



**Nicolás Soldatich, Economista**

"La devaluación en sí misma, no es solución a los problemas económicos que la Argentina ha vivido en los últimos 60 años".

# Cátedra

**AVÍCOLA & AGROPECUARIA**



**Opinión**

Héctor Motta considera que no es hora de discusiones, es momento de consensos.



**Empresas**

Martín Díaz sostiene que la innovación debe estar presente en todas las áreas



**Avicultura**

Para Jairo Arenázio, la agroindustria se consolidará en América del Sur

# 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

## La agroindustria apuesta al mundo, pero necesita el apoyo del Gobierno.

La creencia –tan errada como simplista– de que las exportaciones agroindustriales argentinas carecen de valor agregado, una vez más cobró protagonismo a raíz de las críticas de dirigentes, políticos, industriales –e incluso de algunos comunicadores– a la gira del Presidente Mauricio Macri por India y Vietnam, en la que logró acuerdos y avances para exportar limones, huevos y aceite de soja, entre otros productos. **Algunos dijeron que más que apostar al supermercado del mundo se apuntó a una verdulería.**

Queda claro que existe un gran desconocimiento acerca de la importancia que tiene la producción agroindustrial en términos de divisas, empleo, tecnología y desarrollo, así como también de las enormes oportunidades que se le presentan al país, con estos productos, en esos mercados.

Para tener una idea más precisa de la importancia que tienen la dimensión de estos mercados, en el caso de que Argentina consiguiera fortalecer sus exportaciones en esos destinos, es necesario destacar que India es hoy el segundo país más poblado del mundo, con 1200 millones de habitantes, y en pocos años será el primero, sobrepasando a China (hoy con 1400 millones); y que Vietnam tiene una población de 92 millones de habitantes –dos veces la Argentina–, y que hace muchos años mantiene un crecimiento de su economía al 6% anual.

Las estimaciones dan cuenta que ya en el año 2030, esa zona del continente asiático, tendrá 900 millones de personas que sólo se alimentarán con importaciones, ya que no podrán autoabastecerse. **India, más los países del sudeste asiático –no sólo China–, son esenciales**

**para el destino agroindustrial argentino.**

Ahora bien, en lo estrictamente vinculado con la industria avícola nacional, en su viaje a la India, Macri logró abrir el mercado para las exportaciones argentinas de huevo.

Por supuesto que esta noticia ha sido muy bien recibida por todo el sector productor, pero también es cierto que sin los derechos de exportación (3 pesos por cada dólar) que, por la crisis cambiaria, se reimplantaron en septiembre pasado, habría más recursos liberados para gastar en bioseguridad, implementos, alojamiento, etc. ¿La consecuencia? Mayores rendimientos unitarios, más producción global y un aumento de ingresos por divisas de exportaciones.

**Un tema no menor, es el referido al crédito: con tasas de interés y el acceso al financiamiento en condiciones similares a las de Brasil, Paraguay o Uruguay, por ejemplo, habría mayores incentivos para invertir.**

¿Qué ocurriría si la economía local ofreciera tasas de interés lógicas y no del 60% como se fijaron para frenar la estampida del dólar? Como mínimo, habría más dinero disponible destinado a proyectos productivos de exportación de empresas locales en vez de quedarse sólo en el circuito financiero.

Una vez más, el sector productor se encuentra solo librando una batalla desigual, donde los costos de producción se incrementan al ritmo de una inflación que no cede, y la rentabilidad aparece en escena como un trofeo cada vez más difícil de conseguir.

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



# sumario



**18 ECONOMÍA**  
**Nicolás Soldatich**  
El economista pone en tela de juicio el pensamiento económico local, teniendo en cuenta las cantidad de devaluaciones registradas en los últimos 60 años.

**38 EMPRESAS**  
**Ceva Business Program**  
La compañía, en conjunto con la Universidad Torcuato Di Tella, le brindó a sus clientes el Programa de Capacitación Integral de Educación Ejecutiva.

**56 AVICULTURA**  
**Cobb-Vantres**  
La compañía líder mundial en genética realizó su primer evento de negocios regional y eligió a nuestro país como punto de encuentro.

**26 OPINIÓN**  
**Héctor Motta**  
El empresario y dirigente entrerriano continúa apostando al crecimiento de nuestro país y está convencido de que éste debe surgir a partir de la industria agroalimentaria.

**44 NOTA DE TAPA**  
**CHR. HANSEN**  
Durante el Foro Económico de Davos, la compañía danesa fue elegida –entre 7.500 compañías analizadas en 21 países– como la empresa más sustentable a nivel mundial.

**64 INFORMES**  
**Cadenas Agroalimentarias**  
Se realizó una medición para el período 2001/2015, de las diferentes cadenas agroalimentarias (CAA), teniendo en cuenta diversas variables. Se identificaron 31 CAA.

## 8 POLÍTICA AGROPECUARIA

Se anunciaron nuevos beneficios para las Economías Regionales

## 10 AGROINDUSTRIA

Se presentó el Sello Alimentos Argentinos en la Global Food Safety Initiative

## 62 PORCINOS

Se presentó el nuevo Sistema de Información de Operaciones para la carne porcina.

# Nuevos beneficios para las economías regionales

El presidente Mauricio Macri anunció el aumento del Mínimo no Imponible sobre las cargas patronales, que beneficiará en forma directa a las economías regionales, y puntualizó que la medida representa “el primer paso de una nueva agenda productiva en la que vamos a trabajar todo este año”.



Mauricio Macri

**E**l presidente Mauricio Macri anunció un beneficio impositivo para pequeñas y medianas empresas (pymes) de las economías regionales con potencial exportador para impulsarlas a que contraten más trabajadores y produzcan más: el aumento del Mínimo no Imponible.

El Jefe de Estado remarcó que la disposición “es producto centralmente del diálogo que tenemos con las cámaras que representan a las industrias y productores de todo el país. Es, en definitiva, un paso más para seguir normalizando a la Argentina, seguir construyendo un Estado que promueve el trabajo de calidad y no que le pone trabas con impuestos y cargas”, sostuvo.

**El Presidente formuló el anuncio en el Salón Blanco de la Casa Rosada ante representantes del sector, acompañado por el ministro de Producción y Trabajo, Dante Sica.**

Asistieron los gobernadores de Chaco, Domingo Peppo; de Entre Ríos, Gustavo Bordet; de Santiago del Estero, Gerardo Zamora, y de Río Negro, Alberto Weretilneck; el secretario de Agroindustria, Luis Etchevehere, funcionarios del Gabinete nacional y legisladores.

**“Con cada productor que crece, es claro que crece la Argentina”, afirmó Macri.**

La medida establece que ningún empleador va a pagar impuestos al trabajo por empleados que perciban hasta 17.500 pesos y para aquellos que co-



bren por encima de ese monto lo van a hacer sólo por la diferencia.

**Macri remarcó que de esa forma “empleados y empleadores puedan enfocarse en el trabajo y poder desarrollarse sin tener que preocuparse por las cargas impositivas” que la actividad genera.**

Señaló que favorece especialmente a “todos los que forman parte de las economías regionales, que son el corazón de muchas ciudades y pueblos del interior”.

**Destacó el diálogo que el Gobierno abrió con las cámaras que representan a las industrias y productores de todo el país y recalcó que “si todo crece es obvio que crecemos todos”.**

Y agregó que es “el primer paso de una nueva agenda productiva en la que vamos a trabajar todo este año, en la que va a haber muchas novedades a partir de este diálogo que tenemos y este trabajo en equipo”.

**Entre las economías regionales alcanzadas se encuentran uvas, tabaco, manzana y pera, cítricos, frutas tropicales y de carozo, secas, bulbos, bro-**

**tes, raíces y hortalizas de fruto, yerba mate, maní, sésamo y jojoba.**

También las productoras de vinos, azúcar, leche bovina, pescados de mar y crustáceos, muebles, conservas de frutas, huevos, hortalizas y legumbres, arroz, yerba mate y jugos naturales, entre otras.

**El beneficio alcanza en forma directa a 250 mil trabajadores, distribuidos en 24 mil empresas presentes en todas las provincias, con excepción de la Ciudad de Buenos Aires.**

Macri puso de relieve la apertura de nuevos mercados en el exterior y subrayó que “cuando un producto argentino llega a una góndola del otro lado del mundo” lo hace acompañado “de nuestro esfuerzo, de todo lo que somos capaces”.

**En ese sentido, señaló que la visita a la India y Vietnam apunta a “contarles las cosas buenas que los argentinos tenemos para ofrecer, para hacer, y para buscar más posibilidades de trabajo y crecimiento para todos”.**

“Vamos a llevar a Asia nuestro trabajo y talento en sectores como agroin-

dustria, energías renovables, tecnología, servicios basados en el conocimiento”, añadió.

**“Son enormes oportunidades económicas las que se abren para nuestra industria nacional, en especial para la gran familia PyME que es el corazón de la Argentina”, enfatizó Mauricio Macri, y subrayó que “van a abrir nuevas oportunidades de trabajo para el futuro”.**

En tanto el ministro Sica, en una rueda de prensa, sostuvo que “evaluamos todas las variables y pensamos que este era un momento importante para darles un impulso a las economías regionales”.

**“Les genera una ganancia de competitividad importante para aprovechar las mejoras que tenemos para el mercado externo”, puntualizó.**

Agregó que la medida “está dentro de las pautas que tenemos en el Presupuesto para cumplir con el equilibrio fiscal y nos permite empezar a trabajar en una agenda productiva enfocada en la salida exportadora y en las mejoras de competitividad transversal”. ■

# Se presentó el Sello Alimentos Argentinos en la Global Food Safety Initiative

Del encuentro participaron cerca de 50 representantes de los gobiernos de distintos países y de organismos internacionales relacionados con la seguridad alimentaria.

**E**l secretario de Alimentos y Bioeconomía, Andrés Murchison, presentó el trabajo que lleva adelante la Secretaría de Gobierno de Agroindustria para avanzar en un proceso de reconocimiento del Sello de Calidad Alimentos Argentinos al esquema de normas de GFSI, al participar del encuentro mundial anual de la Global Food Safety Initiative que tuvo lugar en Niza, Francia.

“La estrategia argentina de posicionamiento de sus alimentos en el marco del Sello de Calidad Alimentos Argentinos, incluye los sectores más dinámicos y competitivos del país, como carne bovina, vinos, productos de la pesca, frutas, harinas, aceites, miel, lácteos. Más de 250 productos están distinguidos con este Sello de Calidad”, explicó Murchison, al recordar el acuerdo firmado en noviembre de 2017 para que las empresas nacionales que cuenten con el Sello, en particular las PyMEs, a través del trabajo que se está llevando adelante, obtengan el beneficio de poder acceder a la grandes cadenas de supermercados mundiales, nucleadas en Global Food Safety Initiative (GFSI), sin la necesidad de certificar otras normas de calidad adicionales.

Durante el encuentro, se distinguió a la empresa de ingredientes y especialidades para alimentos, Alfa Argentina –representada por Javier

Torres–, con el Global Market Award por la utilización del programa de mercados globales en forma ejemplar, en la búsqueda de la seguridad alimentaria. En la entrega de premios estuvieron presentes, además del Secretario Murchison; Ana Vera, Food Safety Manager de Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia, miembro de GFSI, y Anne Gerardi, GFSI Senior Project Manager.

De esta manera Argentina mostró el proceso que viene liderando en América Latina, con el ejemplo de las empresas que trabajan bajo estrictas normas de calidad, con el objetivo de brindar mayor seguridad a los consumidores del mundo.

**Del encuentro participaron cerca de 40 representantes de los gobiernos de distintos países y de organismos internacionales relacionados con la seguridad alimentaria.**

A su vez, también se llevó a cabo la conferencia mundial con más de 1.000 participantes para analizar las tendencias en materia de comercio y seguridad alimentaria.

**La Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI por su sigla en inglés) reúne a los actores principales del sector de alimentos para impulsar de forma colaborativa la mejora continua en los sistemas de seguridad alimentaria alrededor del mun-**

**do, en un espacio de trabajo que permita profundizar la articulación público privada y generar confianza entre los principales compradores de alimentos del mundo.**

Los líderes de la industria crearon GFSI en el año 2000, con el fin de encontrar soluciones a preocupaciones colectivas, particularmente para reducir los riesgos de seguridad alimentaria, la duplicación de auditoría y costos, al mismo tiempo que construir confianza en toda la cadena de suministro.

**La comunidad de GFSI trabaja en forma voluntaria y está compuesta por líderes mundiales expertos en la industria alimenticia de empresas minoristas, fabricantes y empresas de servicios alimentarios, así como también de organizaciones internacionales, instituciones académicas y proveedores de servicios para la industria alimenticia global. ■**



# 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 participación del Estado en la renta agrícola se redujo a fines de 2018

La Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA) publicó su informe trimestral sobre la participación del Estado en la renta agrícola. La medición de diciembre marca una participación del 60,5% para el promedio ponderado de los cultivos de soja, maíz, trigo y girasol.



La última medición de 2018 realizada por FADA marca una participación de los impuestos sobre la renta agrícola del 60,5% para el promedio ponderado de los cultivos de soja, maíz, trigo y girasol. Es decir, que de cada \$ 100 de renta (valor de la producción menos costos) que genera una hectárea agrícola, \$ 60,50 se lo llevan los distintos niveles del Gobierno.

Esta participación del Estado sobre la renta agrícola, analizada por cultivo,

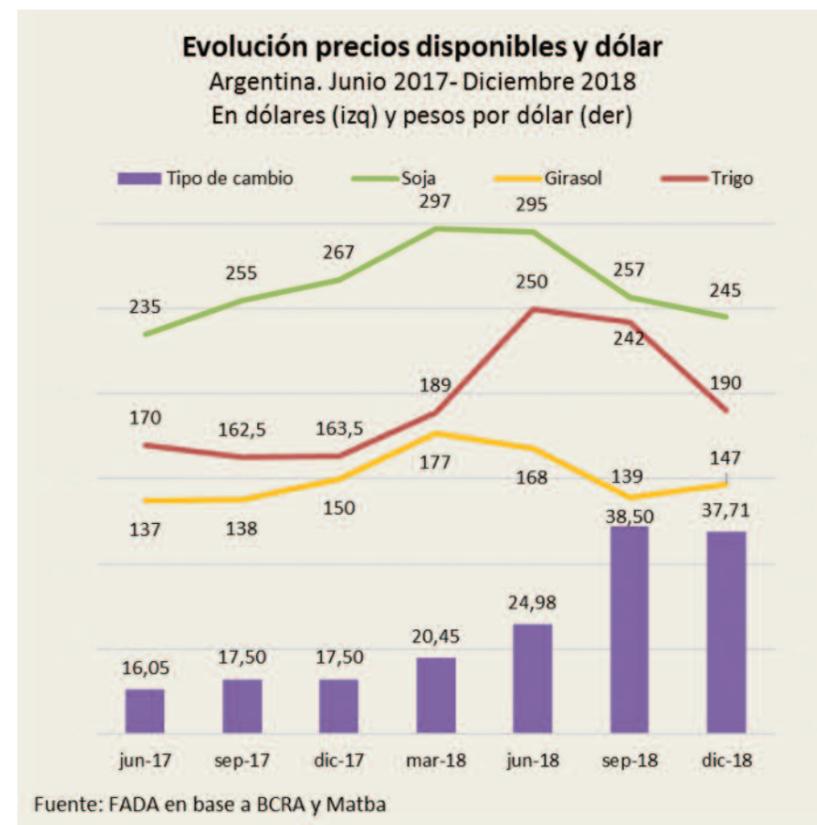
es: en soja, 66%; en maíz, 51,1%; en trigo, 51,3%; y en girasol, 68,4%.

Vale la pena destacar que la actual medición muestra una caída de 0,3 puntos porcentuales en relación a la medición de septiembre de 2018, cuando el índice marcó una participación del Estado en la renta agrícola del 60,8%.

Según David Miazzi, Economista Jefe de FADA, los principales impulsores del cambio son:

★ **Caída de los precios de soja, trigo y girasol, aumento de maíz, esto impulsa un aumento del indicador;**

★ **Deterioro del tipo de cambio real, por la incipiente caída del tipo de cambio con respecto a la medición de septiembre, pero aumentos de costos en labores que impactan en este índice, y aumentos de costos de fletes que impactarán en el de marzo cuando ya se esté en época de cosecha. Esta situación impulsa un aumento del indicador;**



★ Como ya está iniciada la campaña 2018/19, se utilizan rindes promedio de las tres campañas previas a la 2017/18, por lo que el efecto sequía deja de operar en los cálculos, esto impulsa una baja del indicador por mayores rindes;

★ En términos de impuestos no hay cambios, ya que los derechos de exportación ya estaban vigentes en la medición anterior, y los incrementos de inmobiliarios rurales tasas viales recién tendrán impacto a partir de enero.

## PRECIOS

Con respecto a septiembre de 2018, se observan caídas en los precios disponibles en dólares de tres de los cuatro cultivos considerados. La soja cayó un 7%, el trigo un 6%, y el girasol un 12%. El maíz tuvo un incremento de 9%.

Si la comparación se hace contra diciembre de 2017, se observa un movimiento negativo de 8% para soja, 2%

para maíz y del 24% para girasol y un incremento del 16% en el trigo. En este punto hay que tomar en consideración que maíz, trigo y girasol tienen un impacto negativo de 10,6% por efecto de los nuevos derechos de exportación, mientras que soja tenía en diciembre de 2017 una alícuota del 30% y al día de elaboración del presente informe una alícuota del 28,6%.

## DÓLAR

Durante todo el 2018 el incremento del tipo de cambio fue del 115%, pero si analizamos el último trimestre de 2018, la caída fue del 2,1%.

Por su parte, los costos de labores se han incrementado cerca de un 15% en pesos con respecto a septiembre. Este aumento se vio amortiguado por el resto de costos dolarizados, como fertilizantes y fitosanitarios, por lo que los costos de producción tuvieron un incremento en pesos de alrededor de un

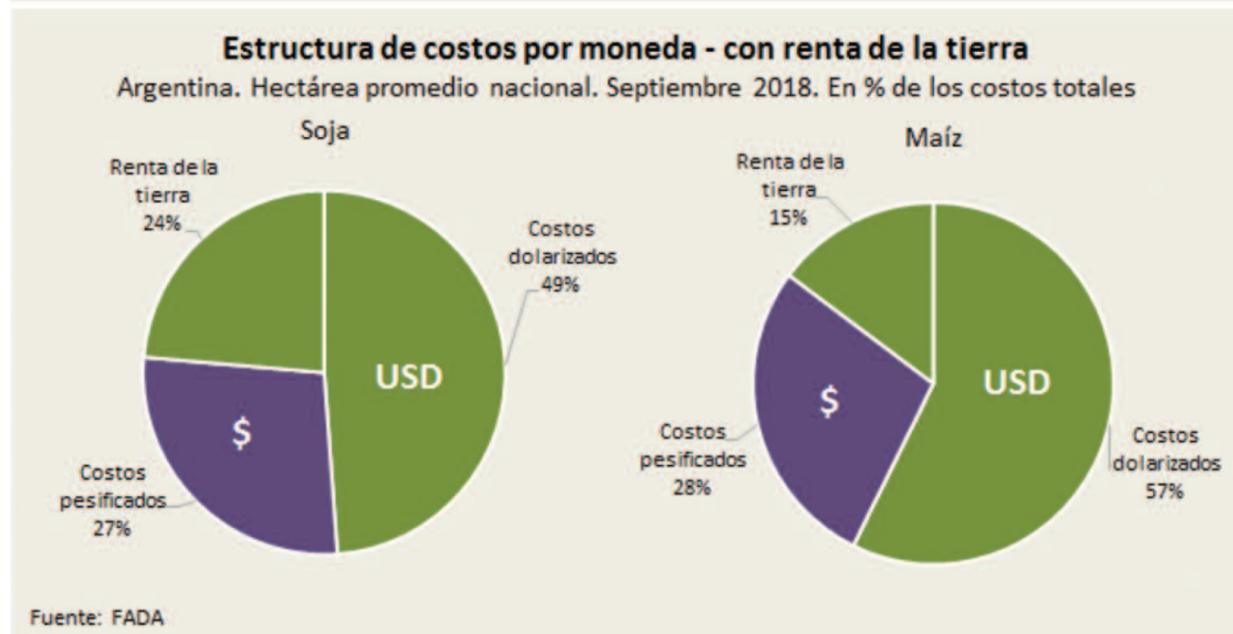
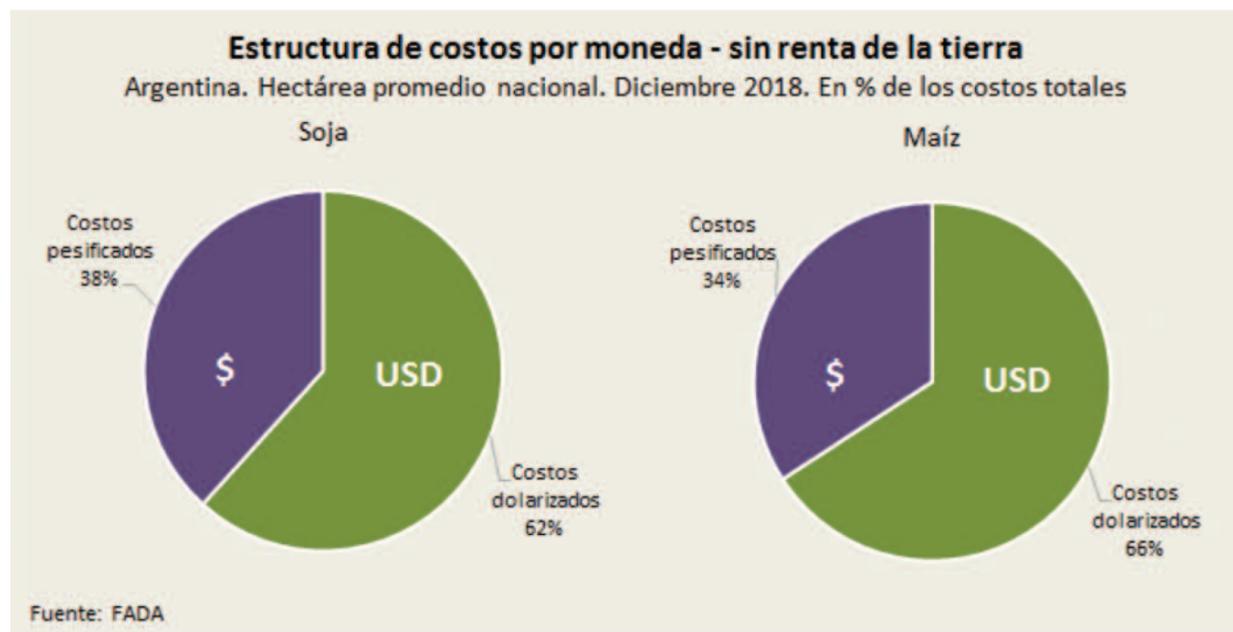
1%. Este incremento de los costos en pesos, con un tipo de cambio que ha tenido una incipiente baja, genera algún deterioro del tipo de cambio real efectivo del sector.

Si se analiza la estructura de costos de los cultivos de acuerdo a la moneda en la que están expresados, se puede identificar que un 62% de los costos de una hectárea de soja están estrictamente dolarizados mientras que el restante 38% está pesificado. Esta relación en junio era 59%-41%, pero al crecer de manera abrupta el tipo de cambio, hace que los componentes dolarizados tengan mayor peso relativo. Mientras que en septiembre era 64%-36%, indicando cómo los costos en pesos sufrieron inflación y ganaron participación relativa.

Si se considera la renta de la tierra dentro del esquema de costos, los costos dolarizados en una hectárea de soja pasan a representar el 73%.

El componente en pesos también suele tener una alta relación con el dólar por dos motivos: la rápida transmisión de la devaluación a los precios que hay en una economía inflacionaria como la argentina; y porque dentro de los costos pesificados está, por ejemplo, el flete, cuyos costos dependen en gran medida del precio del combustible y este está ligado directamente al precio del petróleo y del dólar. Lo mismo ocurre con las labores. Además de que el valor de los camiones y maquinaria también guarda correlación con el tipo de cambio.

En el caso del maíz, como los fertilizantes y semillas tienen más peso que en el caso de la soja, los costos dolarizados ascienden al 66% de la estructura, mientras que los pesificados alcanzan el 34%. Si se considera la renta de la tierra, el peso de los costos dolarizados asciende al 72%.



**ÍNDICES PROVINCIALES:**  
Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, San Luis y La Pampa

Mientras el índice FADA nacional es de 60,5%, Córdoba registra un 59,3%, Buenos Aires 63,4%, Santa Fe 61,0%, La Pampa 60,6%, y San Luis 57,9%.

En estos resultados, se conjugan los rindes, los impuestos provinciales y locales y los fletes, que generan efectos distintos sobre cada uno de los cultivos.

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.

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 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

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



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



**altos en términos absolutos en Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires, y más bajos en San Luis y La Pampa.**

Los impuestos provinciales presentan divergencias. En el caso de Buenos Aires, significan unos \$ 806 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 \$ 930, representando un 2,4% 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 1,04% 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.

**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 \$ 443. 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 cobran 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.**

★ **Para resumir la sección de impuestos provinciales:**

1. En todas las provincias analizadas se paga impuesto inmobiliario rural;
2. 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.

**3.** Buenos Aires y Santa Fe tienen tasas municipales, mientras que La Pampa tiene las guías cerealeras.

Córdoba y San Luis no tienen imposiciones a nivel local.

**4.** San Luis y La Pampa tienen impuestos al estilo de aduanas internas.

### COSTOS

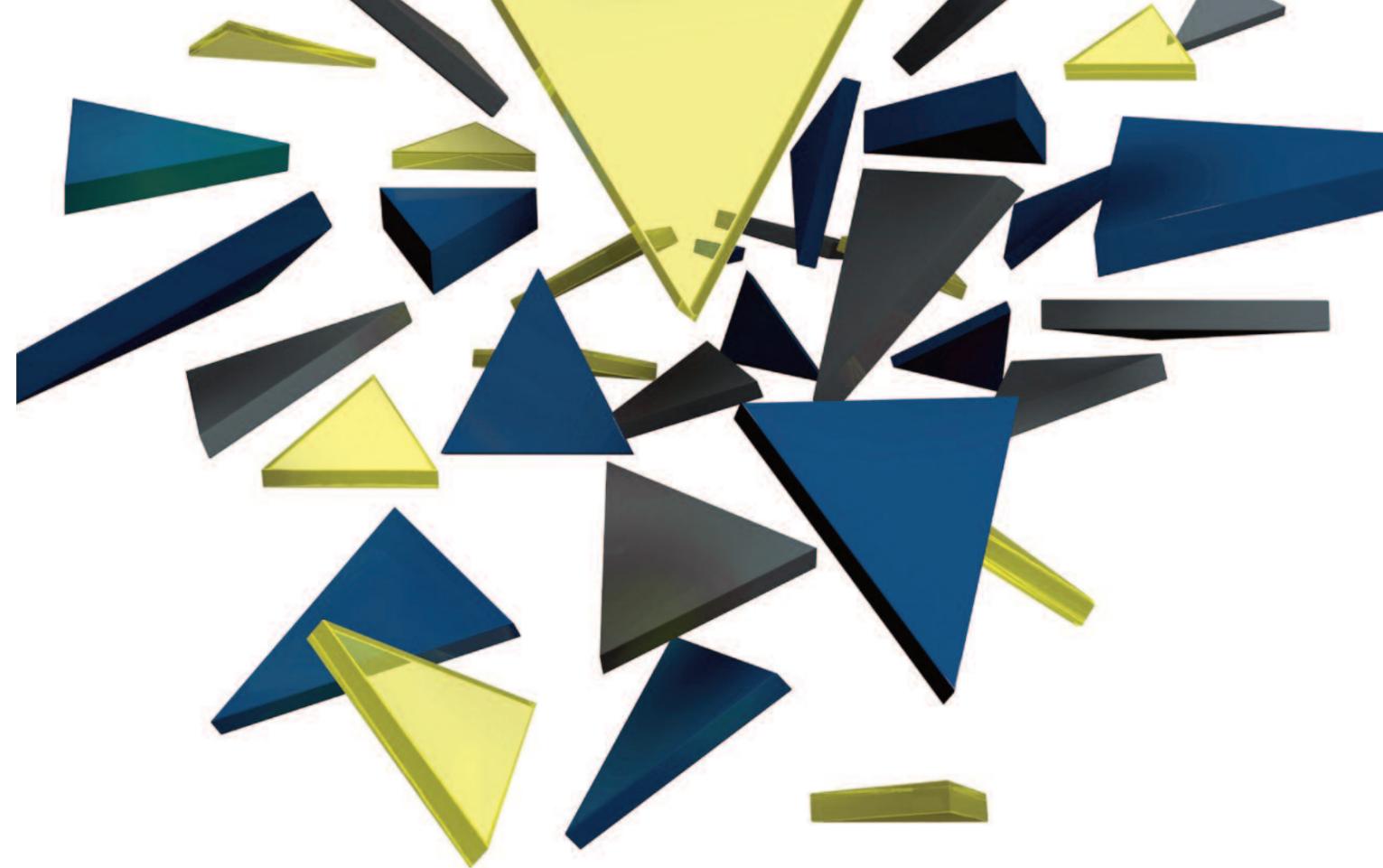
**Para profundizar en cada caso, se analizan los costos involucrados en una hectárea de maíz, para tomar como ejemplo. En el cálculo del índice se toma desde el valor FOB al resultado después de todos los impuestos. Por ello, se consideran los costos de exportación (fobbing), comercialización, transporte, seguros, administración y producción.**

Al analizar los costos, resaltan dos puntos. El primero, los gastos de fobbing representan entre el 11% y el 14% 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.

**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 18% de los costos en Buenos Aires, en Córdoba el 21%, en San Luis el 21% y en La Pampa el 22%. En Santa Fe, como el grueso de la producción se encuentra relativamente cerca de los puertos, representa el 12%.

**Este indicador se ha reducido drásticamente con respecto al año anterior, porque creció el valor de la producción por encima de lo que creció el costo de transporte, como efecto de la devaluación. ■**



# 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



# “La devaluación no soluciona los problemas de la Argentina”

Un estudio realizado por el economista Nicolás Soldatich pone en tela de juicio el pensamiento económico en referencia a sus corrientes devaluacionistas –de gran influencia en Argentina–, teniendo en cuenta las cantidades de devaluaciones que ha vivido nuestro país los últimos 60 años.



**Desde hace muchos años, existe la creencia de que una devaluación corrige los desajustes de la economía y la coloca en una senda de crecimiento... ¿Esto es realmente así?**

No, todo lo contrario. Y estoy totalmente convencido de ello. He realizado un estudio respecto de este tema y estoy seguro que a medida que el mismo se extienda en la comunidad académica, abrirá un debate muy interesante.

Sobre todo porque **el trabajo está sostenido en un pormenorizado proceso de estudio econométrico sobre una serie de tiempo que abarca un período de 10 años, y los resultados son contundentes**, ya que durante el período estudiado se sostiene la estructura probabilística, es decir, que los resultados y las relaciones encontradas entre las variables se sostienen independientemente del tiempo.

**¿Como surge la idea de llevar adelante este estudio?**

Resulta muy interesante investigar la economía argentina. Y padecerla, de alguna manera, lo hace motivante... El estar vinculado con las fuentes de investigación, te permite ver las posibilidades. **Entre mi actividades profesionales, me desempeño como profesor en la Prefectura Naval Argentina, lo que me permite estar estrechamente**

vinculado con el tráfico fluvial y marítimo, que es el modelo rector del estudio en cuestión.

*Algo así como el camino a recorrer de lo que se quiere investigar...*

Sí, pero con muchas menos certezas de lo que la gente se imagina. De hecho, en las investigaciones –ya sean económicas, químicas, médicas, físicas, etc.–, la metodología es común: todos partimos de una hipótesis y recorremos el camino que la ratifica o rectifica. **Sin embargo, muchas veces nos topamos con resultados sorprendentes que superan nuestras expectativas e incluso contradicen lo que creemos o lo que buscamos probar.** Esta investigación comenzó con la recopilación de datos, la construcción de una serie de tiempo de diez años, a la que luego se le realizaron las pruebas de características econométricas para poder determinar su estructura probabilística y su dependencia o independencia del tiempo... Hasta aquí, un proceso normal, ya que la serie de tiempo cumplía con las características y consistencias necesarias para poder elaborar un índice que sea representativo en condiciones estáticas –es decir, una foto de la realidad–, y en condiciones dinámicas –mostrarlos la película, el trayecto–. Pero también es cierto que construir este índice tuvo características peculiares.

**¿Qué tipo de peculiaridades?**

Peculiaridades que surgieron cuando decidí llevar más allá el trabajo de lo que la construcción de un índice requería, es decir, estudiar el comportamiento de la serie durante ese trayecto de tiempo, que no es más ni menos que intentar explicar ese comportamiento. **Muchas veces vemos series de tiempo, como la inflación en Argentina, y vemos que nos muestran un gráfico con una línea que se asemeja a los**

**dientes de un serrucho u ondulaciones que pueden ser más o menos pronunciadas, o bien un trayecto errático como un electrocardiograma de una persona con afecciones cardíacas. Esto se debe a diferentes factores, o alguno en especial que afecta a esa variable y le provoca ese comportamiento.** Descubrir cuál es esa variable que explica ese comportamiento es el verdadero trabajo de investigación.

*Ahí es donde entran en juego la prueba y el error...*

Exacto, tratando de errar lo menos posible. Uno siempre tiene algunas hipótesis sobre a debe su comportamiento. En esta investigación, la serie de tiempo y la construcción del índice, se referencian al movimiento de buques, en operaciones de Descargas y Cargas, tanto en el sector fluvial –puertos en ríos–, como en el sector marítimo –puertos en los mares–, pero medido en toneladas de Descargas y Cargas. **La propia Organización Marítima Internacional, ha publicado estudios y artículos que demuestran que, por lo menos, el 90% de las mercancías del mundo se transportan a través de buques**, lo que es algo muy lógico si pensamos que el 71% de la tierra es agua compuesta por mares y ríos. Por lo tanto, en nuestro país, es más que admisible asociar que las Descargas de buques están vinculadas a las Importaciones y que las Cargas a las Exportaciones. De esta forma, el índice de Actividad Fluvial y Marítimo es sumamente representativo de la balanza comercial y también del comercio exterior.

**Para estudiar el comportamiento del comercio exterior, ¿deberíamos analizar las variables que componen la balanza comercial?**

No necesariamente. A modo de ejemplo, cuando el reconocido físico

Stephen Hawking, teorizó en su libro “Breve Historia del Tiempo” sobre el Big Bang –como el hecho singular que dio origen al universo y todo lo que lo constituye, incluyendo nuestro sistema solar y demás–, no tenía la foto de esa singularidad, pero sí tenía todos los residuos que dejó, incluyéndonos a nosotros. Con el mismo criterio podemos probar que una persona disparó un arma por los restos de pólvora que quedó en su mano. O bien, podemos investigar –como lo hace el INDEC–, con la balanza comercial en forma directa, o analizar su comportamiento a través de las consecuencias derivadas de la esa actividad. **En este caso, la forma más representativa, es a través del movimiento de buques, dado que prácticamente todo el comercio se mueve a través de este sistema.**

**¿Cuáles son las hipótesis que existen respecto de los comportamientos en relación a las variables que pueden afectar la actividad?**

En primer lugar debemos analizar lo que sostiene la mayoría de los economistas: **“los cambios de la balanza comercial y por consecuencia el comercio exterior, son explicados por los movimientos del tipo de cambio”.** Dichos en otros términos, una importante devaluación inicial, corrige los precios relativos de la economía, y los coloca en función de los transables (exportables). La economía recupera competitividad en el corto plazo y se revierte el déficit de la balanza comercial y con eso se va equilibrando y financiando genuinamente el déficit fiscal hasta que se transforma en superávit. En segundo lugar, opte por el estimador mensual de actividad económica que elabora el INDEC. **Era pertinente la hipótesis de que dichas variables son relevantes, toda vez que un incremento de la actividad económica im-**

plica un incremento de los flujos de comercio exterior.

**¿Esto no es así?**

No. Para explicar el comportamiento del índice en esos 10 años se desarrolló un "modelo matemático que constituye la definición del problema de investigación empírica que se quiere llevar adelante". La idea central es esencialmente que cuando se define el modelo matemático se realiza una "Selección de Variables", que viene determinada por la teoría económica. En este trabajo, se utilizó un modelo exponencial que vincula la Actividad Fluvial y Marítima (AFM) relacionada al comercio exterior con el tipo de cambio nominal (TCN) y el estimador mensual de actividad económica (EMAE) elaborado por el INDEC que, en un período de 12 meses acumulados, arroja el valor de cómo nos fue con el PBI.

**¿Y cuáles fueron los resultados de esta investigación?**

Como resultado de la investigación y las pruebas realizadas en función de la estimación, se llega a la conclusión que existe una relación técnica entre la AFM y el tipo de cambio en forma positiva e inelástica (elasticidad = 0,13); y que existe una relación técnica positiva respecto del nivel de actividad y elástica (elasticidad = 1,97). Por lo tanto, se verifica que, ante un incremento de 1% del tipo de cambio, la Actividad Fluvial y Marítima se incrementa en 0,13%; mientras que ante un incremento del 1% del nivel de actividad, la Actividad Fluvial y Marítima se incrementa en 1,97%. Los resultados obtenidos son representativos, ya que la mayor parte de las exportaciones son productos agrícolas y el flujo de salida depende de las condiciones y estacionalidades del clima y la tierra. Por otra parte, el flujo de

importaciones, cuya mayor participación se vincula a bienes de capital, no se espera sea sensible al tipo de cambio sino mayormente al nivel de actividad. Justamente por ello, puede apreciarse que la Actividad Fluvial y Marítima es mucho más sensible al nivel de actividad. En este caso, por el incremento de la actividad agropecuaria e industrial, se espera que el flujo comercial se incremente.

**¿Es un mito entonces afirmar que devaluando y con un tipo de cambio alto mejoramos las exportaciones, revertimos el déficit de la balanza comercial y comenzamos a generar dólares genuinos?**

Así es. La balanza comercial no reacciona en el corto plazo a las modificaciones del tipo de cambio. De hecho, que su elasticidad sea de 0,13, es que tiende a cero. Esto se corrobora perfectamente con los datos de 2018 y lo que va de 2019. El año pasado se efectuó una devaluación cambiaria prácticamente del 100% -la más importante en nuestro país desde 1957-, y el comercio no creció, se achicó el déficit de la balanza por el efecto precio, pero seguimos exportando lo mismo, importamos menos y tenemos los mismos problemas que en el período anterior.

**¿Por qué un tipo de cambio alto es más conveniente que un tipo de cambio atrasado?**

Lo que la investigación demuestra a través de esta relación técnica, es que la devaluación en sí misma no es solución a los problemas económicos de la Argentina. Distinto sería que en el marco de un plan económico integral y abarcativo, se sostenga una política de tipo de cambio alto en el largo plazo, con equilibrio fiscal y superávit comercial... pero estamos hablando de un

plan económico que este Gobierno nunca tuvo. Repasemos un poco de la historia de las devaluaciones en nuestro país, o por lo menos las más importantes asociadas a una política de shock. La primera fue en octubre de 1958, cuando Arturo Frondizi devaluó un 68,2% y la inflación se aceleró a 113,7%. Esta fue la primera vez en Argentina que la suba de precios superó los dos dígitos. Esto generó una caída del 20,3% del salario real, cayó el consumo y el PBI se contrajo 6,5% en 1959. Como consecuencia de esto, y con el acuerdo del Fondo Monetario Internacional, se aplicó una política de austeridad que provocó una depresión económica. La segunda devaluación tuvo lugar en abril de 1962 con el Gobierno de José María Guido y el ministro de Economía, Federico Pinedo. El alza del tipo de cambio nominal fue de 64,5% en el año, el PBI per cápita y el consumo cayeron a niveles bajísimos, la utilización de la capacidad instalada cayó a menos del 55%, los precios y la tasa de desempleo aumentaron, hubo una importante reducción del gasto público y la recesión hizo que los recursos del Estado cayeran en una proporción mayor. La tercera devaluación se produjo en junio de 1975, cuando el ministro de Economía, Celestino Rodrigo, ajustó 99,3% el tipo de cambio nominal, junto a una liberación de precios y la suba de tarifas, con congelamiento de salarios. En los meses siguientes se efectuaron repetidas devaluaciones y, al finalizar el primer trimestre de 1976, la suba acumulada respecto a junio de 1975 fue de 873,7%. Esto fue conocido como "El Rodrigazo" y muchos se acuerdan como terminó. La cuarta devaluación fue en 1981, el ministro de Economía, Lorenzo Sigaut, -"el que apuesta al dólar pierde"- comenzó a devaluar el 2 de abril. Cuando terminó ese año, el aumento

**TRANSMUNE<sup>®</sup>**  
IBD



**CEVAC<sup>®</sup> TRANSMUNE** es un Complejo Inmune que detiene la reinfección y protege contra todas las cepas virales

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

@CevaArgentina Ceva Salud Animal Argentina ceva\_argentina





del tipo de cambio nominal fue de 225,8%, lo que provocó una contracción del 5,4% y el desempleo pasó del 2,5% en el período 1979-1980 a 4,8% en el año 1981. **La quinta gran devaluación fue en febrero de 1989 cuando la paridad cambiaria subió 61,1% en relación con el mes anterior, el PBI se contrajo el 4,4%, los salarios cayeron un 14% y la pobreza escaló para situarse en el 40,5% de la población.** Por último, recordemos la devaluación de enero de 2002 con el estallido de la convertibilidad y posterior devaluación violenta: la paridad trepó de 1 a 3 pesos por dólar de diciembre de 2001 a marzo de 2002. En este caso la finalización de la convertibilidad generó una de las crisis políticas y económicas más importantes del país con una contracción inmediata del PBI y un aumento histórico del desempleo, que llegó al 21,5% en mayo del 2002. **En resumen, las devaluaciones aplicadas en nuestro país tuvieron consecuencias recesivas en materia de actividad económica y regresivas en términos de distribución**

**del ingreso, fueron siempre manotazos de ahogados que nunca lograron por sí mismos corregir los problemas estructurales de nuestra economía.**

*¿Qué otras aplicaciones tiene este estudio?*

La investigación demostró que es sensible el movimiento de buques con el EMAE (Estimador Mensual de Actividad Económica), a partir de la relación técnica de 1.97, casi 2. **Esto implica que si Argentina pudiera crecer a un promedio anual del 3%, algo que no es una locura para un país como el nuestro, en un período de 10 años la actividad fluvial y marítima crecería un 60% en función de la relación determinada.** Esta relación técnica hallada es la más importante de todas, porque permite contar con una herramienta que no existía para la evaluación de proyectos de inversión en las áreas de transporte en forma integral y en definitiva, como la energía, son el centro nodular de las políticas de desarrollo que ningún país se debería privar.

*¿Podríamos decir que esta investigación es un aporte de aplicación inmediata a la economía argentina?*

La valoración la terminará haciendo la academia, por así decirlo. Ojalá muchos economistas la utilicen como punto de partida de nuevas investigaciones. **Sin duda que la creación del índice, y su posterior publicación por parte de la Prefectura Naval Argentina, no solo es un aporte a la información de la evolución del sector –como quedó demostrada a través de su vinculación directa con el comercio exterior–, sino que también da una nueva percepción de esa fuerza de seguridad federal, que tiene mayor impacto económico que policial, aunque ambas se complementan en muchos aspectos. En definitiva, el estudio hecha por tierra la creencia que la devaluación de la moneda es la solución a los problemas, y entrega al Estado y al sector privado una herramienta para el análisis y valoración de los proyectos de inversión en el área de infraestructura para el transporte y su relación con el crecimiento. ■**



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](http://www.dsm.com/animal-nutrition-health)

HEALTH · NUTRITION · MATERIALS



# Herramientas para promover la producción de Entre Ríos

Ceden un inmueble para un laboratorio de Bromatología y de Sanidad Animal en Rosario del Tala. Además entregan un camión perforador al municipio de Viale.

**E**l secretario de Agroindustria, Luis Miguel Etchevehere, visitó la provincia de Entre Ríos, para efectivizar la entrega de un camión perforador a la Municipalidad de Viale, y de un inmueble que pertenecía a la Junta Nacional de Granos a la Municipalidad de Rosario del Tala con el fin de instalar un laboratorio de Bromatología y de Sanidad Animal, y una feria para artesanos y productores.

Etchevehere aseguró que "desde el Gobierno Nacional valoramos profundamente los esfuerzos que realizan los pequeños productores y agricultores familiares para llevar adelante sus actividades. Por eso, creemos que es fundamental mejorar las condiciones productivas y de vida a través de herramientas concretas como las que estamos brindando hoy que permitan fortalecer la competitividad de cada producción".

En la localidad de Rosario de Tala, Etchevehere destacó que "el acondicionamiento de los predios del Estado Nacional para ponerlos al servicio de la producción, permiten no solo optimizar los recursos, sino también promover la competitividad en las diferentes regiones del país", al concretar el "Permiso de Uso" del predio ubicado en la esquina Avenida Libertad y Rebagliati.

Durante el acto, el titular de la cartera agroindustrial y el intendente local, Hugo Rubén Pitura, remarcaron la importancia de que la producción de la

región, tanto periurbana y rural familiar, cuenten con este predio de más de mil trescientos seis metros cuadrados (1.306,08m2), donde se pondrán en valor las edificaciones existentes, para desarrollar un laboratorio de Bromatología y de Sanidad Animal dependiente de la Secretaría de la Producción e Industria del Municipio.

"Nosotros venimos a ofrecer lo que hacemos a nivel nacional, dar competitividad, generar condiciones para que haya inversión y de esa manera generar arraigo territorial", afirmó el Secretario de la cartera agroindustrial.

Posteriormente, Etchevehere y los funcionarios de Agroindustria realizaron en Viale la entrega de un camión perforador, que estaba en posesión de la coordinación de Agricultura Familiar desde septiembre de 2018, para realizar en conjunto con el Municipio, pozos destinados para las producciones

ganaderas, agrícolas, o mixtas, entre otras, de beneficiarios inscriptos en el Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF).

Etchevehere y el intendente Uriel Brupbacher, resaltaron el valor de la colaboración entre Nación y Municipio, para apoyar la producción de la región. En este sentido explicaron que la Municipalidad aportará los insumos para los pozos (mechas de perforación), y la Coordinación de Agricultura Familiar la mano de obra.

Se estima que en total, en la localidad, se realizarán más de 25 pozos a través de una convocatoria por selección de proyectos presentados.

Para finalizar, Etchevehere y autoridades visitaron la urbanización integral del Barrio Francisco Ramírez, donde el Gobierno Nacional está invirtiendo casi 40 millones de pesos para mejorar la calidad de vida de 250 familias. ■



En APSA afianzamos día a día nuestro compromiso por ofrecer las mejores soluciones en Nutrición y Salud Animal



## Nuestras Líneas de Productos:



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,  
Probióticos y Prebióticos



Ingredientes Feed:  
Vitaminas  
Minerales  
Antioxidantes  
Aminoácidos  
Pigmentantes

Conócenos más! Seguinos en YouTube



Video Corporativo APSA



Video Premezclas Nutricionales Trazabilidad QR



Video Control de Calidad APSA



una empresa de:



apsanet.com.ar



Int. Juan Lumberras 1800  
SIP Gral Rodríguez (CP1748)  
Buenos Aires - Argentina



apsa@apsanet.com.ar



(+54) 237 485 7300

# No es hora de discusiones, es momento de consensos

El empresario y dirigente entrerriano continúa apostando al crecimiento de nuestro país y está convencido de que el mismo debe surgir a partir de la industria agroalimentaria. Además, anuncia la construcción de su nuevo Complejo de Bioseguridad –Co.Bi.Se. II– y renueva así su compromiso con una producción sustentable, destinada tanto al mercado interno como así también para el resto del mundo.

**A**lbert Einstein decía que *“cualquier tonto inteligente puede hacer cosas más grandes y más complejas. Se necesita un toque de genialidad y mucho coraje para moverse en la dirección opuesta”*.

Los humanos en general, y los argentinos en particular, somos presa de la paradoja de Einstein y usualmente caemos en la sobre complejización de eventos. Pero lo cierto es que 2019 nos va a exigir a todos los argentinos una sobredosis importante de sentido común. No es tiempo de utopías, hay muchísimo en juego.

**Sin embargo, no es la primera vez que el país se ve inmerso dentro de un contexto semejante, y no son pocos los empresarios que debieron sortear las dificultades que trajeron aparejadas estos sismos. Héctor Motta es uno de ellos. Pero no sólo eso, el empresario y dirigente entrerriano conoce como pocos la industria avícola argentina.**

Así es como Motta prefiere encarar la charla desde un análisis histórico de la situación actual... “Yo creo que lo ideal sería pensar en que tal vez, el inicio del siglo XXI fue la consecuencia de lo que no supimos hacer durante un siglo XIX donde Argentina se ubicaba dentro de los diez mejores países del mundo, y se nos veía como el Granero del Mundo. Si lo intentáramos incorpo-

rar hoy a nuestro lenguaje, diría que éramos quienes estábamos capacitados para darles de comer al mundo, ya en aquel entonces. Indudablemente, fuimos cayendo de esa posición, tal vez porque no mantuvimos un ritmo de inversión. Y cuando digo inversión, me refiero a la inversión estratégica que le hizo falta al país en la segunda parte del siglo XX. No pensamos que Argentina debía tener muchos más puertos de los que tiene para exportar, que a esos puertos había que llegar con un sistema económico de flete y que lo ideal hubiese sido la vía fluvial, y que si no era la vía fluvial había que pensar en la rama ferroviaria –que originariamente fue excelente en nuestro país–; y si no era por la vía ferroviaria pensar en una tercera vía como una combinación de las tres, en donde las autopistas cumplieran un rol fundamental”, considera el empresario.

**Lamentablemente, ninguna de estas tres vías fueron desarrolladas en la medida de lo necesario y, por lo tanto, el efecto –claramente– no fue el deseado.**

Así fue como no hubo un desarrollo adecuado de puertos, no se desarrollaron vías férreas hacia los puertos y tampoco se construyeron autopistas modernas, como existen en otros lugares del mundo.

**“Terminamos un ciclo con una ex-**

**pectativa y hoy se nos viene lo que se denomina «Tormenta». Esta Tormenta que fue impiadosa en el 2000 y nos puso en la parte de abajo de lo que es la curvatura de una U, incluso sin saber cómo íbamos a salir”, señala Motta. Y agrega: “perdimos la moneda, y al perder la moneda perdimos hasta el respeto y la estima entre los ciudadanos... Perdimos la confianza en el sistema bancario, porque no nos querían devolver los fondos que eran de propiedad privada. Incurrimos en una serie de dilemas que nos hicieron pensar seriamente que estábamos al borde de la destrucción del país”, recuerda el empresario haciendo clara alusión a la crisis de 2001.**

## CRISIS & OPORTUNIDADES

Producto del gran esfuerzo de todos los argentinos, y al mismo tiempo, del sufrimiento de muchos, el país volvió a superar una nueva crisis. En ese sentido, el empresario señala que “ante la mayor de las dificultades siempre aparecen oportunidades, y creo que en ese momento se dio una coincidencia fundamental para nuestro país. En primer lugar, durante la década del ‘90 hubo una readecuación productiva y existía un potencial productivo que reflejaba una capacidad ociosa realmente importante. ¿Qué quiero decir con esto? Que había simplemente que encender las



máquinas y comenzar a producir. Y el segundo y gran elemento fue, la aparición de la soja. En lo personal yo llegué a expresar que podíamos llamarle «Santa Soja»... Fue la gran oportunidad del inicio del siglo que nos puso con un producto disponible, que parecía que era inagotable como fuente de recurso. Incluso aparecieron posteriormente las retenciones que tantos beneficios le trajeron al país en un principio, y tanto conflicto le trajeron luego, por haber sido incrementadas inadecuadamente”.

#### KIRCHNERISMO

**Así fue como se inicia un siglo XXI dentro de un contexto de políticas desencontradas, con un gobierno como el de Néstor Kirchner que encontró un país con importante potencial de crecimiento y lo puso al tope de la capacidad productiva. Luego, la historia que todos conocemos... la asunción de Cristina Fernández y, el deseo de incrementar la fortaleza del Estado vía recaudación, aparece como un castigo para quien produce en nuestro país, comienzan a hacerse más esquivas las inversiones y se ofrecen créditos especiales que los empresarios se vean tentados a invertir.**

Al respecto, Motta recuerda a los Créditos del Bicentenario como “líneas de crédito de estímulo. Muchos de los empresarios pudimos usarlas y hubo un crecimiento de la capacidad productiva. A tal punto que en diversos sectores de la producción nacional, se logró el abastecimiento pleno y se produjo por fin el tan deseado efecto de producir más de lo que la capacidad nacional demandaba, para poder volcar todo ese excedente a la exportación”.

**Lo cierto es que se registraron muchas inversiones que comenzaron a impactar en un crecimiento del comercio exterior, lo que trajo aparejado un importante ingreso de divi-**

**sas. El problema fue que no se mantuvieron las políticas económicas con un rumbo sostenido y adecuado, y el Estado se preocupó por recaudar más de lo que se podía y empezó a apropiarse –mediante el tipo de cambio– del valor de las exportaciones. Esto generó una pérdida de competitividad hacia fines de 2015, y se volvió a entorpecer ese camino importante que se había emprendido hacia un crecimiento de las exportaciones.**

#### CAMBIEMOS

Luego, aparece la impronta de un nuevo Gobierno, con un perfil totalmente distinto al anterior, donde Mauricio Macri, quién venía del mundo empresario y con un tránsito previo como Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se postula como candidato a Presidente de los argentinos. Macri gana las elecciones con una propuesta entusiasta de llevar al país hacia un rumbo importante y colocarnos internacionalmente en el lugar que habíamos perdido en aquella mitad del siglo pasado.

**“Indudablemente, cuando Macri asume el Gobierno en 2016, se pone a trabajar sin contar con el equipo necesario, y es ahí donde quizás su estrategia de una inserción rápida de Argentina en el mundo y de un desarrollo importante en lo interno, no tuvieron el resultado deseado por él, por quienes los rodeaban y por la población –que lo votó con mucha expectativa de que realmente el país cambie–, sostiene Motta.**

Y agrega: “yo creo que el cambio estaba fundamentado en varias cosas: en primer lugar Macri había prometido sacar al país de la pobreza extrema y al cabo de transitar 4 años, las dificultades siguen siendo las mismas. Para esto es necesario crear nuevos puestos de trabajo y que esos puestos de trabajo

sean genuinos, y la generación de puestos genuinos de trabajo necesitan de una inversión importante, y esa inversión importante que necesita el país tiene que ser principalmente interna; después que la inversión interna se haya hecho por el aporte o la inversión de los propios empresarios argentinos, más la confianza que deposite el sistema bancario nacional o internacional del empresario argentino, vendrán las inversiones adicionales, el capital internacional, que cuando vea que todos los empresarios argentinos estamos volcados a la inversión permanente, también se van a ver tentados de venir a invertir en Argentina”.

**El inicio del Gobierno de Cambiemos se vio acompañado por una gran afluencia de dinero del exterior, que, lamentablemente, vino con una mirada puesta en el mundo financiero. Es decir, los inversores vieron la posibilidad de lucrar con tasas mucho más altas que las que se podían pagar en cualquier otro lugar del mundo. Ingresaron muchos dólares a nuestro país, pero en cambio de promover un beneficio en favor de las inversiones esperadas, causó un perjuicio, porque se comenzó a perder competitividad producto de una afluencia de dólares que provenía de la especulación.**

#### BARAJAR Y DAR DE NUEVO

“Creo que hemos tenido un pasaje triste durante 2018, donde la pérdida de credibilidad del inversor extranjero, provoca que éste intente irse del país nuevamente. Esto produjo una corrida cambiaria que provocó un desajuste muy profundo de más del 50% del cambio del valor de nuestra moneda, en prácticamente en seis meses. Este pozo en el cual hemos caído, nos hace pensar que tenemos que comenzar una reconstrucción que esté orientada –más que nada– en concientizarnos (los ar-

CHR HANSEN

Improving food & health

GalliPro®

GalliPro® Tect

Cepas específicas para desafíos distintos.



Para más información contáctese con nosotros vía mail: [arfeca@chr-hansen.com](mailto:arfeca@chr-hansen.com)

Chr. Hansen [www.chr-hansen.com/animal-health](http://www.chr-hansen.com/animal-health)



gentinos), que tenemos que vivir del trabajo genuino, que tenemos que reinvertir en forma permanente como lo hemos hecho en otras épocas de nuestras vidas, que los empresarios argentinos debemos recurrir al crédito internacional para volver a hacer crecer nuestras empresas y orientarlas a nuevas inversiones que nos den productos diferenciados. Luego, tendremos que buscar asociaciones estratégicas en el plano internacional para que, conjuntamente con el capital argentino, vengan a invertir pensando en un país y en un modelo de desarrollo sostenido. Y cuando hablamos de un modelo de país con desarrollo sostenido, indudablemente estamos hablando de un país que debe pensarse a no menos de 25 o 30 años hacia adelante... ¿Por qué? Porque en ese momento va a participar la generación joven que está creciendo hoy, más los hijos de esa generación que tendrán que acoplarse a un nuevo modelo de país”, reflexiona el empresario.

**Asimismo, Motta considera que “hay empresarios que estamos en el momento de partida de la vida activa, que lo único que podemos dejar son las enseñanzas, habérselas transmitido nuestros hijos, haber sostenido aquellos que pudieron a lo largo del tiempo sus empresas y hacerlas crecer. Pero fuera de eso, creo que estamos en un ciclo cumplido y se necesita una nueva orientación, un nuevo empuje y sobre todo, credibilidad. Para esto es fundamental tener claro que este país no va a cambiar sin el aporte de capital genuino, y sin una educación sostenida; tenemos que pensar en los profesionales de la nueva era, quizás con nuevas profesiones ya también y fuera de las carreras tradicionales. Estoy convencido que hay mucho por hacer, hay mucho para pensar. Me parece que**

**no es hora de discusiones, es hora de consenso, y esa generación de consenso debe confluir en objetivos comunes que nos lleven a un crecimiento sostenido de nuestro país”.**

#### LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Motta sostiene que la estrategia de cada una de las empresas tiene que confluir con el gran objetivo que pueda tener el país. En ese sentido aclara que “este país –y creo que esto ya no se discute más–, tiene que desarrollarse a partir de la industria agroalimentaria. Es nuestro valor estratégico, con el cual tenemos que seguir desarrollándonos y sentarnos definitivamente en el mundo y permanecer en él. De aquí en más, tenemos que hacer inversiones fuertes en el desarrollo de nuestro campo, de nuestras tierras, ya sea para la agricultura o para una ganadería mucho más sofisticada. La ganadería ha sido desplazada por una realidad agrícola, donde los cultivos muestran que es mucho más útil usar esa tierra para la agricultura. Es decir, hay un corrimiento de la ganadería y la actividad tiene el desafío de desarrollarse en regiones que no lo hacía habitualmente, y van a quedar espacios para que la agricultura siga creciendo”.

**Ahora bien, teniendo en cuenta el desarrollo y crecimiento de la agricultura, el desafío será tratar de no exportar los granos -como sucedió históricamente- y, en cambio, enfocarnos en transformar esos granos para luego pensar en el mundo.**

Al margen, Motta se detiene en un aspecto verdaderamente importante a la hora de pensar en el futuro del país: “debemos tratar que las nuevas generaciones se vayan encaminando en carreras no tradicionales, que forman parte del mundo por venir. Porque en el mundo del futuro, esas tecnologías nos van a permitir ingresar con mucha más

facilidad, y además nos van a permitir sostenernos en esos mercados. Argentina tiene una gran capacidad extractiva: podemos nombrar Vaca Muerta, o el caso del litio en el Noroeste Argentino, a modo de ejemplos. Por lo tanto, las carreras de Ingeniería juegan un rol fundamental y es hacia donde creo que la tecnología del futuro tiene que incitar a que los jóvenes para que se inserten en ese tipo de carreras, como para incursionar en la parte de investigación, para que realmente el desarrollo sea sostenido y, a partir de allí, que podamos encontrar nuevos tipos de desarrollo. Somos capaces de generar un gran país si realmente pensamos de esta forma”.

#### COMPROMISO Y ACTITUD

**Consultado sobre si en este contexto de gran inestabilidad económica y falta de previsibilidad que reina por estos tiempos en Argentina, volvería a realizar su última gran inversión, el Complejo de Alta Bioseguridad (Co.Bi.Se)-, emplazado en la localidad de Conscripto Bernardi en Federal, provincia de Entre Ríos, Motta no duda en confirmar su visión: “estoy convencido que hoy en día, quienes producimos, tenemos que pensar en la sostenibilidad no solo del medio ambiente, sino del producto en sí mismo; en lograr la mayor precisión en la trazabilidad desde el inicio del negocio -que en nuestro caso tiene lugar en la recepción de la genética-, hasta un producto listo para consumir. Y si pensamos en un concepto de bioseguridad, que es uno de los puntales de la trazabilidad, tuvimos razón cuando hicimos esa inversión. Por supuesto que la volvería hacer, e incluso estamos en camino de hacer un segundo Complejo de Alta Bioseguridad”.**

Por otra parte, el empresario señala

que “esta premisa parte de un análisis de muchos años, desde que nuestros abuelos vinieron a la Argentina porque era una tierra de oportunidades. Y así fue, porque acá pudieron crecer y desarrollarse. Y aquí crecimos nosotros también. Nosotros tenemos que ver que esa oportunidad sigue tan perenne como la visionaron en aquel entonces, que Argentina sigue siendo un país a futuro lleno de oportunidades. Y si queremos seguir creciendo y queremos que nuestras familias sigan arraigadas en Argentina, tenemos que encontrar motores que sean autosustentables. Los que somos empresarios soñamos que nuestras empresas crezcan ordenadamente, para que nuestras familias puedan continuar en el mismo rumbo. Por eso creo que van a haber empresas que indudablemente van a tratar de mantener su caudal de producción, pero también van a haber empresas que van a tratar de ampliar su caudal de producción pensando en un fortalecimiento y una ampliación del mercado interno producto de un crecimiento vegetativo. Y también van a pensar en un crecimiento producto de la exportación, ya que muchas empresas no solo están mirando el mercado interno desde hace años, si no que están mirando el mercado internacional que, lentamente y con mucha dificultad, lo hemos seguido desarrollando”.

**¿Cómo se logra esto? Motta explica que “la empresa tiene ingresos genuinos que vienen de la venta. Cuando uno está en dos mercados, en el mercado interno y en el mercado externo, a veces es más fácil poderse sostenerse, porque lo que no da el mercado interno lo puede llegar a dar el mercado externo, o viceversa. Pero a veces también hay situaciones conflictivas como las que se registraron durante gran parte de 2018, donde habíamos olvidado el mercado**

externo, y luego costó lograr que responda rápidamente, al tiempo que el mercado interno estaba deprimido. Ahí es cuando un sector fundamental para poderse sostener la empresa y sostener las inversiones a futuro, es claramente, el financiero.

Por eso es que la industria espera con ansias que el Gobierno reaccione rápidamente y que aparezcan créditos. “El sistema crediticio argentino se ha descompuesto, principalmente, porque las tasas se han disparado por arriba del 60%, lo cual, no atrae a la inversión. De ahí que aquellos que tenemos la posibilidad de estar en el mercado internacional exportando, todavía nos quede una variable de tomar créditos en dólares a una tasa que puede oscilar entre un 4/5% en dólares, con una amortización de 7 a 10 años, donde las inversiones se pueden seguir reencau-

sando y pensando en el futuro. Esto es lo que debemos hacer como empresarios: seguir visionando el futuro. Si en el mercado interno, en este momento no podemos conseguir tasas adecuadas para hacer las inversiones que realmente tenemos previstas, tenemos que recurrir a la banca internacional. Para eso tenemos que tener muy buenos proyectos, sólidos, como para que ese crédito se sienta respaldado. Y en muchos de los casos no solo vamos a respaldar el proyecto en si mismo con su contenido, sino que vamos a respaldarlo con nuestro patrimonio, que ahí es donde realmente uno muestra definitivamente que tiene razón de ser empresario y de asumir riesgos, ¿no?”

#### UNA GRAN FAMILIA

Motta analiza la estructura familiar que existe dentro de su empresa

y, al respecto, sostiene: “yo creo que el concepto de familia hace que se desarrolle una de las fortalezas. Unos de los primeros conceptos que desarrolla la familia como empresa es que al cabo de un tiempo, siempre se termina entendiendo que en la empresa, por más ganancias que se puedan obtener, solo hay que retirar lo que realmente se necesita para vivir bien, el resto hay que destinarlo siempre a la reinversión. Lo que aparece a veces como un castigo, al final del camino muestra que siempre es una oportunidad, porque es la bandera del crecimiento”.

Y agrega: “nosotros idealizamos lo que llamamos el Grupo Motta, porque lo vemos como un gran paraguas donde el sostén de ese gran paraguas sigue siendo la familia y en donde no hay que confundir a veces los liderazgos o las



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



conducciones. Las decisiones tienen que ser participativas, pero no tienen que ser deliberativas en forma permanente. Quienes conducen tienen improntas personales y también recurren a asesores, las vías gerenciales, que son las líneas de abastecimiento de la fuente de enriquecimiento permanente que tienen las empresas. Lo que se trata de hacer en un paraguas es la similitud de un árbol, es decir, que tenga un muy buen tronco y detrás de él, todas las ramas que se puedan llegar a desarrollar, serán espectaculares. Y van a ser fuertes en la medida que haya sido cuidado el tronco, que es justamente el verdadero capital que tiene la empresa”.

#### AMBITO DIRIGENCIAL

**Claramente, existe en todo dirigente una fuerte vocación por ejercer ese rol, la cual se va solidificando con su accionar a medida que éste se va formando.**

Héctor Motta se inició en la dirigencia empresaria en el año 1970, cuando fundó el Centro Comercial Industrial de Crespo. Luego, ya inmerso en la industria avícola –en ese momento como incubador– fue uno de los fundadores y también presidente de la Federación Avícola de Entre Ríos. En su paso por la Cámara Argentina de Productores Avícolas (CAPIA) ocupó la presidencia durante 21 años consecutivos y llevó la entidad a lo más alto del plano regional y mundial, a través de sus presidencias en la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA).

**“Mi participación en la Asociación Latinoamericana de Avicultura me llevó a recorrer países, conocer gente, difundir la avicultura, acompañar a profesionales del arte de curar –como les digo yo a los veterinarios–, fuimos haciendo un camino al andar”, recuerda Motta.**

Su carrera dirigen- cial no sólo se

limitó al sector avícola, su interés en la transformación de la agroindustria lo llevó a ser uno de los fundadores de la Unión Industrial de Entre Ríos, para luego participar también en la Unión Industrial Argentina, donde actualmente integra la Junta Directiva del Comité Ejecutivo.

**Claro que la vida de un dirigente requiere de una dedicación que muchas veces se contrapone con otros intereses. “Para llevar adelante una carrera dirigen- cial, uno debe estar profesionalmente sólido para poder emprender. En segundo lugar uno tiene que tener ganas de hacer, y a estas ganas de hacer hay que aportar- le valor. Cuando uno le aporta valor tiene que saber que va a ganar muchas cosas, pero que también que se van a perder muchas otras... principalmente en lo personal y en lo familiar: esto hay que tenerlo muy en claro y hay que hacérselo entender a la familia para que ese tronco que hablamos que tiene que nacer sólido, tenga esa fortaleza desde el inicio. Yo creo que si esto existe, hay que contagiar a la juventud para que sienta que ellos son los verdaderos líderes del presente y del futuro, para que se vean consustanciados y que ellos mismos vean la tarea de buscar nuevos líderes, que posiblemente van a ser sus hijos, sus seguidores. Esta es la forma de multiplicar la capacidad de la dirigencia empresarial, no solo empresaria”, aconseja Héctor Motta.**

**¿Se siente conforme con lo hecho hasta ahora?**

Yo más que nada soy un agradecido a Dios por todas las oportunidades que me ha dado. Tal es así que mi plegaria diaria a Dios consiste en agradecer todas las posibilidades que me ha dado, que me ha regalado. La posibilidad de haber conocido mucha gente, de poder

convivir con mucha gente, de llevarme bien con mucha gente y de poder haber tenido mi vida en familia de la mejor manera ordenada y de querernos mucho, porque nunca hay que esquivar de decirle a quien uno tiene cerca que realmente lo quiere mucho. Lo mismo con los amigos... yo creo que a veces al amigo uno no le dice que lo quiere mucho, pero a veces el trato cotidiano, el respeto, el afecto hace una forma de expresarlo que realmente el quererse hace bien, es una fortaleza del ser humano. **Así que yo soy un agradecido de la vida, esa es la realidad.**

**¿Qué país sueña para sus nietos?**

El mejor, indudablemente. Y cuando hablo del mejor –porque dicen es muy fácil definir con una palabra “el mejor país para mis nietos”–, creo que un país donde haya igualdad. **Como yo creo que la desigualdad va a existir siempre, porque va a haber gente que está convencida que hay que trabajar mucho, otra que hay que trabajar algo y otra que no hay que trabajar y se puede vivir igual, entonces digo, que sea el arte de encontrar quienes gobiernen en un país en donde sea lo más igual posible.** En esa igualdad posible, vamos a tratar de que los pobres sean cada vez menos, que exista una inserción social importante, porque si es así, indudablemente va a haber muchas expresiones menos negativas en la calle que serán reemplazadas por muchas reacciones proactivas, y la proactividad en el ser humano lo lleva a hacer cosas y a consustanciarse con ideales. Y el ideal genera la posibilidad de soñar. **Cuando uno empieza a idealizar y a soñar, lo que único que queda por hacer es realizarlo, y en la realización –justamente ahí– se acopla la vocación y el trabajo. La síntesis es el éxito, no cabe ninguna duda. ■**

# MENOR CONTACTO. MÁS BIOSEGURIDAD. MEJORES RESULTADOS.

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



## EMBREX® KL Automation

LA PRECISIÓN IN OVO LLEVADO A OTRO NIVEL.

# Producción sostenible, un compromiso de todos

¿Qué son los fitosanitarios? ¿Cuál es el papel del Estado sobre su uso?, son algunas de las consultas habituales sobre este tema. Conceptos para entender su uso en el proceso productivo agrícola.

**N**uestro país se caracteriza por la capacidad de innovación en la producción agrícola, y los agroquímicos son una de las herramientas utilizadas para prevenir y controlar plagas o enfermedades (fitosanitarios), mejorar la fertilidad de los suelos (fertilizantes) y hacer más eficiente la producción. Su uso inadecuado puede causar daños y despertar preocupación en la comunidad. Por eso existen normas que regulan su registro, comercialización, aplicación y el tratamiento de sus residuos y envases vacíos.

La Secretaría de Agroindustria presentó una serie de videos y herramientas que invitan a reflexionar sobre las actividades productivas y los fitosanitarios, y permiten despejar aquellas inquietudes que puedan generarse. Las piezas de comunicación se pueden visualizar en las redes sociales y en la web de la Secretaría de Agroindustria, en sus organismos descentralizados, y en los espacios de la Red de BPA.

**Los fitosanitarios son sustancias que protegen la sanidad de los cultivos. Pueden ser de origen biológico o de síntesis química. Impiden o previenen el daño ocasionado por especies no deseadas de plantas e insectos que pueden afectar el rendimiento y la calidad de los cultivos.**

Todo el ciclo de los fitosanitarios está regulado por el SENASA, que tiene a su cargo el registro y la aprobación de los productos fitosanitarios, basado en la evaluación de los criterios y normas

de la Organización Mundial de la Salud.

La aplicación adecuada y responsable de los fitosanitarios está regulada por las Provincias, y la adopción de las buenas prácticas agrícolas, que minimizan el riesgo de daños por mal uso, son alentadas y desarrolladas técnicamente por el INTA y las organizaciones del sector privado.

Para mejorar la adopción de buenas prácticas y el monitoreo de las aplicaciones, las Secretarías de Agroindustria y Ambiente y Desarrollo Sustentable dictaron la Resolución Conjunta 1/2018 que conforma un Grupo de Trabajo integrado por expertos de las secretarías de dichas áreas a las que se le suman Salud, Ciencia y Tecnología, junto con el Senasa, el INTA, y representantes del Consejo Federal del Medio Ambiente (COFEMA) y del Consejo Federal Agropecuario (CFA), que definió un conjunto de principios y recomendaciones para la aplicación de fitosanitarios.

La Resolución Conjunta 5/2018 de las Secretarías de Gobierno de Agroindustria y de Salud estableció la incorporación al Código Alimentario Argentino (CAA) de una serie de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en la producción frutihortícola.

La obligatoriedad de instrumentar las BPA en el sector procura controlar la contaminación de los productos frutihortícolas, promoviendo la inocuidad a partir de criterios que aseguran la aptitud higiénico-sanitaria de la mercadería que llega al consumidor.

Asimismo, se puso en marcha la Ley de Gestión de Envases Vacíos de fitosanitarios, que regula el destino de los envases en todo el país, para que la gestión de los mismos sea integral y efectuada de un modo que no afecte a la salud de las personas ni al ambiente.

Por último, el SENASA, lleva a cabo el control de alimentos en el que se hace análisis de límites máximos de residuos, basados en los requisitos y normas de calidad de nivel y reconocimiento internacional en el que se brega por la inocuidad alimentaria.

**La producción sostenible de alimentos es un compromiso de todos, donde en el Estado se encuentra presente en etapas claves como el registro y aprobación, aplicaciones, gestión de envases vacíos y control de residuos en alimentos.**

Estas acciones comunicacionales tienen como propósito principal dar cuenta del bagaje técnico e institucional de la producción agroindustrial argentina, como así también evidenciar sus falencias y las soluciones que se están construyendo.

**Esto requiere el esfuerzo de todos los sectores, para así contribuir a fortalecer el equilibrio entre el ambiente y la actividad humana, de manera de ayudar a satisfacer las necesidades presentes y las futuras sobre una sólida base científica que asegure más alimentos de calidad para nuestro país y el mundo. ■**

# PREVENCOC®

## VACUNA CONTRA LA COCCIDIOSIS AVIARIA

100%  
EFICIENCIA EN  
VACUNACIÓN

RESULTADOS  
COMPROBADOS

EXCLUSIVO  
SISTEMA DE  
VACUNACIÓN

# 100% CEPAS ATENUADAS

SERVICIO  
POSVENTA  
ÚNICO



# INMUNER®



www.inmuner.com/noticias

# “La innovación debe estar presente en todas las áreas”

Por segundo año consecutivo Ceva Argentina, junto a la Universidad Torcuato Di Tella, le brindó a sus clientes el Programa de Capacitación Integral de Educación Ejecutiva «Ceva Business Program», cuyo objetivo radica en fomentar el desarrollo profesional de los clientes de la compañía y ofrecerles las herramientas necesarias para lograr esta meta dentro de un universo de crecimiento constante.



Martín Díaz, Gerente de la Unidad de Negocios Avícola de Ceva Argentina

**S**in dudas, 2018 fue un año realmente duro para la Argentina y, como consecuencia, para el gran universo de empresas que opera en nuestro país, sin excepción. Para Ceva Argentina también lo fue, pero según señala Martín Díaz, Gerente de la Unidad de Negocios Avícola, “lo

principal fue contar con un equipo sólido, esa fue la base para encarar también el 2019”.

El ejecutivo se muestra muy confiado y asegura: “estamos muy bien parados. No hemos bajado nuestra calidad de servicio, ni tampoco nuestra relación con los clientes, por lo tanto, 2019

va a ser un año para posicionarnos nuevamente en donde tenemos que estar. En este negocio hay tres patas fundamentales: los productos de calidad, innovadores, como los que nosotros ofrecemos; los servicios diferenciales, algo en lo nos destacamos; y por último, el relacionamiento, sin duda una de nues-

tras fortalezas y algo que disfrutamos al hacerlo. Sin ir más lejos, el CEVA Business Program es una herramienta que contribuye muchísimo al relacionamiento, entre otras cosas”.

**El CEVA Business Program culminó en 2018 su segundo año, de manera realmente exitosa. “Para 2018 habíamos pensado en una convocatoria de 40 personas –como la que tuvimos en el primer curso–, y finalmente superó ampliamente nuestras expectativas, y eso habla bien de lo que hicimos en el 2017. La gente estaba tan expectante de saber si la invitábamos o no, si estaba convocada y qué temas se iban a abordar, que la verdad, tuvimos un año con una concurrencia de entre 85 y 90 alumnos entre los dos cursos”, comenta Anahí Schiavinato, Gerente de Marketing de Ceva Argentina.**

Así fue como los ejecutivos de Ceva diseñaron un plan integrado para darle un cierre a este segundo año del Ceva Business Program que estuviera a la altura de las expectativas que se habían generado, y lo cierto es que el resultado superó nuevamente las expectativas.

**“Todos los participantes del Ceva Business Program 2018, estaban más que agradecidos de poder realizar un Simulador de Negocios en el que pudieron aplicar todos los conocimientos adquiridos. Fue potenciador para la gente, porque estaban todos los que habían cursado el primer año (2017), que ya habían adquirido ciertos conceptos y capacidades –que se agilizaron e incrementaron durante 2018–, que trabajaron durante la jornada de cierre en conjunto con los participantes del último año. Fue un cierre muy potenciador de las habilidades adquiridas entre todos. Superó totalmente nuestras expectativas”, reflexiona Schiavinato.**

No hay dudas que 2019 no será un

año fácil y más aún, teniendo en cuenta el objetivo de Ceva Argentina de mantener el liderazgo en el rubro que mantienen en la industria avícola, para lo cual no deberán bajar ni la calidad de sus productos, ni tampoco la calidad de sus servicios. Al respecto, Martín Díaz, afirma que “a pesar del contexto difícil, yo soy optimista. Va a ser un año bueno para la industria y tenemos que estar preparados para acompañar a nuestros clientes a producir de la mejor manera,

con la mejor sanidad y tenemos productos para eso. Este año lanzaremos nuevos productos para el mercado de ponedoras y también para el mercado de reproductoras. Tenemos mucho trabajo por delante.

**Por otra parte, la Certificación de Calidad emitida por el Bureau Veritas al Chick Program de Ceva Argentina, sin dudas, llena de orgullo a los directivos y empleados de la compañía. “Es muy importante para nosotros y para**

Anahí Schiavinato, Gerente de Marketing de la Unidad de Negocios Avícola de Ceva Argentina



nuestros clientes, saber que Bureau Veritas nos está certificando, es una gran tranquilidad", sostiene Díaz. Y agrega: "A nosotros nos gusta hacer cosas innovadoras dentro de la corporación, y lo hemos llevado a cabo. Ceva es una empresa muy ágil en ese sentido y la idea es seguir haciendo cosas y diferenciarnos. Cuando uno piensa así, los equipos empiezan a generar metodologías de trabajo y he-

rramientas que aportan mucho a la corporación".

Es imposible no pensar en Anahí Schiavinato cuando Martín Díaz hace referencia a las ideas disruptivas que generan en Ceva Argentina para implementar las acciones de marketing y relacionamiento con sus clientes, ya que es en la Gerencia de Marketing donde surgen este tipo de acciones realmente novedosas en el mercado. En

ese sentido, Schiavinato señala que "nosotros tenemos una cultura de trabajo muy en equipo y, como parte de eso, Martín promueve todas estas ideas que pueden parecer locas. Tenemos un foro interno en el cual hacemos una lluvia de ideas de cualquier cosa que se nos pueda llegar a ocurrir. Claro que a todas esas ideas "locas" hay que darle forma dentro de lo que nos pide la corporación, si creemos que pueden llegar

a ser disruptivas, innovadoras y que pueden llegar a agregarle valor a nuestros socios estratégicos. Tienen que ser ideas que nos enriquezcan a todos".

Una de estos casos fue el Ceva Business Program que, de hecho, la compañía no lo desarrolla a nivel global, corporativamente. "Se pensó en Argentina, lo pensamos y lo implementamos en equipo. Los resultados se están viendo ahora. En Latinoamérica ya lo quieren incorporar dentro de sus servicios como valor agregado. El Ceva Business Program entra en el

área de relacionamiento. Más allá de la capacitación y la implementación de los conocimientos que se adquieren en este programa, el hecho de relacionarte con otras personas, de hablar del negocio y de intercambiar es algo que no se puede mensurar, y genera mucho valor", afirma categóricamente la Gerente de Marketing.

Ya comenzó 2019 y Ceva Argentina comenzó lanzando una vacuna antigéno anticuerpo para ponedoras que les va a permitir a los clientes, y a las cabañas, tener un plan de vacunas desde la incubadora mucho más amplio: Gumboro, Newcastle, Marek y Laringotraqueitis, todo en la planta de incubación, asociando vacunas.

Esta vacuna, además, va a permitir, entre otras cosas, no sólo prevenir el Gumboro, sino que permitirá asociar otras vacunas que hoy no se pueden dar juntas. Es un producto totalmente innovador para la industria de ponedoras.

#### CON PERFUME DE MUJER

En los últimos años hemos sido testigos de como el rol de la mujer en el mundo de los negocios ha ido evolucionando, con una participación cada vez mayor, y tomando día a día más importancia.

Claro que, entre los retos que deben sortear las empresarias, la desigualdad de género -que aún existe-, es quizás la más común.

Sin embargo, Mohamed Yunus, Premio Nobel de la Paz, ha declarado en diversas ocasiones que las mujeres saben administrar mejor que los hombres el dinero, porque lo gastan en la educación de los hijos, en su cuidado y alimentación y que lo invierten en avanzar. Por lo cual, los puestos directivos son ideales para las mujeres, pues se preocupan por lo empleados, saben administrar los recursos, pueden estar

al pendiente de varias cosas al mismo tiempo, y la intuición femenina no falla para detectar que algo anda mal dentro de la organización.

La velocidad que ha tomado la mujer moderna en su proceso de integración en el mundo laboral es digno de admirarse. Hoy en día algunas empresas ya han establecido programas que incluyen programas para incorporar a más mujeres en sus áreas, como por ejemplo, programas especiales de desarrollo profesional que benefician especialmente a la mujer, sistemas de mentores patrocinados por las propias empresas, horarios laborales flexibles compatibles con responsabilidades y obligaciones familiares, o incluso guarderías en la propia empresa.

En lo que respecta específicamente al Ceva Business Program, tanto en su primera edición (2017), como en el segundo año de cursada, cuando también se sumó a una nueva camada de estudiantes, la presencia femenina fue realmente importante.

#### TESTIMONIOS

Silvana Andrea Maionchi participó del Ceva Business Program 2018. En el plano profesional se desempeña como Gerente Comercial de Mercado Interno de Pollolín, una empresa avícola ubicada en la ciudad de Cipolletti, provincia de Río Negro. Desde hace 20 años que trabaja en la industria avícola.

Silvana considera que en los últimos años el sector avícola ha evolucionado tecnificando los procesos de producción, pero comercialmente tiene mucho por desarrollar.

"Actualmente las grandes cadenas de supermercados y los grandes distribuidores son quienes manejan la cadena de comercialización, con sistemas muy básicos, donde son ellos

De izquierda a derecha: Gabriela Puccio, Responsable de Finanzas, Granja Tres Arroyos; Alejandra Iturralde, Responsable de Producción, Carpat; Silvana Maionchi, Gerente Comercial, Pollolín; Anahí Schiavinato, Gerente de Marketing, Ceva Salud Animal Argentina; Virna Bordone, Compras de Materias Primas, Granja Tres Arroyos; Eliza Pozzobom, Jefa de Laboratorio, Frigorífico de Aves Soyebú; Andrea Dribin, Jefa de Planta de Incubación, Las Camelias; Juliana Armijo de Souza, Jefa de Servicios Técnicos, Ceva Salud Animal Chile.



**quienes eligen «qué» ofrecerle al público, así como también deciden los precios de compra», explica Silvana Maionchi.**

La ejecutiva considera que los productores avícolas son responsables de esta situación, al no lograr equiparar a la oferta con la capacidad de asimilación de la demanda.

**Maionchi, considera que “hoy la industria avícola cuenta con una gran variedad de productos que se han ido adecuando a las nuevas demandas de los consumidores actuales, como por ejemplo, productos elaborados y nuevas líneas de precocidos supercongelados, que son productos casi listos para servir en la mesa: simples, ricos, saludables y fáciles de cocinar”.**

La empresaria rionegrina sostiene además que, actualmente, la competencia es desleal en la cadena de distribución, porque las grandes plantas avícolas son controladas por organismos nacionales e internacionales muy exigentes, lo que trae como consecuencia costos más elevados en los procesos de elaboración, mientras que los locales de venta al público –que proveen los grandes distribuidores– y las cadenas de supermercados, tienen sólo controles provinciales y municipales, que son mucho menos rigurosos y más permisivos a la hora de la elaboración de productos. Esto les permite elaborar subproductos con bajos costos y con los riesgos higiénico-sanitarios que este tipo de elaboración conlleva.

**“Si los organismos de control unificaran los criterios de control en pos de la seguridad higiénico-sanitaria de los consumidores, seguramente las plantas industriales serían mucho más competitivas, y esto nos permitiría crecer y generar reglas claras de mercado con mejores resultados”, sostiene Silvana.**

En relación al Ceva Business Pro-

gram, Silvana Maionchi advierte que a través del programa pudo adquirir las herramientas necesarias para desarrollarse en un nuevo entorno socio cultural a nivel nacional e internacional. Al tiempo que también genera un espacio para compartir y debatir con otros colegas del sector avícola, lo cual es muy positivo porque les permite conectarse y les da la posibilidad de trabajar en conjunto para continuar mejorando día a día a la industria.

**Gabriela Puccio también participó del Ceva Business Program. Se desempeña profesionalmente como Responsable de Finanzas de Granja Tres Arroyos, la empresa que lidera la producción de carne aviar en nuestro país.**

Gabriela considera que la industria avícola debería evolucionar en la búsqueda de competitividad por medio de la inversión permanente en tecnología, algo que actualmente se dificulta ya que las altas tasas de imposibilitan el acceso al financiamiento.

**Respecto del Ceva Business Program señala que “es un programa excelente, dinámico, conducido por profesionales destacados del ámbito académico y dictado en una de las universidades más prestigiosas del país. Realmente fue un gusto ser parte de esta propuesta, y nutrirme de esta experiencia es gratificante, tanto en lo profesional, como así también en lo personal.**

Alejandra Iturralde es Ingeniera Agrónoma, y tiene a cargo la producción y la organización de las granjas de postura de Carpat, una empresa chubutense establecida en la zona productiva de Gaiman.

**Alejandra sostiene que el sector avícola podría evolucionar si trabajara más en conjunto.**

En relación al Ceva Business Program, destaca que “los temas que he-

mos tratado han sido muy útiles y aplicables al trabajo de todos los días.”

**Ivania Kutulas Vrsalovic conduce, junto a sus hermanos, las empresas Huevos K, Nuevo Cerdo y Astillas de Plata, en la provincia de Salta.**

Sus comienzos en la industria avícola se remontan a su juventud, acompañando a su padre, y trabajando formalmente desde el año 1988.

**Ivania considera que la industria avícola “debe aspirar a una excelencia sanitaria para posicionarse como ex-**

**portadora, para lo cual debe cumplirse con la presencia de profesionales, zootecnistas o veterinarios en cada empresa mediana. En cuanto a la comercialización, debería poder posicionar marcas; en el huevo no se ve un gran avance como ocurre en Colombia o Chile. No hay educación al consumidor y cualquier lobbista «verde» opina de nuestro sector. No se si es por apatía o timidez de los**

**productores, pero estamos a tiempo de educar al consumidor en cuanto a la sanidad del producto y al concepto de inocuo, sano y sin químicos... La verdad es que nadie contesta las provocaciones de los medios masivos”.**

Respecto de su apreciación sobre el Ceva Business Program, Ivania considera que “es fantástico encontrarse con empresas del sector y comunicarse desde otro lugar. Tenemos problemáti-

cas parecidas y estructuras familiares de base similares. O sea, aunque se van profesionalizando en el aspecto zootécnico, no ponemos el acento y la inversión en modernizar las relaciones internas y el factor de empresas grandes. Somos Empresas que crecen, que son agropecuarias y que tienen defectos comunes. Siempre ayuda ver la paja en el ojo ajeno. Así que sirve de espejo”, sostiene la empresaria salteña. ■

*Helen Motta, Directora, Cabaña Avicola Feller; Anahí Schiavinato, Gerente de Marketing, Ceva Salud Animal Argentina; Cecilia Marino, Avivaq, Directora; Silvia Zárate, Customer Service Poultry Argentina, Ceva Salud Animal Argentina; Karina Fernanda Lamelas, Directora de Aves de Granja y No Tradicionales – DNPG, Secretaria de Agroindustria; Silvina Ermacora, Socio Gerente, Cabaña Barby*



# CHR. HANSEN, la empresa más sustentable del planeta

Durante el reciente Foro Económico de Davos, Chr. Hansen fue elegida –entre 7.500 compañías analizadas en 21 países de distintos sectores de la industria– como la empresa más sustentable a nivel mundial. La compañía danesa de biociencia desarrolla soluciones naturales para las industrias de la alimentación y la nutrición, farmacéutica y agrícola. Además, desarrolla y produce cultivos, enzimas, probióticos y colorantes naturales para una gran diversidad de alimentos, dulces, bebidas, suplementos dietéticos e incluso alimento balanceado para animales.

Leandro Mohamad, Gerente Regional Salud y Nutrición Animal de Chr. Hansen, junto a Fernando Caeiro, Representante Técnico Cono Sur de Chr. Hansen



El paradigma de la sustentabilidad global ha ido mutando notablemente en los últimos años. Así es como gran cantidad de estados, ciudades y países buscan posicionarse como nuevos líderes sostenibles. Al mismo tiempo, en el mundo corporativo, también se han registrado avances significativos, cada vez más consciente de las con secuencias de no tratar con los problemas ambientales, sociales y de gobernanza. En una época de mayor

transparencia, los consumidores, los empleados, la sociedad civil –pero especialmente los inversores–, están presionando para que actúen. Así lo reveló el reciente análisis del clásico Global 100 que Corporate Knights divulgó en el World Economic Forum de Davos durante el mes de enero.

La lista Global 100, clasifica a las grandes corporaciones en todo el mundo en cuanto a su rendimiento, lo que reduce el carbono y el desperdicio, los salarios que pagan a sus empleados (y a cuánta distancia están de los sueldos de los directivos), los ingresos derivados de productos, el porcentaje de impuestos que aportan a la sociedad, los beneficios sociales que ofrecen a los trabajadores y su empoderamiento a la mujer, entre otros muchos factores.

En su decimoquinto año, el ranking lo compiló Corporate Knights, una empresa de información financiera centrada en la sustentabilidad con sede en Canadá, que comienza con una lista de aproximadamente 7.500 compañías, que generan –cada una– más de 1.000 millones de dólares en ingresos anuales.

En este contexto, las bacterias pueden ser la forma de vida más exitosa en la tierra, ya que comprenden más biomasa que todos los demás seres vivos juntos... pero lo cierto es que parecen una base poco probable para un negocio sustentable.

Sin embargo, Chr. Hansen, una compañía cuyos productos están basados en microbios, ha sido nombrada «la compañía más sustentable del mundo» en el ranking Global 100 de Corporate Knights.

## UN POCO DE HISTORIA

Chr. Hansen es una empresa danesa de biociencia, con una trayectoria de 140 años, que desarrolla soluciones naturales para las industrias de alimentación y nu-

trición, farmacéutica y agrícola.

"Desarrollamos y producimos cultivos, enzimas, probióticos y colorantes naturales para una gran variedad de alimentos, dulces, bebidas, suplementos dietéticos e incluso alimentos para animales y productos fitosanitarios", señala el CEO de la compañía Mauricio Graber. Y agrega: "nuestra innovación en productos se desarrolla sobre la base de más de 30.000 cepas microbianas, a las que solemos llamar «bacterias buenas»".

El enfoque de Chr. Hansen hacia la sostenibilidad se basa en cómo puede contribuir a los Objetivos de Desarrollo de la Sostenibilidad (ODS) de las Naciones Unidas, destinando el 82% de los ingresos de la compañía en alcanzar esos objetivos.

"Creemos que los ODS son un marco realmente bueno para poder traducir nuestro negocio en un impacto de sustentabilidad. Analizamos toda nuestra cartera de productos para ver en cuál de los ODS tuvimos el mayor impacto y decidimos centrarnos en tres faros estratégicos", señala Fernando Caeiro, Representante Técnico de Ventas de Chr. Hansen para América del Sur. "Estas son áreas de negocios que vemos como que se desarrollan y crecen en gran medida debido a las oportunidades comerciales y el impacto positivo en el planeta y la sustentabilidad".

## CULTIVOS ALIMENTARIOS

El primer pilar de esta estrategia son los cultivos alimentarios, con el foco principal en las bacterias que reducen el desperdicio de alimentos al prolongar la vida útil de los productos alimenticios, principalmente el yogur y el queso. La compañía tiene el objetivo de reducir los desechos de yogur en 1,2 millones de toneladas para 2022 desde los niveles de 2015. "Este es uno de los

## La historia de Chr. Hansen. Los primeros 145 años ...

**1843 - El comienzo:** Christian Ditlev Ammentorp Hansen nace el 25 de febrero en la finca Kragssberg, cerca de Odense, Dinamarca.

**1864 - Educación:** Christian Hansen alcanza su Maestría Cum Laude en productos farmacéuticos en Copenhague, luego de solo 7 meses y medio de estudio.

**1871/1872 - El mentor:** El profesor Julius Thomsen emplea a Christian Hansen como su asistente en el laboratorio de química de la universidad. Trabajan duro en las enzimas digestivas, incluida la pepsina.

**1872 - Medalla de oro:** La universidad le otorga a Christian Hansen una medalla de oro por su tesis sobre "El desarrollo de la relación entre la forma cristalina de una sustancia y su composición química". También se le da la oportunidad de viajar al extranjero para estudiar fábricas farmacéuticas y fábricas con un subsidio estatal.

**1873 - La primera fábrica:** Hansen abre su primera fábrica —aunque muy pequeña—, como una empresa conjunta con el farmacéutico H.P. Madsen. Comienzan la primera producción de preparaciones de pepsina para problemas digestivos. Hansen comenzó a trabajar con cuajo, una sustancia rica en enzimas extraída del estómago de los rumiantes. El cuajo se usó para la fabricación de queso para hacer que la leche se coagule. A medida que aumentó la demanda, comenzaron una serie de experimentos en la producción de cuajo en fábrica. El coagulante de queso de Christian Hansen también contenía quimosina, una enzima estomacal, que más tarde desempeñó un papel decisivo en el desarrollo de la empresa.

**1874 - Laboratorio de Teknisk-Kemiske de Chr. Hansen:** El Teknisk-Kemiske Laboratorium de Chr. Hansen, posteriormente conocido como Chr. Hansen: fue fundado en un antiguo taller de metal en Copenhague. Aquí es donde comenzó la producción comercial de cuajo animal líquido de calidad asegurada para la fabricación de queso. Christian Hansen se nombra a sí mismo como Director General.

**1875 - Cuajo De Queso:** El Cuajo de queso del Laboratorio Teknisk-Kemiske se hizo popular rápidamente, gracias a la promoción incansable del producto de Christian Hansen en todas partes. Apareció en exposiciones en Dinamarca y en el extranjero, y rápidamente se hizo popular entre los agricultores.

**1875 - Globalización:** El éxito llevó a Christian Hansen a construir una red de representantes en el extranjero, incluso en Suiza, Francia, Inglaterra, Escocia y en lugares tan lejanos como Australia. En la 13ª Exposición Agrícola Danesa, el cuajo de queso de Christian Hansen ganó la primera de muchas medallas. La introducción de los colores naturales de queso y mantequilla en Dinamarca, se basó en las semillas de annatto de los arbustos en los trópicos.

**1876 - Colorantes naturales para lácteos:** En la Exposición Mundial en Philadelphia, USA, Chr. Hansen introduce un nuevo colorante para el queso y la mantequilla; El colorante natural del annatto originario del arbusto tropical Bixa. Incluso hoy en día, el annatto sigue siendo un colorante muy popular en la industria alimenticia con sus tonos rojizos y dorados, que se utilizan principalmente para el queso y la margarina.

**1877 - Crecimiento:** La producción de cuajo de queso creció constantemente, y el Laboratorio Teknisk-Kemiske de Chr. Hansen se mudó a instalaciones más grandes en Vesterfælledvej. Un total de 1 millón de libras de queso que contenía el cuajo de queso de Chr. Hansen se producía todos los días en Dinamarca, Alemania, Gran Bretaña y Francia. En la mayor exposición de quesos y mantequilla hasta la fecha en Londres, no menos de 64 quesos que contenían el cuajo de queso de Chr. Hansen recibieron premios.

**1878/1879 - América - ¡aquí vamos!** Una nueva fábrica abre en USA: el laboratorio de Chr. Hansen en el estado de Nueva York, que comenzó la producción de cuajo de queso en polvo. Lo que más tarde se convirtió en un gran éxito fue inicialmente recibido con escepticismo.

**1878 / 1879 - Pastillas de cuajo de queso innovadoras:** Introducción del queso de cuajo de Chr. Hansen en los EE.UU. y Canadá en un práctico formato de tableta. Los colores de queso y mantequilla también se introdujeron en América del Norte al mismo tiempo.

**1886 - "La gente de Junket":** Introducción de las tabletas Junket. Junket es el nombre de un clásico postre inglés a base de leche de Devon, y las tabletas hicieron que las amas de casa lo hicieran más fácil. También podían usarse para la producción en el hogar de queso y otros productos lácteos, y fueron un gran éxito en Australia y los EE.UU., donde Chr. Hansen comenzó la producción independiente de las tabletas. Chr. Hansen posteriormente se hizo conocido como "La gente de Junket" en los Estados Unidos.

**1891 - Isla Hansen:** Chr. Hansen compró "Isla Hansen" porque la fábrica en el estado de Nueva York se estaba volviendo demasiado pequeña para hacer frente a la demanda. Se construyó una nueva fábrica en la isla de 6.000 m<sup>2</sup> en el río Mohawk, originalmente conocida como Lock Island. "Isla Hansen" todavía está vinculada al continente por "Avenida Hansen". El volumen de negocios en Chr. Hansen creció de manera constante en Europa y los Estados Unidos, desde donde se enviaron productos a Canadá y México.

**1893 - El comienzo de las culturas iniciadoras:** Introducción de las primeras culturas iniciadoras de Chr. Hansen: microorganismos como las bacterias del ácido láctico, que se agregan a la leche para acidificarla y usarla en productos como el yogur, la crema agria, la mantequilla, etc., y en combinación con otros microorganismos, para producir queso.

**1907 - 90 años en Østerbro, Copenhague:** Chr. Hansen traslada la fabricación de cuajo de queso a un nuevo complejo de fábrica en Fanøgade / Masnedøgade, donde la producción continúa hasta 1998. La fábrica también produce colorantes naturales.

**1914 - Estalla la Primera Guerra Mundial**

**1916 - Un heredero y un cambio de nombre:** Christian Ditlev Ammentorp Hansen, químico, industrial internacional, propietario de una finca, consejero de Estado, esposo y padre de 6 hijos, fallece a la edad de 73 años el 20 de junio. Su viuda, Agnes Hansen, hereda todo, y la compañía se convierte en una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo con los propios deseos de Christian Hansen en su testamento. La compañía también cambió su nombre a Laboratorio de Chr. Hansen A/S. Su hijo, Johannes Hansen, tomó el timón. Él era un ingeniero químico calificado con un título de la Institución Politécnica de Enseñanza, y fue descrito como el "nuevo tipo de gerente", un ingeniero con talento para la administración.

grandes pilares, y los números hablan por sí solos: en Europa se desperdicia el 17% de los yogures que se producen, sólo porque se vencen. Si nosotros logramos extender la vida útil de estos productos, la reducción que hay en el desecho del yogur es abismal... y eso, impacta directamente en la producción de dióxido de carbono en el ambiente. Es decir, se disminuyen miles de toneladas de dióxido de carbono en el ambiente solamente por disminuir los desechos de yogures", asegura Leandro Mohamad, Gerente Regional Salud y Nutrición Animal de Chr. Hansen.

### PROTECCIÓN DE CULTIVOS

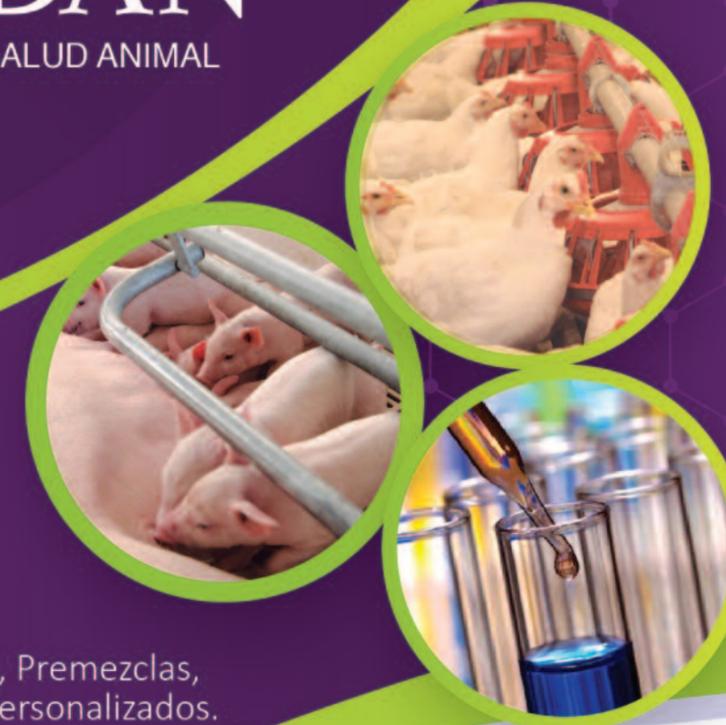
El segundo pilar es la protección de los cultivos, que está claramente ligado con los ODS de la agricultura sustentable. "Ofrecemos soluciones microbianas naturales que se pueden usar como una alternativa a los pesticidas convencionales al mismo tiempo que aumentan los rendimientos", afirma Caeiro. Y agrega: "está mucho más cerca de la forma en que la naturaleza pretende las cosas y elimina los riesgos y los impactos negativos de los pesticidas". Este inminente lanzamiento en Argentina apunta un hito revolucionario en el área de la salud vegetal. "Es el último desarrollo de Chr. Hansen y si bien todavía no llegó a la Argentina, en los países que se está aplicando, se están obteniendo resultados excelentes. Son bacterias que actúan como nematocidas, generando un biofilm sobre la raíz que protege a la planta y genera un desarrollo radicular realmente interesante", señala el ejecutivo. Vale la pena señalar que Chr. Hansen se está enfocando en los megacrops (soja, maíz y caña de azúcar) porque ocupan la mayor parte de la tierra.

La alianza estratégica mundial que Chr. Hansen mantiene con FMC Corporation desde 2013 aceleró la llegada de



# CLADAN

NUTRICIÓN Y SALUD ANIMAL



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

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



INFORMATE SOBRE NUESTROS PRODUCTOS EN LA WEB

Representantes Exclusivos:



Feed your passion



la compañía al creciente mercado biofitosanitario. Mediante esta alianza, se combinó la exclusiva plataforma tecnológica de soluciones bacterianas de Chr. Hansen con el gran saber hacer de FMC en aplicaciones y acceso a mercados. Juntos están trabajando para combinar conocimientos y experiencias y crear una amplia cartera de soluciones biológicas para los agricultores de todo el mundo.

#### SALUD Y BIENESTAR

**El tercer pilar está vinculado a los ODS de salud y bienestar. Esto es fundamental para promover los ingredientes naturales como una manera de ayudar a reducir gradualmente el uso excesivo de antibióticos en la ganadería y el impacto de la resistencia bacteriana a los antibióticos mediante el uso de bacterias probióticas. Los probióticos de Chr. Hansen ayudan a los bebés a desarrollar una buena salud intestinal, mientras que otros pueden acortar la duración de un resfriado y las enfermedades similares a la influenza. Chr. Hansen está investigando cómo los probióticos pueden ayudar a aliviar los efectos secundarios de los medicamentos regulares.**

Leandro Mohamad considera que “a partir del desarrollo de probióticos, tanto para medicina humana como para medicina veterinaria, uno logra disminuir la cantidad de antibióticos que se suministra. Se prevé que para el año 2050 la principal causa de muerte en el mundo van a ser las bacterias súper resistentes... Si nosotros empezamos a disminuir su aplicación, utilizándolos en el momento que corresponda, como uso terapéutico, estaremos contribuyendo a que exista una menor resistencia bacteriana hacia los antibióticos. Ese es otro de los grandes pilares de la Sustentabilidad en que trabaja Chr. Hansen”.

**Una de las áreas en el ranking Glo-**

**1916 - El atajo de inglés:** La Primera Guerra Mundial afecta el volumen de negocios de Chr. Hansen, porque los alemanes impusieron un bloqueo a las exportaciones a Gran Bretaña y, de allí en adelante, a otros mercados de exportación. Así, la compañía compró una fábrica en la ciudad de Reading en Inglaterra, para poder abastecer al importante mercado británico y clientes extranjeros.

**1917 - La Revolución Rusa**

**1924 - Sct. Annæ Plads, Copenhague:** Las oficinas de administración y gestión de Chr. Hansen se mudan a Sct. Annæ Plads no. 3, esta es la oficina central para los próximos 64 años.

**1929 - El derrumbe de Wall Street**

**1929 - Nueva oficina principal en los Estados Unidos:** Se construye una nueva fábrica en Milwaukee, Wisconsin. El sitio más tarde se convirtió en la oficina central para todas las actividades de Chr. Hansen Laboratory Inc. en los EE. UU. Incluyen ventas, mercadeo, producción, investigación y desarrollo.

**1934 - Éxito del “Hágalo usted mismo”:** La introducción de un nuevo producto, Junket Freezing Mix, permitió hacer helados y productos similares en el hogar, para deleite de muchos. Introducción de bacterias del ácido láctico en forma líquida.

**1936 - Fábrica en Alemania:** Se abre una nueva fábrica en Lübeck, que produce principalmente para el mercado alemán. En ese momento, Alemania estaba sujeta a estrictas reglas y restricciones, lo que hacía imposible el suministro a través de importaciones desde Dinamarca. Nueva fábrica establecida en Milán, Italia.

**1939 - Estalla la Segunda Guerra Mundial**

**1939 / 1945 - Fábrica en Canadá:** Se construye una nueva fábrica de cuajo de queso en Toronto, porque el gobierno canadiense insiste en la producción nacional. La producción de colorantes naturales se amplía para incluir colores extraídos de remolacha, pieles de uva y pimentón.

**1964 - Fábrica en Argentina:** Se abre una nueva fábrica en Quilmes. Los altos aranceles aduaneros y las estrictas restricciones a la importación hacen imposible abastecer al mercado argentino mediante importaciones desde Dinamarca, pero Chr. Hansen logra mantener las ventas allí, produciendo en el país.

**1974 - 100 aniversario:** Este fue un hito celebrado con una serie de nuevas áreas de productos en desarrollo: un elemento cada vez mayor del volumen de negocios y ganancias de la empresa proviene de productos de cuajo que no son de queso, incluidos cultivos bacterianos, colorantes naturales, tabletas de cuajo para uso doméstico y auxiliares para la industria alimentaria.

**1974 - Introducción de cultivos DVS®:** Los cultivos bacterianos (conocidos como DVS® o Direct Vat Set) parecen ser un éxito de ventas, ya que las lecherías pueden verterlas directamente en la leche para acidificarla, a diferencia de los “iniciadores a granel” cultivados por las mismas lecherías hasta 24 horas antes. Se pueden utilizar para la fabricación de productos lácteos. Las culturas DVS® también garantizan una calidad excelente y uniforme.

**1976 - Nueva fábrica avanzada en Dinamarca:** En Graasten, Jutlandia, se construye una enorme y moderna fábrica de cuajo de queso.

**1977 - Fábrica en Brasil:** Se construye una nueva fábrica de cuajo de queso en Campinas, debido a que los altos aranceles aduaneros y las estrictas restricciones a la importación hacen imposible abastecer el mercado a través de la importación desde Dinamarca.

**1978 - Introducción de los probióticos:** Chr. Hansen Laboratorium A/S entra en una nueva área de negocios: los probióticos. Los probióticos son microorganismos activos con efectos beneficiosos para la salud y tienen un buen comienzo en los EE.UU., que se agrega a la alimentación animal para pollos y pavos. Se abre una nueva fábrica avanzada en Milwaukee, EE.UU., que duplica la capacidad de producción de cultivos bacterianos.

**1979 - Primera cotización en Bolsa:** Chr. Hansen Laboratorium A/S cotiza en la Bolsa de Valores de Copenhague, y se funda Chr. Hansen Holding A/S. Alergologisk Laboratorium (ALK) y Diagnoselaboratoriet af 1977 se adquieren al mismo tiempo, convirtiéndose en Chr. Hansen en una compañía de ingredientes y vacunas para alergias.

**1980 - La primera fábrica de cultura:** La primera fábrica europea dedicada a los cultivos bacterianos en la historia de Chr. Hansen se construye en Roskilde, Dinamarca. La fábrica cuenta con instalaciones para liofilización, tanques de fermentación y una centrífuga, en línea con los requisitos modernos de racionalización y automatización.

**1980 - Colorantes naturales:** Los colorantes naturales en lugar de los sintéticos están en demanda, y Chr. Hansen responde ampliando la producción con productos nuevos, naturales, de color vegetal. En consecuencia, la base de clientes se expande para cubrir más sectores dentro de la industria alimenticia.

**1983 - Desarrollo de la fermentación producida por la quimosina (FPC):** El inicio de nuevas asociaciones innovadoras centradas en la fermentación produjo quimosina, entre otros, con la compañía de tecnología genética Genencor y Carlsberg.

**1984 - Introducción de BB-12®:** Desde su introducción, BB-12® ha sido el producto estrella de Chr. Hansen dentro de las culturas probióticas (que promueven la salud), ya que es una de las cepas probióticas mejor documentadas del mundo. Los cultivos DVS® liofilizados se introducen para facilitar el transporte y manejo en todo el mundo, en comparación con los cultivos congelados.

**1985 - Nuevo Sector Humano:** Chr. Hansen establece un sector humano con la intención de crear documentación clínica y comenzar la producción de bacterias probióticas de ácido láctico para uso humano.

**1985 - Inversión microbiológica:** Se crea el departamento de investigación en microbiología. Periódicos y analistas del mercado de valores comienzan a referirse a Chr. Hansen Laboratorium A/S como una compañía “biotecnológica”. Los cultivos bacterianos para la producción de yogur son un gran éxito en Francia, donde Chr. Hansen desarrolla una amplia gama de cultivos de yogur, especialmente cultivos probióticos.



Vista aérea de la Casa Matriz de Chr. Hansen, en Hørsholm, Dinamarca.

bal 100 donde el desempeño de Chr. Hansen fue particularmente bueno, estuvo representado en la categoría de ingresos limpios y en el porcentaje de mujeres en el Directorio y en puestos ejecutivos. Recientemente Chr. Hansen nombró a Dominique Reiniche como Presidente de la Junta Directiva, lo que la convierte en la primera empresa danesa de mayor tamaño en tener una Presidenta. "Estamos en una creciente batalla por el talento y necesitamos mejorar la diversidad de todos los tipos", aseguró Mauricio Graber.

A partir de este año, la remuneración del consejo de administración ejecutiva también estará vinculada a los objetivos de la empresa en materia de diversidad, otra área en la que obtuvo una puntuación alta.

#### LA RAZÓN DEL ÉXITO

El éxito de Chr. Hansen se basa en una estrategia de uso de soluciones naturales para abordar algunas de las principales tendencias globales, como aumentar el rendimiento de los alimentos, reducir el desperdicio de alimentos y eliminar los antibióticos en la producción animal. "Estamos justo al comienzo de la era de las soluciones naturales que usan bacterias benéficas", señala Graber.

En síntesis, "Chr. Hansen está abocada a cuidar al planeta para que las generaciones futuras puedan disfrutarlo como lo hacemos nosotros y como lo hicieron las generaciones que nos precedieron", concluye Fernando Caeiro, Representante Técnico de Ventas de Chr. Hansen para América del Sur

#### PROBIOTIC DAY

El 20 de marzo, Chr. Hansen realizará el primer Probiotic Day de la región en Chile y, un día después, lo llevará a cabo en Argentina.

El evento tendrá lugar en el parque temático Temaiken, ubicado en la provincia de Buenos Aires. La elección de este predio no es casualidad, si tenemos en cuenta que es un bioparque que trabaja de manera sustentable, cuidando el medio ambiente.

En ese sentido, lo que cambia es lo que uno logra al proteger el medio ambiente... Producir y trabajar sin afectar al mundo para las generaciones que vienen, dejando la menor huella posible. Uno ve constantemente el cambio climático, ve constantemente todo lo que pasa en el medio ambiente... No



# 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

**1985 - Introducción del R-604 pHage Control™:** Se introduce el cultivo R-604 pHage Control™. Los fagos son virus que atacan los cultivos bacterianos y destruyen su capacidad para acidificar la leche, pero el R-604 es un fago robusto. Se lanza uno de los primeros cultivos de una sola cepa (diseñado con cepas individuales caracterizadas), que pone en marcha el gran éxito que Chr. Hansen experimentó luego dentro de las culturas.

**1987 / 1988 - Nueva oficina central en Hoersholm, al norte de Copenhague:** La mudanza a los nuevos y modernos edificios de oficinas centrales en Hoersholm significó espacio e instalaciones para todas las actividades de la empresa, especialmente para I + D, pero también para ventas, marketing y administración. La producción continúa en las fábricas danesas en Roskilde, Graasten y Oesterbro, Copenhague. Chr. Hansen establece una división de investigación separada para genética en las nuevas instalaciones.

**1988 - Una cultura en crecimiento:** La introducción de YoFlex® - La gama de cultivos DVS® de Chr. Hansen diseñados para yogurt. Cultivos bacterianos representan alrededor del 25% de las ventas de Chr. Hansen en este momento. Se utilizan para la producción de queso, yogur y otros productos lácteos fermentados como la crema agria, etc.

**1989 - ¡Cae el Muro de Berlín!**

**1989 - Expansión de la producción:** En las fábricas de Roskilde, Dinamarca, Milwaukee, EE.UU. y Arpajon, Francia, se incorporan nuevos edificios y equipos de producción de alta tecnología para la producción de cultivos. Los nuevos mercados abiertos en Europa del Este marcan el punto de partida del establecimiento de una serie de nuevas subsidiarias locales. 115 años como empresa familiar llegan a su fin. La familia vende Chr. Hansen Holding A/S a la Fundación Lundbeck, que se hace cargo de todas las acciones de clase A, convirtiéndose en el accionista mayoritario de Chr. Hansen.

**1989 - Introducción de BioPlus® 2B:** Se introduce BioPlus® 2B. El aditivo alimentario probiótico mejora la salud animal y la eficiencia de conversión alimenticia, promoviendo un aumento de peso más rápido y de manera natural y saludable.

**1989 - Introducción de nu-trish®:** Chr. Hansen posee la más amplia gama de cepas probióticas bien documentadas e investigadas para lácteos, alimentos y bebidas. Los probióticos son bacterias vivas que confieren un beneficio para la salud a los consumidores en productos cotidianos.

**1992 - Las culturas lácteas son un éxito:** Las ventas de cuajo de queso y cultivos lácteos en octubre son casi iguales y, combinadas, representan alrededor de 2/3 de la facturación total en el sector de ingredientes de Chr. Hansen Holding. En este punto, Chr. Hansen comienza a desarrollar cultivos de maduración y control de sabor para queso.

**1993 - Salud para Viniflora® Oenos:** Introducción de los cultivos vinícolas de Viniflora® Oenos para la fermentación maloláctica controlada en la producción de vino (conversión del ácido málico en ácido láctico de sabor más suave). Chr. Hansen es hoy uno de los principales proveedores de ingredientes para gestionar las fermentaciones en vinificación y sidra, incluidas las bacterias del ácido láctico del vino y las levaduras recientes que no son Saccharomyces, todas comercializadas bajo la marca Viniflora®.

**1994 / 1995 - Una marca global:** La gerencia pone aún más atención en Chr. Hansen, que se convierte en un negocio internacional, con una marca global y un programa de identidad corporativa mundial para todas las empresas Chr. Hansen.

**1996 - Introducción de CHY-MAX®:** Chr. Hansen adquiere los derechos de producción de cuajo de queso producido por fermentación de Pfizer y decide ir con la marca más fuerte CHY-MAX® por sobre el producto original de Chr. Hansen, llamado Chymogen. Este movimiento asegura la posición de Chr. Hansen como proveedor líder de coagulantes en un momento en que el cuajo animal ya no tiene tanta demanda. Adquisición de una fábrica en Nienburg, Alemania, para la producción de CHY-MAX®. Compra de terrenos e instalaciones de producción en Copenhague, Dinamarca, para la producción de colorantes naturales y, eventualmente, alberga la planta de producción de cultivos más grande del mundo.

**1999 - 125 aniversario:** Chr. Hansen supera un importante hito con una facturación de 376 millones de euros y nada menos que 2.300 empleados en todo el mundo.

**2000 - Introducción de Easy-Set®:** Los cultivos de queso Easy-Set® se introducen en las mega queserías en los EE.UU. Como una alternativa conveniente a sus propios cultivos de iniciación en masa producidos en casa, a menudo de calidad inconsistente. Easy-Set® permite que las grandes fábricas de queso de alto volumen produzcan queso en los plazos ajustados con los que están trabajando de manera atractiva y confiando en la alta calidad constante.

**2002 - Ni hao!** Chr. Hansen establece una filial en China en respuesta al creciente potencial de negocios en Asia.

**2004 - Secuenciación del genoma BB-12®:** La secuenciación del genoma proporciona una forma de ver TODOS los genes de un microorganismo al mismo tiempo. Eso proporciona un valioso conocimiento del comportamiento de las cepas y culturas de Chr. Hansen, que se traducen en una ventaja competitiva al aplicar ese conocimiento para diferenciar y documentar nuestros productos en términos de seguridad y rendimiento. También podemos documentar la ausencia de genes no deseados y tratar asuntos de patentes de una manera nueva y eficiente. Hoy, más de 500 cepas han tenido sus genomas secuenciados.

**2004 - India:** Chr. Hansen establece una filial en India, el mayor productor de leche del mundo.

**2005 - Los socios de PAI se convierten en los nuevos propietarios:** El fondo de capital privado francés PAI adquiere Chr. Hansen Holding A/S. Las 3 áreas comerciales principales se convierten en divisiones: División de Sabor, División de Colorantes y División de Culturas y Enzimas.

**2007 - Auge de ventas de colorantes naturales:** El interés en los colorantes naturales crece significativamente después de que un nuevo estudio realizado por la Universidad de Southampton indica un vínculo entre ciertos colores sintéticos y la hiperactividad en los niños. Las ventas de Chr. Hansen de colorantes naturales aumentan dramáticamente. Se formó una nueva División de Salud y Nutrición en respuesta a la tendencia de salud global y para impulsar el proceso de innovación y la tubería para Productos de salud humana de Chr. Hansen.

**sabemos que hacer con la basura que nos tapa, no sabemos que hacer con las inundaciones, con las sequías y demás. Todo esto es el impacto de la contaminación, del calentamiento global, que viene por ese lado. Sustentabilidad, justamente, es producir sin afectar el medio ambiente. Es el cuidado del día a día del medio ambiente.**

“Si todas las empresas fueran todas sustentables, el planeta no se vería tan afectado y no tendríamos los problemas de medioambiente que hay actualmente. Las generaciones futuras podrían estar en un planeta como estamos nosotros y como tenían las generaciones anteriores. Va por ese lado la sustentabilidad”, sostiene Caeiro..

**El Probiotic Day es una Jornada que realiza Chr. Hansen en distintos países del mundo. Se origina en la Casa Matriz de Chr. Hansen y se replica a nivel global. Por supuesto, el evento se adapta a cada país, pero básicamente, el eje central de la jornada es común en todo el mundo.**

“Se trata de dar una capacitación, durante una jornada completa, dedicada a hablar exclusivamente de probióticos. En Chr. Hansen vemos que en todo el mundo hay una gran afección por parte de técnicos y productores por conocer más acerca de este tema. Los productores cada vez quieren saber más sobre este tema. Y la realidad es que no hay mucha información”, señala Caeiro.

**La compañía busca ofrecer de esta manera un soporte a todos los productores para que, a través de la capacitación, se puedan aclarar los diferentes conceptos.**

“La idea es que en este primer Probiotic Day podamos empezar a hablar de algunos conceptos más básicos, como por ejemplo conocer cual es la función de toda la microbiota, de todo el microbioma; para que sirven todas

las bacterias benéficas, en contra posición a lo que antes se hizo que al dar antibióticos uno tiende a matar todas las bacterias y barre con todas las bacterias... Se estima que entre el 98 y el 99% de las bacterias del extracto gastrointestinal son benéficas, sólo el 1 o el 2% son patógenas, y para eliminar ese ínfimo porcentaje habitualmente se ingería una dosis de antibióticos, con lo cual se barría con todo, tanto lo benéfico como lo patógeno. A partir de ahora, los nuevos paradigmas de la medicina, van a apuntar no tanto a atacar ese 1% de bacteria patógena sino a trabajar sobre el 98 o 99% de bacteria benéfica, y que esa bacteria benéfica logre controlar a esa pequeña proporción de bacteria patógena”, sostiene Caeiro.

**Esa es la función que cumplen los probióticos, que son esas bacterias benéficas que suministradas a determinadas dosis tienen un efecto benéfico.**

“Durante el Probiotic Day vamos a hablar en general de lo que son las microbionas, de todas las bacterias, para qué sirven, cómo trabajan, para después ver en detalle los diferentes tipos de probióticos”, comenta Caeiro.

**No todos los probióticos son iguales. Hay grandes grupos de probióticos que actúan de diferente manera con diferentes características para diferentes cosas, y dentro de cada grupo hay diferentes especies de bacterias y dentro de las especies existen diferentes cepas que son absolutamente distintas.**

Un ejemplo muy común es que uno ve en el mercado muchísimas cepas diferentes de Bacillus Subtilis y uno cree que al usar un Bacillus Subtilis de una marca o de otra es más o menos lo mismo porque son la misma bacteria, porque son Bacillus Subtilis. “Yo hago siempre la comparación con los perros: todos los perros son de la misma especie, son todos Canis Familiaris, son

**2008 - La mayor fábrica de cultura del mundo:** La mayor fábrica de cultura del mundo se inaugura en Copenhague, Dinamarca.

**2008 - Introducción de CHY-MAX® M, FPC de segunda generación:** El nuevo coagulante, CHY-MAX® M, se basa en la quimosina de los estómagos de los camellos, lo que proporciona un mayor rendimiento de queso y un mejor sabor y una vida útil más larga. El negocio del sabor es desinvertido para enfocar el negocio.

**2010 - Segunda cotización en bolsa:** Después de cinco años de propiedad del fondo de capital privado, Chr. Hansen vuelve a cotizar en la bolsa de valores, en lo que se describe como “la introducción de bolsa más exitosa durante muchos años”.

**2012 - Novo como principal accionista:** Los socios de PAI venden sus acciones restantes en Chr. Hansen a Novo A/S, que ahora es el mayor accionista individual con un 26,1%.

**2013 - La naturaleza Nro. 1:** El nuevo equipo directivo lanza una nueva estrategia, Nature s #1, dirigido a buscar oportunidades de crecimiento en los negocios centrales actuales y dentro de las nuevas soluciones microbianas.

**La estrategia tiene 6 temas principales:**

- 1) Aprovechar al máximo el potencial de la División de Culturas y Enzimas.
- 2) Desarrollar la plataforma de soluciones microbianas en la División de Salud y Nutrición.
- 3) Crear más valor en la División de Colores Naturales.
- 4) Impulsar un cambio gradual en la innovación.
- 5) Reforzar posición en los mercados emergentes (enfoque en Asia)
- 6) Generación de combustible para el crecimiento (mejora continua y racionalización de procesos y configuración)

**2014 - 140° aniversario:** El 140° aniversario se celebra con una importante expansión de la fábrica más grande del mundo para la producción de bacterias del ácido láctico en Copenhague. El proyecto ha duplicado la capacidad de fermentación en la fábrica, y es un hito en el camino hacia el cumplimiento de la estrategia de Nature #1 que respalda los planes de crecimiento a largo plazo de Chr. Hansen.

**2014 - Más cerca de los clientes chinos:** En un momento en que los consumidores chinos están cada vez más preocupados por la calidad de los alimentos y bebidas que compran y quieren poder confiar en su fuente y suministro de alimentos, Chr. Hansen inaugura una nueva oficina y un Centro de Expertos Globales en Shanghai. La apertura de este centro enfocado en soluciones de colorantes naturales confirma el compromiso a largo plazo de Chr. Hansen con el mercado chino, que ofrece ingredientes de valor agregado para el futuro.

**2015 - Las cepas del patrimonio local australiano expanden la cartera:** Chr. Hansen adquiere la unidad de producción de cultivos y 3000 cepas propietarias de Dairy Innovation Australia Ltd (DIAL). La adquisición fortalece el banco de tensiones de Chr. Hansen con las cepas del patrimonio local y los hace un socio aún más fuerte para sus clientes. Chr. Hansen estableció su compañía australiana en 1950.

**2015 - Esfuerzos acelerados dentro de microbioma humano:** Chr. Hansen da un paso importante en su aventura estratégica en nuevas generaciones de productos probióticos y microbios terapéuticos. A través de la creación de un nuevo consorcio de investigación y desarrollo, y la obtención de derechos de acceso y comercialización de cepas, queremos fortalecer nuestras capacidades y obtener acceso a los renombrados biobancos de bacterias intestinales humanas. Los socios del consorcio son la Universidad de Aberdeen (Reino Unido), la Universidad de Groningen (NL) y la Universidad de Wageningen (NL).

**2016 - Expansión del negocio de los probióticos al ganado:** Chr. Hansen adquiere la compañía de fisiología nutricional con sede en Estados Unidos y expande su presencia en el segmento de ganado de carne. A través de esta adquisición, creamos una plataforma más amplia de probióticos que ayuda a los agricultores a mejorar la productividad y la salud a través de medios naturales.

**2016 - Chr. Hansen adquiere LGG®:** Una de las ambiciones en la estrategia Nature #1 es expandir el negocio actual dentro de soluciones microbianas para la salud humana. LGG® es la cepa probiótica mejor documentada del mundo, y la adquisición nos permite capturar todo el potencial de la marca LGG® en los mercados de suplementos dietéticos y ofertas de fórmulas infantiles, así como buscar nuevas oportunidades en productos lácteos. Chr. Hansen ha sido el mayor productor de productos LGG® durante más de 10 años. Chr. Hansen también adquiere varias cepas especiales que ya están en producción y una colección de cepas bacterianas de alrededor de 3.200 cepas.

**2016 - Sustentabilidad en acción.**

Una asociación innovadora entre Chr. Hansen y CARE reciben una subvención de cinco años del Ministerio de Asuntos Exteriores de Dinamarca para introducir la protección natural de las plantas en África. El proyecto, que se enfoca en ayudar a los agricultores en Kenia a aumentar el rendimiento y la productividad de manera segura y sostenible, es un buen ejemplo de cómo Chr. Hansen integra la sostenibilidad en sus prioridades estratégicas de negocios.

**2016 - Bacterias Buenas para reducir el desperdicio de alimentos.**

Chr. Hansen comisiona un estudio de impacto que muestra que nuestros cultivos bioprotectores FreshQ® hacen posible extender la vida útil del yogur por un mínimo de siete días. El estudio de impacto demuestra que los residuos de yogur en Europa podrían reducirse en un 30% si la vida útil se prolongara siete días a través de la bioprotección, una solución totalmente natural basada en bacterias buenas.

**2017 - Progresando en sanidad vegetal.**

Chr. Hansen lanza dos nuevos productos: Quartzo, un bio nematocida para la protección contra nematodos (parásitos) que dañan los cultivos, y Presence, nuestra primera solución de tratamiento de semillas que ayuda al productor a proteger la inversión realizada en semillas.

**2017 - Nueva gama soluble en aceite de colorantes naturales.**

Chr. Hansen lanza la gama más amplia de colorantes de origen natural, solubles en aceite, para el mercado norteamericano, y ofrece soluciones para galletitas, helados, dulces y bocadillos salados. El rango de aceite soluble está hecho de frutas y verduras y otras plantas comestibles. Muchos de estos son solubles en agua por naturaleza y normalmente no se dispersarían bien en alimentos a base de aceite, pero nuestra nueva técnica de formulación los ha hecho fácilmente dispersables en aceite y también es más fácil hacer mezclas estables con otros colorantes solubles en aceite.

**2017 - Cultivos populares disponibles como "sin leche" para alternativas lácteas a base de plantas**

El mercado de alternativas lácteas fermentadas está en constante aumento, y Chr. Hansen está lanzando una gama de productos que está bien adaptada para aprovechar las oportunidades que ofrece esta nueva tendencia de mercado: dos nuevos cultivos YoFlex® (yogur) y dos nuevos cultivos nu-trish® (probióticos). Las nuevas culturas permiten al productor elaborar productos saludables a base de plantas con las cualidades tradicionalmente atribuidas al yogur lácteo con un sabor suave y fresco y una textura suave.

**2017 - La planta de cultivo más grande del mundo duplicó su capacidad, una vez más**

En el 2007 Chr. Hansen estableció la planta de cultivo más grande del mundo en Copenhague, con dos fermentadores gigantes. En 2014, la capacidad de fermentación se duplicó con creces a través de la instalación de un tercer fermentador, y en 2017, lo hicimos nuevamente: duplicamos la capacidad al instalar otro fermentador de 100,000 litros. ¡El sitio de producción con tecnología de punta puede producir todas las culturas necesarias para toda la producción MUNDIAL de yogurt!

**2017 - Cultivos bioprotectores de segunda generación.**

Desde el estreno de FreshQ® en 2012, las culturas especiales han ganado reconocimiento mundial por sus propiedades protectoras sobresalientes contra la levadura y el moho de una manera totalmente natural, y por su capacidad para prolongar la vida útil y reducir el desperdicio de alimentos. La segunda generación es aún más poderosa contra las cadenas de frío rotas y puede reemplazar aún más productos químicos y conservantes artificiales.

**2017 - El 81% de los ingresos apoya los objetivos globales de la ONU.**

Como la primera compañía, Chr. Hansen realiza un extenso análisis para mapear su portafolio completo de productos de más de 3,000 productos contra los Objetivos Globales para el Desarrollo Sostenible de la ONU. El análisis, asegurado por PwC, muestra que el 81% de los ingresos brutos de Chr. Hansen contribuyen a los Objetivos Globales de la ONU números 2, 3 y 12, promoviendo la agricultura sustentable, mejorando la salud global y reduciendo el desperdicio de alimentos a través de cultivos bioprotectores que aseguran una vida útil más larga.

**2018 Ampliación de las instalaciones de producción de colorantes naturales en América del Norte.**

A medida que la onda de conversión de colorantes sintéticos a naturales continúa aumentando en el mercado estadounidense, Chr. Hansen adquiere una planta de fabricación, lo que aumenta significativamente su presencia en América del Norte. Las instalaciones adquiridas se renovarán para convertirse en la nueva sede de América del Norte para la División de Colorantes Naturales, que abarca desde la producción hasta los laboratorios de investigación y desarrollo, aplicaciones y control de calidad, una planta piloto, un almacén dedicado, así como ventas, mercadotecnia y otros. Funciones de apoyo empresarial con espacio para crecer.

**2018 - Nueva asociación para desarrollar un tratamiento para las alergias al maní.**

La asociación con Prota Therapeutics, el desarrollador de inmunoterapias orales para tratar las alergias alimentarias, evaluará la cepa probiótica mejor documentada del mundo, LGG®, en un ensayo clínico de Fase III para desarrollar un tratamiento para la alergia al maní. La asociación con Prota Therapeutics es parte de nuestra estrategia para convertirnos en el socio preferido de las empresas que desean desarrollar nuevas generaciones de microbios terapéuticos.

**2018 - Lanzamiento de la estrategia de negocios actualizada: Nature s # 1 - Sustentablemente**

La estrategia Nature #1 ha sido actualizada para abarcar todo el poder de los esfuerzos de sustentabilidad de Chr. Hansen, que reflejan que el 81% de nuestros productos apoyan directamente los objetivos de sustentabilidad de la ONU. Con algunos ajustes y aclaraciones, continuamos en el mismo camino con gran ambición, velocidad y ejecución sólida.

**2018 - Nuevo CEO: Mauricio Graber**

Después de cinco años exitosos con Chr. Hansen, el CEO Ceas de Jong, decide retirarse para regresar a Holanda para estar con su familia. Lo reemplazará Mauricio Graber de Givaudan, una transición que es bien recibida por los mercados financieros. Mauricio, que viene con él y se enfoca en la concentración en el cliente y en el desarrollo del talento, respalda totalmente la estrategia sustentable Nature #1.

**2018 - Chr. Hansen y FMC Corporation extienden su colaboración por cinco años.**

La colaboración extendida en la protección de cultivos naturales que ha lanzado varias soluciones naturales exitosas en los últimos cinco años, ha permitido a Chr. Hansen y FMC unir los recursos y la experiencia para acelerar el ingreso al mercado de protección de cultivos biológicos en rápido crecimiento. El nuevo acuerdo extendido continúa aprovechando los recursos y la experiencia de ambas compañías, al tiempo que permite una mayor flexibilidad.

**2018 - Hito clave en el programa de innovación probiótica.**

Un ensayo clínico demuestra que cierta cepa probiótica refuerza la defensa contra el daño intestinal causado por el uso regular de analgésicos domésticos. Con estos datos clínicos, Chr. Hansen está abriendo camino en un nuevo campo, desatando el potencial de los probióticos como una solución segura y efectiva en nuevas áreas de salud. Para hacer esto, nos enfocamos en la selección cuidadosa de la tensión, el diseño de ensayos clínicos de alta calidad y la ejecución profesional.

**2018 - Refuerzo de la posición en cuajo animal.**

Chr. Hansen adquiere la empresa austriaca Hundsbichler GmbH y expande aún más su producción de enzimas y su presencia en los segmentos tradicionales de quesos especiales.

**2019 - La empresa más sustentable del mundo.**

En 2019 Chr. Hansen fue calificada como la compañía más sustentable del mundo por Corporate Knights. El reconocimiento es un hito central en la historia de Chr. Hansen y un gran tributo a sus empleados comprometidos y las asociaciones de colaboración que tiene con nuestros clientes.

todos lo mismo... es como si todos fueran Bacillus Subtilis, pero dentro de los perros tenés un Rottweiler, que es un perro grande, pesado, preparado para pelear; o un Galgo que es un perro finito, flaco, preparado para correr, o tenés un Chihuahua que es un perro chiquito de compañía. Son absolutamente diferentes, uno no es mejor que otro, sino que son distintos, cada uno sirve para una función diferente. En el caso de las diferentes cepas de bacterias pasa lo mismo", aclara Caeiro.

**La idea del Probiotic Day es empezar a aclarar un poco y capacitar a toda la industria en estos nuevos conceptos y nuevos manejos de esta excelente herramienta.**

La aparición del probiótico en el mundo data ya desde hace muchísimos años, mientras que en Argentina su historia se remonta aproximadamente a los '90. Lo cierto es que recién ahora toma un protagonismo muy importante a raíz de la lucha contra los antibióticos.

**Fernando Caeiro coincide en señalar que "hace mucho tiempo que existen los probióticos, no son algo nuevo. En este último tiempo hay un auge de esta herramienta y surge, por un lado, a partir de las nuevas resoluciones de SENASA, que tienden a disminuir el uso de antibióticos. Pero por otro lado, y creo que es lo más importante, y que va más allá de una prohibición o de una norma que regule, es que los consumidores -a lo largo del mundo-, empiezan a pedir y a exigir un tipo de producto con un diferencial, con disminución de uso de antibióticos. El consumidor es el que empieza a pedir este tipo de productos. A exigirlo".**

Claramente el consumidor está cambiando, y ya no sólo exige calidad en los productos que compra, sino que además quiere contar con la trazabilidad de esos productos. ■

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

MIL MANERAS DE COMER POLLO



# En América del Sur se consolidará la agroindustria

Cobb Vantres realizó su primer evento de negocios regional y eligió a la Argentina como punto de encuentro. Allí los productores más importantes de Latinoamérica se reunieron para conocer la visión de quienes dirigen la compañía de genética más importante a nivel global.



Jairo Arenázio, Director General de Cobb-Vantres Sudamérica

**E**l Director General de Cobb-Vantres Brasil para América del Sur, Jairo Arenázio, conoce como pocos a la industria avícola latinoamericana. De paso por Argentina, con motivo de celebrar el primer encuentro regional de la compañía fuera de Brasil, tuvimos la oportunidad de conversar con él para conocer su visión del negocio de cara a los próximos años.

“Nosotros conocemos muy bien el potencial que posee América del Sur, hoy vemos que se está viviendo un momento muy importante. En los últimos años, vemos una evolución donde, poco a poco, los países tienden a independizarse de un movimiento de izquierda para ir hacia la centro-derecha, y eso trae una motivación muy grande a nivel empresarial”, señala el directivo al comenzar la charla.

**Actualmente, la filial sudamericana de Cobb-Vantres está establecida en Brasil, y desde allí operan cuatro unidades de negocio: Cobb Argentina, Cobb Perú, Cobb Colombia y Cobb Venezuela; desde estos puntos distribuyen sus productos a toda América del Sur y también los exportan a Europa y Asia.**

“Desde Cobb estamos seguros que este momento es muy oportuno, porque el agro-negocio de América del Sur tiende a consolidarse. Nuestro primer evento de Business en América del Sur, hemos decidido realizarlo en Argentina y estamos muy felices por todo lo que hicimos durante el mismo con clientes de países como Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia, Brasil, Argentina y también de Chile. En este encuentro representamos toda América del Sur. Por eso digo que este es el momento de mostrar al mundo que el negocio en América del Sur va a jugar fuerte el juego de abastecimiento, y vamos a ser los principales proveedores de alimento para todo el mundo en los próximos años”, asegura con una gran dosis de optimismo la cabeza de Cobb Vantres en América del Sur.

Ahora bien, si bien es cierto que América del Sur está destinada a ser uno de los principales productores y proveedores de alimentos para el mundo, entre otras razones, por la existencia de una generosa cantidad de agua, extensas superficies cultivables y por contar con un excelente clima, no es menos cierto que estamos dentro de un contexto donde los consumidores son cada vez más exigentes a la hora de comprar los alimentos que van a consumir.

**¿Cómo enfrenta Cobb este nuevo escenario del consumidor?**

**Nosotros sabemos que existen muchos mitos... El primer mito que conseguimos derribar fue el del colesterol en el huevo. Todos sabemos, porque está científicamente comprobado, que la yema del huevo tiene una alta tasa de colesterol, pero también sabemos que ese colesterol es para alimentar al embrión que se desarrolla dentro del huevo por la propia naturaleza del sistema.**

Hoy sabemos que ese colesterol, a partir del momento que una persona ingiere el huevo, deja de ser colesterol, y ya no representa ningún problema para la salud humana.

**Otro mito importante es el de los antibióticos y las hormonas en el pollo.**

De las hormonas podemos decir que no existe ninguna hormona que sea utilizada en la producción de pollo por varios factores: primero porque cualquier hormona necesita entre 60 y 80 días para tener efecto en el cuerpo de un animal, y nosotros hacemos nuestros pollos a los 42 días. En segundo lugar, porque la hormona tiene que ser administrada por vía muscular, y no hay forma de aplicar una hormona en un plantel de 200, 300 o 400 mil aves... no se puede practicar el uso de hormonas en planteles de pollos.

**Estos y varios factores más, nos indican y dejan caer por tierra, que realmente no existe la posibilidad de usar**

**hormonas en la producción de pollos.**

Respecto del uso de antibióticos en la producción animal, actualmente existe también una tendencia a nivel mundial, una moda, que dice que nosotros tenemos que usar cada vez menos antibióticos, para evitar que se genere resistencia al uso de antibióticos para humanos.

**Pero lo cierto es que nosotros, en la producción avícola, usamos cada vez menos antibióticos por una sencilla razón de costos, en primer lugar, y además porque hoy por hoy, existen empresas muy bien preparadas para producir productos sin uso de antibióticos.**

Las empresas que producen ABF (Antibiótic Free), que se proponen escribir en sus rótulos, en sus marcas, que son productos realmente ABF, están comprometiendo a toda la cadena a no usar antibióticos. Nosotros, en Cobb, no usamos antibióticos en nuestra cadena desde 2017.

**EL POLLO DEL FUTURO**

**Cobb-Vantres trabaja muy fuerte en la selección de un animal cada vez más rústico, que pueda adaptarse principalmente a las condiciones tropicales en donde está el gran desarrollo de la avicultura mundial, es decir, América del Sur y Asia del Pacífico.**

“Cada año que pasa seleccionamos animales para ser económicamente más competitivos, pero también tenemos que seleccionar animales que se adapten a las condiciones ambientales de cada continente. Hoy, y siempre, Cobb es el líder del mercado. En la actualidad, existen sólo dos compañías en el mundo que trabajan honesta e íntegramente con genética en aves, y nosotros no tenemos dudas de que Cobb siempre será la líder. ¿Por qué? Porque nosotros trabajamos para un grupo empresarial muy grande. Somos avicultores por trascendencia y sabemos desde hace más de 100 años, que nuestro negocio siempre se basó en hacer un pro-



ducto comprometido con las tendencias, con las necesidades del mercado. Todo nuestro trabajo apunta a atender correctamente al mercado. Todo nuestro marketing focalizado en el mercado, en escuchar sus necesidades", sostiene Arenázio.

**Cobb hizo un cambio muy grande, 16 años atrás (2003), cuando definió que el Departamento de Genética iba a estar dentro de la compañía. "En 2003 vimos que nosotros teníamos que poner nuestra gente en el campo analizando las necesidades y expectativas del mercado. Hoy, nuestra gente mantiene un contacto directo con nuestros clientes y traen a la compañía la información necesaria para que nuestro departamento de genética pueda trabajar y desarrollar el producto del futuro", advierte Jairo Arenázio.**

Es sabido que el tiempo que demanda cada investigación es realmente importante, ya que los recursos económicos necesarios para llevar adelante cada instan-

cia son, generalmente, muy abultados. Y esa investigación puede llevar algunos meses o muchos años... En Cobb-Vantres han adoptado un sistema muy operacional, muy sencillo, que denominaron CAM. Es un sistema de información interna de la compañía en donde todos los meses los empleados que están en contacto directo con el mercado, tienen que volcar información en este sistema, y esa información va directamente ligada al centro de inteligencia de la compañía. Ese centro de inteligencia analiza toda la información que llega desde todos los puntos del mundo donde opera Cobb, lo envía al Departamento de Investigación y Desarrollo de Cobb, de Genética de Cobb, para interpretar cuáles son las tendencias, dónde está la necesidad o qué está cambiando en el mundo", comenta Arenázio.

**Claramente, este sistema es muy dinámico. "Una vez por mes se recibe esa información, un reporte de todo lo que está pasando en nuestra cadena de**

**América del Sur, donde nosotros importamos todos los datos -no solamente informaciones subjetivas-, para que el Departamento de Investigación y Desarrollo de Cobb, Departamento de Genética, pueda pensar en los próximos 10 años. El Departamento de Genética de Cobb trabaja -siempre- mirando hacia los próximos 10 años", afirma Arenázio.**

Al consultarle respecto de hasta cuánto o hasta dónde podemos esperar que la genética siga avanzando, el Director General de Cobb-Vantres para Sudamérica, responde: "tengo 33 años en avicultura, y hace 24 años que trabajo en Cobb y siempre nuestros clientes nos hacen la misma pregunta: «¿dónde va a parar esto?». Históricamente, todos los años, Cobb lleva al mercado un producto nuevo. Para tener una idea, un producto de 45 a 46 gramos más de ganancia de progreso genético. O sea, todos los años bajamos un día de tiempo de crianza del pollo al campo. Hoy, después de tantos años, estamos en-



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



[www.vaxxitek.com](http://www.vaxxitek.com)

tregando más de 65 gramos de ganancia diaria. Es decir que, cuando se pensaba que iba para atrás, nosotros en los últimos 5 años estábamos avanzando, al revés, de entregar un producto de 45 gramos mejor por año de ganancia de progreso genético, estamos entregando un producto ahora de 65, 67 gramos de ganancia genética por año. Entonces esto muestra que esto es un tema ilimitado”, aclara Arenázio.

**Y agrega: “si nosotros le preguntamos a nuestros genetistas, ¿ni ellos saben cuando va a parar esto...! Lo que pensamos es que en un momento dado, en los próximos 5, 6 o 7 años, nosotros vamos a tener que estar entregando en cada año un progreso de 55 a 60 gramos. Lo que es muy importante es que estamos trabajando muy intensamente para mejorar la rusticidad de nuestros productos”.**

Cobb-Vantres apunta a tener un producto para el que no sea necesario usar antibióticos: “estamos trabajando con mucha inteligencia, con un programa genómico muy importante, que aporta a los programas de selección natural de las líneas genéticas y que nos garantiza que nosotros vamos hacia el futuro entregando un producto al mercado que no va a ser necesario usar antibiótico, ni promotores de crecimiento, en eso ya estamos a punto de llegar a esta gran victoria. Tenemos prácticamente 40 años seleccionando productos, estamos viendo un progreso, pero pensamos que tenemos que entregar un producto mucho más rústico, al punto de que no se necesite usar nada de antibiótico a nivel de producto comercial y que el consumidor final esté seguro que la avicultura es realmente una actividad de punta. Nosotros estamos siempre innovando, siempre en la punta de un negocio mundial. Por ser una actividad de ciclo muy corto –de 40/42 días–, tenemos esa condición de hacer las investigaciones y probar todos los programas genéticos con una velocidad muy rápida, y con esto

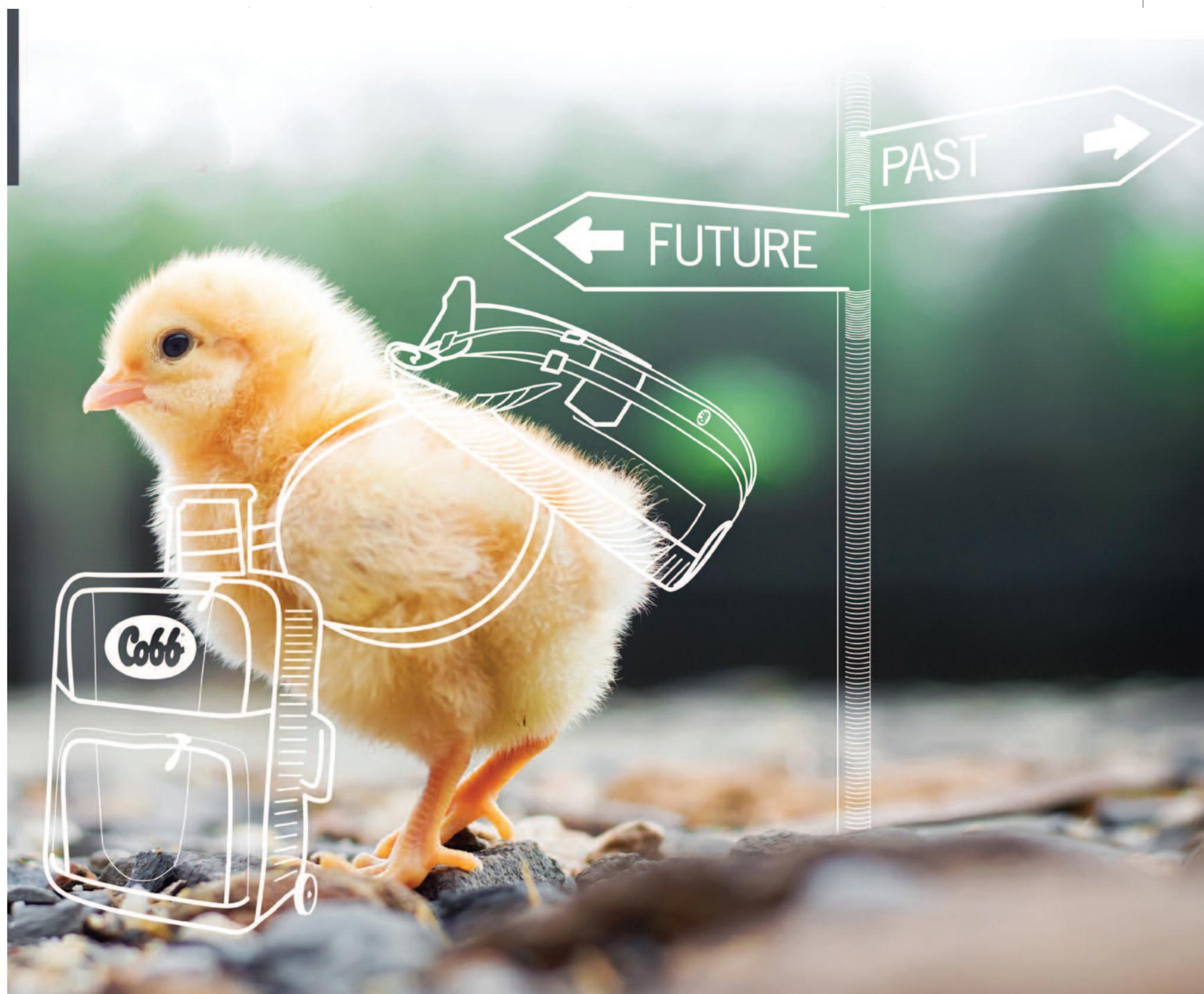
conseguimos entregar al mercado un producto mucho más renovado y con una parte del agro-negocio del mundo”, señala Arenázio.

**“Sabemos que hoy nuestra compañía trabaja para entregar un producto más sostenible, estamos trabajando muchísimo en el bienestar animal para respetar nuestros productos en las condiciones de nuestro animal, a las condiciones ambientales que maneja todo el mundo y que no sea necesario usar antibióticos para nada”, advierte Arenázio.**

#### LIDERAZGO LOCAL Y REGIONAL

Durante el Encuentro Regional de Negocios que Cobb-Vantres Brasil realizó en Argentina, el Presidente de Cobb-Vantres, Joel Sappenfield, destacó con una clara admiración el desenvolvimiento de Cobb-Vantres Brasil, como si fuera un ejemplo a seguir a nivel mundial.

**Jairo Arenázio no disimula su orgullo: “tenemos el honor de ser Cobb en Sudamérica. Nosotros nos establecimos aquí en 1995, con una pequeña operación en Brasil, en el estado de San Pablo. De ahí nos empezamos a expandir y hoy tenemos cinco unidades de producción en cinco estados de Brasil: San Pablo, Minas Gerais, Mato Grosso del Sur y Paraná. Desde allí, enviamos nuestros productos para todos los países de América del Sur. El caso de Argentina es realmente digno de admiración. Cobb Argentina ya lleva 35 años de presencia en el mercado, trabajando directamente con una sociedad muy linda, con grandes desarrollos. Nosotros, en estos últimos 35 años juntos, tuvimos una historia llena de sucesos en Argentina: arrancamos con menos del 4% del mercado y hoy ya tenemos más del 65% del mercado de todas las reproductoras que son producidas y vendidas Argentina, o sea, que de cada 10 pollos que son consumidos en la mesa de los argentinos, 6,5 son de Cobb”. ■**



# Mayor transparencia para la producción porcina

El SIO Porcinos busca transparentar la cadena porcina, y la relación entre compradores y vendedores.



**E**n el stand institucional de Agroindustria, ubicado en el predio de Expoagro, el secretario de Gobierno, Luis Miguel Etchevehere, junto al subsecretario de Mercados Agropecuarios, Jesús Silveyra, presentó el nuevo Sistema de Información de Operaciones para la carne porcina. Una plataforma pública y gratuita que brindará a diario los datos de negocios y los precios reales pactados entre compradores y vendedores.

"Este lanzamiento es otro paso adelante que estamos dando para lograr procesos transparentes y competitivos en esta actividad. Desde el primer día

nos comprometimos a trabajar para que los mercados agropecuarios crezcan día a día, con información clara y precisa para que los productores puedan tomar decisiones conscientes a la hora de producir, y apostar por la agroindustria", señaló Etchevehere, al indicar que "la accesibilidad a la información es el primer paso para que haya transparencia y que el productor pueda mejorar su posición en el mercado, a través de precios justos".

**Cabe destacar que esta nueva herramienta posee datos diarios de las liquidaciones de animales con destino a faena, además de información**

**provista por Senasa a partir de los Documentos de Tránsito Electrónicos DT-e. Esto es una oportunidad para el accionar de los productores, porque a través del acceso de los datos pueden obtener un promedio de los precios, la cantidad de toneladas de acuerdo a la zona productiva, y así tomar acciones concretas en las negociaciones con los compradores.**

El lanzamiento del Sistema de Información de Operaciones para la carne porcina significa una oportunidad de potenciar la actividad, transparentar los mercados y generar mayor competitividad de Argentina. ■

# 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



# La avicultura como cadena de valor agroalimentaria

Se realizó una medición para el período 2001/2015, de la cuenta de producción (valor bruto de producción y valor agregado), el volumen de exportaciones y del empleo de las diferentes cadenas agroalimentarias (CAA), tanto a precios corrientes como a precios constantes, además de su localización geográfica e inserción internacional. Se identificaron 31 CAA.

**H**istóricamente, Argentina ha tenido una posición privilegiada como proveedor de alimentos y materia prima de origen vegetal y animal a nivel mundial, y existe un consenso respecto de que el sector mantiene un rol clave en la economía del país.

Tanto factores de origen interno (dotación de recursos naturales, eficiencia en la producción primaria, cambios tecnológicos y organizacionales observados, grado de industrialización en algunos rubros) como externo (oportunidades del escenario internacional, demanda actual y futura de alimentos) fundamentan que la Argentina está en condiciones de fortalecer su competitividad internacional y su inserción en las cadenas de valor alimenticias globales, aportando a su vez a la resolución de otro desequilibrio argentino como es el desarrollo territorial. Otros factores que refuerzan lo anterior es el proceso de sofisticación de los alimentos (nutracéuticos y probióticos), la aparición de los biomateriales y fundamentalmente de los biocombustibles.

**En ese contexto, el agro -que en Argentina es un adelantado en tales materias-, se torna fuente de materia prima para alimentos sofisticados, biomateriales y bioenergía. El potencial de crecimiento del sector, y esta tendencia al cambio estructural, requiere de una readaptación de políti-**

**cas públicas capaces de acompañar y promover la incorporación y el desarrollo de tecnología, el diseño de marcos institucionales específicos para cada mercado y la expansión de las capacidades pormenorizadas del sector.**

El cambio de política económica que fue aplicado a partir de 2016 posee fuertes implicancias para el sector agroalimentario, particularmente respecto de la estrategia de apertura al mundo. Sin embargo, el diseño de políticas públicas requiere un conocimiento acabado de la realidad del sector agroalimentario, lo que cobra aún más relevancia si se tienen en mente los cambios productivos, técnicos, organizacionales, económicos y regulatorios que tuvieron lugar en nuestro país en las últimas décadas.

**Todo ello amerita un cambio de perspectiva analítica: desde el productor individual a la red de contratos dedicados a la actividad y desde los granos a la cadena completa de actividades.**

Es claro en este sentido que las estadísticas convencionales para el seguimiento del "nivel de producción" (en particular, los volúmenes de cosecha o las cabezas faenadas) resultan insuficientes para comprender la importancia y la dinámica del sector, en un contexto donde la producción agropecuaria se transformó en sinónimo de ma-

teria prima para usos diversos más allá de la alimentación (energía, químicos, farmacéutica, etc.).

**A pesar de ello, sigue siendo poco lo que se conoce en términos concretos y actualizados acerca de su real magnitud y evolución de los encadenamientos agropecuarios así como la comparación entre ellos, lo que se ha visto acentuado por el contexto de debilidad estadística que el país ex-**

**perimentó en la última década.**

Sin embargo, es necesario actualizar dicha medición a la luz de los nuevos cálculos de Cuentas Nacionales publicados recientemente y ampliarlo con el fin de tener nuevos indicadores que permitan señalar las fortalezas y debilidades de cada una de las producciones.

**Las 31 Cadenas Agroalimentarias (CAA) identificadas (que abarcan el 98% del valor agregado agroalimen-**

**tario del país) generaron durante 2015 valor agregado por \$484.753 millones (10% del producto interno bruto, PIB); \$1.148.428 millones de valor bruto de producción (12% del valor bruto de producción (VBP) nacional); con un total de 1.907.498 personas ocupadas (10% del empleo nacional) y exportaciones por US\$ 32.344 millones (57% de las exportaciones del país).**



Aunque relativizar las CAA respecto del total de la economía es útil, también es cierto que dentro de ese total hay diversas actividades (como las de servicios, administración pública) que tienen características muy diferentes y, por lo tanto, el dimensionamiento puede resultar confuso. Además, esas actividades están dentro del valor bruto de producción, valor agregado o empleo nacional, pero no en el total de exportaciones donde sólo se tienen en cuenta el comercio de bienes.

**Por lo tanto para uniformar el denominador (PBI total, empleo, etc.), resulta necesario explicitar el peso de las cadenas respecto solamente del total de la producción de "bienes" (excluidos los servicios). A su vez este recorte en el "denominador" se fundamenta en que en el cálculo de las cadenas sólo se tuvieron en cuenta (con la excepción de transporte de carga) las ramas agropecuarias, silvícola y manufacturera; todas correspondientes a la producción de bienes. Según lo evaluado, las CAA aportaron durante 2015 el 15% del PIB.**

De los datos agregados, se desprende claramente que uno de los principales aportes de las CAA al conjunto de la economía se encuentra en su rol clave en la inserción internacional. Es interesante notar que, al año 2015, las actividades primarias y agroalimentarias en su conjunto (productos primarios y manufacturas de origen agropecuario) registraron un superávit cercano a los US\$ 33 mil millones, mientras que el resto de las actividades industriales alcanzaron un déficit de US\$ 32 mil millones. En este sentido, las CAA además de ser el núcleo central de inserción del país en el comercio internacional, son proveedoras de divisas.

**La cadena soja representa el 26% del valor agregado del total de las CAA, seguida por tres producciones: bovi-**

**no, lácteo y trigo. Entre estos cuatro complejos se concentra el 59% del total de valor agregado de las CAA.**

La noción de "valor agregado" (VA) sin embargo suele ser difusa, ya que no ofrece una medida exacta del volumen de facturación o circulante, ni una noción de magnitud sobre el negocio que rodea a las CAA. Con el fin de comparar cada uno de los submercados asociados a los complejos productivos es útil analizar la distribución del valor bruto de producción (VBP) que, si bien presenta duplicaciones (los insumos de las ventas de un eslabón aguas arriba se incluyen dentro del valor bruto de la actividad aguas abajo) se aproxima a la noción de "facturación" más habitual en los negocios. En este sentido, el mayor volumen de facturación se encuentra en el procesamiento industrial (53%), seguido por la producción primaria (34%)

**Por el contrario, el panorama cambia claramente en el caso de considerar el valor agregado, donde la producción primaria aporta el 54%. Entre los servicios y productos que asisten a la producción primaria se destacan el transporte y el empaque, seguidos por los servicios agropecuarios, los agroquímicos y, muy de cerca, la producción de semillas, que ha ganado relevancia en la generación de valor entre las cadenas.**

En cuanto a las exportaciones, el procesamiento industrial supera a las exportaciones primarias, dato que es consistente con la predominancia de las MOA (manufacturas de origen agropecuario) por sobre los PP (productos primarios) en las categorías convencionales utilizadas por el Sistema de Cuentas Nacionales.

#### **GEOGRAFÍA (TERRITORIALIDAD)**

Una de las características de las CAA es que tienen una importante

**cobertura geográfica nacional, y son un motor fundamental de equidad territorial. En la provincia de Buenos Aires se lleva a cabo el 32% del valor agregado, seguida por Santa Fe con el 18% y muy cerca, Córdoba con el 17%. Luego se encuentra la otra provincia pampeana, Entre Ríos, con un aporte del 7,6%.**

El peso de las CAA en el total del producto nacional es del 10% a precios corrientes (15% a precios constantes de 2007), pero este promedio oculta realidades territoriales extremadamente heterogéneas, con participaciones en el producto bruto geográfico (PBG) que van desde el 38% al 0,05%.

**En particular, es posible observar que el 38% de la actividad económica de la provincia de Entre Ríos se corresponde a actividades relacionadas con las CAA (donde predominan forestal, soja y avícola); Misiones 24% (yerba mate y forestal), 23% en el caso de Santa Fe (soja, lácteo y cebada); 22% Córdoba (soja y lácteo) y La Pampa (bovino y soja).**

Las estimaciones de producto bruto geográfico son propias en base a datos de las diferentes direcciones provinciales de Estadística y de la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del INDEC. Otra forma de analizar los resultados en los distintos ámbitos geográficos es considerar el efecto de cada una de las CAA a lo largo del territorio, es decir, medir cuán concentrada geográficamente se encuentra cada una de las cadenas.

**Si bien una gran parte de la concentración está explicada por razones técnicas (existen condiciones naturales específicas necesarias para el desarrollo de determinados cultivos), esta información es importante a la hora de considerar las políticas públicas, ya que el impulso a una de las cadenas en particular puede generar**



# 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](http://www.bedson.com.ar)





efectos horizontales si al mismo tiempo se desincentiva la producción de otra.

La mayor parte de la generación de empleo de las CAA se encuentra hoy asociada a los encadenamientos aguas abajo, por lo que el fomento de una determinada actividad puede generar consideraciones diferentes en cuanto a su impacto territorial, según si se analiza el conjunto de la cadena o si se desagrega el efecto del eslabón en el cual dicha política impacta.

Si hacemos un perfil de la producción agroalimentaria de cada provincia teniendo en cuenta solamente las cadenas que generan el 80% del total local, es posible distinguir tres grupos de provincias: a) las de la región pampeana, con la preponderancia de sus cadenas típicas (soja, bovino, lácteo, trigo, girasol); b) provincias fuera de esa región cuyo mayor valor agregado

lo generan las "cadenas pampeanas"; y c) un grupo de jurisdicciones que conservan su perfil regional.

Dentro del primer grupo, en la provincia de Buenos Aires el valor agregado de las cadenas agroalimentarias está explicado un 80% por seis de ellas: soja (23% del valor agregado total de las CAA provinciales), bovino (19%), lácteo (12%), trigo (13%), avícola (8%) y porcinos (7%); por lo cual, es una de las provincias más diversificada.

La situación de Santa Fe resulta bastante similar: en orden de importancia, aparecen soja (39%), lácteo (20%), bovino (12%) y cebada (8%).

En Córdoba resaltan cuatro CAA con mucha concentración: soja (aporta 38%), lácteo (19%), maíz (11%) y trigo (10%).

Por su parte, en La Pampa aparecen cuatro CAA bien "pampeanas": bovino (34%), soja (24%), trigo (13%)

y girasol (9%).

Entre Ríos, que era tradicionalmente la provincia de carácter más agroalimentario, es también una de las más diversificadas con: avícola (30%), soja (20%), bovino (11%), cítrico (10%), arroz (9%) y forestal (9%).

Luego, es posible distinguir un grupo de provincias que no son pampeanas, sino que están ubicadas en el Norte o Cuyo, pero cuyas CAA preponderantes sí lo son, avalando lo difuso que se ha vuelto la caracterización entre pampeano y no pampeano, ante el avance del nuevo modelo productivo. Por ejemplo San Luis, de la región de Cuyo, es en cuanto a producción de CAA totalmente pampeana, ya que el 80% del valor agregado lo aportan bovino (34%), soja (32%) y maíz (18%).

En las provincias del norte, la principal CAA de Catamarca es bovino (que

Vacunas Aviares



## Sintiendo la fuerza

La única vacuna contra CAV con bajo nivel de atenuación

**AviPro<sup>®</sup>**  
**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<sup>®</sup> Thymovac: Vacuna viva liofilizada contra la Anemia Infecciosa Aviar. Para administración en agua de bebida. Composición: 1 dosis contiene mínimo 10<sup>4.5</sup> TCID<sub>50</sub> 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.

SCRBRDAP00001

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.  
Raules 2045, CABA  
Buenos Aires - Argentina  
+54 11 4523-7922/7170

genera el 36% del VAB agroalimentario), luego olivo (17%), soja (12%) y uva (9%). En Corrientes, cuatro CAA aportan el 80% del VA; la principal es una cadena "pampeana": bovino (37%); y luego aparecen las "regionales": arroz (23%), cítrico (10%) y yerba mate (9%).

Dentro de las provincias de noroeste las que mantienen su perfil regional son Jujuy, donde las cuatro CAA que aportan el 81% son: tabaco 28%, forestal 21%, caña de azúcar 20%, cítrico 6% y limón 6%; La Rioja donde el mayor aporte lo realizan CAA no pampeanas como uva 36%, olivo 28%, tomate 14% y Tucumán donde el principal aporte lo hacen CAA regionales como limón (37%), caña de azúcar (19%), berries (19%) y soja (7%).

De las típicas tres provincias de Noreste, solo Misiones mantiene un perfil regional, con dos CAA como yerba mate (42%) y forestal (42%). Las provincias cuyanas Mendoza y San Juan también conservan perfiles regionales. La primera con CAA como uva (63%), tomate (8%) y ajo (7%) mientras que en San Juan el valor agregado agroalimentario lo aportan en un 66% uva y tomate (18%).

Las provincias patagónicas también tienen perfiles específicos, donde las más norteñas son a su vez las más especializadas del país: en Neuquén solo peras y manzanas aporta el 66% y en Río Negro esa misma CAA aporta el 72%. En el resto de provincias patagónicas predomina la producción de ovino (74% en Chubut, 89% en Santa Cruz y 65% en Tierra del Fuego).

#### INSERCIÓN INTERNACIONAL

Además de los aspectos geográficos, las CAA cumplen un papel fundamental en la inserción externa de la Argentina, ya que en su conjunto aportan el grue-

so de los ingresos netos por comercio exterior.

El año 2015 las CAA exportaron un total de US\$ 32.344 millones, lo que representó un 57% de las exportaciones totales del país. El 55% de esas exportaciones lo aporta la CAA soja. Muy lejos se encuentra maíz (10%), bovino (6%), trigo (4%), uva, lácteo, maní, cebada y forestal.

Estas cadenas concentran el 90% del total de las exportaciones. La participación en el total es, sin embargo, una manera poco adecuada de medir la inserción internacional de cada una de las CAA.

Una forma de notar cuán abiertas (o cuán importante resulta el sector externo en la cadena), es observar la participación de las exportaciones en el total del VBP. En este sentido, es posible subrayar que las CAA venden en promedio en el exterior el 25% de su VBP, pero tienen un grado de internacionalización (Expo/VAB) mucho más importante (58%) que el promedio de la economía nacional (11%).

Las cadenas cuyas exportaciones representan un porcentaje mayor de la facturación son la miel, maní, soja, té, olivo y maíz; y en ellas el impacto de las modificaciones cambiarias es más fuerte.

Otra forma de analizar la importancia de las cadenas en el comercio exterior es reparar en la posición de las exportaciones argentinas por CAA en el mercado mundial. En este sentido, es posible observar que el país es el primer exportador mundial de yerba mate, maní, limón; el segundo exportador mundial de productos de soja y el tercero de maíz, miel, ajo y sorgo.

#### PRINCIPALES ESLABONES

Si bien es interesante conocer la estructura actual de las CAA, la imagen de un solo año no alcanza para

brindar un conocimiento amplio. La historia de su evolución es interesante, considerando que durante los 15 años transcurridos entre 2001 y 2015, se han registrado cambios tanto institucionales como tecnológicos, así como también en la estructura de precios relativos, por lo que un panorama sobre los cambios en las CAA es imprescindible para proyectarlas hacia el futuro.

En este sentido, durante el período analizado, las CAA han experimentado un crecimiento en volúmenes del 43%, fundamentalmente impulsadas por las actividades primarias, que registraron un aumento entre puntas del 51%, mientras que las actividades manufactureras lo hicieron en 39%.

En otras palabras, es posible concluir que a lo largo del período, el sector ha ido generando mayores volúmenes de productos primarios que no han sido completamente acompañados por la generación de eslabonamientos aguas abajo de la misma magnitud.

En valores constantes, con las excepciones de los años 2002, 2009 y 2012, las CAA han experimentado una evolución positiva, que les permitió promediar una participación en el PIB del 15%. Cuando se desagrega el nivel general entre precios y cantidades, las CAA registraron un aumento en el volumen de producción del 2,6% promedio anual, mientras que sus precios se incrementaron a un ritmo del 19,2%, lo que resultó en un incremento total a precios corrientes del 22,3% anual.

Cuando se lo compara con el resto de la economía, este crecimiento se encuentra por debajo tanto de la evolución de los precios como de los volúmenes de producción, lo que hizo que a lo largo de los 15 años la participación de las CAA en el PIB haya disminuido en valores corrientes. ■

# 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\***

\*Biomín® BBSH 797, Mycofix® Secure & FUMzyme®

Distribuidor oficial



mycofix.biomin.net

Naturally ahead

**Biomin®**

# PROYECTANDO EL FUTURO DE LA AVICULTURA.

Trabajamos cada día para mejorar nuestros procesos, ofrecer nuevos productos, llevarlos a más destinos y potenciar a nuestros trabajadores, con crecimiento sostenible y sustentable.



GRUPO  
**Motta**<sup>®</sup>

*La seguridad de la experiencia.*

CABAÑA AVÍCOLA  
**Feller**<sup>®</sup>  
Nuestra razón, el cliente

**Cobise**  
COMPLEJO DE ALTA BIOSEGURIDAD

**AgriBiol**

**Calisa**  
El pollo argentino.

**Asado**  
FOODSERVICE

**BYPROT**  
RENDERING

[grupomotta.com](http://grupomotta.com)