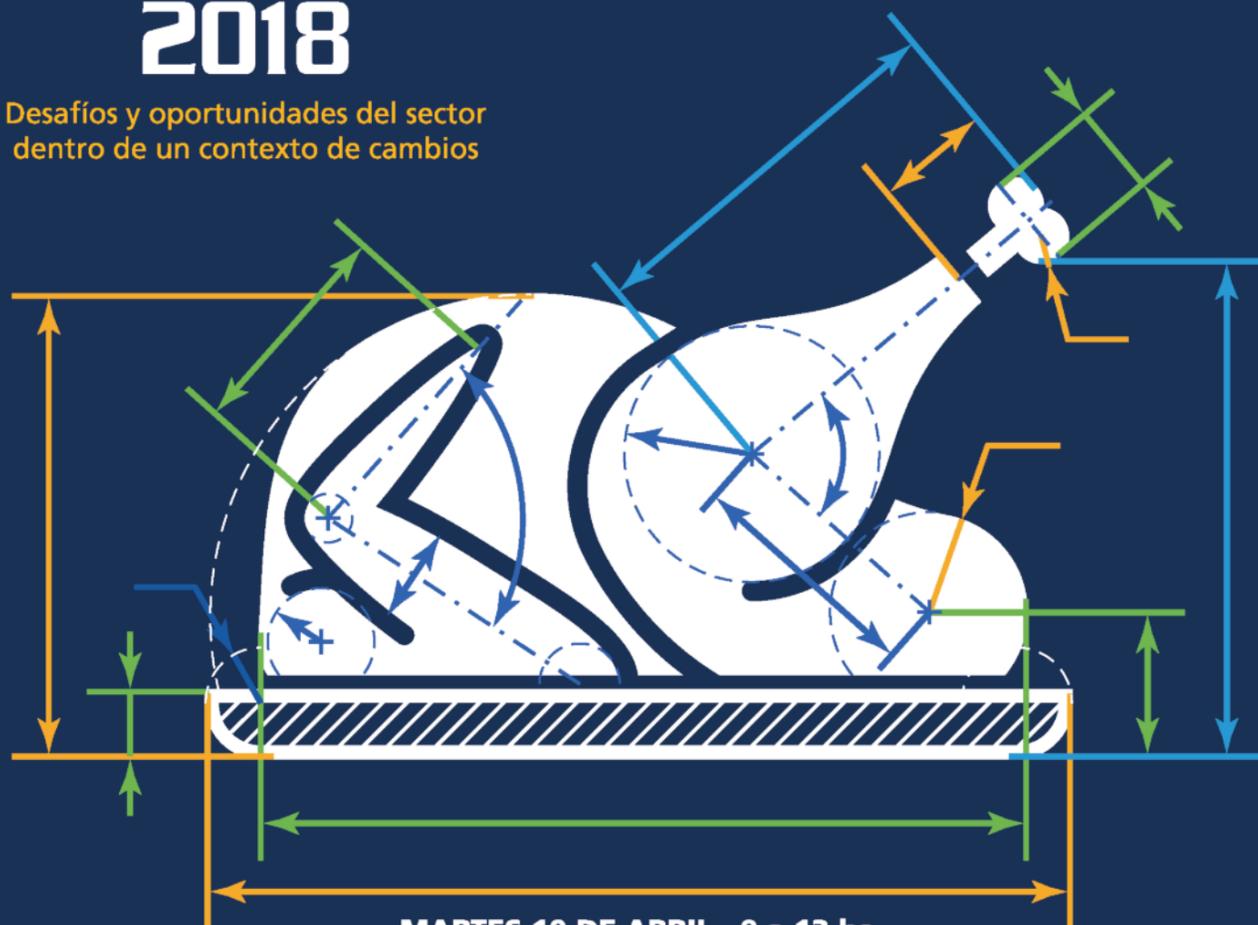


“Debemos encontrar la fórmula de enamorar al Gobierno”

Cátedra Avícola reunió a las figuras más destacadas de la industria avícola nacional en una jornada que tuvo lugar en la Bolsa de Cereales de Buenos Aires. Dividida en tres paneles –Economía, Empresas y Producción–, los principales actores del sector se reunieron ante un concurrido auditorio para analizar la realidad de la actividad y las perspectivas para lo que queda de un año ciertamente complejo.

Industria Avícola 2018

Desafíos y oportunidades del sector dentro de un contexto de cambios



MARTES 10 DE ABRIL - 9 a 13 hs.
Bolsa de Cereales de Buenos Aires - Av. Corrientes 117 - CABA

La necesidad de mantener y aumentar los mercados internacionales para estimular la producción, obtener financiación para mejorar el equipamiento de las granjas, y mejorar los costos para lograr una producción más eficiente, fueron las principales conclusiones a las que llegaron los ejecutivos y técnicos que analizaron la actualidad de la Industria Avícola Argentina, en una jornada sin precedentes organizada por Cátedra Avícola en la Bolsa de Cereales de Buenos Aires.

A modo de introducción, Roberto Domenech, titular del Centro de Empresas Procesadoras Avícolas (CEPA), mostró la realidad del sector mediante un análisis pormenorizado de la producción y exportación en los últimos años, y cómo se ubica la actividad dentro de la mesa de carnes.

Luego, fue el turno de Claudio Zuchovicki, Economista y Gerente de Desarrollo de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, quien se mostró optimista de cara al futuro, e indicó que la manera de atacar el déficit fiscal de Argentina es resolviendo el déficit energético.

A su término, los tres empresarios avícolas más importantes del país, debatieron sobre lo referente al ámbito empresarial de la actividad: Joaquín De Grazia (Granja Tres Arroyos), Héctor Motta (Grupo Motta) y Franco Santángelo (Establecimiento Frigorífico de Aves Soychú). Los tres coincidieron en que se llegó a un techo en el consumo interno y que hay una competencia interna que obliga al sector a trabajar con una mirada permanente hacia el mercado internacional. Asimismo, remarcaron la necesidad de una articulación entre el Estado y el sector privado para lograr líneas de crédito que faciliten la posibilidad de exportar.

Por último, los Médicos Veterinarios Horacio Gamero (Granja Tres Arroyos) y

Yari Lucerna (Carnave), dieron una clase magistral sobre las condiciones técnicas que debe cumplir un galpón de aves de engorde para lograr los máximos resultados en producción.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Roberto Domenech abrió la Jornada y mostró una clara foto del sector.

“Entre 2003 y 2010 se dieron condiciones excepcionales para el crecimiento, que el sector pudo tomarlas con claridad. Algunas estuvieron programadas y otras se dieron de manera circunstancial. En ese momento, pensábamos que teníamos una gran oportunidad en la exportación. En ese momento no tuvimos en cuenta que también la carne bovina tenía una oportunidad muy grande en el mercado internacional y, como consecuencia de eso, hubo una transferencia del consumo hacia la carne de pollo. En consecuencia, crecimos mucho más de lo que habíamos proyectado: pensábamos en 1,7 millón de toneladas y llegamos al 2010 con 2 millones de toneladas. El mercado interno respondió muy bien”.

“Luego, entre 2010 y 2017, fijamos una tasa de crecimiento del 5%. Las expectativas bajaron pese a que tuvimos un crecimiento de las exportaciones debido fundamentalmente a las operaciones con Venezuela, que llegaron a ser el 35% de las exportaciones totales de pollo. En algún momento se nos criticó por haber concentrado el mercado. Hoy por hoy, no sólo nos miramos a nosotros, sino también a las carnes vacuna y porcina, que tienen que ver con la suma de producción de proteína animal; nos preocupa que el 50% de las exportaciones de carne bovina vayan a China, debido a que se concentra todo en un solo mercado, en un contexto bélico y de tasas altas y aranceles. Es decir, que tenemos que estar atentos a no-

sotros y a todo lo que nos rodea. Claramente no pudimos dar con el crecimiento previsto para 2010-2017, empezamos a amesetarnos”.

“En la actualidad estamos en los 2,05 millones de toneladas. La carne de pollo también destina un porcentaje alto a China: el 27%. El resto sigue manteniéndose abierto a todos los mercados del mundo, con bastante valor agregado y con una diversidad importante en la presentación”.

“El mercado interno respondió siempre dentro de una constante: si se baja el precio, se consume más. El problema es que también se consumen las empresas. En 2013 el consumo interno se mantuvo bien abastecido, con una demanda internacional muy importante. A partir del segundo semestre de 2014 se dan dos temas asociados: por un lado la caída del petróleo, el 60% de las exportaciones mundiales de los 11 millones de tn de pollo que se comercializa en el mundo van a mercados petroleros. La caída del precio del petróleo ajustó la demanda en esos mercados y como consecuencia de eso, ajustó los precios en los mercados internacionales. Y a partir del segundo semestre de 2014 aparece un proceso de apreciación de nuestra moneda, o retraso cambiario –que se va profundizando más–, y nos comienza a sacar competitividad”.

Conclusión: Llegamos a 2017 casi con la brecha más justa. Terminamos con un 1,8 tn de mercado interno y 210 mil tn de mercado de exportación.

Cuando hicimos la presentación en la Mesa de las Carnes en 2016, habíamos calculado tener un crecimiento sostenido del 3,5% anual hasta 2025. La realidad es que si vemos las dificultades que tenemos ahora y lo que se va acumulando como pérdida de productividad por falta de inversiones, concluimos en que nos va a costar seguir



Roberto Domenech, Presidente del Centro de Empresas Procesadoras Avícolas (CEPA), realizó la apertura de la Jornada Industria Avícola 2018

ganando el mercado internacional. Esto marca exclusivamente un tema: en nuestro sector, el crecimiento está dado por la exportación”.

“Si no conseguimos sumar empresas que realmente se comprometan con la exportación y que además puedan desarrollar costos apropiados, va a ser muy difícil que el sector pueda crecer en forma constante y sostenida. Esto va a desembocar en una batalla en el mercado interno, porque las demás carnes siguen con su línea de crecimiento”.

“En cuanto a consumo por habitante, entre 2003 y 2012, el crecimiento del consumo de carne de pollo fue exponencial. Un aumento que creemos fue producto de la estrategia que pusimos en práctica, pero además fue un crecimiento que se dio en todo el mundo. Hubo una gran oportunidad que en materia de desarrollo de carnes estuvo dada por los precios de los commodities

y por el desarrollo genético y tecnológico, que bajó de manera espectacular los costos, y puso a la carne de pollo en nuestro país –y en el mundo– como la más barata al alcance del consumidor. Sin embargo, desde 2013 en adelante, comenzamos a rebotar entre los 42 y 45 kg por habitante. La diferencia está dada por el peso con el que trabajamos el pollo. Por otro lado, tenemos el crecimiento poblacional que lo estimamos en el 1,15%, factor que va a marcar claramente el aumento del consumo de acá a 2025”.

“En cuanto a las exportaciones, pasamos del puesto número 6 al 8. Brasil está en el primer puesto, seguido por Estados Unidos. Lo más llamativo es que en el ranking de exportaciones aparecen jugadores que antes ni figuraban en el comercio internacional, como Rusia (150.000 tn), que está en el noveno lugar y que viene registrando un creci-

miento sistemático en los últimos 5 años, mientras que nosotros estamos amesetados”.

Domenech destacó el desarrollo que se vislumbró en la industria en cuanto a genética y conversión, pero también reconoció que “hemos distorsionado los parámetros de mejor productividad que marcan los manuales. Todo esto ha confluído en un precio y un costo que se trasladó al consumidor y luego se ha quebrado e ido por debajo de ese nivel, producto de una sobreoferta de pollos y de kilos”.

FUTURO

“Hoy nos cuesta pensar en un futuro de mediano plazo, porque no hay condiciones dadas como para lanzarnos a imaginar de qué manera nos podemos manejar. Nos ayuda la dinámica del sector, que en condiciones normales nos permite una expansión y una contrac-

ción rápidas. En carne bovina, la expansión rápida demora de 3 a 4 años". En este sentido, Domenech destacó que la Mesa de las Carnes es una iniciativa positiva. "En Argentina, el consumo de carne se mide en la parrilla. El consumo de carne de pollo no está creciendo en la parrilla, excepto pata y muslo. En cambio, los cortes porcinos sí avanzan".

En cuanto a los precios internacionales, el titular de CEPA señaló que hay mucha oferta en Brasil y en EE.UU., y también hay muchos jugadores nuevos que están cerca de los centros de consumo, como Ucrania, Turquía y Rusia. Por otro lado, agregó que "la genética modificada de maíces ubica el cereal en lugares donde uno no se lo esperaba y eso juega un papel importante en la formación del precio internacional. El mundo se ha vuelto más proteccionista. Las medidas que está lanzando Estados Unidos con prueba y error, es un dominó que va a generar una protección por parte del resto de los países".

Por su parte, el dirigente resaltó que "también dependemos de medidas económicas del Gobierno. Hoy estamos un poco desarticulados respecto de la misma integración. Tenemos que adecuar costos a valores internacionales. Las negociaciones bilaterales no avanzan, el mundo está proteccionista. No tenemos que confundir lo que es una negociación tipo Tratado de Libre Comercio con la apertura de mercado, que incluye acuerdos sanitarios. Hoy tenemos 110 mercados abiertos y la posibilidad de abrir otros tantos. En el caso de México, si no estuviera la traba sanitaria de la Influenza Aviar, que a partir de 2019 se volvería a abrir, sería imposible exportar porque tienen un arancel del 150% para productos avícolas".

DESAFÍOS

"Hay que tener en cuenta los cam-

bios en el mundo, que son permanentes. El tema de seguridad y soberanía alimentaria es cada vez más importante. La ciencia modifica los escenarios. La innovación es permanente, el tema es cómo usamos lo que la tecnología nos ofrece. Cuidar la sanidad de las aves es un desafío permanente. Planificar es un desafío permanente. La eficiencia es más importante que nunca y la profesionalización también".

"Por otro lado, la innovación demanda líneas de financiación que no logramos conseguir. Nos estamos quedando atrasados en los galpones y hay que trabajar en ese sentido. Planteamos, tanto a Macri como al titular del Banco Nación, la necesidad de desarrollar un programa de construcción de 250 galpones de nueva tecnología y que el galpón sea la garantía prendaria. Lamentablemente vemos que el integrado no puede pagar una cuota, ya que el crédito en general está atado al dólar. Estamos tratando de buscar la vuelta para resolver este tema. Por eso, la eficiencia, los costos, la calidad y el precio son determinantes para venderle al mundo y crecer", concluyó Domenech.

PERSPECTIVAS ECONÓMICAS

Claro y conciso, Claudio Zuchovicki, analista de economía y finanzas, Gerente de Desarrollo de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y Director Ejecutivo de la Federación Interamericana de Bolsas y Mercados (FIAB), dio un pantallazo de dónde estamos parados como economía del mundo y hacia donde nos dirigimos.

"En primer lugar, hay que tener claro que la economía se mueve por las expectativas de la gente, por un suceso y no por los sucesos. Si uno piensa que la cosa va a estar peor, no invierte y se contrae. Si piensa que va a estar mejor, invierte y se expande. Sin ser efusivo y

entusiasta, yo creo que lo peor ya pasó".

"En el mundo nos miran distinto. El inversor termina haciendo lo que hace la mayoría porque es más fácil justificar después".

"En las economías nadie quiere diferenciarse. Hoy nosotros vemos mal a la Argentina, pero desde afuera nos ven bien. Nos ven como una democracia en donde se puede pactar a mediano y largo plazo. Muy distinto que a muchos países incluso desarrollados".

"La economía real todavía no arrancó. Una cosa son los mercados y otra la economía real. Los mercados ya votaron, ya saben el proceso que viene. Ahora es el momento de la economía real. Los inversores ya no preguntan por una acción, sino por una empresa. Porque, aunque parezca mentira, hay más negocio en la economía de ustedes (los productores avícolas), que los que estamos en finanzas".

"Como segundo punto quiero plantear quién es el dueño de la renta, porque eso ya depende de mí. El mundo paga innovación, tecnología, Investigación y Desarrollo. Creo más en la industria de ustedes que en la mía".

"El dinero es depreciativo de cara al futuro. Es mucho mejor invertir en bienes, en activos, que el dinero en sí. Si yo tenía 10.000 dólares en la caja de seguridad hace 10 años, hoy los saco y tengo la mitad de la plata".

Por otro lado, el economista se refirió a la variable del bono demográfico. "La clase activa en Europa es menor que la clase pasiva. Por lo tanto, en el futuro, no es solo tenido en cuenta quien tenga más cantidad de población, sino quien tenga una población joven con crecimiento. En esta década no se crece por consumo, se crece por inversión. Los países desarrollados resuelven por inmigración los faltantes, porque tienen menos población activa".

En este sentido, remarcó que "los



Claudio Zuchovicki, Economista y Gerente de Desarrollo de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires

fondos de pensión en el mundo están todos fundidos, el argentino también. Antes, los fondos de pensión, hasta los 75 años pagaban y ya no había más consumo. Hoy después de los 75, la gente sigue consumiendo. Antes el jubilado guardaba la herencia para sus nietos, hoy la gasta".

"Así como antes estaban de moda los bricks, ahora está de moda la población joven. Y en Argentina seguimos teniendo 2 y 3 hijos y es bien vista en esta generación. Están bien visto los países que tienen gente joven. Lo que nos plantean en toda América Latina es que hay consumo futuro, por eso estamos en la agenda del mundo".

Zuchovicki planteó además que uno de los principales miedos que existen en la economía mundial es un cambio en las reglas: más proteccionismo, aranceles, etc. "El 62% de la moneda que se maneja en el mundo es el dólar

y el que lo maneja es el Presidente de la Reserva Federal, quien además maneja el humor de la economía internacional. Yo creo que puede haber una suba de tasas internacional pero nada que nos complique demasiado".

"Las empresas más grandes en 1917 eran las petroleras. En 1967 General Electric, Polaroid, Kodak. En 2017 Apple, Facebook, Amazon. Hoy, la riqueza no pasa por el patrimonio. ¿Dónde queda Google? Es una página en blanco... Uber, la mayor flota de taxis, no tiene ningún taxi. Despegar, el mayor vendedor de pasajes del mundo no tiene un solo avión. El hoy pasa por la comunicación y por la cantidad de gente que se tiene".

"Es más importante el flujo que el stock. El mercado compra a quien tiene flujo. El consumo no cayó, cambió. Las estadísticas dicen que cayó el consumo en el shopping, pero en realidad no se mide lo que se vende on line. Hay que tener en

cuenta los cambios de hábitos porque cambia la forma de comercializar".

"El mundo NO nos juega en contra. Tomar deuda es lo único que tengo, mientras me presten. El 85% del gasto argentino es pensiones, jubilaciones y asistencia social, más salarios del Estado. No se puede bajar el gasto. No queda otra que endeudarse, porque no puedo bajar gastos y no puedo emitir ingresos. El mundo necesita tener países que tengan renta más o menos en democracia y están dispuestos a financiarnos por lo menos dos años más. Somos mucho más creíbles que el resto de los países endeudados. Si usamos bien el tiempo, Argentina sale".

"Un bono de Jamaica rinde menos que un bono argentino. China es uno de los países más endeudados. Argentina está en el primer puesto de los países que más plata tomaron. Este año se repite. Sin embargo, sigo siendo opti-

mista. La manera de atacar el déficit fiscal de Argentina es resolver el déficit energético”, afirmó Zuchovicki.

PANEL EMPRESARIAL

En el Panel de Empresas, los principales protagonistas que tiene la industria avícola nacional -Joaquín De Grazia, Héctor Motta y Franco Santángelo-, analizaron cómo está la actividad en diferentes aspectos: mercado interno, exportación e inversión. Los tres coincidieron en que el consumo llegó a su techo y que la exportación es fundamental para mantener la escala de producción.

MERCADO INTERNO

Joaquín De Grazia: Llegamos a un techo de consumo (45 kg.) logrado por el subsidio que la industria le dio al consumidor a través del precio. Eso nos

obliga a enfrentar otros desafíos como el comercio exterior para poder colocar nuestros productos. De todas maneras, creo que en el mercado interno tenemos una cantidad de tareas por hacer. Somos culpables de las decisiones de las amas de casa que prefieren no comprar un pollo en el supermercado pero sí en la carnicería, tal vez por la presentación y la forma en que se ofrece el producto. **Tenemos que mejorar nuestras presentaciones y la variedad de productos para que la gente pueda elegir -como en los países modernos-, si queremos mantener o incrementar el consumo.** Vencer esos 45 kg. en un país que tiene carne barata, para nosotros es un gran desafío.

Héctor Motta: Coincido en que el mercado interno llegó a su techo. La panza de los argentinos está prácticamente abastecida por carne roja, aviar

y de cerdo. Hay una competencia interna que nos obliga a trabajar con una mirada permanente hacia el mercado internacional. Las cadenas productivas argentinas viven diferentes etapas. La carne de cerdo está en un momento de crecimiento, **la carne roja tiene un importante representante en el Gobierno como es el ministro de Agroindustria, Luis Miguel Etchevehere, y los que estamos en avicultura no hemos encontrado todavía la fórmula de poder encantar al Gobierno, aún no logramos un diálogo permanente.** Tenemos que encontrar la fórmula de enamorar al Gobierno y que sepa que somos una cadena de valor que tiene oportunidades en el mercado internacional. Y como miramos al mercado internacional, estamos obligados a invertir. Para invertir no sólo hay que tener una visión de negocio, también tenemos que tener res-

Joaquín De Grazia, Presidente de Granja Tres Arroyos; Héctor Motta, Presidente de Grupo Motta; y Franco Santángelo, Presidente de Establecimiento Frigorífico de Aves Soychú, analizaron la situación actual de las empresas que integran la Industria Avícola Argentina



innovación ARGENTINA

para la industria veterinaria mundial



Las Palmeras 2240
La Lonja, Pilar. Pcia. de Buenos Aires
Tel: 0230 4470250
Fax: 0230 4470253
bedson@bedson.com.ar
www.bedson.com.ar





paldo crediticio, que no se logra sin el apoyo del Gobierno.

Franco Santángelo: Es verdad que el consumo está en su techo y lo que podemos intentar lograr es un mejor precio con los mismos kilos a través de una variedad de productos que lleguen a mucha más gente, lo cual nos puede dar mayor volumen. Obviamente **para alcanzar este objetivo es necesario mejorar costos y eficiencia. Necesitamos marketing y así entrar en algunas áreas**

a las que no estamos acostumbrados a manejar en nuestro rubro. La comercialización es un punto muy importante: ¿quién se queda con los márgenes? Hay que llegar más directo al consumidor. Es difícil y costoso, pero nos puede devolver bastante de la rentabilidad que a veces necesitamos.

La salida para regular el mercado es la exportación y para esto tenemos que trabajar con el Gobierno. **Los costos laborales son muy altos. Este año perfila**

un poco mejor en cuanto a precios. Creo que en el segundo semestre el poder adquisitivo de la gente va a mejorar y espero que nos toque una parte a nosotros.

Pero insisto que para poder exportar, es muy importante mejorar los costos laborales. Brasil tiene una mano de obra más manejable en cuanto al cumplimiento.

MERCADO INTERNACIONAL

Joaquín De Grazia: El mercado internacional está raro. Ha sufrido durante los últimos años una superoferta, sobre todo por parte de Brasil. **A veces nos preguntamos cómo es posible que en Argentina no seamos competitivos. Lo que nos ahorramos por retenciones a la soja, lo gastamos en salarios.** Pero además hay una serie de costos impositivos difíciles de explicar. Así como tenemos un Estado en donde las provincias intentan ser independientes, esto de que Misiones te cobre impuestos a los ingresos brutos por las exportaciones que hacés a Medio Oriente, parece un poco raro... Todo esto forma parte de una cantidad exagerada de gastos en el balance de una compañía que atentan contra la capacidad de exportación ya que **los países quieren comprar producto, no impuestos de otros países.** Así que nosotros tenemos mucho para hacer. El Gobierno está empeñado en hacerlo, pero hay gastos que no puede reducir e ingresos que no puede aumentar, por lo tanto es un tema que se podrá resolver con el gradualismo. Nosotros no somos competitivos porque hay una cantidad de razones que tienen nombre y apellido, como las que mencionamos recién.

Héctor Motta: Si no hacemos lo suficiente para mejorar la competitividad, la tarea que tenemos por delante es muy difícil. **Hay que transmitirle al Gobierno que si Argentina tiene un pro-**

blema deficitario en lo comercial, tenemos que buscar la forma de fraccionar y convertir a ese número negativo en positivo. De las 33 cadenas, la avicultura puede darle al país en el mediano plazo un ingreso de \$ 1.000 millones. Entonces, si el país decide relacionarse con 10 de las 33 cadenas, el ingreso sería de \$ 10.000 millones de exportación y de esta forma dar vuelta el balance comercial. Por eso es muy importante dialogar y difundir esto. Puertas adentro, es necesario abordar la reforma impositiva, pero esto siempre en el marco general de bajar de la macro e ir hacia la micro. Por eso, **es necesaria la relación estratégica entre la parte pública y la privada, que aborde cada una de esas cadenas para ir allanando el camino.** Hace poco hemos sido incluidos en la rebaja del 10,5% del IVA para la carne aviar, no así la del huevo. Esto induce a que el segmento se comporte mucho

mejor y que muchos puedan salir de la irregularidad. Por eso tenemos que apoyar a la gestión que hacen las cámaras con el Gobierno para conseguir crédito y así poder invertir para exportar.

Franco Santángelo: **Necesitamos créditos a una tasa y a un plazo razonables para poder pagar el 80% con la producción.** Por un lado, es necesario para invertir y por otro lado la creatividad para hacer mercado y trabajar.

Joaquín De Grazia: Por sus condiciones naturales, Argentina debería ser un gran proveedor de carne aviar para el mundo. En 1950 Argentina exportaba pollo a Brasil y a EE.UU. Había compañías internacionales que lo hacían. Es importante acordarse de eso porque tenemos genes en la avicultura argentina que nos acercan al mercado internacional. A partir de ahí fue imposible explicar por qué Argentina no puede exportar. **El mercado que abandonás, lo**

perdés. Los mercados que toman otros países, no los van a dejar. Hoy tenemos un problema de precios relativos: los costos son altos, es más barato hacerlo afuera. Hay que seguir apostando a mantener esos mercados. Nosotros lo hacemos. El mercado de Medio Oriente permite que capacidades ociosas y producciones de huevo fértiles puedan canalizarse a un mayor número que si lo canalizaras a un mercado de trozados. En este sentido, Brasil, desarrolló una política de captación de mercado a precios muy bajos, intentando luego introducirse dentro de esos mercados con una empresa destinada solo a Medio Oriente, y dejó ese mercado a precios muy bajos. **Estamos en el camino de poder recuperar esos mercados que ocupan una gran cantidad de mano de obra. Ocupan una planta entera de faena. Los mercados de trozados también están recuperándose.** Nosotros, como





avicultura argentina, tenemos un muy buen nombre en el exterior. Las empresas que estamos trabajando en el exterior tratamos de mantenerlo, a veces a costa de perder plata. **En estos últimos dos años, perdimos plata, pero preferimos no perder el mercado.**

Héctor Motta: En la medida que trabajemos hacia adentro, vamos a fortalecer nuestras espaldas y cuidar nuestro patrimonio. **Tenemos que ser capaces de presentar un plan nuevo a 7 años a las autoridades, demostrando que somos capaces de abordarlo y pedir ayuda para recomponer la competitividad a través de la asistencia financiera, y ponernos a trabajar en conjunto.** En el sector hay capacidad y voluntad para ponernos a trabajar.

CONSUMO

Franco Santángelo: Para que el consumo de pollo trozado nos benefi-

cie a nosotros, tenemos que hacer un envasado en origen, porque hoy parte de ese margen se lo llevan los pequeños comercios e incluso los supermercados, trozándolo ellos, trayendo como consecuencia la pérdida de identificación del producto. **Tenemos que desarrollar el nicho de producto para crecer en precio, ya que en volumen no vamos a poder crecer mucho más.**

Joaquín De Grazia: Nuestra carne es muy noble y tenemos que difundirla para que se pueda consumir más. Nosotros (Granja Tres Arroyos) estamos en ese camino, poniendo visibilidad en las góndolas de los supermercados, con jingles publicitarios o probando lanzamientos al mercado de productos que a veces tenemos que discontinuar. Hoy calculamos nuestro consumo como el peso de carcasa, lo cual no quiere decir que no pueda crecer la producción. Los 45 kg. que calculamos, son básicamen-

te los de producción. Ahora, **si nosotros agregamos valor y hacemos ese mix de productos que algunos se pueden importar y otros destinarlos al mercado interno, probablemente podamos aumentar nuestra producción en un 20% y enviar al mercado los mismos 45 kg. con mayor valor agregado y menos hueso, y tenemos 20% más de unidades.**

ESTADO-EMPRESAS

Héctor Motta: La articulación público-privada es importantísima en nuestro sector, porque el mundo se mueve por políticas y dependemos del respaldo estatal. Es necesario articular lo público con lo privado. **Cuando hay políticas definidas y éstas están enfocadas detrás de las cadenas de valor, más oportunidades tendremos de ser competitivos y ser el supermercado del mundo, como dice el Presidente Mauricio Macri.**

Nutrisur

1950
2011





Franco Santángelo: Yo creo que el Gobierno quiere pero no puede. Si le va bien, va a ir acomodando los tantos para bajar el costo argentino. Todavía no estamos viendo los resultados. **Hay que seguir trabajando en las políticas pero no podemos quedarnos en decir "la culpa fue de esta política"**. Hay que trabajar para continuar subsistiendo y para vivir con los mercados que tenemos. Los precios internacionales van a

subir. Tampoco creo que una devaluación abrupta sea la solución. Tal vez tengamos que exportar a pérdida para seguir sosteniendo los mercados. Cuando el mercado interno está deprimido, hay que seguir exportando. Porque **para mí es mejor exportar más en vez de achicar la producción; prefiero mantener la escala.**

Joaquín De Grazia: Es importante entender que el negocio va cambiando.

Hoy hay tiendas virtuales en donde puedes comprar lo que quieras. Antes ni se nos hubiera ocurrido. Hay que estar atentos a todas estas cuestiones. **Nosotros pensábamos que por tener un producto perecedero, el negocio no iba a cambiar nunca. Hoy hay productos con atmósfera controlada que duran 30 días fuera de la heladera.** Si los jóvenes vienen con esa impronta, le dan a la empresa la vitalidad que necesitan.

PERSPECTIVAS PARA 2018

Héctor Motta: En 2016/17 sufrimos mucho. Veo con expectativa regenerada el 2018. La recuperación del salario hace que haya más consumidores dispuestos a gastar. **Se avizora un año más tranquilo que los anteriores. Nosotros estamos con planes y dispuestos a invertir.** De más está decir que Joaquín se acaba de comprar un regio problema para abordar con su empresa. Si él viera

que no hay visión de negocio, no se arriesgaría de semejante forma. Esto demuestra que hay gente dispuesta a arriesgar: es el caso de Joaquín De Grazia comprando Cresta Roja.

Franco Santángelo: Este negocio es bastante difícil para tomar decisiones y diseñar estrategias. **Yo creo que este año va a ser mejor. Estemos preparados pero tengamos un plan B. No nos embalemos...**

Joaquín De Grazia: Cuando le conté al Presidente en la Mesa de Carnes que nos hacíamos cargo de Cresta Roja, le transmití nuestros miedos (del sano). **Lo hicimos porque además de nuestras decisiones personales y lo que corresponde analizar dentro de un sector, hace 5 años que esta empresa le hacía daño a la avicultura. No por responsabilidad de nadie en particular, pero es una empresa importante, con marca, que por su manera o necesidad de comercialización le hizo daño a toda la actividad.** Eso también jugó a favor de la decisión de comprarla, más allá de la ambición y el ego que también se tiene.

Este año comenzó mucho mejor de lo que esperábamos. Hay empresas que han tomado nota de que la exportación es una gran alternativa. Ojalá todo el trabajo que hace CEPA de abrir mercados para la exportación, de sus resultados. **Recientemente hemos obtenido las credenciales para exportar a Canadá y es una gran oportunidad porque es un mercado muy exigente. Tenemos que llegar a los estándares internacionales de producción.** Yo le pido al sector que trabajemos todos juntos para esto, para llegar a los resultados que tiene Brasil en cuanto al peso de conversión y mortandad, o los que tiene Uruguay, con galpones que son similares o peores a los nuestros. Si la parte empresaria tiene que colaborar, lo hará. Vamos a ser eficientes y competitivos en la medida en que todos los patitos se pongan en fila.

PANEL DE SANIDAD

Tanto **Horacio Gamero, reconocido Médico Veterinario y Gerente de Producción de Granja Tres Arroyos, así como Yari Lucerna, Médico Veterinario de gran trayectoria en el sector y Gerente de Producción de Granjas Carnave,** coincidieron en que es necesario actualizar los galpones e invertir en tecnología para lograr un mejor nivel de conversión, menor mortandad y el máximo nivel de eficiencia en la producción, al igual que los estándares que maneja la industria brasilera.

Ambos destacaron que la Argentina, y en especial las granjas ubicadas sobre la costa del Río Uruguay, en Entre Ríos, está muy lejos en conversión y mortandad. "Tenemos que buscar qué estamos haciendo mal en la integración. Los resultados del sur de Brasil son muchísimo mejores que los que tenemos en Argentina, con mismo clima y condiciones naturales. La pregunta es si podemos lograr los mismos resultados de Brasil", indicó Gamero.

ALGUNAS DE LAS CLAVES:

1) Manejo:

★ **Es clave lo que se hace o se deja de hacer en la primera semana y cómo se prepara el galpón para la llegada del pollito BB.**

★ La clave principal es lograr temperatura para tener un pollito competitivo. Es fundamental calentarle la cama y que esté a temperatura óptima. Si el pollito llega a la granja en las mejores condiciones, pero no tiene temperatura de cama, perdemos competitividad.

★ **Hoy tenemos las herramientas tecnológicas como para darnos cuenta por dónde pierde calor el Pollito BB (cara, patitas).**

★ La temperatura de cama es de 33 grados promedio en todo el galpón. Al



logra con la ventilación de aire, con equipos bien mantenidos, con paneles evaporativos.

★ **Cuando trabajamos con ventilación, el objetivo es sacar la humedad, más allá de los gases raros.** En un galpón de 1.800 metros cuadrados, con 28.000 pollos de 2,200 kg., tenemos que evaporar diariamente unos 8.000 litros de agua entre lo que emana de las camas y de los bebederos, la única forma es sacarlo con velocidad de aire.

★ En el sur de Brasil, el 85% de los galpones son Black Out o de presión negativa, mientras que en los del norte son de presión positiva o de ambiente tradicional. Cuando se observa la eficiencia en los resultados de Brasil, evidentemente el clima juega un papel importante. Pero además, si no tengo tecnología, o no adapto mis galpones a

los nuevos requerimientos del pollo, no va a ser sencillo llegar.

3) Bioseguridad:

★ **Tenemos que evitar que ingrese un patógeno dentro de la granja.** Para esto es necesario tener bien delimitado el cerco perimetral.

★ El ingreso de vehículos debe ser desinfectado. Fumigar los camiones antes de entrar a la granja. Igualmente con el vestuario del personal que ingresa.

★ **También es importante la limpieza y el reciclado de cama. El compostaje de la misma reduce a niveles mínimos la generación de enfermedades.**

★ Es importante mantener alejados a los roedores de la granja. Si no los eliminamos a la primera señal de presencia, luego es muy difícil poder erradicarlos.

4) Instalaciones

★ **Entre las preocupaciones más grandes que existen en la actividad, sacar de circulación a los galpones viejos y quién va a criar los pollos dentro de los próximos 10 años, son las principales.**

★ Tenemos la mayor integración en Entre Ríos y está muy envejecida, no solamente por infraestructura, sino por los dueños.

★ **Hoy el promedio de edad de los dueños de las 357 granjas que hay en la provincia de Entre Ríos es de 57 años.**

★ Hay un recambio generacional que se está dando y con ellos el recambio en la infraestructura. Esto pasa en la costa del río Uruguay.

★ **Los costos para hacer galpones nuevos y refaccionar los viejos, hacen que seamos creativos al momento de alojar para lograr una mayor eficiencia en los**

resultados. Lamentablemente, nosotros llevamos 2 años sin construir ninguno. La buena noticia es que podemos mejorarlos con tecnología.

★ En los meses del verano, los galpones que trabajan con 15 pollos por metro cuadrado, versus los que trabajan con 10, obtuvieron 202 gramos y menos mortandad. **Esto nos da la pauta de que se pueden lograr mejores resultados. Pero todavía no llegamos a los mejores resultados. Para eso tenemos que lograr que todos los galpones sean iguales.**

★ Por un lado tenemos muchos técnicos jóvenes trabajando, pero los supervisores no entienden y menos los granjeros. Es necesario que nuestros galpones sean eficientes y comprar equipos eficientes.

★ **Cuando elegimos el equipamiento no podemos comprar por precio, sino por eficiencia. Busquemos financiación si es necesario.**

5) Sanidad y Nutrición:

★ **Entre el 60% y el 65% pasa por la sanidad y la nutrición, para que absorba nutrientes todo el alimento que le damos.**

★ Hay muchísimas enfermedades, pero creemos que **si logramos desarrollar la máquina para que a los 7 días obtenemos un pollo ideal, el resto está hecho. Si todo esto se logra, podemos trabajar con alta densidad.**

★ Es muy importante la regulación de los comederos. Ninguno de los técnicos en Argentina está preocupado en ver en qué punto está el comedero y los

tipos de comederos. **A la larga eso va a influir directamente sobre el costo de conversión.**

Como conclusión, Horacio Gamero y Yari Lucerna, resaltaron que **“tenemos que olvidarnos de ser permisivos y exigir como exigen en Brasil para poder llegar a los resultados que ellos logran. Nosotros los alcanzamos apenas en un 15%/20%.** Hay que actualizar las instalaciones y realizar el mantenimiento necesario a las que ya están. Hoy la reinversión en las granjas está desactualizada y para eso hay que tener acceso al crédito”.

Por último, el Gerente de Producción de Granja Tres Arroyos, si término de la Clase Magistral que ofreció a la audiencia junto con Yari Lucerna, sentenció: “No vemos las cosas como son, sino que vemos las cosas como somos”. ■







BRASIL

UE prohíbe la importación de carne aviar de 20 plantas de Brasil

La medida se adoptó alegando preocupaciones sobre el control de salud en esas instalaciones.

Brasil es el mayor exportador de pollo del mundo. Su Ministerio de Agricultura trató de adelantarse a la decisión al suspender voluntariamente las exportaciones durante un tiempo. Ahora dice que la UE está usando el pretexto de las preocupaciones sobre contaminación con salmonella para bloquear injustamente las importaciones brasileñas.

Por su parte, Brasil presentará una queja ante la Organización Mundial de Comercio. Estiman que la prohibición afectará a un 30% de las exportaciones brasileñas de carne aviar a Europa. Las empresas que no están afectadas por la prohibición podrían llenar esa brecha.

El ministro brasileño Blairo Maggi viajó a Bruselas para tratar de calmar las inquietudes de la UE sobre las medidas higiénicas en las plantas productoras de pollo. Sin embargo, Maggi reconoció que sus esfuerzos no fueron exitosos y acusó a la UE de usar las condiciones sanitarias como pretexto para bloquear injustamente las exportaciones brasileñas.

Una de las plantas afectadas por esta decisión pertenece a la importante empacadora de carnes BRF, pero tanto el Ministerio de Agricultura como la ABPA se negaron a dar los otros nombres debido a que la decisión no se ha hecho pública todavía.

BRF está bajo investigación por tratar de evadir revisiones de seguridad. La empresa dice que está cooperando con la investigación y que acata todas las normas brasileñas e internacionales.

PERÚ

Producción avícola crecería alrededor de 4% en el 2018

La producción avícola del Perú registró 1.560.000 toneladas durante 2017, cerca de 3% más respecto al cierre del 2016, según cifras del Ministerio de Agricultura y Riego. La producción avícola del Perú –que incluye la producción de carne de pollo, pavo, gallo, gallina y pato– crecería alrededor de 4% en el 2018.

Esta evolución sería explicada por la esperada mejora en el poder adquisitivo de la población, vinculada al incremento del empleo formal y al dinamismo del consumo de alimentos fuera del hogar.

A ello se sumaría el impulso a la comercialización de productos con un mayor valor agregado y de mayor duración –para reducir la dependencia sobre el producto fresco–, especialmente vía el canal moderno –supermercados e inclusive en tiendas de conveniencia–, y en menor medida vía el canal tradicional –mejorando la cadena de frío para la conservación de productos–.

Asimismo, el aún elevado precio de productos sustitutos –como la carne de vacuno y porcino–, y el inestable abastecimiento de productos sustitutos económicos como el pescado fresco –cuya oferta depende de condiciones climáticas normales–, seguirían siendo factores que impulsarían la producción avícola.

Por segmentos, el banco Scotiabank estimó que la comercialización de pollos durante el 2018 alcanzaría un promedio cercano a los 61 millones de unidades mensuales, duplicando el consumo mensual hace diez años atrás, cuando los guarismos alcanzaron los 31 millones de unidades por mes.

VENEZUELA

El sector avícola lucha por mantener la producción y el consumo

Los datos oficiales del Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela sugieren que la producción de parrilleros en Venezuela era aproximadamente 29 millones en junio de 2017, pero con una capacidad operativa de 73 millones.

Respecto de las gallinas ponedoras, se estiman en 10,3 millones en junio de 2017 con una capacidad operativa de producción de 27 millones.

La industria avícola venezolana está integrada en su mayoría verticalmente y ha podido sobrevivir la actual crisis económica por haber invertido en tecnología y adaptar la producción a volúmenes de alimentos y otros insumos críticamente bajos.

La avicultura venezolana sigue la gestión más reciente y las tendencias de producción de la industria con respecto a versiones operacionales de molinos de alimentos, programas de nutrición mejorada y recursos genéticos, así como mejores instalaciones de producción que permiten que la capacidad de la industria se halle paralela a los estándares internacionales de eficiencia y productividad.

El sector avícola también es atendido por proveedores especializados en productos difíciles de encontrar tal como materias primas, micro ingredientes, medicinas para los animales y apoyo profesional veterinario y gerencial.

Sin embargo, la disponibilidad y calidad de estos servicios están disminuyendo como consecuencia de la crisis económica.

La producción de pollos de engorde es prevalente en todo el país. La producción de huevo está concentrada en los estados centrales.



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





ARGENTINA

Grupo Motta realizará importantes inversiones en Entre Ríos

“Vamos a seguir apostando a las inversiones en nuestra provincia. Tenemos dos proyectos abarcativos de la producción avícola: uno en Racedo y otro en Conscripto Bernardi, en los cuales se está empezando a trabajar”, precisó Héctor Motta.

El empresario acotó que ambos proyectos son para "reemplazar y actualizar las nuevas técnicas y las nuevas prácticas que hay en materia de producción cárnica y en la parte de producción aviar en general".

Luego comentó que el producido estará "dedicado al mercado interno y a la exportación pero indudablemente la avicultura tiene un perfil hacia adelante donde hay que mirar que la exportación es nuestro camino. Hoy en día, el mercado interno está totalmente abastecido. El mercado interno está entrando en competencia con lo que son carnes rojas o de cerdo pero creemos que el camino a seguir es el del mercado internacional y es donde estamos incursionando de reforzar y optimizar todo el campo productivo".

"Las inversiones en los dos proyectos están entre los 15 y 20 millones de dólares cada uno. En el caso de Calisa, que es el proyecto en Racedo, tiene un tiempo estimado de obra de alrededor de dos años, y el Conscripto Bernardi es de aproximadamente tres años", agregó.

En cuanto a las fuentes de trabajo que generarán ambos proyectos, Augusto Motta precisó que "en la primera etapa vamos a estar hablando de entre 50 y 60 personas y en la segunda etapa podremos tal vez duplicar este número".

El empresario agregó que "nuestro destino está puesto en la exportación"

CHILE

Nuevo récord en producción de huevos para consumo

De marzo de 2017 a marzo de 2018, la producción de huevos de mesa en Chile creció en un 6 por ciento, incluyendo el importante envión vivido en el primer trimestre de la presente vigencia, cuando se lograron 1,000 millones de unidades como nuevo récord histórico para un lapso similar.

El diario Estrategia explicó que estos registros indican que "la cifra representa un incremento del 5.8 por ciento sobre igual período del 2017. El año pasado, el sector alcanzó un volumen total de 3,842 millones de unidades, con un alza de 4.2 por ciento sobre lo vivido en 2016".

Añadió el informe que estos "buenos resultados se atribuyen al aumento sostenido en el consumo per cápita local. Este en 2013 alcanzaba solo 183 unidades y en 2017 cerró con 209 unidades".

"Los consumidores están cada vez más preocupados en reducir la ingesta de grasas o carbohidratos y reemplazarlos por proteínas. En los estudios que se han realizado, el huevo aparece muy bien evaluado ya que la mayoría de las personas piensa que es rico un alimento nutritivo y, además, accesible en precio. Ahí, creo, están las razones que explican el mayor consumo", destacó el gerente de Chilehuevos, Patricio Kurte.

Kurte afirmó que el consumo de huevos en Chile supera el de algunos países europeos y que podría aumentar por el reconocimiento del público en el valor nutritivo de dicha proteína animal. De hecho, países latinoamericanos como México y Argentina tienen consumos mayores, de 374 y 280 unidades por persona, según la base de datos de las empresas avícolas líderes de WATT.

ECUADOR

Sobreproducción de huevo afecta la avicultura ecuatoriana

En la provincia de Tungurahua, en el centro montañoso de Ecuador, los empresarios avícolas dedicados a la producción de huevo se quejan por los bajos precios de este alimento, ocasionando pérdidas significativas a este segmento agroindustrial.

"No sabemos qué vaya a pasar con esta crisis, estamos preocupados", dijo David Rosero, representante de la Asociación de Avicultores de Cotaló.

El dirigente regional aseguró que el precio del huevo empezó a bajar desde enero de este año, situación que ha generado pérdidas en las granjas. "La sobreproducción es el principal problema que afecta a este sector productivo de la provincia, aunque los altos costos de la soya y el maíz para alimentar a las gallinas también son parte del problema".

Explicó el reporte que "la cubeta de huevos que normalmente los productores vendían a US\$ 3, actualmente se vende por US\$ 2,40 situación que hace que los pequeños productores cierren las puertas de sus negocios, pues esos 60 centavos que pierden por cubeta son imposibles de recuperar".

Rosero propone como solución "difundir masivamente el valor nutricional que tienen los huevos y cómo aportan a la buena salud, pues este alimento es una gran fuente de proteína, ayuda a mantener en buena forma la vista, es de fácil digestión, contiene cinco tipos de vitaminas, es antioxidante y favorece al sistema nervioso".

Por su parte, el presidente de la Asociación de Productores Pecuarios de la Sierra Central (Asopec), Gary Mera, afirmó que el problema con el precio de los huevos agrava la crisis del sector avícola nacional.

TRANSMUNE[®]

IBD



Transmune evita la reinfección y protege contra todas las cepas del virus.

Encarnación Ecuara 365 2° piso D (C1107CLA)
Puerto Madero, Buenos Aires, Argentina
www.ceva.com.ar / www.transmune.com

@CevaArgentina Ceva Salud Animal Argentina



Asociación de Avicultores Argentinos

Llega la nueva generación Delivery de Volkswagen

La nueva plataforma mundial de Camiones livianos de Volkswagen, fue lanzada en Argentina. Está desarrollada para el transporte urbano de cargas; La nueva generación Delivery brinda la conducción y el confort de un automóvil, con la robustez de camión. De esta manera, la compañía alemana apuesta al disputado segmento de las 3,5 toneladas a las 11 toneladas de carga.



Desde aquel octubre de 1998 en que desembarcaron en Argentina los primeros camiones de la marca hasta hoy, con el lanzamiento de la nueva generación Delivery, Volkswagen ha sabido revolucionar el transporte.

El nuevo Delivery de 9 toneladas, junto con el de 11 toneladas, son las primeras versiones de una extensa gama de productos que llegan a la Argentina con atributos de sobra para dar respuestas a las necesidades actuales y futuras de la logística urbana.

PROYECTO DE INGENIERÍA DE CLASE MUNDIAL

Un proyecto de ingeniería automotriz, que insumió 5 años de desarrollo, 2.000.000 horas de ingeniería, 150 profesionales dedicados, 200 horas de clínicas de producto con clientes y más de 4.000.000 de kilómetros recorridos en pruebas dinámicas, cuyo resultado se plasma en una completa y totalmente nueva gama de productos, con estándares mundiales, destinada a satisfacer las necesidades del transporte urbano de cargas, con versiones entre las 3,5 toneladas a las 11 toneladas de peso bruto vehicular.

ROBUSTEZ Y SINGULARIDAD A NIVEL MUNDIAL

La nueva generación Delivery fue proyectada y desarrollada para satisfacer las necesidades cada vez más crecientes de productividad y eficiencia en el transporte urbano de cargas.

Las líneas de diseño y el cuidado por los detalles son una de las novedades de esta nueva generación Delivery. Al mismo tiempo que se mantienen la fuerza, la robustez y la alta calidad de los productos Volkswagen.

El exterior está estructurado en una base robusta, con paragolpes, faros, y una carrocería con fuertes característi-

cas de diseño y una imponente imagen de marca.

El interior, se caracteriza por sus grandes dimensiones y el cuidado por la ergonomía de conducción y los detalles, estándares de Volkswagen.

El chasis y el conjunto propulsor se ofrecen de la forma más equilibrada posible preparados para maximizar la productividad de la operación.

La aerodinámica y el desempeño marcan presencia en este desarrollo: gracias al trabajo en conjunto entre el diseño digital y la ingeniería fue posible concebir un modelo repleto de innovaciones.

El ADN de los nuevos Delivery trae consigo atributos de robustez, bajo consumo, modernidad y una identidad fuerte, que será instantáneamente reconocida en las rutas o en la ciudad.

UN NUEVO MUNDO AL ENTRAR EN LA CABINA

Con el mayor espacio interno de su categoría, la cabina del nuevo Delivery reúne las mejores innovaciones en términos de ergonomía, confort, espacio interno y robustez. No fue fortuito que su desarrollo comenzara desde adentro hacia afuera: posición de manejo, empuñadura del volante, ajuste de altura del asiento, panel de instrumentos, portaobjetos y espacio suficiente para moverse en el interior de la cabina, para ir del asiento del conductor hasta el del pasajero de forma rápida, fueron las premisas iniciales.

Los asientos se hicieron de tejidos de alta resistencia e hidrorrepelentes, ideales para el día a día. Incluso la posición de los pedales fue mejorada de tal forma de adecuarla a las exigencias al tránsito lento de las entregas urbanas, sin exigir gran esfuerzo al accionarlos, reduciendo el riesgo de lesión por esfuerzo repetitivo (LER).

La cabina viene, también, con un nuevo sistema de basculación por medio de una palanca localizada en su interior. De fácil accionamiento, proporciona más seguridad y confort en los mantenimientos.

TODO ESTÁ A LA MANO

En panel frontal interior se destaca el concepto modular en el diseño, que le permite al operador organizar dispositivos, pudiendo optar por cambiar de lugar, la radio, el tacógrafo y cualquier otro equipo que haya incorporado. Se suma a esto el amplio conjunto de portaobjetos, desarrollado con el objetivo de facilitar la operación diaria del conductor.

TODO ESTÁ A LA VISTA

Al navegar por el display del panel de conducción, el conductor encontrará todas las informaciones del vehículo, del trayecto y del motor. Además de eso, podrá configurar funciones de confort, como del limpiador del parabrisas, trabas eléctricas y del volumen de alerta del panel de instrumentos.

Otra posibilidad será la de chequear el buen funcionamiento de los sistemas en el menú "diagnosis". O la de la función "econometro" que indica si la conducción está siendo económica o no, en términos de consumo de combustible.

PREPARADO PARA LAS MANIOBRAS DIFÍCILES EN LA CIUDAD

Conducción y confort de un automóvil con la robustez de un camión: este es el secreto del Nuevo Delivery, hecho a la medida para las operaciones en las ciudades. Al entrar en el camión el conductor sentirá que el Delivery, con su volante regulable y de menor diámetro, junto a la columna de dirección ajustable, proporciona la ergonomía de un automóvil.



La maniobrabilidad también se destaca como la mejor del mercado en su categoría, gracias a un menor radio de giro, lo que mejora la capacidad de adaptarse al tráfico urbano.

ECONOMÍA Y POTENCIA SUPERIORES

Las demandas de los clientes se satisfacen también en la motorización del nuevo Delivery, con calibraciones para economizar combustible y urea, además de un desempeño superior.

El modo de conducción económica es otra novedad del Delivery, a través de la cual el conductor puede recibir indicaciones sobre el momento ideal para cambiar de marcha, lo que preserva los componentes del desgaste y además potencia la reducción del con-

sumo de combustible.

Los versiones de 9 y 11 toneladas vienen equipadas con un motor Cummins ISF, de 3,8 litros y tecnología SCR, que poseen un torque máximo de 600 Nm, variando la potencia entre 165 y 175 cv.

Su diseño general fue optimizado para una reducción del 10% del peso total de la unidad. Eso se refleja en más capacidad de carga. Con esta y otras mejoras de la suspensión, frenos y ejes, los modelos de la línea pueden transportar al menos 400 kg a más que sus antecesores.

FUERZA PARA VENCER CUALQUIER DESAFÍO

Los nuevos modelos cuentan con

una transmisión ESO-6106, de 6 marchas sincronizadas. Esta moderna caja de cambios, con dos sobremarchas se adapta al tráfico urbano, proporcionado a su vez un mejor confort de manejo.

En breve estará disponible la opción de transmisión automatizada para los vehículos, basada en la versión manual, más cómoda para el conductor. Este elemento está en fase final de desarrollo.

El diámetro del disco de embrague fue aumentado en búsqueda de un menor desgaste y, consecuentemente, una durabilidad más larga.

EFICIENCIA EN EL TRANSPORTE

La disposición del tanque de diésel, que integra el depósito de urea propor-



Sintiendo la fuerza

La única vacuna contra CAV con bajo nivel de atenuación

AviPro® THYMOVAC

Sus planteles están en riesgo de una amenaza oculta. El Virus de Anemia Infecciosa Aviar juega un papel importante en la etiología de las enfermedades multifactoriales y puede conducir a un incremento en las infecciones y bajo rendimiento. Su lote de reproductoras merece una vacunación potente. Su plantel merece una sólida protección.

AviPro® Thymovac: Vacuna viva liofilizada contra la Anemia Infecciosa Aviar. Para administración en agua de bebida. Composición: 1 dosis contiene mínimo $10^{4.5}$ TCID₅₀ CAV, cepa Cux-1. Indicaciones: Inmunización activa de reproductores livianos y pesados e inmunización pasiva de su progenie contra la Anemia Infecciosa Aviar. Contraindicaciones: No vacunar aves clínicamente enfermas o debilitadas. No vacunar antes de las 8 semanas de vida ni en las 6 semanas antes del inicio de la puesta. Efectos colaterales: No conocidos. Interacción con otros productos: Ninguna conocida. Posología: Administrar 1 dosis por ave. Tiempo de retiro: 0 días. Sólo para uso veterinario. Almacenamiento: Mantener a + 5°C ± 3°C. No congelar. SENASA Certificado N° 04-178.

Referencias: 1. An Investigation of Undersized Broilers Condemned at Processing as Sep-Tox. Hoerr F et al. Annual AVMA/AAAP Meeting, 2004. 2. Chicken anemia virus and fowl adenoviruses: Association to induce the inclusion body hepatitis/hydropericardium syndrome. Toro H et al. Avian Diseases 2000; 44: 51-58. 3. Epidemiological and experimental evidence for immunodeficiency affecting avian infectious bronchitis. Toro H et al. Avian Pathology 2006; 35: 455-64.

SCRBRDVP00001

Todas las marcas son propiedad de Elanco, una División de Eli Lilly and Company.

Es un producto de

Elanco

Elanco Animal Health
Una compañía de Eli Lilly
Tronador 4890 Piso 12
C1430DNN, CABA
Buenos Aires - Argentina
www.elanco.com

Tel.: 0800-777-ELANCO (352626)
Email: pedidoselanco@elanco.com

Distribuidor Oficial

Lbx

www.bimex.com.ar

Laboratorios Bimex S.R.L.
Rauilés 2045, CABA
Buenos Aires - Argentina
+54 11 4523-7922/7170

ciona un conjunto más compacto, liberando más espacio en el chasis, reduciendo peso y volumen, y facilitando la implementación del carrozado.

La suspensión también se destaca. Fue proyectada con ballestas parabólicas, de bajo peso, para proporcionar confort y robustez.

Los frenos de tambor, conjuntamente con los sistemas ABS y EBD, son soluciones a medida para el tránsito lento de las grandes ciudades.

Las ruedas fueron optimizadas para aumentar la capacidad de carga, manteniendo las mismas características técnicas de desempeño.

ALTA TECNOLOGÍA DE MATERIALES

Estos vehículos además de utilizar materiales amigables con el medio ambiente, como los recubrimientos de fibras orgánicas, que traen yute en su composición, fueron proyectados de tal

forma que el 90% de sus componentes sean reciclables gracias al empleo de piezas y partes de acero y plástico polipropileno.

Los pedales también contribuyen para la reducción de peso de la cabina. Al utilizar plásticos de ingeniería en lugar del acero, se aumenta la resistencia y se reduce el peso en un 30%.

La estructura de la cabina se destaca aún más, pues el habitáculo cuenta con el refuerzo de aceros de alta resistencia, que la hacen más segura y resistente, atendiendo a los más estrictos requisitos de seguridad europeos (norma ECE R29).

LAS CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO DELIVERY, DE SERIE U OPCIONALES:

- ★ Aire acondicionado
- ★ Conector de aire para limpieza de la cabina
- ★ Elevadores de los cristales

- ★ Retrovisores con ajuste eléctrico
- ★ Seguro eléctrico de las puertas
- ★ Preparación para climatizador
- ★ Radio y altavoces pueden adquirirse con Piezas & Accesorios
- ★ Faros de niebla
- ★ Protección de los escalones
- ★ Preparación para PTO
- ★ Cruise Control
- ★ Alarma del cinturón de seguridad del conductor

CONOZCA LA NUEVA GENERACIÓN DELIVERY, MODELO POR MODELO:

DELIVERY 9.170 –diseñado para el trabajo en ciudad, posee un peso bruto total de 8.800 Kg.. Viene provisto con un motor Cummins ISF, de 3,8 litros y tecnología SCR, con torque máximo a 600 Nm y 165 cv de potencia y una transmisión manual Eaton ESO-6106 de 6 marchas.

DELIVERY 11.180 – Ideal para realizar entregas urbanas con agilidad, rapidez, u operando en trabajos de corta y mediana distancia, posee un peso bruto total de 10.700 Kg. Viene equipado con un motor Cummins ISF, de 3,8 litros y tecnología SCR, con torque máximo a 600 Nm y 175 cv de potencia y una transmisión manual Eaton ESO-6106 de 6 marchas.

MANUFACTURA 4.0 - UN NUEVO CONCEPTO DE PRODUCCIÓN

El nuevo Delivery también es sinónimo de salto tecnológico en su proceso de fabricación. Treinta y ocho nuevos robots confieren un nivel de automatización del 60% al armado de la cabina. El cien por ciento de las cabinas son medidas en la propia línea de montaje para garantizar el estándar de soldadura y más de 170 puntos son evaluados por los propios robots, que envían la información en tiempo real para el laboratorio de metrología de la fábrica.

Para albergar este avance de tecnología, Volkswagen amplió su área fabril en casi cinco mil metros cuadrados. El edificio para armar la cabina, donde se concentran los nuevos robots, tuvo una extensión del 30% e incorpora conceptos de sustentabilidad en su construcción, como la adopción de domos prismáticos –una especie de claraboya más moderna– para favorecer la iluminación natural, que sustituyen al equivalente de 114 lámparas de 400 watts, reduciendo así el consumo de energía.

Otras grandes inversiones se realizaron en la línea de montaje final, incorporando un equipo de alineación de suspensión independiente, y un robot para pegar el parabrisas delantero y trasero, siguiendo la tendencia mundial de la industria automotriz. ■



¿Mercados multifacéticos? ¿Desórdenes de personalidad?

No intente entenderlos, sólo adminístrelos. Los mercados agrícolas se encuentran faltos de tracción y sin tener claro la dirección, desempeñando un pobre movimiento.



Celina Mesquida, RJO'Brien

El mundo habla del clima y todo lo que vemos son mapas. Lo que fue sequía en Argentina, ahora es lluvia que interrumpe en parte las tareas de recolección. Además, lluvia y nieve en plena época de siembra en EE.UU., donde la preocupación en el atraso de la misma en maíz genera algo de incomodidad.

Pero no tan rápido, no pensemos tan linealmente. Al momento se sembraron 1,7 millones de hectáreas, mientras que a misma fecha del año pasado se habían sembrado 2,8 millones de hectáreas. Sin embargo, si pensamos en lo que resta por sembrar, para completar lo que estimó el USDA que se va a implantar de maíz, faltarían sembrar

33,8 millones de hectáreas, mientras que esta fecha el año pasado quedaban 32,8 millones. ¿Observan cómo en realidad no es tan grande esa diferencia?

Por otro lado, recientemente, los chinos impusieron un derecho del 178,6% sobre el sorgo estadounidense debido a sus conclusiones sobre investigación antidumping. Esto no fue un shock para el mercado, dado que este producto tenía algún tipo de restricción para acceder a China desde hace bastante tiempo. Sin embargo, las exportaciones de este producto a China eran interesantes.

A pesar de todo lo anterior, lo que preocupa es el precedente que esto pueda ocasionar en otros productos.

Esta situación con el sorgo no sería alcista para el maíz. Si bien no es exacto, si las exportaciones de sorgo a China cesan, será simplemente más sorgo que se podrá utilizar para producir etanol, así como también para consumo animal y, por qué no, en exportaciones a otros destinos, compitiendo con el maíz. Es así como, el precio de sorgo en EE.UU. bajó estrepitosamente y mantiene un interesante descuento con respecto al maíz spot, producto que puede ser reemplazado en las raciones para los que demanden reponer energía barata. En otras palabras, todo esto se traduciría en mayores stocks de maíz en Estados Unidos.

Con respecto al complejo sojero, la molienda de marzo de EE.UU. fue exce-

sivamente alta, la más impresionante de todos los tiempos y de todos los meses, y a pesar de que los márgenes de molienda retrocedieron desde sus máximos, el complejo no quiebra los rangos de precios establecidos desde los últimos dos meses. Los fondos en harina continúan muy largos, y equivalen a 60 días de molienda occidental. Esto lógicamente opera como un riesgo adicional a un mercado que por el momento escasea de noticias.

El trigo, por su parte, escribe su propio capítulo y se encarga de ser el protagonista. El clima en las planicies de EE.UU. continúa siendo desafiante y las lluvias no llegan con puntualidad. Si bien las condiciones Bueno + Excelente aumentaron un punto porcentual, también aumentó el estado Pobre + Muy pobre en la misma magnitud. La ecuación mundial de trigos se desbalancea y si bien los stocks de trigo desbordan, la sensación de menos que antes quiere preocupar.

Lo que parece una sentencia para quedarse, cambia, los cambios no siempre se dejan descubrir claramente a primera vista. Y mientras nos quedamos con la idea inicial de un barrido superficial del mercado, en otra capa aparecen nuevas dimensiones.

Este mercado no tiene sólo una versión, hay que estar preparado para cambiar -incluso cuando nadie lo haga-. ■

Celina Mesquida - RJO'Brien



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®

GRUPO
Motta[®]

La seguridad de la experiencia.

CABAÑA AVÍCOLA

Feller[®]

Nuestra razón, el cliente

REPRESENTANTE

 **Hy-Line**[®]

Genetic Excellens[®]

 **Cobise**

COMPLEJO DE ALTA BIOSEGURIDAD

BYPROT
RENDERING

Asado[®]
FOODSERVICE

Calisa
El pollo argentino.



grupomotta.com