



Gabriel Delgado, Economista
 "Los granos solos no sacan el país adelante"

Cátedra

AVÍCOLA & AGROPECUARIA



LÍDER MUNDIAL

Ovobrand marcó un récord global con la genética Hy-Line en producción de huevos ■ Héctor Motta vuelve a poner a la Avicultura Argentina en la cima del mundo ■ Thomas Dixon explica las ventajas de la W-80 ■



Comercio Exterior

Marcelo Regúnaga destaca la iniciativa propuesta por el Consejo Agroindustrial Argentino



Opinión

Santiago Bilinkis advierte que no podemos dejar escapar esta oportunidad



Empresas

Marco Solleveld afirma que Marel está comprometida con el mercado argentino

New Gen

Papagayos - San Luis - Argentina



Nueva Genética
Arbor Acres Plus

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

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

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

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

DIRECTOR

Adalberto Rossi

JEFE DE REDACCIÓN

Damián Colaprette

REDACCIÓN

Joaquín Pichetto, Eugenia Basualdo,
Patricia Domínguez, Maximiliano Videla

DISEÑO

he!p Comunicación Estratégica

FOTOGRAFÍA

M. Florencia Santangelo,
Emiliano Descole, Denise Giovaneli

TRADUCCIONES

Josefina Rossi

COLABORACIONES

Mariana Lío, Verónica D'andrea,
Elida Thiery

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
Cel. 54 911 5327 8200
comercial@catedraavicola.com.ar
www.catedraavicola.com.ar

IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN

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

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

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

La Agroindustria frente a una nueva oportunidad.

El COVID-19 atravesó el mundo sin reconocimiento de fronteras, climas, creencias o gestiones políticas, dejando al desnudo todo tipo de problemas como la escasez de infraestructuras, recursos humanos y equipamiento sanitario adecuados; derrumbes de las economías; insuficiencia de reservas financieras –tanto públicas como privadas– para afrontar la situación, y un poderoso signo de interrogación en relación al “día después”.

En Argentina la cuarentena paralizó la mayoría de las actividades y, como si esto fuera poco, la crisis que veníamos arrastrando dejó en claro la fragilidad de nuestra economía pronosticando un futuro realmente complicado.

Por eso, hoy más que nunca, debemos mirar a largo plazo, tratando de enfocarnos en las oportunidades –siempre las hay– que este fenómeno presenta.

Hoy, sin dudas, el complejo agroindustrial nuevamente confirma un papel protagónico en el desarrollo económico y social argentino, transformando materias primas en alimentos, energías, servicios, generando miles de empleos, así como también divisas, hoy tan necesarias como escasas.

Las exportaciones de productos primarios superaron los 17.000 millones de dólares en 2019, lo que representó un 26,4% del total despachado al exterior. Y las manufacturas de origen agropecuario significaron un ingreso de 24.000 millones de dólares, lo que representó el 37% del total exportado. En conjunto la cadena agroindustrial participó en el 63% de las ventas al exterior.

En materia de valor agregado, los principales eslabones que integran las

distintas cadenas agroalimentarias (producción primaria, agroquímicos, procesamiento industrial, empaque, transporte de cargas, servicios veterinarios, servicios agropecuarios, semillas y actividad comercial), generaron durante 2018 valor agregado por US\$ 44.741 millones (10% del PIB nacional) y US\$ 104.367 millones de valor bruto de producción nacional (12% del VBP nacional).

Por otra parte, el total de empleo generado por las principales cadenas agroalimentarias fue de 2,1 millones de personas, lo que significa el 34% del empleo total de las actividades que producen bienes a nivel nacional, y el 11% si también se consideran los servicios, incluyendo en esta estimación todo régimen de empleo, independientemente de su formalidad legal y categorías ocupacionales.

Pero, además, la agroindustria genera arraigo, algo por demás importante y sobre todo en este contexto.

La industria avícola no ha detenido su crecimiento, todo lo contrario. Y lo ha hecho frente a innumerables obstáculos como el exponencial incremento de los costos, la pérdida de competitividad en el mercado internacional, los distintos problemas de logística que al comienzo de la cuarentena dificultaban el traslado, entre muchos otros.

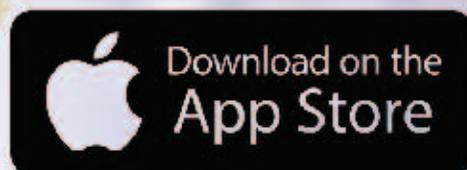
Creo que sería oportuno que el Gobierno Nacional tomara debida nota de que la avicultura tiene por delante grandes oportunidades de crecimiento y desarrollo, que pueden contribuir con la reactivación de nuestro país. Esperemos no dejar pasar una nueva oportunidad.

Adalberto Rossi, Director

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

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

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

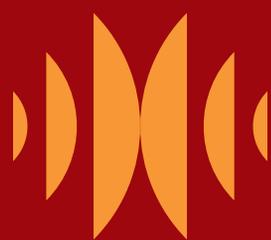


Cátedra

AVÍCOLA & AGROPECUARIA

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

Lunes a Viernes, de 8 a 9 hs.



Led.fm
MOBILE RADIO

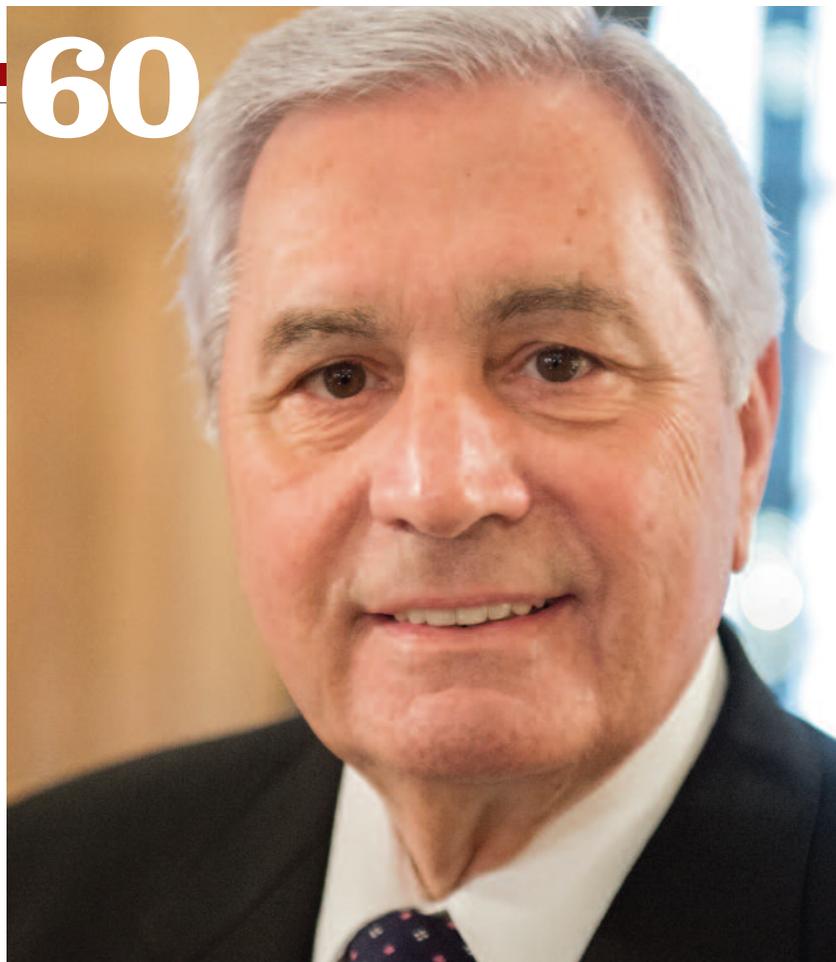


@catedraavicola

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



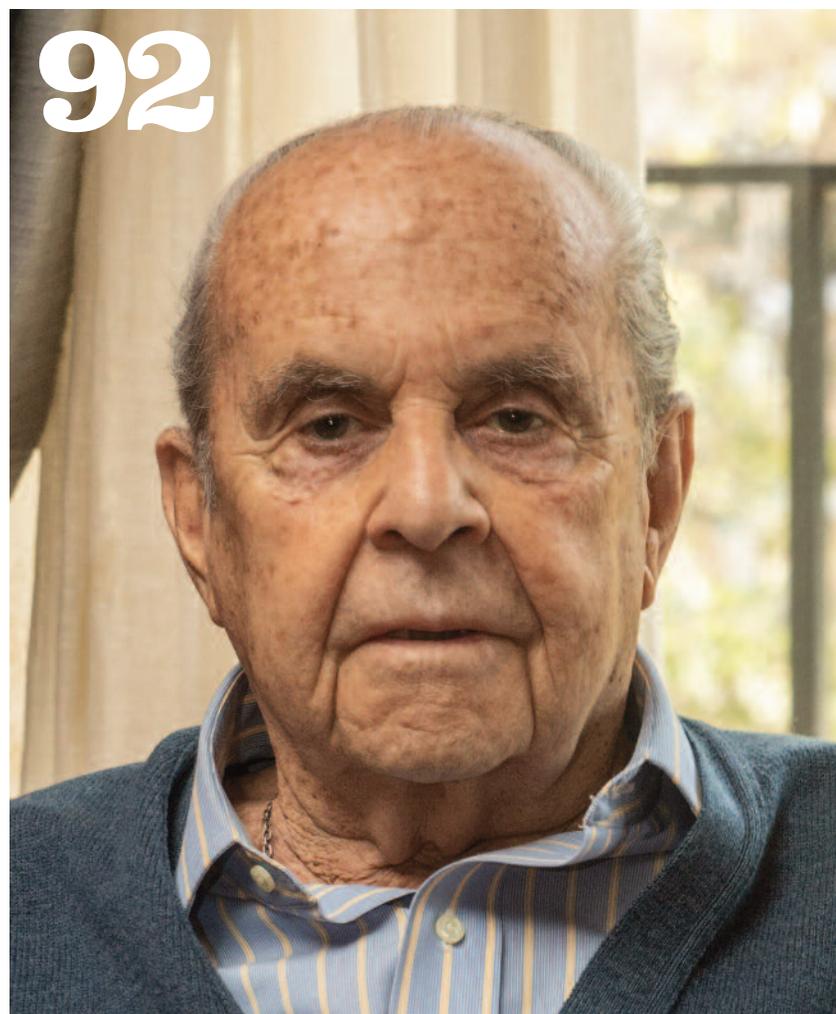
10



60



30



92



36



sumario



10 OPINIÓN

Gabriel Delgado

"Para solucionar la falta de dólares, la Pampa húmeda tendría que tener tres o cuatro pisos, la Argentina de los granos no saca el país adelante".

52 TENDENCIAS

¿Los pollos del futuro?

Resisten a las enfermedades y se alimentan con alimentos de bajo costo. Las aves modificadas genéticamente, ¿serán la respuesta a una creciente demanda mundial?

74 EMPRESAS

Marel Poultry

Líder a nivel global en sistemas y servicios de procesamiento avanzados para las industrias de aves, carne y pescado, reafirma su compromiso en Argentina.

16 COMERCIO EXTERIOR

Agroindustria

El aporte es el más alto en los últimos cinco años. FADA presentó el informe que releva la importancia para el futuro pospandemia. "Monitor de exportaciones" para derribar mitos.

60 NOTA DE TAPA

Ovobrand y Hy-Line

La compañía argentina registró una marca mundial en producción de huevos. Héctor Motta, vuelve a ubicar a la avicultura argentina en la cima del mundo.

92 GANADERÍA

Cabaña Tres Marías

Comprometida con el mejoramiento de la genética Angus para aumentar la productividad y el rendimiento de una de las razas más prestigiosas del mundo.

8 ECONOMÍA

Brecha Cambiaria, ¿fenómeno temporal o permanente?

48 OPINIÓN

Ser eficientes como grandes productores... ¿nos hace enemigos de la rentabilidad?

80 SANIDAD

Enfermedad de Marek: La eficacia en la prevención asegura la rentabilidad.

Brecha Cambiaria, ¿fenómeno temporal o permanente?

Mientras más alta es la brecha cambiaria, los mercados relacionados directa o indirectamente con la divisa se ven afectados, la dinámica resulta inestable y esto repercute negativamente en el nivel de actividad. En 5 episodios de elevada brecha cambiaria registrados en nuestro país, la economía se contrajo 1.3% respecto a los años previos en promedio, con casos más serios como el de 1989, cuando esa merma fue de 7%.

En los cinco episodios analizados, la duración media del fenómeno de elevada brecha cambiaria fue de 1 año con tres casos bastante largos (oct-48: 12 meses; ene-55: 50 meses; oct-74: 18 meses) y dos relativamente cortos (ago-51: 7 meses; mar-89: 5 meses).

En 3 de los 5 episodios, la disminución de la brecha fue gatillada por el lanzamiento de un nuevo plan económico y por una importante devaluación inicial, tal como ocurrió en 1959; 1976 y 1989.

La brecha no debe explicarse por el hecho que actualmente la economía tenga la característica de bimonetaria: abundan los ejemplos de países sin brecha pero con mercados de ahorro y crédito en el que conviven moneda local y extranjera. A la inversa, en nuestro país hubo episodios de elevada brecha cambiaria antes de la etapa en la que se adquirió el carácter bimonetario. Es condición necesaria para que exista una brecha un mercado con precio fijo, sin oferta a ese precio.

A mediados de octubre la brecha cambiaria superó la barrera del 100%. Si bien antes que esto, la misma ya era elevada aún para los parámetros argentinos (el promedio histórico es del 23%), un nivel de tal magnitud solamente existió en 5 ocasiones en nuestro país: 3 veces entre 1948 y 1959, durante el último año y medio del go-

bierno de Isabel Perón y en los meses de la hiperinflación de 1989.

La experiencia histórica ayuda a analizar, por un lado las causas y consecuencias económicas de una elevadísima brecha cambiaria y por otro lado, si la misma puede mantenerse o no en el tiempo y bajo que circunstancias podría reducirse en forma consistente.

CAUSAS Y EFECTOS DE LA BRECHA SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA

En todos los casos registrados, la brecha cambiaria obedece al exceso de pesos que tiene la economía y que se traduce en una mayor demanda de la divisa que el Banco Central no puede satisfacer al precio del dólar oficial. Por este motivo, segmenta los mercados con precios diferentes a través de los controles de capitales.

El excedente de pesos durante los períodos con altas brechas cambiarias, en algunos casos, respondió a una aceleración de la emisión monetaria (1951/52, 1989), en otros a una caída en la demanda de dinero (fin de 1948/49, 1955/59, fines de 1974 - principios de 1976) y a una combinación de ambas (¿octubre 2020?).

Los efectos de la brecha son múltiples y todos nocivos. En primer lugar, destruye el mecanismo estabilizador que se produce en cualquier mercado

cuando aumenta la demanda de un determinado bien. Cuando esto sucede, sube su precio y esto, además de frenar la demanda, estimula a los oferentes a vender más unidades del bien. Los dos efectos moderan la dinámica del precio ante el aumento de la demanda. Este mecanismo natural en cualquier mercado se rompe totalmente con la brecha cambiaria. Como el precio del dólar oficial sube a un ritmo independiente al impulso de la demanda, no frena las decisiones de quienes pueden comprar al precio del dólar oficial (importadores) y por otro lado, no permite a gran parte de los oferentes de dólares (exportadores) vender al mayor precio que refleja el aumento de la demanda en el mercado paralelo. Estos desajustes cada vez generan más distorsiones y, tarde o temprano, terminan propiciando conductas elusivas que agravan la situación como la sobre-facturación de importaciones y la sub-facturación en las exportaciones.

Por otro lado, mientras más alta es la brecha cambiaria, mayores son las expectativas de devaluación y, tarde o temprano, terminan trasladándose una parte a los precios de los productos importados. Este último efecto ya se notó en nuestro país aún con brechas inferiores al 100%. El aumento de la brecha cambiaria en los últimos meses generó una aceleración de la inflación de bie-



nes importables que pasó del 2.5% en julio a 2.9% en agosto y al 5.8% en septiembre (este tipo de bienes tiene un peso cercano al 18% en la canasta del IPC).

La experiencia histórica de los 5 episodios registrados en Argentina, también es contundente en este aspecto, ya que muestra que, durante estos períodos la inflación se multiplicó por 1.8 respecto de los períodos previos.

De esta forma, mientras más alta es la brecha, todos los mercados relacionados directa o indirectamente con la divisa, funcionan cada vez peor y su dinámica resulta inestable. Por este motivo, la evolución de la actividad económica resulta muy mala durante los períodos con brecha cambiaria alta. Para el caso de los 5 episodios registrados en nuestro país, la economía cayó en promedio un 1.3% respecto a los años previos -con algunas caídas muy importantes entre 1951/52 (5%) y durante 1989 (7%)-.

¿CUÁNTO PUEDE DURAR LA BRECHA Y CÓMO SE REDUCE EN FORMA CONSISTENTE?

Más allá de la inestabilidad intrínseca de estos procesos, la experiencia histórica de nuestro país nos muestra que este tipo de desequilibrios no se corrigen en forma automática y, ante la falta de acción del Gobierno, pueden durar bastante tiempo mientras no se implemente un nuevo plan económico acompañado generalmente por impor-

tantes saltos cambiarios.

Concretamente, la duración media de los 5 episodios históricos fue de 1 año con tres casos bastante largos (oct-48: 12 meses, ene-55: 50 meses, oct-74: 18 meses) y dos relativamente cortos (ago-51: 7 meses, mar-89: 5 meses)

Respecto a la reducción de la brecha cambiaria, la misma cayó notablemente, y en forma más o menos duradera en el tiempo, en 3 de los 5 episodios. En estos 3 casos, la disminución de la brecha fue gatillada por el lanzamiento de un nuevo plan económico y por una importante devaluación del tipo de cambio (1959: plan de Alsogaray "hay que pasar el invierno" - Devaluación 280%; 1976: primer plan de Martínez de Hoz - Devaluación 88%; 1989: plan Bunge y Born - Devaluación 150%).

En set-49, no hubo un plan específico, pero sí se registró una importante devaluación para eliminar la brecha en los meses sub-siguientes. No obstante, con el tiempo, la misma volvió a superar el 100% (fines de 1951). De esta forma, a principios de 1952, el gobierno de Perón tuvo que lanzar el primer plan de estabilización de nuestro país, que incluyó importantes medidas fiscales contractivas, pero como no incorporó ninguna devaluación significativa, la brecha cambiaria bajó solamente un escalón y se mantuvo en niveles muy elevados los meses subsiguientes (72%) al lanzamiento del plan.

CONCLUSIONES

El primer aspecto que queremos destacar es que la brecha no debe explicarse porque la economía es bimonetaria, abundan los ejemplos de países sin brecha, con mercados de ahorro y crédito en moneda local y extranjera. Hemos observado brechas en nuestro país antes de ser tan bimonetarios. Si existiese un exceso de oferta de pesos y el Banco Central proveyera los dólares equivalentes, tampoco existiría una brecha. Es condición necesaria para que exista una brecha, un mercado con precio fijo, sin oferta a ese precio. Es equivalente a tener precios cuidados en una góndola vacía.

El segundo aspecto a destacar es que la brecha puede durar, lo que implica una profundización de la recesión durante la brecha y un salto de la inflación post brecha. En las experiencias mencionadas, es el ajuste de tipo de cambio oficial el que reduce o elimina la brecha.

Idealmente un sistema cambiario debe ser capaz de soportar cambios de portafolio sin que se altere la paridad cambiaria y shocks reales con modificaciones estabilizadoras de la paridad cambiaria, todo lo contrario a lo que genera un esquema cambiario con brecha.

Lo que no podemos contestar es por qué estamos de nuevo tropezando en la misma piedra. ■

.....
*Elaborado por Gustavo Reyes y Carlos Rivas,
del IERAL - Fundación Mediterránea*

"Los granos solos no sacan el país adelante"

"Para solucionar el problema de dólares de Argentina, la Pampa húmeda tendría que tener tres o cuatro pisos, la Argentina de los granos no saca el país adelante". Así es como el economista Gabriel Delgado define el contexto que tendrá lugar para la agricultura y la alimentación. Cuáles son los tipos de innovaciones en el mercado de alimentos a nivel global –tanto físicas como digitales y biológicas–, el avance de la agricultura celular y la llamada "Imposible Food" que ya se consume especialmente en Estados Unidos y que gana terreno entre los consumidores veganos.



Gabriel Delgado, Economista

El especialista en finanzas rurales, licenciado en Economía Agropecuaria y ex secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Gabriel Delgado, analizó los desafíos que se vienen en materia de investigación, desarrollo, innovación y sociedad, conectividad, educación y regulaciones. Una tendencia que de alguna manera marca la agenda que deberá abordar el “Gobierno 4.0”, según considera.

Delgado tiene una particular visión sobre el futuro de la Agricultura y la Alimentación, para lo cual propone sobre- volar los principales ejes sobre los cuales él considera que va a surfear el mundo –o las industrias del mundo–, y los cambios tecnológicos que vienen.

Comenzando por un contexto histórico, según Delgado “durante muchísimos siglos el hombre vivió con la fuerza de sus propias manos, y eso generó un estancamiento de muchísimos siglos desde que se tenga memoria. Porque la fuerza que el hombre podría hacer siempre estaba relacionada con la fuerza de un grupo de personas... La domes-

ticación del caballo, sin dudas, generó un hito muy importante en el desarrollo tecnológico del hombre, pero los verdaderos cambios comenzaron con la Industria 1.0 que fue justamente con la industria de vapor, mejorada después con la Industria que se llamó 2.0 que es la producción en masa, la línea de montaje y todas las escuelas de administración que vinieron luego, con la ayuda, por supuesto, de una fuente de energía. **Luego, ya más en el siglo XX, que es el siglo en el que todos nosotros crecimos, la industria pudo de alguna manera verse beneficiada con los servicios de la informatización y la automatización. Hoy, a nivel mundial, estamos comenzando a vivir una industria, en la cual todavía no hemos descubierto todo lo que esto implica, la «Industria 4.0».** Obviamente, en la Industria 4.0 también está el sector agropecuario, donde la producción comienza a ser de alguna manera no solamente automática, sino autónoma, a la que se la denomina Producción Cibernética. **La diferencia entre autonomía y automatización, es que la gran novedad de este ciclo es que mu-**

chas de las cuestiones informáticas que antes estaban automatizadas, hoy no solamente se automatizan, sino que además pueden aprender, y el entrenamiento de estos algoritmos son los que generan estas irrupciones”.

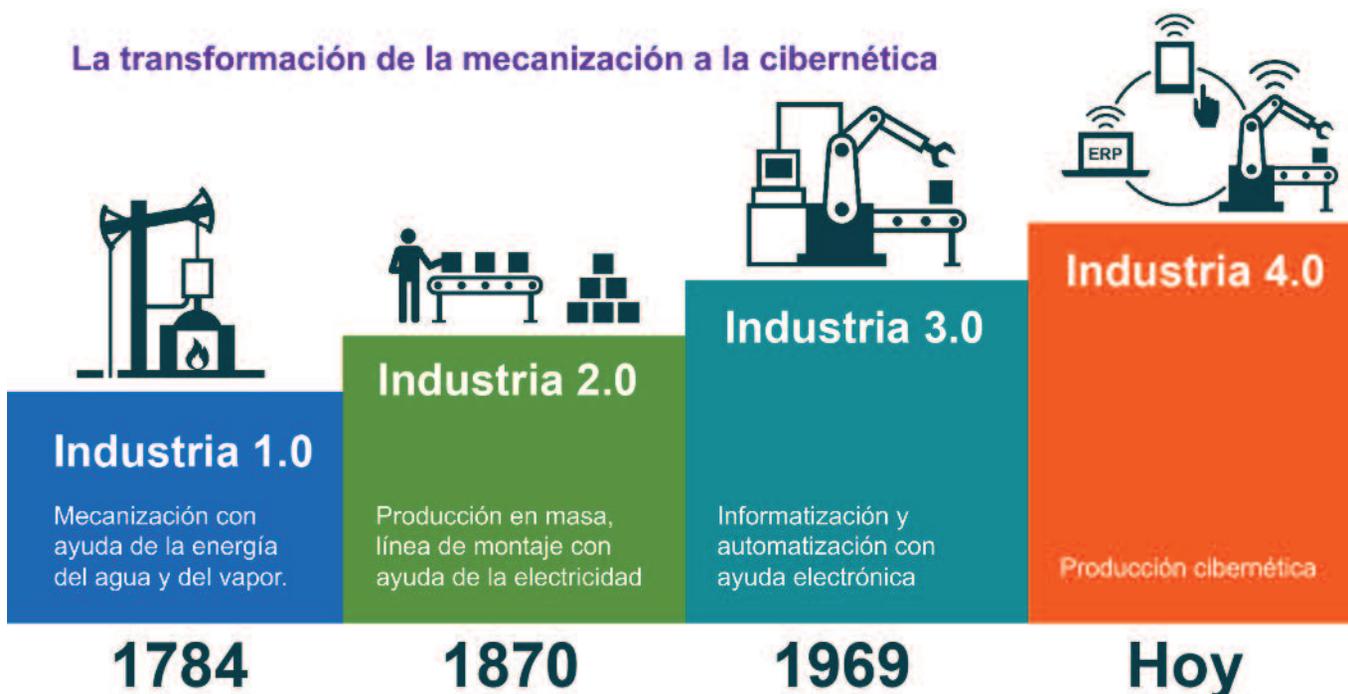
DE MECANIZACIÓN A CIBERNÉTICA

De acuerdo a la visión de Delgado, estamos frente a tres grandes innovaciones, muy disruptivas para el sector agropecuario: Innovación Física, Innovación Digital e Innovación Biológica. Y todas estas innovaciones se van a poder conjugar.

Innovaciones Físicas

Dentro de las Innovaciones Físicas, están los Nuevos Materiales (materiales inteligentes), “ustedes habrán visto por ejemplo lo que implica que un celular táctil se pueda doblar... Imagínense esto aplicado a cualquier tipo de máquina o a cualquier tipo de cambio tecnológico que se pueda dar ya con una mirada más sectorial. Los invito a que repasemos estas innovaciones, porque estos tres grupos le pegan directamente al

La transformación de la mecanización a la cibernética



sector agropecuario, que a mí me gusta llamar Bioindustrial”, señala Delgado.

Siempre dentro de las Innovaciones Físicas, Delgado se detiene en los Vehículos Autónomos: “en el sector agropecuario tenemos una disrupción muy grande de máquinas, en donde ya el operario va sentado por una cuestión quizás de costumbre o por una cuestión cultural, o de control de la máquina, pero en donde ya comienza el hombre a tener de alguna manera poco rol. Hoy, el rol de un contratista que tiene máquinas grandes, tiene mucho más que ver con trasladarse de campo a campo, que trabajar dentro de un mismo campo. **En mi opinión, esta es la principal disrupción respecto de la estructura agraria de Argentina, porque creo que el tamaño de las explotaciones agropecuarias va a tender a seguir la tendencia del tamaño de las máquinas. A las máquinas les resulta cada vez más caro moverse de un campo a otro y por lo tanto le resulta cada vez más caro poder cultivar parcelas pequeñas.**”

Otra de las innovaciones agrupadas dentro de las Físicas, son las Impresiones 3D y 4D, “que de alguna manera vienen a reemplazar las líneas de montaje tradicionales y las producciones de gran escala. Porque puede ser que nosotros podamos contar con producciones individuales de objetos, sin necesidad de generar enormes líneas de montaje. Esto puede generar también cambios muy importantes en toda la industria”, agrega Delgado.

Y por último, dentro de las innovaciones físicas, Delgado se refiere a la Robótica, los Drones y los Robots aplicados al agro: “los Agrobots que vienen a generar también un cambio disruptivo. Cuando hablamos de Robótica, nos referimos a robots que pueden darle de comer a la hacienda, a drones que pueden generar información productiva que no necesariamente es satelital, ni

de radar, si no que puede ser predial, al control que pueden generar los drones en el predio. Es decir, cosas muy importantes que revolucionan los procesos de control también en el sector”.

Innovaciones Digitales

El otro gran grupo de innovaciones que Delgado considera disruptivas para el sector agrario es el grupo de conformado por Innovación Digital.

“Aquí aparece el Blockchain, que es un sistema en donde todas las monedas virtuales del mundo se basan en un sistema de registro inviolable. Cada paso que uno da en un sistema donde hay Blockchain de manera subyacente queda registrado y esto es muy importante para el tema de los alimentos, porque una de las principales tendencias que hay en el consumo de alimentos es justamente su trazabilidad, porque los consumidores quieren saber qué están consumiendo. El Blockchain es una de las tecnologías que promete tener más disrupciones en el mundo de los registros, en el mundo de la escribanía, en el mundo de los registros de autos, en el mundo de las monedas... Es decir, una tecnología que permite registrar de manera inviolable”, explica Delgado.

Otra de las Innovaciones Digitales es la Internet de las Cosas (Internet of Things), “porque hasta ahora la Internet había sido consumida siempre entre seres humanos y máquinas y ahora, probablemente, el crecimiento de la conectividad que nosotros estamos viviendo surge porque crecientemente los objetos pueden conectarse entre sí para censar, para dar órdenes, para que la Internet de las Cosas pase a dar esas órdenes” sostiene Delgado.

La Sensorización, que es otra de las Innovaciones Digitales que en el sector agropecuario tiene una importancia muy grande, “es el proceso a través del cual nosotros vamos a poder -con muy

bajo costo- censar cualquier cosa: dónde está un tractor, cómo funciona un equipo de riego, cómo se está sembrando, la temperatura, la humedad... Muchísimas cosas que antes tenían que hacerse con costosos aparatos, hoy se van a poder hacer en forma remota generando grandes volúmenes de información”, afirma Delgado.

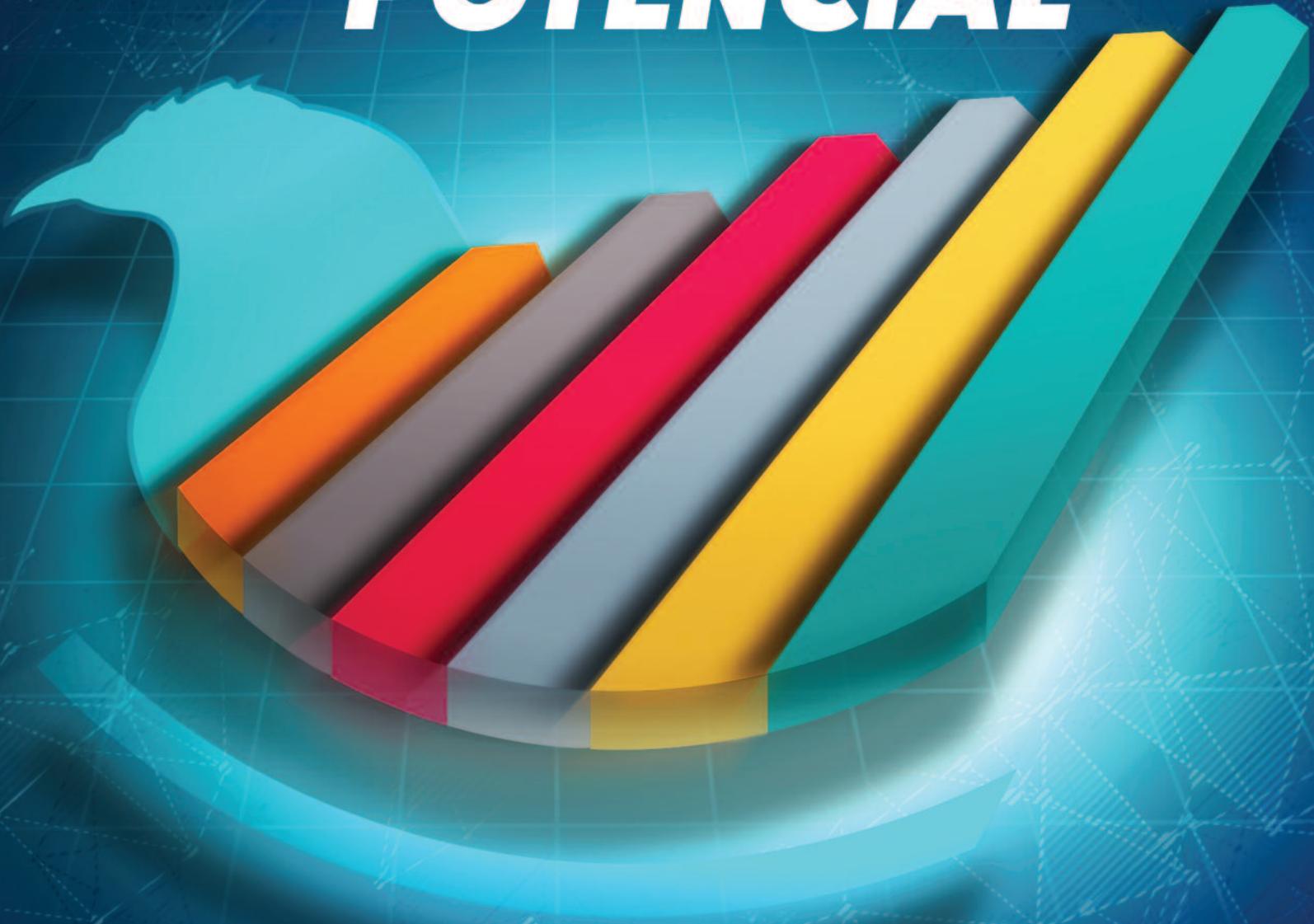
Y dentro de este grupo se encuentra, lo que a criterio de Delgado resulta la tecnología más relevante y más disruptiva dentro de las Innovaciones Digitales, que es Inteligencia Artificial. “La inteligencia Artificial son aquellas fórmulas, algoritmos matemáticos, que tienen la capacidad de aprender por sí mismos”.

Innovaciones Biológicas

Este grupo de innovaciones es bastante exclusiva de la salud humana, la alimentación y de la vida en general, tanto del reino vegetal como del reino animal. Aquí es donde aparece la Genética, los Genomas -que han venido a revolucionar la genética en el mundo-, la Edición Génica a través de la cual se puede editar un cromosoma como si fuese un Word «cortar y pegar», donde Argentina está muy bien posicionada.

Dentro de este grupo de innovaciones, Delgado hace hincapié en la Agricultura Celular: “es una tecnología que tiene por objetivo poner en jaque a la necesidad de la tierra para poder producir, así pude comprobarlo en todos los Congresos que participé en Agricultura Familiar -el último fue en Singularity, Nueva York-, donde hay una militancia en contra de la producción con tierra, en donde el objetivo de esta tecnología es tratar de reproducir tejidos del reino animal y vegetal en biorreactores con sueros que eliminarían el proceso de utilizar un ser vivo para que esos tejidos crezcan; desde tejidos de flores de cannabis con THC hasta carne

OBTENGA TODO EL **POTENCIAL**



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

PREVENTION WORKS
Diseñando el futuro de la salud avícola



**Boehringer
Ingelheim**

de vaca reproducida por medio de la agricultura celular”.

La Nanotecnología, otra de las Innovaciones Biológicas, es tecnología de diminutas proporciones que va a permitir -o permite- viajar adentro de un cuerpo y censar determinadas cosas de un cuerpo humano.

También dentro de este grupo de innovaciones, se encuentra la tecnología de Microbiomas, que consiste en estudiar la cantidad de bacterias. “Dicen que cada cuerpo humano tiene más bacterias que la cantidad de planetas que hay en el universo y el desafío de poder estudiar los Microbiomas va a poner en jaque a los productos de síntesis química, porque con los probióticos se podrá equilibrar naturalmente el cuerpo y evitar los desequilibrios que generan naturalmente los productos de síntesis química. Y no estamos hablando sólo de medicamentos, sino también, por ejemplo, del cloro que ingerimos para poder potabilizar el agua”, afirma Delgado.

AGRICULTURA CELULAR & REGULACIÓN

Delgado considera que “es preciso mirar muy de cerca y con mucho cuidado las tecnologías biológicas, porque si bien todavía tiene muchos problemas regulatorios en nuestro país, la hamburguesa sintética desarrollada con multiplicación de tejidos en un biorreactor, tiene como principal accionista a Bill Gates y a Cargill, jugadores muy importantes, especialmente este último en el mundo de los alimentos. Son tecnologías que pueden tener un rol muy importante en las carnes de muy bajo costo; atrás de todo esto hay una militancia muy en contra con respecto a matar animales para comer y esta tecnología de alguna manera viene a generar una diagonal entre el veganismo y comer carne pero sin matar animales.”

En tanto, en Estados Unidos ya se está comercializando otra tecnología que son las hamburguesas vegetales con gusto a carne, y que compite con la Agricultura Celular, aunque es diferente. Lo cierto es que la empresa Impossi-

ble Foods “ya está en el mercado porque tienen la autorización para comercializar, a diferencia de aquella hamburguesa que todavía no la tiene”, advirtió.

Otro dato no menor es que “cuando salió a cotización el año pasado en Wall Street, su valorización bursátil igualó el valor de todo el rodeo argentino”. Y que “las principales compañías de agtech que están en Silicon Valley están integrando todas estas innovaciones”, remarca el economista.

DESAFÍOS HACIA ADELANTE

Gabriel Delgado sostiene que “tenemos que aggiornar los sistemas de investigación, desarrollo e innovación a esta nueva realidad. Tenemos que avanzar en temas relacionados con la conectividad, con la educación; creo que el Covid-19 apuró mucho de estos procesos. Creo además que tenemos que avanzar en regulación, pero de otra forma... la podríamos llamar «los Nuevos Bienes Públicos» que nosotros vamos a necesitar para poder, como sociedad,





afrontar los desafíos que implican estas tecnologías. En ese sentido, también es preciso que no queden obsoletas nuestras instituciones”.

Para Delgado el Covid-19 le ha venido muy bien para que muchas instituciones que incluso negaban el proceso digital, “se pongan los pantalones largos y puedan empezar a aggiornarse a los desafíos que implican las nuevas generaciones y las nuevas tecnologías, saliendo por supuesto de una zona de confort”.

El economista también cuestiona al sector agropecuario, en particular de Argentina: “esta idea de que en 2050 va a haber nueve mil millones de habitantes y que entonces vamos a tener precios altos de los commodities, con la revolución tecnológica subyacente en este momento en el mundo, es al menos muy audaz. Sería horrible que Argentina base su prosperidad futura en base al hambre del resto del mundo. Por lo menos, creo que Argentina tiene que explorar otros caminos. Se dice que Argentina produce alimentos para 400 millones de personas y yo creo que eso es una cuestión de autosatisfacción. Lo cierto es que Argentina produce alimentos para engordar chanchos en otros países. O sea que la base exportadora argentina es para exportar piensos animales”.

Además, Delgado sostiene que “Argentina tiene que avanzar en una política agrícola que se sostenga en el largo plazo y que sea de consenso de todos

los espacios políticos. Es que tiene que generar fuertes incentivos para producir alimentos para consumo humano directo. Esto mejoraría sustancialmente las cuentas del Banco Central”.

¿SE PUEDE PRODUCIR MÁS?

Gabriel Delgado está convencido que se pueden producir más alimentos en nuestro país, pero al mismo tiempo advierte que “los problemas políticos que hay en Argentina son muy graves. Los problemas de acción colectiva que tiene el sector, y de representatividad, son gravísimos. El resto de nuestros competidores también juegan y pueden producir mucho más también... Brasil, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda son todos jugadores muy importantes”.

Respecto del temor que existe en buena parte de los consumidores en relación a los productos transgénicos y a la utilización de fitosanitarios, Delgado considera que “el tema son las buenas prácticas agrícolas. Hay demanda de los consumidores, no se puede negar el uso de fitosanitarios, de ninguna manera. De hecho 16 mil millones de dólares del Banco Central dependen del glifosato. Ahora bien, Argentina usa cinco veces más de glifosato que el resto del mundo... deberíamos hacernos algunas preguntas.

“¿El futuro de la Argentina está en la ganadería?”, se pregunta Delgado... “Yo creo que es muy importante lo que viene para los próximos 10 años y también

lo son las oportunidades de Asia para la ganadería Argentina, pero cuidado que hay una movida vegana que tenemos que mirar muy de cerca. El otro día me tocó estar en una charla en donde la tres cuarta parte de los chicos de menos de 18 años estaban en camino a ser veganos, o eran veganos. Por supuesto que vamos a tener mercado para la ganadería, pero me parece que Argentina tiene que ampliar”.

CONCLUSIÓN

Para Delgado el futuro tiene caminos bien marcados en donde van a convivir la agricultura tradicional –donde Argentina es competitiva–, la agricultura orgánica o de bajos insumos, porque es uno de los pocos sectores que crece a 2 dígitos desde hace muchos años en Estados Unidos, y la agricultura celular.

Más allá de estas consideraciones, hay una pregunta que obsesiona a Delgado: ¿cuáles bienes públicos son los que el Estado va a tener que proveer en este contexto para estas nuevas tecnologías? Al respecto, el economista advierte que “deberíamos marcar la agenda de investigación. ¿Cuál debería ser la investigación pública con estas tecnologías? ¿Hay líneas de investigación pública que ya no tiene sentido que la sociedad las pague? Además de todas estas tecnologías hay muchas otras, computación cuántica y otras cosas que seguramente todavía le meten más incertidumbre a esto. Lejos de ser pesimista, lo que pretendo es tratar de marcar que el futuro tiene un rumbo marcado por la tecnología y por la demanda de alimentos. Y nosotros tenemos que mirar muy de cerca eso para no tener una mirada complaciente con algunos intereses sectoriales que no tienen interés por el bienestar general de la población. Creo que lo que hay que hacer es tratar de sentarse a hablar y concertar”. ■

Exportaciones agroindustriales: datos únicos y perspectivas

El aporte es el más alto en los últimos cinco años. FADA presentó el informe que releva la importancia para el futuro pospandemia. Incluye un ranking de productos que sorprende, el mapeo de la Argentina productiva y el motor de empleos. Un "Monitor de exportaciones" que derriba mitos.

Monitor de exportaciones agroindustriales

1º semestre 2020



Inserción internacional (relación expo/producción), share de mercado y ranking mundial (sobre principal producto del complejo), y concentración de origen (por región del país); se muestran para año 2019, a fin de aislar efectos de estacionalidad. Concentración de destino: sobre la base del top 5 de principales países.



www.fundacionfada.org



La Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA) presentó por primera vez un informe inédito: el Monitor de Exportaciones Agroindustriales. Un profundo explorador de lo que aportan al país y en el día a día del ciudadano.

Uno de los datos que sorprende es el "Top five" de productos con los que Argentina encabeza un podio mundial de Exportaciones.

Argentina ocupa el 1º puesto como exportador de aceite y harina de soja, yerba mate y porotos. 2º exportador mundial de maní. 3º exportador de girasol, maíz, soja y peras. 4º en cebada cervicera. 5º carne de vaca, camarones, langostinos, té negro y leche en polvo. Y la lista sigue, con un amplio repertorio de economías regionales posicionadas a nivel internacional.

Nicolle Pisani Claro, economista de

FADA, destacó que en el primer semestre del año, 7 de cada 10 dólares ingresaron al país desde las exportaciones agroindustriales remarcando que "es el aporte más alto logrado en los último cinco años".

Según estos datos, las exportaciones agroindustriales representan el 74% de las exportaciones totales del país.

Las cadenas agro ingresaron al país 20 mil millones de dólares en exporta-

ciones. De ese total, 70% fueron las cadenas granarias, 15% economías regionales, 8% carnes, 2% lácteos y 5% otros productos. "Este trabajo de monitoreo nos muestra dónde estamos y nos muestra que la política internacional externa no es una foto estática, sino que va cambiando, y hay que adaptarse a esas necesidades internacionales", señaló Gustavo Idígoras (CIARA/Centro Export. Cereales).

Para David Miazzo, economista Jefe de FADA, uno de los mayores impactos positivos de las exportaciones agroindustriales es el "motor de empleos", el interminable circuito que generan. "Toda esta cadena mueve empleos directos e indirectos, desde los insumos, el productor, el contratista, el maquinista, el camionero, la industria, el comercio, etc., en cada una de esas áreas se generan a su vez empleos indirectos. Pero además cada uno de esos trabajadores, con esos ingresos, consume, compra, invierte, en sus regiones, lo que impacta moviendo a la economía desde todos lados".

RESUMEN EJECUTIVO

Durante el primer semestre de 2020, las cadenas agroindustriales (CAI) generaron un total de USD 20.002 millones en concepto de exportaciones. Es así que, 7 de cada 10 dólares por exportación provinieron de las cadenas agro, explicando el 74% de las exportaciones argentinas para dicho período.

Del total de exportaciones de las CAI, se generaron:

- 70% en las cadenas granarias
- 15% en las economías regionales
- 8% en carnes
- 2% en lácteos
- 5% en otros.

En base a los 19 complejos seleccionados, que explican el 92% de las ex-

portaciones agroindustriales, se puede destacar los resultados que se muestran a continuación.

Para 2019 en cuanto a inserción internacional y la posición de Argentina en el mundo se pueden esbozar cuatro clasificaciones:

a) Alta inserción internacional y alta participación en las exportaciones mundiales: en este cuadrante se destacan la soja, las legumbres, el maní, el maíz y la cebada. Representan productos en donde Argentina exporta una parte sustancial de su producción (más del 60%) y el país es uno de los principales exportadores mundiales. En todos los productos mencionados está entre los primeros 3 exportadores, a excepción de cebada que ocupa el 4to lugar.

b) Alta inserción internacional, pero baja participación en las exportaciones mundiales: en este cuadrante se encuentra el té, el limón y el complejo pesquero.

c) Baja inserción internacional, pero alta participación en las exportaciones mundiales: el complejo yerba es el principal exponente de este cuadrante, aunque también incluye a la carne y las peras.

d) Baja inserción y baja participación en el mercado: los complejos porcino y avícola son los más representativos de este segmento. En este cuadrante también se encuentran los complejos forestal, vitivinícola, de manzanas y de arroz. Este último grupo exporta entre un 20% y un 50% de su producción, por lo que la baja inserción internacional es sólo relativa al resto de los complejos seleccionados.

En cuando a la concentración de origen, en 2019:

a) Región Pampeana: cobran relevancia los complejos de granos, carnes y lác-

teos, explicando en conjunto el 94% de las exportaciones agro-pampeanas.

b) NEA y NOA: se encuentran principalmente economías regionales como limón, poroto (del complejo legumbres), forestal, té y yerba.

c) Región Cuyo: el complejo de la uva representa el 50% de las exportaciones que provienen de la región.

d) Región Patagónica: también se encuentran actividades como peras y manzanas y el complejo pesquero, entre estas representan el 95% de las exportaciones agro-patagónicas.

Para los primeros seis meses de 2020, la concentración de destinos, es decir el acumulado en los principales cinco países de destino de cada complejo, fue en promedio del 65,3%.

a) Por encima del promedio, se encuentran complejos que tienen una mayor concentración en sus principales destinos, mostrando mayor dependencia de una cantidad reducida de países. Se encuentran: los complejos regionales de yerba, té, peras y manzanas, uva y arroz, a los que se le suman las carnes (porcino, bovino y aviar) y, los complejos del trigo y cebada.

b) Por debajo del promedio, se pueden identificar complejos con mayor diversificación de destinos, lo que le genera una menor dependencia para la colocación de sus productos en el mercado internacional. Se encuentran: complejo pesquero, del limón, legumbres y forestal, maní, maíz, soja y girasol.

Por último, a lo largo de todos los complejos seleccionados, se destacan Brasil, China, EE.UU. y Vietnam como compradores centrales de las exportaciones agroindustriales argentinas, por lo que es de relevancia darle seguimiento a la salud de sus economías y profundizar las relaciones.

En el primer semestre de 2020, el total de exportaciones agroindustriales contribuyeron con un total de USD 3.643 millones en concepto de derechos de exportación (DEX), de los cuales el complejo soja representa el 69%.

El DEX es un tributo que atenta contra el federalismo, ya que extrae recursos de las provincias productoras y no se distribuye de manera automática por coparticipación. En los principales complejos exportadores las provincias pierden recursos, por ejemplo:

a) Cereales y oleaginosas: En los primeros 6 meses de 2020 Buenos Aires dejó de recibir USD 1.019 millones, Córdoba USD 886 millones, Santa Fe USD 555,7 millones, Entre Ríos USD 187 millones y Santiago del Estero USD 181 millones.

b) Complejo bovino: Por la existencia de los DEX, a la provincia de Buenos Aires dejaron de ingresar USD 51,8 millones, a Santa Fe USD 15 millones y a Córdoba, Corrientes y Entre Ríos aproximadamente USD 11 millones a cada una.

c) Complejo uva: Las pérdidas de ingresos se concentran principalmente en la provincia de Mendoza con USD 13,7 millones y San Juan con USD 4,1 millones.

Las perspectivas de las exportaciones de cara a los próximos meses, respecto a 2019, son negativas en cuanto a la demanda internacional; de neutrales a positivas en competitividad cambiaria; de neutrales a negativas en oferta exportable; y neutrales en precios. En cambio, respecto a la primera mitad del 2020, las perspectivas son mejores en términos de demanda internacional y de precios.

INTRODUCCIÓN

En un marco general, que excede a las cadenas agroindustriales, las exportaciones son fuente genuina de actividad económica y empleo. Así mismo, generan los dólares que necesita el país

para crecer, para importar maquinaria, vehículos, materiales para la industria, tecnología y miles de productos que consumimos y utilizamos a diario, o que son insumos de estos productos. También de los servicios, por ejemplo, para disponer de internet, telefonía celular o energía eléctrica, existe detrás toda una infraestructura que contiene materiales y tecnología con un alto componente importado.

Importar es una necesidad para los países. Existen otros países y empresas que tienen la capacidad tecnológica, la escala o las condiciones para hacer algunas cosas mejores o más baratas que nosotros. Si Argentina trabaja en potenciar sus sectores productivos, estos pueden salir al mundo a competir y, en algunos casos, también competir con las importaciones.

La generación de divisas por vía de exportaciones también permite evitar las recurrentes crisis de balanza de pagos que tiene el país, básicamente crisis donde los dólares no son suficientes. Algunas crisis como las de la hiperinflación, la de 2001 y la iniciada en 2018 tienen origen en la escasez de dólares. Claro que las bajas exportaciones son parte del problema, aunque la realidad se complementa con una política económica inconsistente de exceso de gasto y emisión.

Generar dólares de manera genuina también reduce la necesidad de que el país se endeude, y que de tanto en tanto no pueda pagar sus deudas y nos veamos inmersos en defaults o renegociaciones de la deuda, que dañan cada vez más la confianza del mundo en Argentina. Confianza necesaria para construir un país exportador e integrado al mundo.

Así como las exportaciones contribuyen a que los dólares no escaseen, o escaseen menos, también contribuyen a evitar grandes devaluaciones que li-

cúan los ingresos reales de los argentinos, dejando luego de cada crisis a la mayor parte de la sociedad un escalón socioeconómico más abajo que antes.

En este contexto, las cadenas agroindustriales cumplen un rol central, ya que son el principal generador de dólares de la economía argentina, y uno de los pocos sectores que genera divisas netas positivas, en el sentido de que tiene una balanza comercial sectorial positiva.

Por este motivo resulta interesante analizar en profundidad estas cadenas. A los fines del presente estudio, las cadenas agroindustriales comprenden los productos primarios, industriales e insumos productivos para dichos eslabones. Estos productos se agrupan en complejos exportadores según la materia prima de la cual provienen. En el caso de que algún bien no pueda ser incorporado en un complejo de manera exclusiva, termina considerándose dentro de un "resto" de las cadenas agroindustriales.

Las cadenas agroindustriales, se encuentran conformadas por 31 complejos. Cada complejo, se encuentra integrado por un conjunto de productos, que se eligieron siguiendo la construcción elaborada por INDEC de Complejos Exportadores con algunos ajustes propios.

Para el presente análisis seleccionamos un total de 19 complejos, basados en la representatividad de los mismos dentro de las exportaciones agroindustriales y la importancia a nivel regional, ya que, si bien un complejo puede tener baja representatividad dentro del total de exportaciones de las CAI, a nivel regional puede ser de gran impacto.

Para cada uno de los complejos se construyen un conjunto de indicadores con la metodología correspondiente, que se detalla a continuación.

A nivel complejo, se representan los

EVALON[®]

Con **HIPRAMUNE[®] T**

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

Potenciado por

**SMART
VACCINATION**



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

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

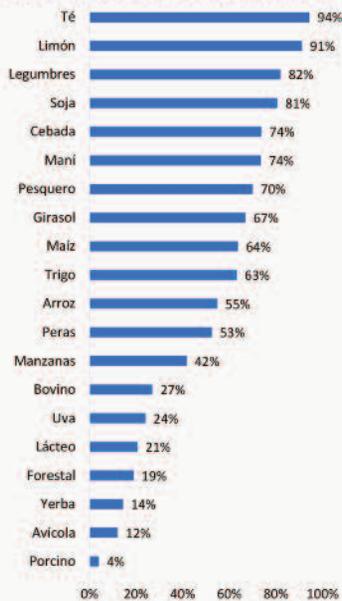
MONITOR DE EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES

1º semestre 2020

CADENAS AGROINDUSTRIALES

Inserción internacional¹

Relación exportación/producción. Año 2019



31
complejos agroindustriales

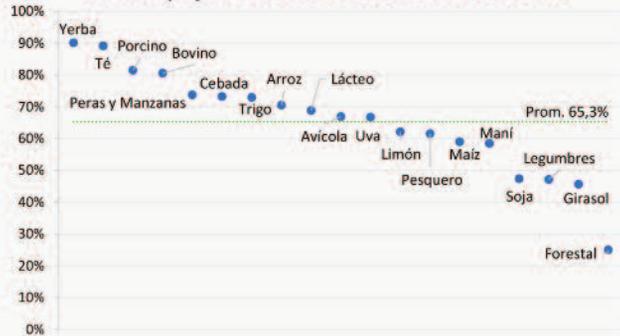
USD 20.002 millones
por exportación

74%
del total nacional

USD 3.643 millones
en concepto de DEX

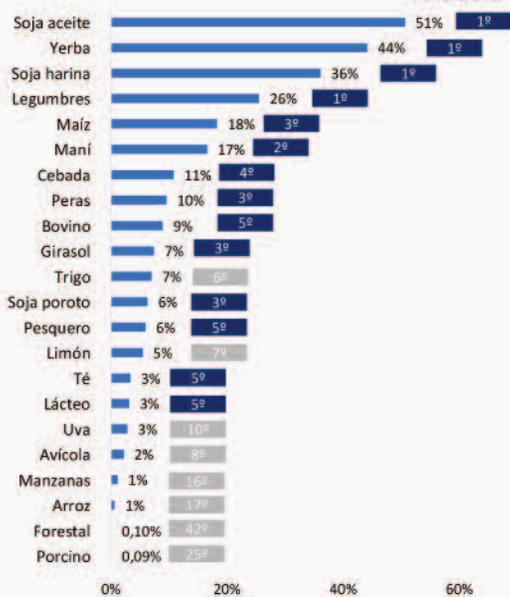
Concentración de destinos

Por complejo. Primeros 5 destinos. 1º Semestre 2020



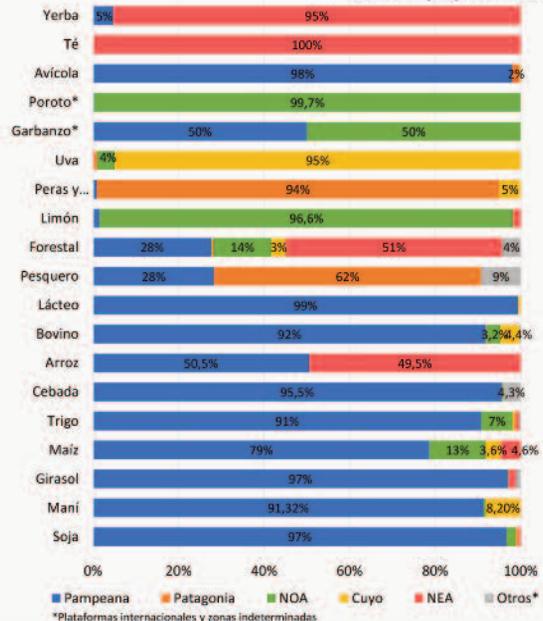
Share y ranking mundial de Arg.

En base al mayor producto exportado del complejo. Año 2019



Concentración geográfica de origen²

Por Complejo. Año 2019



1. Se contempla el 100% de c/complejo con sus respectivas conversiones. Excepciones: maíz, soja y trigo sin subproductos como glicerol, salvados, moyuelos. Cebada s/extractos ni cerveza de malta. Peras, solo fruta fresca. Manzanas, solo fruta fresca y jugo. Uva, solo vinos. Forestal solo papel, cartón y pasta, año 2017. Legumbres para año 2018. 2. Se excluye complejo porcino por falta de Info. Se confeccionan los indicadores para 19 complejos seleccionados. Representan el 92,2% de las expo agroindustriales. Fuente: FADA en base a COMEX, INDEC, ITC y MAGyP.



siguientes indicadores, elaborados semestralmente, en base a COMEX-INDEC:

1. Exportaciones en dólares.

2. Participación de las exportaciones en dólares, sobre el total de las exportaciones agroindustriales.

3. Principales productos exportados por complejo. En este caso se agrupan productos iguales que se exportan bajo diferentes formas, como por ejemplo diferentes envasados, para poder realizar un análisis más simplificado.

4. Concentración de destinos. Se consideran los cinco destinos más importantes del complejo y cuánto acumulan dichos destinos sobre el total de exportaciones del mismo. Dicho indicador busca mostrar la mayor o menor concentración (diversificación) de los destinos de cada complejo.

5. Aporte en derechos de exportación. Se estima en base al monto FOB exportado por cada producto del complejo multiplicado por la alícuota de DEX vigente para cada uno de ellos.

Así mismo, a nivel complejo, pero medido con los últimos datos anuales disponibles (en este caso año 2019), se elaboran:

6. Inserción internacional. Este indicador mide la relación exportación/producción de cada cadena. Se consideran los rendimientos correspondientes para los productos exportados con cierto nivel de industrialización, a fin de poder incorporar todos los productos que el complejo exporta y medirlo en función de la producción primaria. Sin embargo, cabe aclarar que para algunos complejos solo se consideraron los principales productos debido a la falta de información.

7. Concentración de origen. Identifica el origen regional de las exportaciones argentinas para cada complejo, estableciendo la participación porcentual que

tiene cada región en las exportaciones de cada complejo.

Cabe mencionar en este punto, que la concentración de origen proviene de las publicaciones de INDEC, basadas en el sistema OPEX.

Si bien la representación regional es acorde para los complejos seleccionados, debe mencionarse que el sistema OPEX cuenta con algunas limitantes como la incertidumbre en la agrupación de algunos complejos que pueden diferir de otras agrupaciones realizadas por INDEC y a que, el origen regional, se determina en función de la aduana en la cual fue declarado lo exportado por el exportador. Con ello se logra solo representar dos tercios de las exportaciones registradas, teniendo mayores dificultades en la determinación del origen regional de las exportaciones en cereales, oleaginosas y otros productos agropecuarios, donde la modalidad de comercialización no permite identificar con exactitud la región productora.

Sin embargo, INDEC aplica una metodología para reducir dicho margen de error que se estima reduce la información indeterminada del 38% al 1,8% (OPEX, 2019).

Con todo ello, si bien este indicador presenta limitantes, y posibles regionalidades sub o sobre valoradas, es la variable con mayor representatividad para poder estudiar el origen regional de las exportaciones y compararlo entre distintos complejos.

A nivel producto, considerando el mayor producto exportado (en dólares) dentro del complejo seleccionado, se miden los siguientes indicadores, en base a COMEX-INDEC e ITC:

De manera semestral:

8. Precio de exportación (valor FOB).

De manera anual para el último período con datos disponibles (en este caso 2019):

9. Mercado mundial. Considera en base al principal bien exportado dentro del complejo seleccionado, el top 5 de importadores y exportadores mundiales de dicho producto.

10. Share de mercado y posición de Argentina en el mundo. En base a las exportaciones argentinas del principal producto del complejo y las exportaciones mundiales (en dólares) se establece la participación de mercado de Argentina y que posición ocupa dentro de los principales exportadores.

Por cada complejo seleccionado para las cadenas agroindustriales, se confecciona una ficha con la información relevante de cada indicador mencionado anteriormente, acompañado de una breve descripción de lo expuesto en las mismas.

Los complejos seleccionados son, por el lado de los cereales y oleaginosas el de soja, maíz, trigo, maní, cebada y girasol; por el lado de las carnes el complejo bovino, aviar y porcino, se contempla también el complejo lácteo y, por las economías regionales: forestal, uva, peras y manzanas, legumbres, limón, pesquero, arroz, té y yerba.

Por último, se incorpora una sección de perspectivas futuras, para las cadenas agroindustriales y algunos complejos seleccionados, con el fin de tener criterios para pensar la evolución de las exportaciones en los meses que siguen.

CADENAS AGROINDUSTRIALES

Para el primer semestre de 2020, las cadenas agroindustriales (CAI) generaron USD 20.002 millones en concepto de exportaciones, equivalente al 74% de las exportaciones argentinas para dicho período (USD 27.190 millones).

Del total de exportaciones de las CAI, el 70% se generaron en las cadenas granarias, 15% en las economías regionales,

8% en carnes, 2% en lácteos y un 5% en otros. Dichas exportaciones, contribuyeron con un total de USD 3.643 millones en concepto de derechos de exportación, de los cuales un 69% lo explica el complejo soja. En base a los 19 complejos seleccionados, los cuales explican el 92,2% de las exportaciones agroindustriales, se puede destacar en cada indicador considerado, lo siguiente.

La inserción internacional promedio (simple) de los 19 complejos considerados es del 52%, es decir, que en promedio las cadenas seleccionadas exportan más de la mitad de lo que producen. El promedio ponderado es aún mayor. Si se toma el share exportador de Argentina, el promedio (simple) de los productos seleccionados es del 12%, es decir, que Argentina exporta el 12% del total mundial, en promedio, de los productos seleccionados.

Al medir la relación exportaciones/producción, puede detectarse el nivel de inserción internacional de las producciones argentinas, si este dato se cruza con la participación de Argentina en las exportaciones mundiales, se pueden clasificar las cadenas en 4 cuadrantes:

a) Alta inserción internacional y alta participación en las exportaciones mundiales: se destaca la inserción internacional del complejo soja, donde un 81% de lo producido en Argentina se exporta, al tiempo que Argentina es el primer exportador mundial de harina y aceite de soja. Lo mismo sucede en el caso de las legumbres, con una inserción internacional del 82%, Argentina explica el 26% de las exportaciones mundiales de porotos blancos y negros, ubicando al país como el primero exportador mundial de estos productos. En este cuadrante también destacan el maní, el maíz y la cebada.

b) Alta inserción internacional, pero baja participación en las exportaciones

mundiales: el té es la mejor representación de esta cadena, se exporta el 94% de la producción de té, pero esto sólo representa el 3% del mercado mundial, aunque le alcanza al país para ocupar el 5to puesto como exportador de té. En este cuadrante también se ubica el limón, Argentina exporta el 91% de la producción, pero explica el 5% de las exportaciones mundiales. El sector pesquero también pertenece a esta clasificación.

c) Baja inserción internacional, pero alta participación en las exportaciones mundiales: el complejo yerba es el principal exponente de este cuadrante. La relación exportaciones/producción es una de las más bajas dentro de los complejos seleccionados, se exporta el 14% de lo que se produce, pero Argentina se posiciona como el principal exportador de yerba mate, con el 44% del total mundial. En este cuadrante, pero en una posición más cercana a la media se ubican la carne, Argentina ocupa el 5to puesto como exportador mundial, y las peras, producto en el que ocupa el 3er puesto.

d) Baja inserción y baja participación en el mercado: por último, pueden detectarse aquellos complejos con baja inserción internacional y baja participación en las exportaciones mundiales, por lo que también son cadenas con alto potencial para crecer. Este es el caso por ejemplo del complejo porcino y avícola, donde una baja relación exportaciones/producción, 4% en porcino y 12% en avícola, genera un bajo share de mercado en el orden del 0,09% en el complejo porcino y 2% en el aviar, posicionando a Argentina como el 25º y 8º exportador mundial, de carne porcina y avícola respectivamente. En este cuadrante también se encuentran los complejos forestal, vitivinícola, de manzanas y de arroz. Este último grupo exporta entre un 20% y un 50% de su

producción, por lo que la baja inserción internacional es sólo relativa al resto de los complejos seleccionados.

En base a INDEC-OPEX, para 2019, por cada región del país, cobran relevancia determinados complejos de los seleccionados. Para la Región Pampeana cobran relevancia los complejos de granos, carnes y lácteos, donde si bien para el caso de los cereales y oleaginosas la concentración geográfica de origen puede acarrear algún margen de error, es consistente con la principal zona productiva, explicando en conjunto (granos, carnes y lácteos) el 94% de las exportaciones agro-pampeanas.

En el caso del norte del país, en el NEA y NOA, se encuentran principalmente las producciones de limón, poroto (del complejo legumbres), forestal, té y yerba, entre las que más exportan.

En la zona de Cuyo, el complejo de la uva, tanto en sus eslabones primarios e industriales son de gran importancia, explicando dicho complejo el 50% de las exportaciones de origen agropecuario que provienen de Cuyo.

Por último, en la región Patagónica también se encuentran las cadenas de manzanas y peras (del Valle de Río Negro) y el complejo pesquero, los cuales explicaron, el 95% de las exportaciones agro-patagónicas. Salvo algunas excepciones, como la cadena bovina y forestal, que se verá más adelante, el origen regional de las exportaciones esta condicionado casi exclusivamente por la localización de la actividad primaria, dado por las condiciones agroclimáticas para la producción primaria de cada complejo, la cual condiciona a su vez el eslabón siguiente de la cadena productiva, la industrialización.

Para los primeros seis meses de 2020, la concentración de destinos, es decir el acumulado en los principales

Salmonella Duo se
administra de manera oral.

¡Ellas no se dan cuenta
y producen más!



Avipro[™]
SALMONELLA DUO

Elanco

Elegí Salmonella DUO, la vacuna que mantiene
a las gallinas protegidas para que tus pollos
lleguen a cualquier destino del mundo.

cinco países de destino de cada complejo, fue en promedio del 65,3%. Por encima de dicho promedio se encuentran complejos que tienen una mayor concentración en sus principales destinos. Por el contrario, los complejos que se encuentran debajo de dicho promedio, se pueden identificar con aquellos de menor concentración, o dicho, en otros términos, mayor diversificación de destinos, lo que le genera una menor dependencia para la colocación de sus productos en el mercado internacional. Sin embargo, este indicador será un mejor reflejo de la situación, habiendo transcurrido el año 2020, ya que, en parte, las exportaciones en volumen y destino se han visto afectadas por la pandemia de COVID-19.

Por encima del promedio (65,3%), se encuentran los complejos regionales de yerba, té, peras y manzanas, uva y arroz, a los que se le suman las carnes (porcino, bovino y aviar), como así también por el lado de cereales y oleaginosas, los complejos del trigo y cebada. Estos complejos exportan al menos 2/3 de su producción a sólo 5 países.

Por debajo del promedio, es decir aquellos que para el primer semestre de 2020 tienen una menor concentración de sus exportaciones en los primeros cinco países de destino, se encuentran el complejo pesquero, del limón, legumbres y forestal, por el lado de las regionales y, por el lado de cereales y oleaginosas maní, maíz, soja y girasol.

Por último, de los 19 complejos seleccionados, cinco de ellos (complejos cárnicos, soja y pesquero) tienen como primer y principal destino China, cuatro de ellos (arroz, cebada, trigo y legumbres) postulan a Brasil como su primer destino y cuatro EE.UU. (limón, té, uva y forestal). Luego, tienen como primer destino India (girasol), Argelia (complejo lácteo), Vietnam (maíz),

Países Bajos (maní), Rusia (peras y manzanas) y Siria (yerba).

COMPLEJO AVÍCOLA

Durante el primer semestre de 2020, en base a COMEX-INDEC, el complejo avícola exportó por un valor de USD 173 millones, explicando dentro de las exportaciones agroindustriales apenas el 1%, y si se consideran los complejos de carnes (aviar, porcina, bovina) representó el 10%.

Este complejo, luego del porcino, en base a 2019, es el de menor inserción internacional, con una relación exportación/producción de apenas el 12%, caracterizado además por la exportación, principalmente de trozos y despojos de gallos y gallinas. Así, para el primer semestre de 2020, este producto, medido en dólares, explicó el 65% de las exportaciones totales del complejo, seguido por un 30% de pollos enteros congelados y el 6% restante por pieles, plumas y demás productos derivados.

Siguiendo en esta línea con el mercado mundial, para 2019, si se considera el mayor producto exportado por Argentina, el país se posiciona como el 8º exportador de trozos y despojos congelados, con el 2% del mercado internacional. Los cinco principales exportadores son Brasil, EE.UU., Países Bajos, Tailandia y Polonia, concentrando en conjunto el 74% del total de las exportaciones mundiales, aunque existe una alta concentración en Brasil que por sí solo explicó el 35%. En cuanto a los importadores mundiales fueron, principalmente, China, Japón, Hong Kong, Arabia Saudita y Reino Unido, que acumularon el 38% de las importaciones.

Considerando los destinos argentinos del complejo durante el primer semestre de 2020, China demandó el 47% de las exportaciones, siendo el principal demandante a nivel mundial.

Dicha coincidencia también se da

con Arabia Saudita, top cinco de importador mundial y país que demandó el 5% de las exportaciones del complejo aviar. Los restantes destinos principales son Sudáfrica, Singapur y Chile.

En base a 2019, aunque no cambia sustancialmente año a año, las exportaciones provinieron principalmente de la Región Pampeana, 98%, mientras que el 2% restante de la Región Patagónica. En dicho caso, el origen está ligado a la existencia de granjas para la producción de carne y huevo.

Como se mencionó inicialmente, el complejo cuenta con baja inserción internacional, detectándose la necesidad de reducir la dependencia de China, conquistando nuevos destinos e incrementando/diversificando las exportaciones hacia destinos existentes.

Arabia Saudita es una conquista de destino en 2020, siendo que en 2019 no se registraron operaciones hacia dicho país. Por otro lado, países como Hong Kong y Países Bajos, si bien no están entre los principales destinos del complejo, sí figuran entre los 17 destinos que este tuvo durante los primeros seis meses de 2020, no así el caso de Japón. Si observamos las exportaciones 2019, Japón sí está presente entre los destinos, pero por exportación de huevos secos, no así de pollo entero o trozado.

Por último, el complejo aportó en concepto de derechos de exportación, con alícuota principal del 9%, como así también alícuotas del 5% y 12%, un total de USD 15,6 millones.

DERECHOS DE EXPORTACIÓN

Los derechos de exportación son un tributo nacional sin coparticipación con las provincias. Estos, fijados como alícuotas sobre el valor FOB del producto exportado, generan distorsiones en el precio de los productos, reduciendo el precio que percibe el productor, y con ello impactando en la producción.

MONITOR DE EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES

1º semestre 2020

COMPLEJO AVÍCOLA

USD 173 millones
por exportación

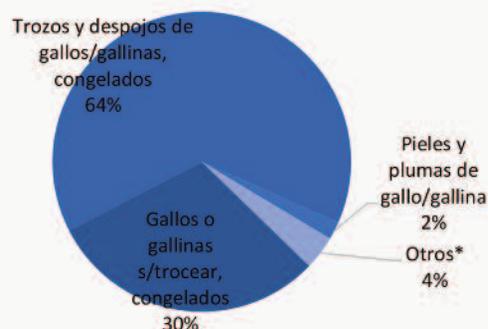
1%
de las expo agroindustriales

1%
de las expo agro-pampeanas

USD 15,6 millones
en concepto de DEX

Exportaciones por producto

1º semestre 2020. En %



Valor FOB exportaciones
1º semestre 2020

Producto	USD/Tn
Gallos o gallinas s/trocear, cong.	1226
Trozos y despojos, congelados	1512
Piel y plumas	348

Argentina en el mundo

Año 2019

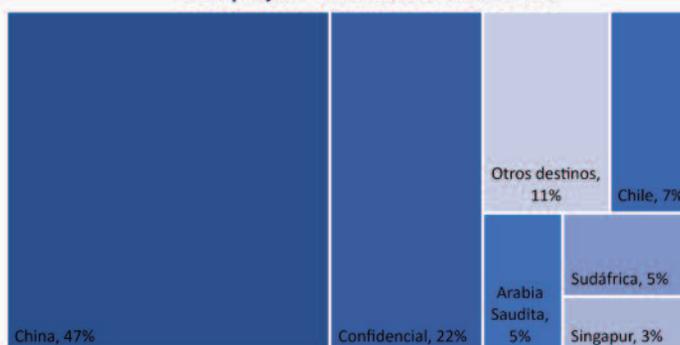
8º exportador
de trozos y despojos congelados, gallo/gallina

2%
de trozos y desp. congelados, gallo/gallina
exportados mundialmente

12%
inserción internacional
(relación expo/producción)

Exportaciones por destino

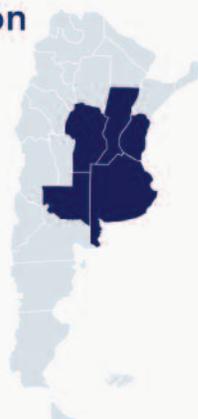
Complejo. 1º semestre 2020. En %



Concentración geográfica de origen

Año 2019

98%
Región Pampeana



Trozos y desp., cong. Top 5 mundiales

Año 2019

Exportadores 74%		38% Importadores	
Brasil	35%	14%	China
EE.UU.	19%	9%	Japón
Países Bajos	8%	7%	Hong Kong
Tailandia	6%	4%	Arabia Saudita
Polonia	4%	4%	Reino Unido

Fuentes: FADA en base a COMEX, OPEX, INDEC, ITC

*c/producto agrupa las diferentes modalidades de exportación. "Otros" incluye: huevos secos, preparaciones de gallos y gallinas. Carnes y prep. de otras aves excl. gallos/gallinas y aves vivas.

FADA

Cuando los DEX se reducen, el productor percibe una mejora en el precio, incentivándolo a invertir para producir más y, de esta manera, generar mayor actividad económica, exportación y empleo.

En este sentido, es relevante resaltar que cuando se produce más, ingresan más dólares y esos dólares contribuyen a atender los compromisos del país. Si algo queda claro de la corrida cambiaria de los últimos dos años y de, prácticamente, todas las crisis económicas del país, es que el país necesita las divisas. Y los dólares los genera de manera genuina produciendo y exportando más, o los tiene que salir a pedir prestado, o debe incumplir sus obligaciones, tanto con los acreedores externos como con los propios argentinos. Es así que, con los derechos de exportación se puede mejorar el resultado fiscal, pero al mismo tiempo se deteriora la balanza de pagos y la actividad económica, que son los caminos genuinos para que el país crezca.

Todos los complejos considerados dentro de las cadenas agroindustriales tributan, con diferentes alícuotas, derechos de exportación. Del total de DEX tributados por las cadenas agroindustriales durante los primeros seis meses de 2020 –USD 3.634 millones– el complejo soja explicó el 69%. Si se agrupan por cadenas, los cereales y oleaginosas explicaron el 89%, seguido por las economías regionales y carnes, con el 4% cada grupo, lácteos 1% y el resto un 2%.

La producción agropecuaria se origina en las provincias, por lo que los DEX provocan que los productores de las provincias perciban menos ingresos. Esto se traduce en menores recursos que llegan al interior productivo, y que se impacta en un menor nivel de gasto e inversión a nivel regional, con los efectos que esto genera sobre la actividad y el empleo de los pueblos y ciu-

dades a nivel federal.

Para conmensurar el efecto que generan los DEX a nivel provincial, a modo de ejemplo, se presentan cinco producciones de los complejos seleccionados.

En base a la participación que tiene cada provincia en la producción primaria de dichos complejos, puede estimarse un aproximado de cuántos ingresos dejan de percibir cada una de las provincias argentinas. En este sentido se ejemplifica con los complejos de soja, maíz, trigo, bovino y uva²⁹.

Por el lado de los cereales y oleaginosas, la provincia de Buenos Aires pierde ingresos a nivel productor por USD 1.020 millones anuales, Córdoba USD 887 millones, Santa Fe USD 556 millones, Entre Ríos USD 187 millones y Santiago del Estero con y USD 181 millones.

Por el lado del complejo bovino, al interior de la provincia de Buenos Aires dejan de ingresar un total de USD 51,8 millones, Santa Fe USD 15 millones, seguidos por Córdoba, Corrientes y Entre Ríos con alrededor de USD 11 millones cada uno.

Por último, teniendo en cuenta una de las economías regionales, en el caso de la uva, las pérdidas se concentran principalmente en la provincia de Mendoza con USD 13,7 millones y San Juan con USD 4,1 millones.

PERSPECTIVAS DE EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES

La evolución de las exportaciones agroindustriales en el mediano plazo depende de variables locales e internacionales, ligadas a aspectos macroeconómicos, sectoriales, climáticos, geopolíticos y de políticas públicas. En el largo plazo también impactan aspectos más estructurales como los hábitos de consumo.

En este sentido, y con el objetivo de esbozar la evolución de las exporta-

ciones en los próximos meses se analizan las perspectivas de algunas variables clave de Argentina y el mundo:

1. Demanda internacional:

Para aproximar la demanda internacional se utilizan las proyecciones de PIB del World Economic Outlook, actualizado en junio, del FMI.

Con estos datos, y como producto de la pandemia, se visualiza una actividad económica en caída a nivel global. El FMI proyecta una caída del -4,9% del PIB mundial, del -8% de los países desarrollados y del -3% de los países en vías de desarrollo. Entre los desarrollados se proyecta una caída del 10,2% para la Unión Europea. La caída en los países en desarrollo se ve amortiguada por China que, en lugar de caer, reduce su nivel de crecimiento a un nivel del 1%. Los países de ASEAN-5 (Indonesia, Vietnam, Malasia, Filipinas, Tailandia) se prevé tengan una contracción del -2%, en promedio. Por su lado, para Brasil el FMI proyecta una caída del -9,1% del PIB.

Una actividad económica deprimida a nivel mundial significa menor demanda agregada del mundo, lo que reduce la demanda de importación del resto del mundo.

2. Competitividad cambiaria:

Para aproximar la competitividad cambiaria de Argentina se utiliza el ITCRM30 que elabora el BCRA.

Este indicador se ha mantenido relativamente estable a lo largo del 2020, como consecuencia de las microevaluaciones diarias que lleva a cabo el BCRA que permite que el tipo de cambio real evolucione cerca del nivel de la inflación. En términos históricos, el ITCR está por encima del nivel de 2011-2018, cuando se dio el mayor atraso cambiario de las últimas dos décadas. Y se encuentra un 20% por debajo del nivel de 2003-2011.

El índice se encuentra en niveles competitivos, aunque la importante brecha cambiaría con los dólares libres introduce distorsiones que desalientan la exportación e incentivan la importación.

Hacia adelante se espera que, desde una óptica local, el tipo de cambio evolucione al menos al ritmo de la inflación, con presiones a que crezca por encima del nivel de precios. Estas presiones se originan en la emisión de pesos y la brecha cambiaría.

3. Oferta:

La oferta exportable tiene dos partes: la producción y el consumo local.

En términos de producción las perspectivas son neutrales, aunque a nivel local la crisis está generando menores consumos de productos como carne y leche, lo que amplía la oferta exportable.

La producción de granos de la campaña actual es menor a la campaña anterior en un -9,3%. La campaña gruesa 19/20 fue menor que la anterior en soja (-11,4%), aunque mejor en maíz (+2,6). Por su lado, la campaña fina 20/21 está sufriendo las consecuencias de la sequía, lo que traerá una menor oferta de granos hacia fin de año.

La producción de carne bovina viene a buen ritmo, pero está en los niveles promedio de los últimos 12 meses, por lo que no representa una mejora sustancial. Sin embargo, aquí es donde también interviene el consumo. Debido a la crisis económica local, como suele suceder, ha reducido levemente el consumo doméstico generando una mayor oferta exportable.

En leche, la producción muestra en los últimos meses un crecimiento interanual constante. En junio de 2020 la producción fue un 11% más alta que en junio de 2019.

Con el objetivo de sumar al análisis otros productos importantes, se analiza vino y peras y manzanas. Por el lado del

vino, la cosecha de uva fue un 20% inferior a la del 2019, por lo que la producción y exportación de vino se verá resentida. Aunque también se reporta una mejor calidad en los vinos de esta cosecha.

Peras y manzanas continúan complicadas en términos de producción, la campaña 19/20 es un 12,7% menor en manzanas y 8,3% menor en peras, que la campaña previa, con una producción conjunta de 1,3 millones de toneladas.

4. Precios:

En general se ven recuperaciones de precios a niveles previos al pico de la pandemia a nivel mundial, pero no hay perspectivas alcistas de precios.

Los precios de los granos lograron recuperar la caída que mostraron entre marzo y mayo, en parte ayudados por la política monetaria expansiva de Estados Unidos y la Unión Europea. Sin embargo, no se esperan mejoras sustanciales en términos de precios, principalmente por el primer punto, relacionado a una economía mundial deprimida.

Respecto a los precios de la carne bovina, se han visto recuperaciones respecto a febrero-abril. Los cortes de exportación hacia Unión Europea vienen con números positivos respecto al promedio de 12 meses, pero lo que es China, a dónde está yendo gran parte de la producción, viene con precios negativos. Aunque, cabe aclarar que durante la última parte del 2019 se dieron precios extraordinarios en el mercado chino.

En leche, entre febrero y junio se vio una importante caída de precios a nivel internacional, pero en julio y agosto mostraron una recuperación. Si esta situación se mantiene, las exportaciones de leche mejorarán en el segundo semestre en términos de volumen y valor.

En el caso del vino, se vio una caída en el valor FOB promedio de exportación hacia fines del 2019 y comienzos

del 2020, pero hacia abril se comenzaron a ver mejoras.

Peras y manzanas. En términos de precios de exportación, hacia abril y mayo, las manzanas se recuperan de una caída de precios en la primera parte del año. Peras por su lado mantuvo los precios relativamente estables a lo largo del año.

En resumen, respecto al 2019, las perspectivas en términos de demanda internacional son negativas; en competitividad cambiaría son de neutrales a positivas; en oferta exportable son de neutrales a negativas; en precios son neutrales.

Respecto a la primera mitad del 2020, las perspectivas son mejores en términos de demanda internacional y de precios.

REFLEXIONES FINALES

Las cadenas agroindustriales son de gran importancia en la generación de divisas. Es así que durante el primer semestre de 2020 generaron 7 de cada 10 dólares por exportación, equivalente a USD 20.002 millones.

Los complejos seleccionados en este documento cuentan en su mayoría con inserción internacional mayormente por encima del 50% y Argentina se posiciona entre los principales exportadores mundiales de productos como harina y aceite de soja, yerba, porotos, peras, maní, entre otros. Esta síntesis demuestra la capacidad exportadora agroindustrial del país, sin embargo, todavía queda potencial en las principales cadenas y en la mayor parte de las economías regionales.

Aprovechar este potencial significa generar trabajo y desarrollo en el interior del país, promoviendo una ocupación territorial más balanceada y niveles socioeconómicos más equitativos a lo largo y ancho del país.

Existe una multiplicidad de factores



que se deben conjugar para potenciar el desarrollo exportador, entre ellos aspectos relacionados a los impuestos, la logística, el acceso y el costo del capital y una macroeconomía consistente que genere cierta estabilidad de las principales variables y permita generar un tipo de cambio real competitivo y estable. Además de estos aspectos internos que dependen de los privados y de los Estados provinciales y nacional, un aspecto central a trabajar de manera coordinada es en la apertura de nuevos mercados y en la reducción de aranceles y medidas no arancelarias. Disponer de una mayor cantidad de mercados y de mercados más accesibles permite incrementar las exportaciones y diversificar los países de destino.

Un aspecto que genera cierta discusión en Argentina es la tensión entre la exportación y el mercado doméstico. Esta tensión parte de la percepción de que un kilogramo que se exporta es un kilogramo que un argentino deja de consumir, pero casualmente Argentina tiene algunos de los consumos per cápita más altos del mundo en los productos que exporta.

Por ejemplo, en el caso del consumo de pan, según una encuesta reciente, en 2018 Argentina contaba con un consumo per cápita de 72 Kg. de pan, ubicándolo como el 5º país del mundo

con mayor consumo, y en el segundo dentro de América Latina.

El caso de la carne vacuna es otro ejemplo, en 2019 Argentina consumía 51,33 Kg. per cápita. Este consumo es tres veces y media el consumo per cápita de países de la OCDE (más desarrollados) que consumen 14,62 Kg. por habitante. También, más que triplica el consumo de los países de América Latina que tienen un consumo per cápita estimado de 16,23 Kg³⁴.

Por último, otro ejemplo de ello es el consumo lácteo. Si se tiene en cuenta el consumo de leche fluida y quesos por habitante, para 2018, Argentina contaba con un consumo de 11,35 kg. por habitante ubicándolo en el cuarto puesto de consumo, a nivel de países desarrollados, en cuanto al consumo de queso. En cuanto a leche fluida, el consumo por habitante de 39,43 kg., ubica a la Argentina en el noveno puesto a nivel mundial y segundo (por detrás de Brasil) en base a países de latinoamérica.

A este aspecto se suma la actividad económica y el desarrollo que genera la exportación. En el caso del complejo bovino, sólo en los primeros 6 meses del 2020 se generaron exportaciones por USD 1.473 millones. En este periodo se exportó el 27% de la producción. En 2018 la cadena bovina generó 422.306 puestos de trabajo, por lo que si no se exportara

carne podrían llegar a no existir 114.022 puestos de trabajo. Esto serían unos 114.022 trabajadores y sus familias sin ingresos para vivir y consumir decenas de otros bienes y servicios que las personas consumen a diario, desde alimentos a ropa y entretenimiento.

Con esto se quiere resaltar que no sólo no existe una dicotomía entre la exportación y el mercado interno, sino que sin exportación existiría un menor nivel de empleo y actividad económica a nivel país, y en particular en las regiones donde cada una de las producciones tiene mayor importancia.

Por otro lado, hay que tomar en consideración otro aspecto relacionado a un país con crisis económicas recurrentes. Si ante crisis económicas como la que viene sufriendo Argentina desde 2018 y, en un marco más amplio, desde 2012, las actividades productivas como la carne y la leche no pudieran colocar sus productos en el resto del mundo, se verían afectadas aún más de lo que lo hacen en la actualidad. Así, la crisis económica general empeora porque arrastra a más sectores. Estas cadenas tienen la posibilidad de escapar, al menos en parte, a la crisis del mercado interno y logran mantenerse a flote con la exportación, lo que significa continuar generando actividad económica, empleo y divisas. ■

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



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

MB-1
IBD

El desarrollo inicial basado en el comercio exterior

Marcelo Regúnaga hace un minucioso recorrido por la historia de la agroindustria en nuestro país y analiza las variables necesarias para que la economía pueda aprovechar el fuerte y sostenido impulso que la actividad le imprime desde hace años. En este contexto, hace especial hincapié en la creación del Consejo Agroindustrial Argentino y la propuesta elevada al Poder Ejecutivo Nacional.



Ing. Marcelo Regúnaga, ex-Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación

Desde la organización institucional del país a mediados del Siglo XIX, hasta la década de los años 1930, Argentina registró un notable proceso de desarrollo económico basado en su comercio exterior. Durante todo ese período la agroindustria y los servicios vinculados a la misma fueron las columnas vertebrales de la economía y su dinamismo permitió que

el país tuviera una etapa floreciente, similar e inclusive mejor a la correspondiente a otros países como Australia, Brasil, Canadá y EEUU, que también contaban con una muy buena dotación de recursos naturales en la que basaron su desarrollo inicial.

El ambiente institucional propicio, el contexto macroeconómico y de políticas comerciales favorables y el desarro-

llo de la infraestructura física y comercial contribuyeron a generar una alta competitividad internacional y un buen desempeño de la agroindustria argentina, que permitió atraer capitales y recursos humanos de los países europeos.

En este marco la producción y las exportaciones crecieron en forma sostenida durante más de seis décadas y Argentina emergió como uno de los principales exportadores de alimentos y fibras. Este dinamismo dio lugar a altas tasas de crecimiento del PBI y de los ingresos por habitante que, durante ese período fueron superiores a las correspondientes a los 4 países mencionados, posicionando a Argentina como uno de los más dinámicos del mundo.

EL CAMBIO DE VISIÓN: LA ESTRATEGIA DE SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES Y SUS IMPACTOS

La Gran Depresión iniciada a fines de 1929, que se prolongó durante la década de 1930, tuvo un impacto negativo en el comercio mundial de esos años; en virtud de ello, en Argentina y en otros países se generó una visión pesimista respecto de que el comercio exterior de alimentos pudiera continuar siendo una fuente dinámica de crecimiento, como había acontecido en las décadas previas¹.

Ello dio lugar a que se instrumentara una nueva estrategia, con políticas fiscales y comerciales que fomentaron el

desarrollo de la industria manufacturera destinada a la sustitución de importaciones, en base a una alta protección arancelaria a estas actividades, que discriminó contra las actividades de producción y exportación agroindustrial.

Dichas políticas modificaron sustancialmente los precios relativos internos: los términos de intercambio de los productos agropecuarios versus las manufacturas industriales vigentes durante las dos primeras décadas del siglo pasado cayeron drásticamente a partir de la década del 30; y durante las siete décadas siguientes resultaron entre 40 y 60% inferiores a los de las décadas previas.

Estas circunstancias desincentivaron el crecimiento de la producción agroindustrial y de las exportaciones argentinas, dando lugar a las crisis recurrentes del sector externo, que caracterizaron a la evolución de la economía argentina y dieron lugar a cambios en las políticas macroeconómicas, limitando el crecimiento de largo plazo del país durante prácticamente 8 décadas, que

también se reflejó en un pobre desempeño de las economías regionales y del empleo en el interior del país, dando lugar a una migración rural-urbana traumática, dado que las políticas de desprotección de la agricultura aplicadas tienen un impacto negativo mucho más relevante en la regiones alejadas de los centros urbanos y los puertos de exportación.

Asimismo en Argentina se registró un muy limitado aumento de los ingresos por habitante en moneda constante durante ese largo período hasta el presente, a diferencia de lo acontecido en los otros países mencionados.

Como consecuencia de estas políticas Argentina fue perdiendo el liderazgo en la producción y el comercio mundial de alimentos que ostentaba a principios del Siglo XX.

Este limitado desempeño de las exportaciones de Argentina también se registró en las últimas décadas, a pesar del notable aumento de los precios internacionales de los commodities re-

gistrado en las primeras décadas del Siglo XXI, circunstancias que fueron mejor aprovechadas por nuestros principales competidores, inclusive los países vecinos de América Latina, como puede apreciarse en la Figura 1.

LA REVISIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO. EL DIAGNÓSTICO, EL RELATO Y LA REALIDAD

Existe un amplio consenso de que los fracasos económicos que han afectado a la sociedad argentina durante más de medio siglo están asociados a las crisis recurrentes del sector externo y a la falta de crecimiento sostenido de las exportaciones. Este diagnóstico es compartido por los principales sectores económicos del país; y en los últimos años los gobiernos han manifestado su intención de revisar la estrategia de crecimiento, asignando mayor prioridad al crecimiento económico a partir del aumento de las exportaciones y el consecuente dinamismo del comercio exterior.

Figura 1. Tasas anuales de crecimiento de las exportaciones de países seleccionados de América Latina (porcentajes promedios para el período 2001-2019)



Fuente: Datos de TradeMap 2020.

Si bien dicho diagnóstico constituye una buena noticia, que se ha manifestado en la asunción y algunas de las medidas iniciales del Gobierno de Cambiemos en 2015, y que también fue señalado en las alocuciones iniciales del Presidente Fernández a fines de 2019 y principios de 2020, debe notarse que hay una diferencia relevante entre el relato y la realidad del conjunto de medidas macroeconómicas, fiscales y comerciales que luego adoptaron para crear las condiciones propicias para promover el crecimiento sostenido de la producción y las exportaciones agroindustriales.

Debe notarse que el punto de partida de ambos gobiernos estuvo caracterizado por circunstancias adversas para la creación de un ambiente favorable para promover las inversiones y el comercio exterior: inestabilidad macroeconómica, alto gasto público, alta presión tributaria a nivel nacional y provincial con una elevada proporción de impuestos a las exportaciones y al comercio, estancamiento económico.

Es decir que un cambio en la estrategia de crecimiento requiere un paquete integral de medidas que implican reformas profundas, que requieren convicción, amplios consensos políticos y procesos graduales y consistentes de ajuste; estos aspectos no han estado presentes en ambos casos.

Si bien las reformas fueron insuficientes, debe señalarse que el Gobierno de Cambiemos implementó en los primeros meses un conjunto de medidas en la dirección correcta, tales como la liberación del mercado de cambios, la eliminación de las restricciones al comercio exterior y la rebaja parcial de los impuestos a las exportaciones agroindustriales.

Pero el gasto público siguió en niveles muy altos, no se logró la estabilidad de precios y la presión impositiva al

sector productor se mantuvo en niveles muy elevados y con una alta participación de impuestos distorsivos (el principal complejo exportador estuvo sujeto a muy altas tasas de impuestos a las exportaciones), lo que limitó el crecimiento de la producción y las exportaciones; y la producción total de granos no ha crecido en los últimos tres años.

Un aspecto positivo destacable fue la estrategia de inserción internacional de Argentina que, cuando encontró un eco favorable en el nuevo gobierno de Brasil a partir de 2018, tuvo importantes logros en el mejoramiento del desempeño del MERCOSUR y en la firma de Acuerdos de Libre Comercio con mercados relevantes, especialmente los casos de la Unión Europea, el resto de Europa, Canadá, Corea y Singapur.

La diferencia entre el relato y la realidad es más preocupante en el caso del gobierno actual, dado que las principales medidas macroeconómicas, comerciales y fiscales implementadas hasta el presente van en la dirección contraria a la requerida: aumentó la presión fiscal, con mayores impuestos a las exportaciones y otros impuestos distorsivos; aumentó notablemente el gasto y el déficit público, por lo que hay gran inestabilidad macroeconómica e incertidumbre; las intervenciones en el mercado de cambios han dado lugar a un complejo sistema de tipos de cambios, que generan profundas distorsiones en los precios relativos internos y limitan el comercio.

También se han generado diferencias importantes con los países del MERCOSUR, tanto en los aspectos de su perfeccionamiento y reducción del arancel externo común, como en relación a la continuidad de las negociaciones de los Acuerdos de Libre Comercio celebrados por el Gobierno anterior.

LA PRIORIDAD DE UNA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO BASADA EN EL COMERCIO EXTERIOR

La gravedad de la crisis económica y social en que se encuentra el país plantea la urgencia de la instrumentación de una estrategia de crecimiento basada en el comercio exterior. Ello fue señalado por el Presidente Fernández el 1° de marzo pasado en la apertura de las sesiones del Congreso Nacional, cuando destacó la importancia estratégica de aumentar sustancialmente las exportaciones, para dar lugar a un proceso de desarrollo económico y social sostenido en la Argentina.

En un contexto de enormes desafíos externos por los efectos disruptivos de la pandemia del COVID-19 en el comercio mundial y en la recesión económica global, la capacidad de generar divisas genuinas es una variable fundamental para el crecimiento económico de nuestro país. Al respecto, en las circunstancias globales actuales, el único sector económico relevante con capacidad de generar inversiones para aumentar significativamente la producción y las exportaciones en un plazo breve es el agroindustrial².

En virtud de lo señalado en los párrafos anteriores se considera que ha sido muy acertada la iniciativa de un amplio conjunto de entidades agroindustriales, reunidas en el Consejo Agroindustrial Argentino, de proponer a las máximas autoridades del Poder Ejecutivo Nacional y de algunas provincias y de ambas Cámaras del Congreso Nacional una "ESTRATEGIA DE REACTIVACION AGROINDUSTRIAL EXPORTADORA INCLUSIVA Y FEDERAL" para ser consensuada como Política de Estado. La propuesta busca acordar la visión de un país inclusivo, sustentable y promotor, en el que se generen trabajos dignos y seguridad alimentaria para todos los argentinos.



ROVIMIX[®] MaxiChick[™]

Más y Mejores Pollitos

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

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

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

HEALTH · NUTRITION · MATERIALS

Si bien el contexto político y económico actual genera muchas incertidumbres sobre las posibilidades de éxito de la iniciativa, se considera que se trata de una oportunidad histórica para posicionar al sector agroindustrial y a una estrategia de crecimiento basada en el comercio exterior en la opinión pública y en los partidos políticos.

Aunque no se logre la implementación de las profundas reformas necesarias en las políticas macroeconómicas, fiscales y comerciales planteadas, al menos, es importante que la opinión pública incorpore el diagnóstico y la necesidad de la revisión de la estrategia de crecimiento vigente por muchas décadas que condujo al insuficiente desarrollo económico, territorial y social de Argentina.

El desafío es importante porque es necesario un replanteo global de largo plazo que implica un conjunto de políticas entre las que se destacan las siguientes:

- ▶ **Generar un marco de estabilidad macroeconómica e institucional** que brinde condiciones básicas para la inversión y el comercio exterior.
- ▶ **Eliminar la elevada desprotección efectiva de la agroindustria argentina.** Ello implica una reforma fiscal destinada a la sustitución de los impuestos a las exportaciones y otros impuestos distorsivos por otros impuestos que no graven el comercio; la reducción de los aranceles de importación que gravan las importaciones de bienes de capital e insumos agropecuarios; y la utilización de reintegros a las exportaciones, en particular de los componentes de impuestos directos.
- ▶ **Instrumentar una agresiva política de negociaciones comerciales con los mercados relevantes,** concluyendo los acuerdos que se encuen-

tran en negociación, e incorporando gradualmente nuevos acuerdos, que permitan reducir las diferencias de acceso a los mercados que enfrentan las exportaciones argentinas frente a las correspondientes a los competidores, tales como Australia, Nueva Zelanda, Canadá, EE.UU, UE, Méjico, Chile y muchos otros, que reciben mayores precios por sus productos.

- ▶ **Instrumentar el fortalecimiento institucional de agencias claves para la producción y la promoción de las exportaciones agroindustriales** (INTA, INASE, SENASA, Agencia Nacional de Inversiones y Comercio Exterior), para sustentar e instrumentar una agresiva política de promoción y certificación comercial, similar a las de los competidores mencionados y que es cada vez más crítica.
- ▶ **Implementar una política de financiamiento que contemple la prefinanciación de exportaciones,** el uso de fondos de inversión internacionales vía compromisos de implementación de estándares ambientales, sanitarios y laborales, la utilización masiva de warrants y líneas especiales de prefinanciación de exportaciones para PyMEs y cooperativas agroindustriales.

Las estimaciones del impacto en el crecimiento económico, en el desarrollo territorial, en el empleo y en la recaudación fiscal que tendría esta nueva estrategia de crecimiento en el mediano y largo plazo son sumamente promisorias, por lo que cabe insistir en la necesidad de encontrar los consensos necesarios para implementarla como Política de Estado.

Ello implica una ambiciosa actividad de posicionamiento público de estas ideas y propuestas, para que la opinión pública y la sociedad incorpore la importancia de esta nueva estrategia que pivotee en el crecimiento de la producción y las exportaciones agroindustriales. ■

1. Otros países también instrumentaron por unos años políticas proteccionistas, pero modificaron sus estrategias comerciales a partir de la creación del GATT en 1947 y durante las décadas siguientes en las que el comercio mundial retomó un importante dinamismo.

2. La caída de los precios internacionales del petróleo y el contexto macroeconómico de Argentina plantean actualmente serias limitaciones para una pronta recuperación de las inversiones y la producción del sector energético en Vaca Muerta.



FARMADOX® 50

Doxiciclina 50%

AMPLIO ESPECTRO Y CON ACCIÓN COMPROBADA CONTRA LOS DESAFÍOS BACTERIANOS



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

“Estamos viviendo una oportunidad genial, que no podemos dejar escapar”

Ceva Salud Animal convocó a Santiago Bilinkis para dar cierre a un nuevo ciclo del Ceva Business Program, y el tecnólogo y emprendedor consideró oportuno hablar acerca de la innovación en este momento tan peculiar por el que atraviesa el país –y el mundo– como consecuencia de la aparición del Covid-19.



Santiago Bilinkis, tecnólogo y emprendedor

Hay un estudio de la Universidad de Duke, en Estados Unidos, que muestra que más o menos la mitad de las decisiones que tomamos cada día no son realmente decisiones, son cosas que hacemos sin pensar basadas en un hábito, en la costumbre. Todo es un conjunto de acciones, la mitad de nuestra vida opera en

piloto automático; todos los días desayunamos más o menos lo mismo, o nos cepillamos los dientes de la misma manera.

Pero para Santiago Bilinkis, no son solamente tareas triviales las que podemos hacer en piloto automático. “Les voy a poner un ejemplo: recuerden la primera vez que aprendieron a manejar

un auto, la cantidad de cosas en las que había que pensar, los pedales, la palanca de cambio, los peatones, los otros autos, los espejos, los semáforos, las calles... era abrumador. Hoy podemos ir en una situación de muchísima complejidad de manejo pensando en cualquier otra cosa, media hora tomando decenas de decisiones –todas ellas co-

rectas-, sin siquiera darnos cuenta que lo estamos haciendo. Nuestro piloto automático es muy poderoso, pero tiene una contra cara que es que la mitad de nuestra vida ocurre sin que pensemos. Toda esa mitad de nuestra vida es nuestra rutina, y si algo hizo la cuarentena fue hacer añicos nuestra rutina: todo lo que hacíamos sin pensar hubo que pensarlo de nuevo. Y cuando uno detiene un hábito, el hábito se hace visible otra vez, y se convierte este acto casi compulsivo, en una nueva oportunidad de elegir”, sostiene Bilinkis.

La mayoría de nosotros vivimos nuestra vida metidos en esta inercia y en general no nos paramos a preguntarnos si la vida que estamos viviendo es la vida que queremos vivir, si la manera en la que estamos haciendo las cosas es la mejor manera de hacerlas, o simplemente es nuestro piloto automático que se acostumbró a hacer las cosas de una cierta manera.

Para Bilinkis, parar la pelota y hacer este replanteo vital, este replanteo general, es la oportunidad que la pandemia y la cuarentena nos regalaron. “A mí, para pensar en el Covid, me gusta la metáfora de una vela: una vela es un objeto rígido, pero cuando uno la enciende, por efecto del calor, por un rato la cera se vuelve flexible. Estamos viviendo un momento de extraordinaria flexibilidad donde montones de cosas que no se replanteaban, que no cambiaban, de repente son cambiables”.

LA NUEVA NORMALIDAD

¿Qué va a pasar el día después? ¿Cómo va a ser la nueva normalidad? Estas preguntas son las más frecuentes desde la aparición del Covid-19 y, frente a estos interrogantes, existen tantas respuestas como habitantes en el planeta.

Bilinkis va un poco más allá y confiesa que “cuando me preguntan esto, la verdad que digo que no tengo la me-

nor idea... porque es la verdad, no se como va a ser el día después. Lo interesante para mí no es la pregunta de qué va a pasar, sino ¿qué queremos que pase? Porque la pregunta «¿qué va a pasar?» nos ubica por afuera como meros espectadores de esta obra de teatro de final incierto que estamos viviendo. Por supuesto que hay algunas cosas que no dependen de nosotros: no podemos afectar como va a emerger de toda esta situación el balance geopolítico entre Estados Unidos y China, pero en nuestro mundo, en nuestra compañía, en nuestra familia, en nuestra carrera profesional, por supuesto que somos protagonistas y en cómo sea ese día después o cómo salgamos de esto, tenemos un rol fundamental. **Entonces, la pregunta que me gustaría que nos hiciéramos es: ¿qué podemos aprender y cambiar en nuestra vida y en nuestro mundo, a partir de esta experiencia límite que estamos viviendo y cómo aprovechamos este extraordinario momento de flexibilidad?** Porque en algún sentido es como si alguien hubiera apretado un gigantesco botón de reset. Por poner un ejemplo, el proceso normal de descubrimiento y testeo de una vacuna toma de 10 a 15 años, en este momento vamos a tener probablemente varios candidatos firmes a vacunas contra el Covid en 10 a 15 meses, o sea 12 veces más rápido de lo que era el proceso normal”.

CAMBIOS OBLIGADOS

Según Bilinkis, en el mundo desarrollado hubo más cambios en los últimos tres o cuatro meses, que en los últimos 2 años, y en países como la Argentina hubo más cambios en este semestre que en los últimos 20 años, en muchísimas áreas.

“Es interesante porque la pandemia no sólo nos abrió a replanteos, interrumpió nuestros hábitos, sino que nos

obligó a cambiar... nos obligó a hacer cambios que eran imprescindibles y sin embargo no los hacíamos, estaban completamente trabados. **Hace 25 años que hay Internet y 11 años que existe WhatsApp, pero hasta marzo de 2020, cuando necesitabas comprar un medicamento tenías que ir en persona al médico a buscar un papelito escrito de puño y letra firmado en original, sellado, con fecha, e ir con ese papelito físicamente a la farmacia, dárselo al farmacéutico, el farmacéutico revisaba los datos y si había un error en los datos agarrar el papelito, ir de vuelta al médico a que corrija el papelito, ir de vuelta a la farmacia, entregar el papelito... Nunca lo cambiamos y en una semana hicimos lo que no habíamos hecho en 20 años, lo obvio, que el médico escriba el papelito, le saque la foto con el celular, te lo mande por WhatsApp, vos lo mandás por WhatsApp a la farmacia y se acabó, el farmacéutico te manda el medicamento.** Hay muchos otros ejemplos. A mí me gusta particularmente lo que pasó con las clases remotas y la educación, el ciclo electivo 2020 llegó a arrancar, las primeras partes del año hubo clases y ese comienzo del ciclo lectivo 2020 era exactamente igual que el comienzo del ciclo electivo 2010, exactamente igual que en 2000, que en 1990, que en 1980... De los últimos 40 años –y podríamos decir 100–, lo que pasaba dentro de la escuela prácticamente ¡no había cambiado nada! De nuevo, de un viernes a un lunes (porque literalmente un viernes dijeron, las escuelas no cierran y el fin de semana anunciaban que cerraban y el lunes ya teníamos que tener implementadas clases virtuales), hicimos más cambios que en los últimos 40 años. Por supuesto, cambios desprolijos; no es que podemos reinventar la educación y hacer la educación ideal digital en un fin de semana, pero cambiamos. Si yo les hu-

biera dicho que nuestros hijos iban a estar estudiando a través de plataformas virtuales, colaborando con compañeros a través de herramientas de colaboración tecnológicas, que los docentes iban a estar grabando sus clases en video, compartiendo material en campos digitales, nadie me hubiera creído. No quiero idealizar lo que pasó, se hizo con mucha improvisación, sin entrenamiento adecuado a los chicos y a los docentes, sin infraestructura correcta en las casas –ni de los chicos, ni de los docentes–; pero cambiamos y algunos de los cambios son geniales. **Una de las primeras cosas que pasaron cuando empezaron las clases virtuales es que los docentes se dieron cuenta que la tradicional manera de evaluación, la misma que hemos padecido nosotros, nuestros abuelos y que padecen nuestros hijos, que es esa maldita prueba donde se preguntan datos fácticos que se estudian de memoria la noche anterior del examen y se repite como un loro y se olvida todo exactamente 4 segundos después que el examen terminó.** Esta maldita modalidad –pero que es la modalidad más difundida desde siempre–, no se puede hacer porque tomando los exámenes a través de plataformas virtuales con los chicos contestando el examen en una computadora o en un celular, en la misma computadora donde están contestando el examen tienen Google y Wikipedia, y si la pregunta es en qué fecha fue la batalla de Caseros se fijan, lo googlean y lo contestan. Entonces, por primera vez en la historia hicimos lo correcto, por primera vez en la historia estamos tomando más pruebas a libro abierto y elaboración de monografías individuales o grupales, que pruebas a libro cerrado”.

E-COMMERCE Y HOME OFFICE

Otro de los grandes cambios que se

registraron en Argentina –y en el mundo– a partir de la aparición del Covid-19 y el confinamiento obligatorio dispuestos por los Gobiernos de cada país, tuvo lugar en el E-Commerce (comercio electrónico).

Al respecto Bilinkis sostiene que Argentina estaba ridículamente atrasada en términos de E-Commerce y que él realizó más pedidos por Internet en este último semestre, de los que había hecho en toda su vida.

Respecto del Teletrabajo, Bilinkis considera que “por décadas estuvimos convencidos de que era imposible, y era imposible porque sin Internet no se podía, o por lo menos era muy difícil trabajar desde casa cuando no tenías las herramientas que tenemos hoy. Pero hace 20 años que tenemos las herramientas y nunca nos dimos cuenta, como así también creíamos que trabajando desde casa la productividad se iba a desplomar, que la gente se iba a pasar mirando Netflix, y lo descubrimos en muy poco tiempo –casi en un fin de semana, porque hubo que mandar de golpe a toda la gente a trabajar en sus casas–, que la productividad no sólo no baja, sino que sube, y no sólo aumenta la productividad sino que también aumenta la satisfacción laboral y la sensación de un buen balance entre vida personal y vida profesional. Y esto es en un contexto ridículamente difícil, con los chicos en casa, sin las casas preparadas para «teletrabajar». O sea que, aún en esta situación que es claramente de emergencia, no es de equilibrio, descubrimos que el teletrabajo puede darnos muchísima satisfacción a las personas y a las compañías. **La gente trabaja mejor, las compañías ahorran un montón de dinero en espacios de oficinas. Para los que vivimos en el área metropolitana de Buenos Aires el tiempo promedio de ida y vuelta de ir al trabajo son 80 minutos diarios, y no**

son 80 minutos cualquiera, son los peores 80 minutos del día metidos en el transporte público, trabados en embotellamientos. 80 minutos es una enormidad de tiempo para tiempo discrecional. Si sacamos el tiempo que estamos durmiendo, comiendo, aseándonos, cuidando a nuestros seres queridos y haciendo las tareas de la casa, nos debe quedar una hora por día... agregarle 80 minutos es más que duplicar el tiempo que tenemos para nosotros. De alguna manera el Covid resultó un extraordinario catalizador de cambios, por supuesto que la idea de teletrabajo no es que de ahora en más todos trabajemos en casa, la presencialidad tiene un rol importantísimo, lo que descubrimos es que estábamos abusando de la presencialidad, que no hace falta todos los días a las 9 de la mañana estar en la oficina hasta las 7 de la tarde siempre. Y lo que se viene casi con seguridad es un mix, es un sistema híbrido en el cual la gente 2 o 3 días trabaja en la oficina y 2 o 3 días trabaja en casa y tengamos lo mejor de los 2 mundos. Que podamos aprovechar todas las cosas importantes de la presencialidad con la flexibilidad, la comodidad, el tiempo ganado, el ahorro de espacio que produce el teletrabajo. Porque no hace falta que para ahorrarse espacio de oficina la mitad esté siempre en la casa y la otra mitad vaya siempre a la oficina, si tenemos un esquema híbrido donde cada día va la mitad de la gente pero esa mitad va cambiando, puedes tener la mitad de tamaño de la oficina, a pesar de que todos van a la oficina la mitad de los días. Las empresas más vanguardistas del mundo, como Google, Facebook en Estados Unidos pero también en Argentina, incluso muchas empresas más tradicionales como bancos y automotrices, ya están pensando eso para la vuelta. Pero la vela se va a apagar y la cera se va a endurecer de nue-



SENTIMOS PASIÓN POR LA AVICULTURA

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

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



SILVEYRA COMEX S.R.L.

Comercio Exterior y Aduana



+5411 4443-7976



www.silveyracomexsrl.com.ar



SilveyraComex

vo, y toda esta flexibilidad que tuvimos y esta oportunidad de innovar y de probar cosas nuevas, de romper nuestros hábitos y nuestra rutina, se va a terminar. O por lo menos vamos a dejar de estar obligados a cambiar. **Porque sepan que cambiamos por obligación: el Covid fue como una especie de pistola en la cabeza que nos hizo hacer lo correcto. ¿Qué va a pasar cuando todo esto termine? ¿Vamos a volver a los viejos hábitos? Porque la receta ahora mandada por WhatsApp tiene que tener una leyenda que diga «Emergencia Covid», es temporario el cambio, va a volver para atrás. Entonces, si como yo tienen la expectativa de que algo cambie, vamos a tener que plantarnos, porque no queremos que el 2021 sea como el 2020, no queremos otro año como éste, pero sería una tragedia que sea como el 2019, sería una tragedia que todo retome sin que hayamos aprendido nada”.**

RESISTENCIA AL CAMBIO

Bilinkis desliza un nuevo interrogante para repensar el desarrollo de nuestras vidas –tanto personales como profesionales– de aquí al futuro: **¿por qué nos cuesta tanto cambiar?**

Para explorar esta pregunta, Bilinkis recurre a una anécdota: “hace un poquito más de un año recibí una invitación para ser jurado de un Hackathon, que son como unas competencias que se han puesto de moda en muchas compañías en donde se convoca a todos los empleados y colaboradores, se los divide en equipos, y se les da un plazo de tres días para trabajar un problema –casi siempre usando tecnología–, y después hay que presentar qué solución encontraron a ese problema. **Esta empresa había dividido a sus empleados en 6 equipos y el desafío que les planteaban era reinventar unos de los negocios claves de esta compañía que realmente estaba teniendo muchos**

problemas. Los 6 equipos trabajaron durante tres días y a mí me tocó escuchar las presentaciones finales para elegir al ganador junto con otras dos personas. Cuando escuchamos las 6 presentaciones finales, eran exactamente iguales, idénticas, no había prácticamente un matiz de diferencia entre ellas, elegimos al ganador casi tirando una moneda, porque era muy difícil elegir entre unos y otros. Yo por muchos días me quedé pensando en lo que pasó. Tal vez ustedes estén imaginando que en realidad eran iguales porque esta gente no pudo romper con la inercia, no pudo pensar, pero lo cierto es que eran geniales las 6... las 6 eran una reinversión profunda, tremendamente necesaria del negocio en cuestión. ¿Cómo podía ser que las 6 fueran tan parecidas? Y después de darme vueltas en la cabeza por algunos días llegué a la conclusión que en la mayoría de las empresas todos sabemos qué es lo que hay que cambiar, todos sabemos lo que está mal, pero lo loco es que esta es una empresa de retail y yo puedo ir a las tiendas y ver qué pasó. Acá estaban todos los referentes de la compañía y todos los mandos medios, esta es una compañía donde toda la alta gerencia y todos los mandos medios tenían consenso absoluto respecto de cuál era el problema y cómo había que solucionarlo, pasó un año y medio no hicieron absolutamente nada, todo está absolutamente igual que antes, lo cual me volvió a dejar perplejo... ¿qué pasó? Si la gente estaba de acuerdo, sabía lo que tenía que hacer, tenían estas ideas brillantes, ¿por qué no hicieron nada? **Lo cual me lleva al primer punto importante: la dificultad de cambiar no es que no sepamos qué es lo que hay que hacer, es la enorme resistencia que se genera ante cualquier intento de cambio.** Esto nace en el plano individual, porque todas las personas tenemos un

grado muy grande de resistencia al cambio y tiene sentido porque nosotros creamos en un mundo que cambiaba muy lento, y en un mundo que cambia lento uno tiende a encontrar fórmulas que funcionan y lo mejor que puedes hacer si encuentras una fórmula que funciona es seguir aplicando esa fórmula, no cambiar. **Hay un refrán que dice, «no se cambia a un equipo que ganó», si está ganando para qué vas a hacer cambios. En las organizaciones es todavía peor, porque las empresas acumulan las resistencias al cambio individual y le ponen un plus entre políticas corporativas, discusiones internas... todo se traba infinitamente más todavía que la dificultad de cambiar que tenemos cada uno en el plano individual. Por eso cambiar una organización es una tarea titánica, porque a las empresas les pasa lo mismo que nos pasa a las personas.** Piensen que el contexto de negocios también era muchísimo menos cambiante. El secreto para construir un gran negocio era encontrar una receta de éxito... Cuando el fundador encontraba esta receta de éxito, el siguiente paso era montar una estructura corporativa robusta, una burocracia en el buen sentido de la palabra, o sea un grupo de gente que ejecute, que aplique la fórmula de éxito de manera metódica, efectiva, consistente, todos los días, todos los meses, todos los años. Este objetivo de mantener funcionando algo que ya funciona, se correspondía con un esquema particular de incentivos que atraía un perfil particular de personas. En este contexto, los innovadores, los cuestionadores, los revoltosos eran un estorbo, una amenaza, una amenaza a la estabilidad que era el valor supremo en este tipo de organizaciones que eran todas básicamente. No hace falta que les diga que la situación cambió, hoy las reglas del juego son exactamente las opuestas,

MEJORANDO LA PROTECCIÓN, AUMENTANDO LA PRODUCTIVIDAD



Innovax ND-IBD es la primera vacuna del mundo que ofrece protección contra Marek, Gumboro y Newcastle durante toda la vida.

Conveniencia

Se aplica in ovo o al primer día de edad en Planta de incubación protegiendo las aves durante toda la vida.

Eficiencia

Con una sola dosis protege contra tres de las enfermedades infecciosas más importantes: Marek, Gumboro y Newcastle.

Retorno de inversión

Provee un control eficaz que asegura una mayor productividad, aumentando el retorno de la inversión.

innovax[®] TUS AVES MÁS SANAS Y PROTEGIDAS
ND-IBD



hoy en definitiva la misma receta que te trajo y te hizo exitoso hasta acá, es la que puede condenarte al fracaso en los próximos 5 años si no sos capaz de cambiar a tiempo. Pero ni las personas, ni las empresas, tuvimos tiempo de adaptar nuestra cabeza a este cambio y queremos siempre seguir, volver una y otra vez al palenque, como los caballos de alquiler que salís a dar una vuelta y lo único que quieren es volver al palenque... nosotros también nos sacan del camino y queremos volver al palenque. **En este nuevo contexto, cuanto mayor sea tu éxito mayor es el peligro. Si el éxito te da soberbia, si el éxito te da complacencia, si el éxito te da excesiva confianza de que la fórmula que te trajo hasta acá va a seguir funcionando porque así funcionan las cosas, porque nosotros sabemos como se hace en este momento, el éxito es la mejor receta para el fracaso”, explica Bilinkis.**

¿POR QUÉ ES TAN DIFÍCIL INNOVAR?

Para Bilinkis, en el corazón del problema está la relación que las personas y las organizaciones tenemos con el riesgo y esto tiene tres aspectos: el aspecto cultural, el metodológico, y el incentivos.

En relación al aspecto cultural, el tecnólogo considera que “hay dos rasgos culturales muy fuertes que las empresas mantienen de su pasado poco dinámico. El primero es el rol que le atribuyen a la experiencia: ¿qué es la experiencia? La experiencia es tener mucho pasado, la experiencia es haber resuelto muchas situaciones anteriores, haberlas resuelto en general bien, a veces mal, y haber aprendido de los errores. De manera que haber vivido todas estas situaciones previas te prepare mejor para manejar situaciones futuras. Pero esto tiene dos problemas: el primer problema es que asume que el pasado es un buen predictor del futuro,

y hoy el pasado es un pésimo predictor del futuro, el futuro se parece a cualquier cosa menos al pasado. Y el segundo problema es que cuantas más veces hayamos resuelto una cierta cuestión de determinada manera, más nos aferramos a esa metodología, más certezas sentimos de saber que nuestra fórmula funciona, y más difícil se nos hace pensar que lo que funcionó hasta acá puede dejar de funcionar hacia adelante; es decir, la experiencia suele venir íntimamente ligada a pérdida de la flexibilidad. **No hace falta aclarar que si la competencia laboral del futuro es entre un experto rígido y un inexperto flexible, va a ganar el inexperto flexible por goleada.** En este momento la flexibilidad se vuelve mucho más importante que la experiencia. En definitiva, si no logramos mantener nuestra flexibilidad y el precio de la experiencia es la rigidez, corremos el riesgo de que directamente la experiencia cambie, que se vuelva algo malo, que los avisos laborales del futuro en vez de empezar como ahora, «se busca persona con experiencia», digan «por favor, buscamos gente sin experiencia, queremos gente que quiera seguir aprendiendo, no gente que crea que ya se la sabe todas y viene a aplicar una y otra vez las recetas del pasado». Pero dado que yo tengo experiencia y ustedes también, no estamos condenados... **El desafío es convertirnos en expertos flexibles. Se puede, pero es difícil y requiere –a pesar de nuestra experiencia– que seamos capaces de seguir poniendo una y otra vez un signo de pregunta a nuestras certezas, no permitir que la experiencia nos haga soberbios, que nos haga complacientes, no caer en la trampa del éxito.** El segundo rasgo cultural tiene que ver con las respuestas que las organizaciones quieren frente al error. Por mi trabajo me toca bastante seguido hablar con fundadores de empresas o presi-

dentos de empresas, y muchas veces sale en la conversación la temática de innovación. Cuando hablamos de innovación, yo generalmente arranco la discusión haciéndoles la misma pregunta, les pido que me cuenten algunos fracasos que hayan tenido recientemente, y si el presidente de la compañía no puede nombrarme rápidamente varios fracasos, no necesito saber más nada... **Porque no existe la innovación sin error, no existe la innovación sin fracaso. La clave para innovar es atreverse a fallar, y el problema que tenemos –y retomo lo que hablábamos antes de la educación– es que desde muy chiquititos nos entrenan para ser minimizadores de errores.** Cuando nuestros hijos contestan esta maldita prueba de memoria y les preguntan «¿Cuál fue la fecha de la Batalla de Caseros?», y si no contestan 3 de Febrero de 1852 lo marcan con una cruz y le bajan un punto, lo que nuestros hijos aprenden no es la fecha de la Batalla de Caseros, lo que nuestros hijos aprenden es que en la vida hay que evitar equivocarse porque el error se paga, el error no es parte de un proceso de aprendizaje y de crecimiento, si no algo que hay que evitar a toda costa porque te bajan la nota. En las organizaciones pasa algo parecido, si cuando algo sale mal se hace una caza de brujas para encontrar al culpable, o peor aún se busca un chivo expiatorio, lo que se genera es una cultura en donde la prioridad no es que las cosas salgan bien, si no es no tener la culpa cuando las cosas salen mal, o sea, «yo no fui», que el precio lo pague otro. Después de todo, nadie puede criticarte por seguir haciendo lo que ya se venía haciendo o por tomar la decisión más conservadora. **Cambiar algo es exponerte a fallar y a las posibles consecuencias que eso acarree.** Cuando se plantea esta dinámica, la innovación se convierte en el juego del huevo podrido,

Baci

Distribuidor exclusivo
en Argentina

Jetfix

- + ahorro
- + eficiencia
- + salud operativa

Baciflex
SERVICIO DE CERRADO DE BOLSAS

NUEVO
CONCEPTO



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



0% consumo de energía
respete el
medio ambiente

3M BUSINESS
PARTNER

hay que sacárselo de encima lo más rápido posible. Y para modificar este escenario la única manera es cambiar la manera en que las organizaciones lidian con el error. No importa cuántos carteles motivacionales se cuelguen en las paredes con slogans que alienten a la gente a arriesgar y ser innovadora, todos van a estar mirando cuando algo sale mal. Casi todas las empresas tienen en algún momento del año instancias donde reconocen públicamente a los colaboradores que tuvieron sus mayores logros, yo creo que en este momento sería hasta incluso más importante en la fiesta de fin de año, o cuando sea que se hacen estos premios, premiar los mejores fracasos, premiar a la gente que se atrevió a probar algo diferente, a romper con la manera que se venía expresando aún cuando el resultado no haya sido el esperado. **Esto me lleva al segundo punto y es que hay una manera correcta de fracasar, no todos los fracasos son iguales. Hay fracasos por negligencia a hacer las cosas mal, hay fracasos por desidia, por no poner suficiente garra y hay fracasos por experimentación, hay fracasos simplemente por probar algo distinto, y la mayoría de las cosas que probamos distintas no funcionan. Hay riesgo porque hay incertidumbre -y esto es la clave-, no sabemos como van a ser las cosas en el futuro o que innovaciones van a funcionar o no.** La incertidumbre es algo con lo que se puede lidiar y hay un método que los emprendedores usamos todo el tiempo y que la mayoría de las compañías recién ahora están empezando a incorporar un poquito, que tienen que ver con la experimentación. La gran mayoría de las empresas se trenzan en procesos de pensamiento, teorización, discusión, interna, Power Point... cuando en realidad la mejor manera de manejar esta cuestión es construir un experimento a

escala pequeña que nos permita contestarnos o reducir la incertidumbre. La clave es diseñar bien esos experimentos para fracasar todo el tiempo pero en escala pequeña y controlada. **Cuando yo les pido a los presidentes de compañías que me nombren fracasos no espero fracasos estrepitosos, si están haciendo las cosas bien los fracasos son chiquitos, los fracasos son pruebitas que no anduvieron. A estos métodos se los conoce como metodologías ágiles, y en definitiva una de las principales es diseñar permanentemente experimentos y fracasar todo el tiempo pero rápido y barato.** Por eso yo digo que hay fracasos que hay que premiarlos, hay fracasos que están bien hechos, se planteó una hipótesis razonable, se diseñó un experimento para enterarse si la hipótesis funcionaba o no, el experimento no funcionó, se aprendió algo en el proceso. Porque en general, saber que algo no funciona también es un aprendizaje muy valioso que en general te lleva a reformular nuevas hipótesis para tests posteriores. Convertir a este tipo de personas en modelos aspiracionales de la organización, es la clave para romper la lógica del sistema inmunológico anticambio que todas las organizaciones tienen”, sugiere Bilinkis.

ESQUEMA DE INCENTIVOS

Casi todas las empresas y las personas son medidas por sus resultados trimestrales o anuales, pero lo cierto es que ninguna innovación repaga en 3 meses y prácticamente ninguna en un año. Bajo la lógica pura del voto online, del resultado del mes, del trimestre o del año, la innovación siempre va a ser algo que conviene dejar para más adelante, claro... hasta que la falta de innovación te hace pedazos tanto en corto como en el largo plazo.

Para Bilinkis, “curiosamente, la manera de salir de este embrollo, es otra

vez la misma metodología: hacer que los fracasos sean chiquitos, rápidos, que no impacten excesivamente el resultado de corto plazo, lo que te permite seguir experimentando sin por eso dañar demasiado tus resultados”.

Ahora bien, ¿cómo podemos prepararnos nosotros, y nuestras organizaciones, para este proceso que se viene? Bilinkis reconoce que desde ya hace un tiempo piensa en cómo llevamos nuestras organizaciones de lo que son hoy a lo que van a tener que ser. “Pensando en cuales son los cambios que van a venir, hace un tiempo se me ocurrió hacer una investigación con un grupo grande de expertos en capital humano y les pregunté ¿cuáles eran los rasgos más buscados cuando hacían una selección hace 10 años?, ¿cuáles son las cosas más importantes hoy? y ¿cuáles creían que iban a ser las más importantes dentro de 10 años? El resultado fue súper interesante. Hace 10 años se buscaba experiencia, conocimiento técnico y dedicación, habilidades bien duras, bien orientadas a la tarea misma; hoy esto ya cambió, cualquiera que esté medianamente familiarizado con el mundo del capital humano sabe que hoy se privilegian las habilidades blandas, resiliencia, comunicación, liderazgo. Cuando les pregunté dentro de 10 años, todas las respuestas giraron alrededor de innovación, creatividad y capacidad para el aprendizaje continuo. Quiero hacer foco en esta última, de alguna manera lo que los expertos están viendo es que no se trata de cambiar nuestro antiguo conjunto de habilidades «A» por un nuevo conjunto de habilidades «B», se trata de pasar de un blanco fijo a un blanco móvil, de un conjunto de habilidades estático a un conjunto de habilidades tan dinámico que la más importante de las habilidades es la de cambiar todo el tiempo tus habilidades, porque **vivimos en un**



mundo donde el conocimiento hoy no llega a durar 10 años. Hoy 10 años después de cualquier cosa que hayas aprendido, esa cosa es vieja. ¿Cuán conciente somos de la obsolescencia de nuestro propio conocimiento y de nuestra propia experiencia? Pensando en esto también quise hacer una investigación respecto a ¿cuántas horas destinan las personas a lo largo de su vida a aprender? En Estados Unidos hay estadísticas para todo y ahí encontré este dato: de los 15 a los 19 años dedicamos casi 1.200 horas anuales aprendiendo -6 horas por día, en los días hábiles-; de los 20 a los 24 la cantidad de horas anuales dedicadas al aprendizaje ya es menos de la mitad: 540; de los 25 a los 34 bajamos a 86 horas anuales; de los 35 a los 54: 23 horas al año... La mayoría de las compañías y de las personas apenas dedican 2 días o 3 al año a aprender cosas nuevas. Solemos perder de vista cuantas horas destinábamos a aprender cuando éramos jóvenes, eran 50 horas más, es cierto que idealizamos

como que fácil que aprendía cuando tenía 17, sí aprendíamos más fácil pero le dedicábamos 50 veces más horas. ¿Cuánto aprenderíamos hoy si dedicáramos una parte sustancial de nuestro tiempo a aprender? No es que no podamos aprender, es que nos cuesta un poco más, pero además le dedicamos 50 veces menos tiempo. Otra vez es la trampa del pasado, en un mundo que cambiaba lento estaba perfecto destinar casi el 100% del tiempo a aprender durante el 20% de la vida y después nada, después a trabajar: «yo ya aprendí, soy Economista, soy Médico, soy Abogado, soy Ingeniero, soy Agrónomo...» **El mundo que cambia cada vez más rápido este modelo no tiene sentido, no puedes trabajar a los 40 de algo que aprendiste a los 18, se desactualiza. En vez de dedicar el 100% del tiempo durante el 20% de la vida, necesitamos dedicar el 20% del tiempo el 100% de la vida, un día por semana, de ahora en más y para siempre.** Esto es un desafío enorme, porque obviamente las em-

presas no están armadas para esto. Tenemos mucho trabajo y muchas responsabilidades, pero en un mundo que cambia de una manera tan veloz no podemos darnos el lujo de parar de aprender”, afirma Bilinkis.

LA NUEVA FÓRMULA DEL ÉXITO

Bilinkis concluye afirmando que “la única receta para el éxito en los negocios, es justamente dejar de pensar en el éxito como resultado de una fórmula estática, y lograr un proceso permanente de innovación y de cambio. Si como le sucede a la mayoría de las personas, ustedes creen que cambiar es arriesgado, los invito a probar el riesgo de no cambiar. En este mundo es muchísimo más riesgoso atarse al pasado, dejarse dominar por la resistencia al cambio y confiar excesivamente en el éxito, que lograr realmente un proceso de reinversión e innovación permanente. La disyuntiva es disromper o ser disrompido y quiero invitarlos a que trabajen para ser los disruptores”. ■

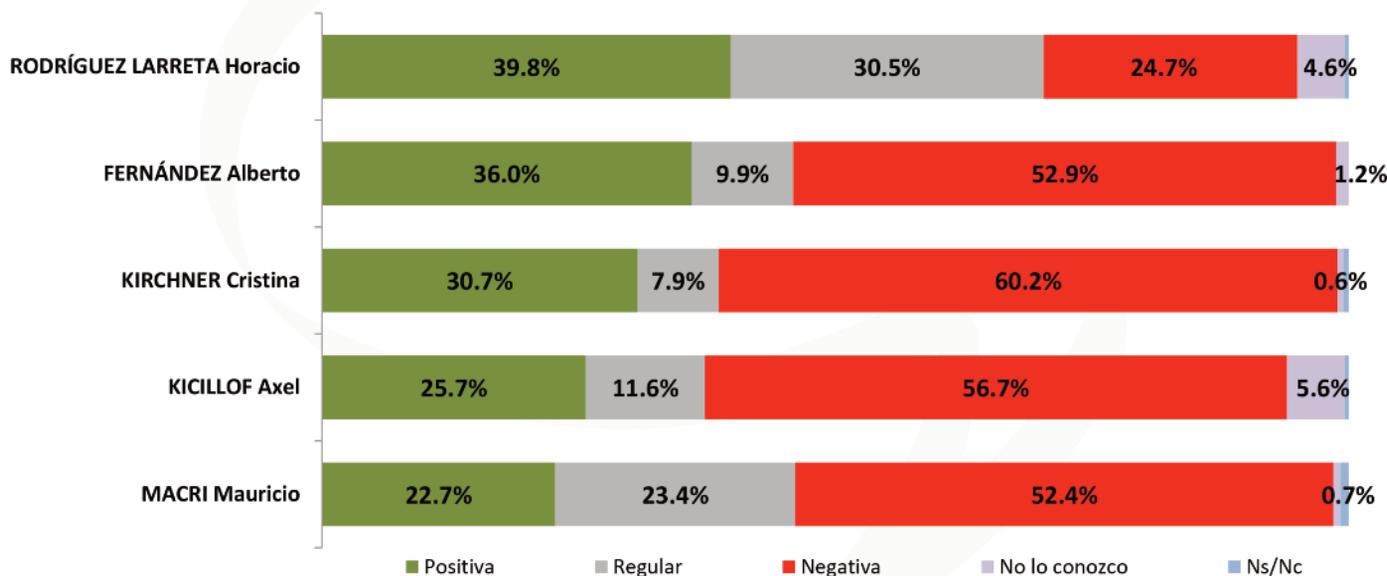
Mucho ruido y pocas nueces

Hay que dejar en claro lo siguiente para entender la evolución de ciertas variables, o los números de imagen de los políticos argentinos. Cuando entre mediciones consecutivas un valor se mueve 1 o 2 puede responder a dos cuestiones diferentes. Una tendencia leve, es decir, un ascenso o descenso de a pequeños escalones, pero siempre en el mismo sentido, o una variación estadística cuando un mes es hacia arriba y otro hacia abajo.



Encuesta de Opinión Pública en Argentina INFORME XIV ESPECIAL COVID-19

IMÁGENES



ARGENTINA | 13 AL 15 DE OCTUBRE DE 2020 | 2500 CASOS | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

Cuando se dan variaciones estadísticas, podemos pensar que el político medido ha “encontrado su nivel” hasta tanto algún evento grave lo impulse nuevamente en una tendencia hacia la suba o la baja.

Esto último parece estar pasando con casi todas las figuras medidas. Alberto Fernández, después de caer sistemáticamente desde fines de marzo, pa-

rece encontrar su nivel rondando los 35 puntos de imagen positiva y 53 de negativa. Lo mismo con Cristina Fernández en 30 de positiva y 60 de negativa, Axel Kicillof en 25 y 56, y Rodríguez Larreta en 40 y 25.

El único que se movió por fuera del margen de error es el ex Presidente Mauricio Macri, que ganó 3% de positiva tras su reciente aparición en un repor-

taje televisivo.

La última quincena hubo mucho ruido y pocas nueces.

En tanto, las valoraciones de gestión Covid-19 para Alberto, Axel y Horacio, al igual que el miedo al Coronavirus, también aparecen estables.

Sin embargo, la aprobación de la cuarentena sigue con su tendencia a la baja constante. Cayó otros tres puntos,

Precio versus Eficiencia

Ser eficientes como grandes productores... ¿nos hace enemigos de la rentabilidad?



Como ya lo he sugerido, en relación a la necesaria protección de nuestro mercado productor de huevos para consumo, estamos obligados a continuar ofreciendo un producto de excelente calidad, agregando un sello en el huevo mediante el cual se distinga su trazabilidad, aplicando un tratamiento UV, invirtiendo en envases, comunicación con nuestros clientes, marketing y creando nichos.

Pero al mismo tiempo, todos los productores nos enfrentamos a la realidad de los fríos números que nos indican una verdad que nos ha guiado du-

rante años: que a mayor volumen, mayor eficiencia empresarial y dilución de gastos fijos. Y esta sigue siendo una verdad para cualquier productor –grande o pequeño–, digamos por poner una cifra, de más de 30.000 aves.

Hasta ese volumen, el productor puede hacer gran parte de las tareas personalmente: desde facturar y comercializar su producción con un conocimiento personal de sus clientes, hasta fabricar el alimento si tiene un molino adecuado.

Y es muy probable que esa falta de estructura –sin vendedores, adminis-

trativos, molinero, etc.–, sumado a un mejor promedio de venta por su escala, haga que sus márgenes sean permanentes en cualquier situación de precio de venta del mercado.

Además, está en la posición de que si ataca un nicho –aves libres de jaula, por ejemplo–, el mismo abarque un alto porcentaje de su producción –algo que no pasaría con un productor mediano o grande–, lo que le permitiría aumentar mucho más su rentabilidad.

Pero una vez sobrepasada esa cantidad de aves, el ring del mercado es el mismo para casi todos. Con ventajas y

desventajas de acuerdo al volumen, pero con una sola verdad: el mayor volumen baja costos y asegura ganancias, aunque sean bajas por cajón, pero ganancias al fin, cuando el precio está en mínimos.

En esa situación, el productor mediano –más aún si no está automatizado–, pasa rápidamente a números rojos, no estando ni con los promedios de venta y la informalidad del pequeño, ni con la economía de escala del más grande, así como tampoco con la misma financiación de sus proveedores, ni bancaria.

Este razonamiento nos ha llevado a grandes éxitos como sector, como ser la eficiencia global de nuestra producción, altamente mecanizada, distribuida por todo el país, capaz de abastecer a un consumo per cápita de los más altos del mundo; también gracias a ser visionarios sosteniendo a CAPIA –una de las cámaras sectoriales más activas de nuestro hemisferio–.

Pero, toda moneda tiene dos caras, y la otra cara de esta moneda es el tema que nos ocupa: “ser eficientes como grandes productores, ¿es enemigo de un precio de mercado rentable? Tener un mercado interno sano ¿es enemigo de exportar?”

Veamos... En principio, si pensamos linealmente, como hasta ahora, la realidad nos muestra un mercado pendular que oscila entre períodos de crisis con reacomodamiento en la población de aves, con desaparición de colegas y regulación de la población de aves (menor cantidad de crías, aumento de las edades, etc.), a períodos cada vez más breves y de buena rentabilidad. En el medio, nada... la meseta casi no existe. Y si el huevo no está subiendo, los compradores perciben que está bajando y aspiran a quedarse con esa rentabilidad.

¿Qué alternativas existen para mo-

dificar este comportamiento histórico? Aquí, las preguntas son muchas... La primera es: ¿todos los productores quieren hacerlo? Y suponiendo que todos quieran tener rentabilidad permanente –¿quién no?–, o más emocionante aún, evitar alguna que otra crisis apocalíptica, ¿alguno renunciaría en este siglo a crecer? Dicho de otra forma: ¿algún productor estaría dispuesto a retirar aves?

Personalmente creo que la respuesta es un rotundo “NO”. El voto siempre fue ir hacia la crisis purificadora, el sufrimiento que más tarde nos lleva a una mejora.

¿HAY OTRAS SOLUCIONES?

Dentro del mercado interno, el margen de reacción es muy escaso. Del lado del consumo tradicional, yo diría que lo único que se puede hacer son acciones de publicidad y medios para sostener y, en el caso más optimista, elevar levemente el consumo; estrategia que además depende de la vapuleada economía nacional pandémica o post pandémica.

En este sentido, el mercado interno, las ayudas o los planes sociales, pueden ser una buena fuente de consumo si las autoridades ven el alto valor nutricional de nuestro producto. El impacto puede ser limitado porque existe la posibilidad de que parte de ese huevo inyectado como ayuda, ya se estuviera comprando antes de existir la misma.

Entonces, quedaría la exportación como vía de sostén de los volúmenes de producción y promoción de los márgenes internos.

Es un escenario al que los productores se acercan siempre en épocas de crisis, y no por el contrario, pensando en construir un mercado de exportación permanente, lo que requiere varios años de políticas coherentes, con una mirada puesta exclusivamente en el negocio externo, sin mirar con codi-

cia las oportunidades internas que circunstancialmente puede presentar mayor rentabilidad.

Esta vía requiere también romper el recelo entre productores, el cuestionamiento de “¿porqué yo voy a poner huevo a pérdida para aportar a un mejoramiento de precio interno que todos aprovecharíamos?”

Yo lo pondría en otros términos: si en la parte mala del ciclo el huevo sobra, ¿quién levanta la mano para retirar de producción uno o más galpones y mejorar el mercado? Nadie... ¿No sería mejor entregar parte del huevo para exportación? Me refiero a porcentajes aceptables de la producción, uno o dos días al mes, con un pago que nos permite amortizar el famoso costo fijo y de alimento, y con una recompensa mucho mayor de la mano de la recuperación del mercado. Me parece que es una alternativa de imposible versus posible.

Mi recomendación es juntar lo mejor de cada mundo, dejar de ser granjeros para ser empresarios con visión de país. Por un lado se sigue accediendo a las ventajas de la economía de escala, y automatizar y crecer seguirían siendo buenas palabras, y se sostiene el precio interno.

Obviamente esto plantea cíclicamente desafíos, porque nada indica que el porcentaje exportado no se recupere en un par de años con nueva producción, pero la realidad que ninguna solución es para siempre, así como tampoco lo son las condiciones actuales. El futuro puede ser con más inversiones –costosísimas– tendientes al bienestar animal, o con requerimientos de menos aves por jaula, u obligando al retiro de determinado tipo de jaula... es imposible preveer.

Hoy exportar sirve. Y estar juntos... también. ■

Basterra recorrió las obras del Nuevo Mercado Agroganadero de Cañuelas

El objetivo es trasladar las actividades del Mercado de Liniers para garantizar una sensible baja en los costos logísticos y de transporte al productor ganadero

El ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Luis Basterra, recorrió las obras que se llevan adelante en las instalaciones del nuevo Mercado Agroganadero en la localidad bonaerense de Cañuelas, cuya inauguración se proyecta para 2021, junto a los subsecretarios de Coordinación Política, Ariel Martínez, y de Ganadería, José María Romero.

"Es motivo de gran satisfacción ver cuando la acción del Estado genera condiciones para un desarrollo equilibrado, entre los distintos sectores productivos. No hay una sola forma de producir en una Argentina con tantas potencialidades", destacó Basterra, y agregó que "este es el sentido que le queremos dar a la gestión, esta articulación entre lo privado y lo público. Sinceramente para nosotros es un orgullo nacional tener un mercado de esta naturaleza, porque es referencia de precio, es encuentro de miles de productores y compradores".

En ese sentido, el ministro de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Javier Rodríguez, manifestó que "ha sido un esfuerzo colectivo muy importante para tener este mercado agroganadero en la provincia de Buenos Aires, donde se produce un poco más de un tercio de la producción ganadera del país. Pero cuando hablamos de indus-

trialización concentra más de la mitad de la ganadería bovina y cuando hablamos de las exportaciones alcanza casi el 70% del total país".

Asimismo, Oscar Subarroca, presidente del Mercado de Liniers, agradeció especialmente la presencia de Basterra, de las autoridades nacionales y provinciales, y le recordó al ministro nacional la obra que llevó adelante en su momento en Formosa, para concretar un mercado concentrador para defender a los pequeños y medianos productores de la provincia y la comparó con el Mercado de Liniers, donde según explicó se le da el mismo tratamiento a todos los productores ganaderos, sean grandes o pequeños.

Por último, el presidente del Mercado Agroganadero de Cañuelas, Andrés Mendizábal, explicó que "por primera vez luego de 120 años vamos a tener nuestro propio lugar, nuestra casa. Hubo varios intentos fallidos y hoy nos toca generacionalmente a nosotros concretarlo. No es poca cosa, somos 45 empresas, que hace dos años comenzamos con este sueño, con este proyecto, con una inversión de 20 millones de dólares. No solo ha sido un gran sacrificio económico sino también humano pero seguimos aquí dándole para adelante con ya el 80% de la obra en proceso y con muy poco por delante".

MERCADO AGROGANADERO

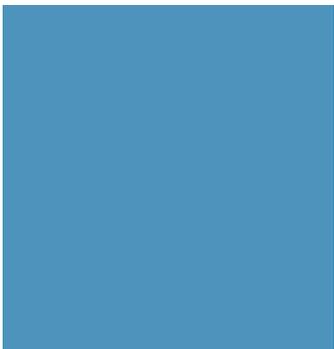
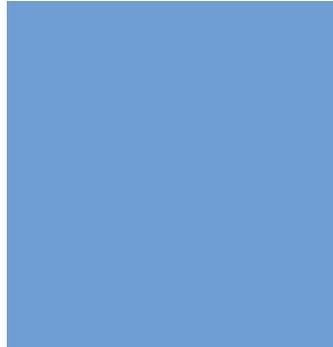
Se instaló en el partido de Cañuelas, sobre la nueva Autovía de la Ruta 6, con el objetivo de trasladar las actividades del Mercado de Liniers. La nueva ubicación que permitirá recibir al menos 12 mil cabezas de ganado diariamente, garantiza a los productores reducir sensiblemente los costos logísticos y de transporte. Al evitar el ingreso de los camiones a la ciudad de Buenos Aires, se descomprimirá drásticamente el tránsito, lo que contribuye así mismo, al ahorro de combustible y a la reducción de emisión de gases.

Sus instalaciones se complementan con un Polo Agroganadero Comercial (PAC), que alienta y promueve la radicación de empresas afines a la actividad. Con lotes comerciales y logísticos de 2.000 a 10.000 m², adicionales al Mercado, busca generar más de 5.000 puestos de trabajo, directos e indirectos, promoviendo el desarrollo de la región. Incluye una estación de servicio, hotel, centros comerciales con estacionamientos propios, sector gastronómico y un barrio abierto con más de 300 viviendas.

Además, dentro del predio, se desarrollará un sector de exposiciones para actividades ecuestres, festivales y ferias internacionales y para todo lo relacionado con la ganadería y la agroindustria. ■

MENOR CONTACTO. MÁS BIOSEGURIDAD. MEJORES RESULTADOS.

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



EMBREX[®] KL Automation

LA PRECISIÓN *IN OVO* LLEVADO A OTRO NIVEL.

POR LOS ANIMALES. POR LA SALUD. POR USTED.

zoetis

¿Los pollos del futuro?

Resistentes a las enfermedades y alimentadas por alimentos de bajo costo, las aves de corral modificadas genéticamente podrían algún día ser la respuesta a la creciente demanda mundial de carne.



El Instituto Roslin, un centro internacional de investigación en genética animal, tiene su sede en las colinas a las afueras de Edimburgo.

Los huevos se colocan en una caja amarilla calentada, la parte superior de sus cáscaras se corta y se reemplaza con una película adhesiva. En el interior, cuerpos rojos traslúcidos empujan y presionan, como extraterrestres, contra la película. Estos son algunos de los embriones de pollo más raros del mundo, su ADN alterado por científicos del Instituto Roslin de Escocia, un centro internacional de investigación en genética animal. “Saldrán del cascarón mañana”, dice la profesora Helen Sang, una genetista de 61 años de edad y cabello ondulado que ha pasado

gran parte de su carrera perfeccionando técnicas para la modificación genética de pollos.

Famoso por crear la oveja Dolly, el primer mamífero clonado –en 1996–, Roslin está a la vanguardia de la investigación en genética de pollos y alberga alrededor de 1.700 aves genéticamente adaptadas. Una vez que los pollitos nazcan, pasarán sus vidas en un gran cobertizo en el extenso campus rural del instituto a las afueras de Edimburgo, donde serán observados y evaluados para ver en qué se diferencian de sus compañeros naturales. Las aves

adultas se colocan en espaciosos corrales de madera; uno contiene gallinas cuyos huevos incluyen una nueva proteína que se está probando como posible tratamiento para el daño hepático. A otros pollos transgénicos en Roslin se les ha marcado sus células inmunes con una proteína fluorescente para que, después de la muerte, los científicos puedan ver dónde se han agrupado los microbios invasores.

Otras aves contienen un gen adicional que interrumpe la transmisión de la gripe aviar.

Si bien ninguno de estos «superpo-

llos» ha sido desarrollado para ser comido, representan una "prueba de concepto", como dijo Sang a un comité parlamentario británico de 2014, cree que sus sucesores algún día podrían llegar a la mesa.

LOS POLLOS DEL FUTURO

Pero, ¿realmente necesitamos pollos transgénicos? ¿Y los consumidores querrán comerlos alguna vez?

En Gran Bretaña, el 95 por ciento de la gente come pollo, generalmente dos veces por semana, o más. Su sabor suave lo convierte en un lienzo en blanco para recetas que van desde pepitas hasta vindaloo. Al menos 50 mil millones de aves en todo el mundo se crían cada año por su carne; otros cinco mil millones se mantienen como gallinas ponedoras, según la Comisión Internacional del Huevo, que representa a la industria del huevo. Pero alimentar nuestra afición por la gallina y los huevos, es un desafío a medida que aumentan los niveles de población y los ingresos más altos en las economías en desarrollo, significan que más personas pueden permitirse poner carne en la mesa.

Las aves de corral, que incluyen pavos, patos y gansos, representan alrededor del 35 por ciento de toda la carne que se consume en todo el mundo, y se predice que pronto superará la carne de cerdo, actualmente en un 36 por ciento. El pollo es la carne más barata, accesible, baja en grasas y con una huella de carbono relativamente modesta; también existen pocos tabúes culturales o religiosos en torno a su consumo. En China, las patas de pollo tienen una demanda especial.

El objetivo declarado del Instituto Roslin, que forma parte de la Universidad de Edimburgo, es "abordar algunos de los problemas más urgentes en materia de salud y bienestar animal, sus implicaciones para la salud humana y



Nuestro objetivo final es mejorar el pollo y mejorar la calidad del pollo", señala la profesora Helen Sang del Instituto Roslin.

el papel de los animales en la cadena alimentaria". Sobre esa base, recibe fondos por valor de 34 millones de libras esterlinas al año, la mayoría de los cuales proviene del Consejo de Investigación de Biotecnología y Ciencias Biológicas, una agencia gubernamental que financia la investigación pública de biociencias. Los organismos públicos, incluido el Departamento de Alimentos y Asuntos Rurales y la Agencia de Normas Alimentarias, también aportan dinero, y poco menos de una décima parte de su financiación proviene de organizaciones benéficas como Wellcome Trust, la organización benéfica biomédica. El dos por ciento del presupuesto anual del instituto proviene

de multinacionales como Pfizer y de compañías como Cobb-Vantress, una empresa de genética y cría de aves de corral propiedad del conglomerado estadounidense Tyson Foods.

A la industria en su conjunto le gustaría criar pollos de manera más eficiente, emitiendo menos metano y usando menos antibióticos. También quiere producir huevos de alta calidad y libres de enfermedades, al tiempo que satisface la demanda de los consumidores de un mejor bienestar animal.

UNA GENÉTICA MÁS SALUDABLE

El plan a largo plazo de Sang y su equipo es desarrollar un modelo genético más saludable para un ave cuya fi-



Pollos en la instalación aviar del Instituto Roslin

siología ha sufrido durante décadas de reproducción selectiva. Al crear un pollo más resistente, esperan ayudar a los productores a satisfacer el aumento de la demanda mundial sin sacrificar el bienestar de los animales.

“La sociedad tiene que responder a la demanda de una población creciente y cada vez más rica”, dice Sang. “Nuestro objetivo final es mejorar el pollo y mejorar la calidad del pollo”.

Los pollos criados comercialmente de hoy en día se ven mucho más voluminosos que sus antepasados insignificantes de hace un siglo, y muy diferentes a las aves de la jungla roja, el ave salvaje de la que se cree que descienden. Después de la Segunda Guerra Mundial, los consumidores ansiaban proteínas baratas. Los criadores seleccionaron aves por su carnosidad sin obtener o preservar siempre los genes

para huesos correspondientemente fuertes. Hoy en día, hay demasiados pollos de engorde (pollos criados para la carne) sostenidos por esqueletos quebradizos y atendidos por corazones con exceso de trabajo. La organización benéfica de bienestar animal Peta dice que la pechuga promedio de un pollo de ocho semanas es siete veces más pesada que hace 25 años. “No creo que la gente entienda el éxito que ha tenido la genética de la cría de aves de corral en el cambio de las características de los pollos desde la Segunda Guerra Mundial”, dice Sang. “Pero esos objetivos iniciales no fueron particularmente buenos para el bienestar del animal”. Todos esos cambios se produjeron mediante la cría selectiva, lo que significa básicamente seleccionar animales con las características deseadas y aparearlos. Ahora, empresas como Aviagen,

Hy-Line y Cobb-Vantress, que venden razas de pedigrí registradas (como Ross 308 de Aviagen) que se utilizan para producir millones de aves de supermercado, se han dado cuenta de que la ciencia puede reemplazar la información del pedigrí con información del genoma.

Según el British Poultry Council, los programas de cría selectiva ya pueden apuntar a 40 características que están bajo la influencia genética, desde la salud ósea y la capacidad de transporte de oxígeno de la sangre (un indicador de la salud del corazón) hasta la eficiencia alimentaria y la tasa de crecimiento.

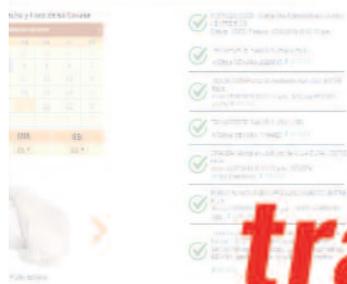
Algunos rasgos están controlados por múltiples genes en lugar de uno solo. Para identificar qué genes son responsables de qué rasgos, las empresas y los investigadores deben secuenciar los genes de miles de aves. A cada ave

Nuevos Productos IQF

¡Probalos!



Trazabilidad



Seguí la
trazabilidad
de nuestros productos



www.fadelsa.com.ar/trazabilidad/

se le asigna un "valor de reproducción". Como resultado, es probable que la ciencia moderna de la genética avícola reavive el interés por las razas antiguas o raras, que pueden constituir reservorios de variantes genéticas útiles.

El Dr. John Hickey, un genetista cuantitativo de 34 años de Roslin que creció en Irlanda en una granja de ovejas y ganado, se especializa en este campo. "Mi tarea es secuenciar los genomas de 289.000 aves, para las cuales ya tenemos información detallada del pedigrí. Eso es emocionante porque nos permite desentrañar la biología de los rasgos con mucha más precisión".

Hickey, quien ha estado en Roslin durante tres años y cuyo CV incluye una temporada trabajando con fitomejoradores en México, dice que la ciencia siempre nos ha ayudado a cumplir con nuestras aspiraciones carnívoras. "Con la genética del pollo de la década de 1950, cada tonelada de alimento producía 330 kg de carne de pollo. Hoy produce 580 kg. Sin ese progreso, necesitaríamos el doble de tierra para producir la carne que tenemos hoy".

La industria ahora quiere impulsar aún más esa eficiencia. Los pollos individuales procesan los alimentos de manera ligeramente diferente. Los genetistas están particularmente interesados en criar selectivamente aquellos que pueden prosperar con menores cantidades de alimento. El aumento de los precios mundiales de los cereales también ha impulsado la investigación de aves que pueden mantenerse saludables incluso cuando se les da un alimento de menor calidad, como los granos secos de destilería con solubles, un subproducto rico en nutrientes del proceso de fermentación utilizado en la elaboración de la cerveza.

Actualmente, Europa tiende a alimentar a sus pollos con trigo, mientras que Estados Unidos usa maíz. Los cien-

tíficos argumentan que estos granos de alta calidad podrían alimentar a las personas. Sin embargo, algunos académicos creen que aumentar la producción de carne para alimentar al mundo es un error. "No tiene sentido, desde la perspectiva de la salud humana o la sostenibilidad, aumentar la producción de carne para satisfacer la creciente demanda", dice Lynn Frewer, profesora de alimentación y sociedad en la Universidad de Newcastle. "Una estrategia alternativa podría ser alentar a las personas a adoptar dietas que contengan proteínas de legumbres y hongos, que consumen una fracción de los recursos necesarios para producir carne. No estoy defendiendo un mundo vegetariano, pero debemos considerar muchas opciones y no una única respuesta a la seguridad alimentaria con respecto a las proteínas".

POR CADA POLLO DEBE HABER UN HUEVO

El biólogo aviar Dr. Ian Dunn, de 57 años, es un amante de las aves confeso que planea tener pollos cuando se retire (un placer que actualmente le niegan las reglas de bioseguridad de Roslin). Trabaja en una oficina de Roslin del primer piso enlucida con fotos de gallinas, principalmente leghorns y sedosos, y, como todos los que conozco aquí, mira a los pájaros de laboratorio con afecto. Una copia de International Hatchery Practice se encuentra en la mesa de café. "Por cada ave que comes, debe haber un huevo. La gente probablemente no piense en eso", dice. "Es necesario tener criaderos enormes. Toda la industria depende de la ciencia".

El mandato de Dunn es resolver los problemas que acosan a la industria del huevo. Los dos más importantes son la mala salud ósea de las gallinas ponedoras y las infecciones bacterianas (la E. coli resistente a los antibióticos y la

salmonela pueden transmitirse de la madre al pollito y, de ahí, a las líneas de reproducción).

Las gallinas criadas comercialmente ponen hasta 300 días al año, un proceso que literalmente requiere el descascarado de una gran cantidad de calcio (en la naturaleza, las gallinas producen hasta 30 huevos al año).

Este intenso programa de puesta los hace propensos a la osteoporosis, una condición que solo puede detectarse definitivamente post mortem. Obviamente, es demasiado tarde para garantizar que las futuras ponedoras desciendan de un material de huesos fuertes. El equipo de Dunn ha identificado un marcador genético de huesos buenos, que se puede aplicar cuando la gallina está viva. La investigación bacteriana se centra en la cutícula, una fina capa de proteína que cubre el exterior del huevo. Cuanto más gruesa es la cutícula, mayor es su resistencia a las bacterias (el huevo se expulsa por la cloaca, que es también la vía de salida de las heces). Dunn, en colaboración con colegas de Roslin y otros lugares, ha demostrado que la formación de cutículas está parcialmente controlada por genes. Esto allana el camino para la cría selectiva de pollos capaces de depositar cutículas fuertes, que bloquean patógenos como la salmonela.

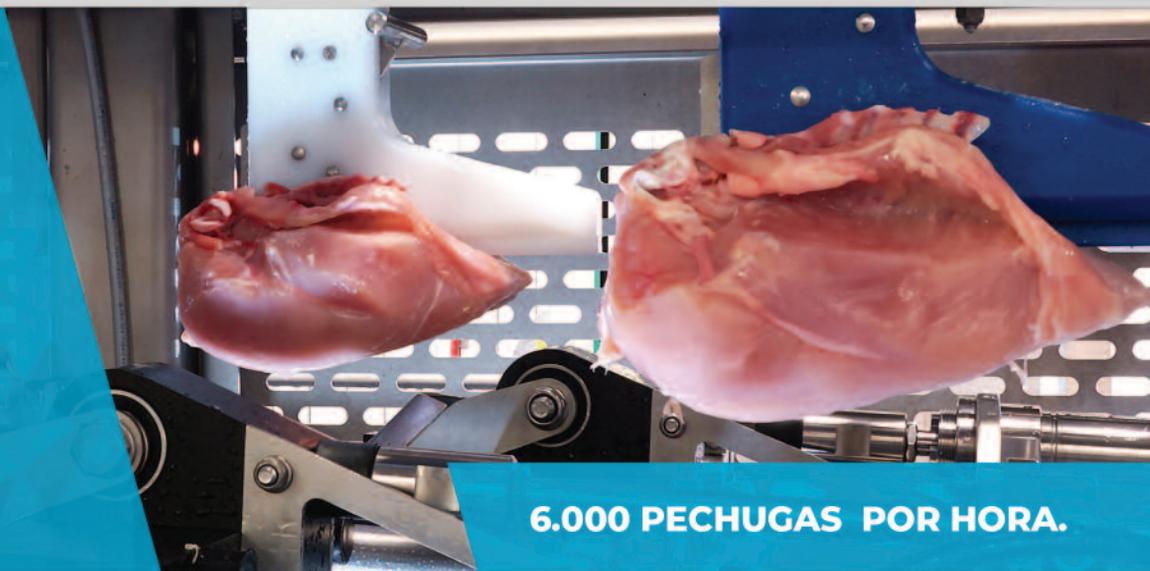
Hay una tercera área de interés: destetar a las aves de los antibióticos. "Debido al aumento de la resistencia, las aves de corral del futuro tendrán que arreglárselas sin los antibióticos que usan los humanos", dice Dunn. "Así que ahora estamos analizando el microbioma". El microbioma es el equilibrio de microbios en el intestino de un ave, que se transmite en el huevo. El equipo de Roslin ha aislado sustancias químicas valiosas que matan microbios a partir de huevos puestos por gallinas con buenos microbiomas. Enriquecer el ali-

Soluciones Inteligentes

Industria 4.0

MAX6000

DESHUESADORA
DE PECHUGAS



6.000 PECHUGAS POR HORA.

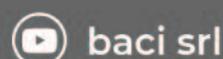
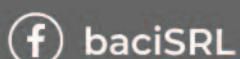
ULTIMATE

DESHUESADORA
DE PATA MUSLOS



6.000 PATA MUSLOS POR HORA.

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



Somos Baci. Somos Innovación.



"Las aves de corral del futuro tendrán que arreglárselas sin los antibióticos que usan los humanos", sostiene el Dr. Ian Dunn, biólogo aviar

mento para pollos con estos químicos, llamados ovodefensinas, ha resultado en una mejor salud intestinal para las aves (menos alimentos no digeridos también significa una mejor eficiencia alimenticia).

A pesar de trabajar con pollos durante décadas, Dunn sigue fascinado por ellos. "Hay tantos aspectos interesantes en su biología, como el hecho de que un huevo se produce externamente y la forma en que se controla la formación de huevos. No es una biología única, pero ayudó a que los pollos dominaran el mundo".

Ese viaje de -aproximadamente- 10.000 años desde la jungla hasta la dominación mundial sigue siendo algo misterioso. Las aves silvestres probablemente fueron domesticadas por primera vez no para la carne sino para las peleas de gallos y para adivinar el fu-

turo examinando sus entrañas.

También se dice que los ejércitos romanos consultaron a las aves, criadas por sacerdotes o "augures", antes de dirigirse a la batalla: un apetito lujurioso indicaba una probable victoria, mientras que la negativa a picotear semillas sugería lo contrario. Los sacerdotes rápidamente aprendieron a mantener a sus cargas hambrientas. Mientras tanto, a los antiguos egipcios se les atribuye haber perfeccionado el arte de la incubación artificial. Los huevos se mantuvieron a la temperatura adecuada, a menudo en cuevas, y se rotaron regularmente para evitar malformaciones en la yema (que, en un huevo fertilizado, contiene el núcleo que se convertirá en un polluelo).

La incubación artificial fue un paso importante en el camino hacia la domesticación: rompió el vínculo mater-

no, lo que significa que las gallinas no tenían que incubar sus huevos y, por lo tanto, se les podía alentar a que pusieran con más frecuencia.

TENDENCIA EN CRECIMIENTO

Los científicos de Roslin saben que hay una clara falta de apetito de los consumidores por los productos transgénicos en la cadena alimentaria y, en consecuencia, una falta de interés comercial, aunque la ingeniería genética puede ser la forma más fácil y rápida de empaquetar los rasgos deseables en un super-pájaro a medida.

Cobb-Vantress, que anunció en 2014 que invertiría casi \$ 1 millón en un programa de investigación de tres años en Roslin, dice que si bien ayudó a financiar el trabajo del instituto en el desarrollo de un ave que bloquearía la propagación de la gripe aviar, la compañía

eligió no perseguir la comercialización de esa tecnología "en este momento".

Una alternativa a la modificación genética es la edición de genes, también llamada edición del genoma, que es un método revolucionario y mucho más preciso de cortar y pegar para trabajar con ADN. Es posible que la edición de genes no esté cubierta por la legislación actual sobre transgénicos; las discusiones regulatorias están en curso y sin duda se desarrollarán en paralelo con la continua oposición de los consumidores, especialmente en Europa, a cualquier modificación genética con la carne.

John Hickey sostiene que existe un imperativo ético detrás del desarrollo de pollos transgénicos. "Si los pollos se pudieran producir de manera más eficiente, más personas podrían comerlos. Se podría argumentar que tenemos la responsabilidad moral de satisfacer esa demanda, ¿o vamos a negar a los niños de África el acceso a la proteína animal? Es muy, muy difícil comer una dieta basada en plantas adecuadamente nutritiva. En el futuro, los alimentos transgénicos podrían ser los únicos alimentos éticos para comer".

Timothy Lang, profesor de política alimentaria en la City University de Londres y ex granjero de una colina en Lancashire, saluda la magia genética de Roslin pero insiste en que "el mundo en desarrollo no necesita pollos de alta tecnología. Si bien existe un caso para la carne [en la dieta], la cuestión es cuánto y cómo se produce. Consumimos en exceso, distorsionamos el uso de la tierra y usamos del 40 al 50 por ciento de los cereales [del mundo] para alimentar a nuestros animales, lo cual es una vergüenza. Deberíamos estar desacelerando la rutina del consumo y la producción de carne, no haciendo girar las ruedas de la industrialización más rápido".

En Estados Unidos, el debate sobre las proteínas modificadas genéticamente se ha vuelto urgente. En noviembre de 2015, la FDA aprobó el salmón genéticamente modificado para el consumo humano, la primera aprobación para un producto de pescado o carne transgénicos. El salmón AquAdvantage, basado en una raza atlántica, contiene un gen de la hormona del crecimiento tomado del salmón Chinook del Pacífico más un gen de un pez llamado faneca oceánica. Las modificaciones significan que el salmón crece al tamaño de mercado en 18 meses en lugar de tres años. A pesar de la aprobación de la FDA, varias cadenas de supermercados se han negado a almacenar el pescado transgénico, y los grupos de consumidores quieren que se etiquete como transgénico, algo en lo que la FDA aún no ha insistido. El proceso de apro-

bación en sí tomó dos décadas.

También es poco probable que los pollos transgénicos migren del laboratorio a los estantes de los supermercados en un futuro cercano, si es que lo hacen. Pero la genética moderna aún puede informar los métodos de reproducción: conocer los genes de las aves individuales permite que especímenes particulares se crucen convencionalmente con más velocidad y precisión, un poco como mezclar pinturas individuales para lograr un tono perfecto.

Helen Sang reconoce que es posible que el público aún no esté preparado para ver a sus "superchicas" entrar en la cadena alimentaria. "No salimos a vender nuestros pollos transgénicos", dice. "Nuestro trabajo es mostrar qué tecnologías son útiles pero, en última instancia, los criadores y la sociedad tienen que decidir si las quieren". ■



Hy-Line y Cabaña Avícola Feller, auténticos estandartes de la excelencia genética en aves

Hy-Line es la compañía genética que ha demostrado innovación y determinación para seleccionar continuamente la siguiente generación de aves más adecuada para el mercado mundial de huevo. Comprometidos a invertir a largo plazo, la compañía alcanza el mayor progreso genético posible para sus clientes en el corto plazo. En Argentina, Grupo Motta representa exclusivamente a Hy-Line, y sus clientes no sólo logran una mayor rentabilidad con su producción, sino que además, alcanzan récords mundiales.



Héctor Motta, titular de Grupo Motta

Para Hy-Line cada día es un regalo lograr el progreso genético para que sus nuestros clientes logren una mayor rentabilidad. ¡Y vaya si lo están logrando!

Generación tras generación las ponedoras Hy-Line tienen una mejor viabilidad y producen más huevos vendibles, consumiendo menos alimento por caja de huevos.

Hy-Line Internacional no solo es la compañía genética de aves ponedoras más grande y antigua del mundo, también es líder en la industria con una presencia mundial y local.

De ahí que asuma la responsabilidad sustancial de proporcionar al mundo una genética de aves ponedoras de alto rendimiento, para alimentar a la población en crecimiento con una fuente de proteína económica y nutritiva: el Huevo.

INNOVACIÓN DESDE EL PRINCIPIO.

Hy-Line internacional inició como pionera explorando el potencial desconocido de la genética. El éxito alcanzado no ha cambiado a la compañía, ya que todavía posee y aprecia ese mismo espíritu de descubrimiento.

El inicio de Hy-Line data de principios del siglo XX cuando el joven Henry A. Wallace comenzó a utilizar la selección genética haciendo pruebas en la granja de su padre, experimentando primero en plantas de maíz y después en aves ponedoras. Desde esos primeros intentos poco sofisticados de mejoría genética, surgió el sueño de lanzar una nueva compañía y finalmente se revolucionó la agricultura a través de los poderosos principios genéticos de hibridación.

Fundada en 1936, Hy-Line Internacional fue la primera Compañía genética de aves ponedoras modernas en incorporar la hibridación y el potencial explosivo del vigor híbrido en su pro-

grama de reproducción a una escala comercial.

Hy-Line también fue la primera en utilizar esta tecnología junto con métodos de selección genética probados por largo tiempo, en conjunción con el análisis estadístico científico para desarrollar y mejorar uno de los conglomerados genéticos más amplios del mundo.

Hy-Line fue pionera en el uso de los tipos de sangre como marcadores genéticos, para seleccionar un mejor potencial de viabilidad. Los genetistas descubrieron que podían seleccionar mejor las mejores aves de una línea de familias, así como predecir mejor los cruces entre las líneas que ofrecen un mayor potencial de producción.

Hoy en día las técnicas avanzadas de ADN molecular combinadas con sistemas probados, le permiten concentrarse en genes específicos como parte de los criterios de selección.

ENFRENTANDO EL FUTURO CON CONFIANZA.

Los genetistas de Hy-Line han hecho que el motor genético sea más potente y eficiente.

Redujeron el espectro de las características genéticas analizadas y finalmente las utilizan para seleccionar las próximas generaciones de líneas puras, con el objetivo de lograr un mayor número de huevos, mayor persistencia de postura, calidad óptima del huevo, perfiles de peso del huevo más rentables y eficiencia de alimento.

La capacidad de producción mundial de Hy-Line en los Estados Unidos, Europa, Brasil y en el Sudeste de Asia, garantiza un suministro estable y confiable de pollitos de alta calidad para sus clientes.

Hy-Line cree en el valor de brindarles a sus clientes acceso a una experiencia técnica excepcional. Todos los días los equipos de especialistas de ser-

vicios técnicos mundiales y locales, nutriólogos y veterinarios ayudan a sus clientes a lograr un mejor rendimiento de las ponedoras Hy-Line.

El programa integral de reproducción abarca todos los aspectos de salud, bienestar y rendimiento de las aves, lo que da como resultado un ave bien balanceada capaz de rendir en múltiples medios ambientales comerciales, con una alta viabilidad capaz de producir huevos de alta calidad con gran eficiencia.

Estas mejoras combinadas con el servicio técnico local y el apoyo de ventas, un equipo de veterinarios, patólogos, nutriólogos, microbiólogos, especialistas en avicultura y una excelente red de distribuidores, aseguran la presencia dominante de Hy-Line como líder mundial en genética de aves ponedoras en los años venideros.

El futuro es brillante con Hy-Line. Genética superior, servicio al cliente sin igual, innovación para el futuro.

HY-LINE EN ARGENTINA

Desde la década del '70, Cabaña Avícola Feller mantiene un objetivo en cada una de sus operaciones, englobado en su leimotiv "Nuestra razón, el cliente".

Según relata Héctor Motta, creador de la cabaña, "con Hy-Line venimos trabajando desde hace más de 25 años con una muy buena relación, con una genética impuesta en más de 120 países en el mundo. Entre 2016 y 2017 existieron algunas deficiencias genéticas y tuvimos que bajarnos de la característica de la línea que estábamos trabajando en Argentina –la W36–, la misma entró en retailing y tuvimos que amoldar nuestra clientela a la W80. Indudablemente en esa muda se creó un mercado de incertidumbre. La competencia, que siempre aprovecha para trabajar sobre las debilidades de los otros jugadores, nos causó algún perjuicio, pero en 2019

comenzamos una época fructífera y Ovobrand fue una de esas muestras. **Ovobrand es una empresa que tiene un diseño de 10 años de antigüedad, de una avicultura moderna con una visión hacia el mundo muy productiva, sentada sobre criterios racionales desde su fundación, en donde el alojamiento es óptimo, las instalaciones son óptimas, el manejo es muy profesional, y tiene las características necesarias para que cuando uno le entrega una genética como es la Hy-Line W80, ellos puedan trabajar y obtener los índices productivos que realmente marca el estándar de la línea”, considera Motta.**

Tal es así que Ovobrand ha conseguido marcar un record inexistente a nivel mundial con la W80, que es una cifra en cantidad de huevo producido con otras relaciones tomadas, que no lo ha tenido ningún productor de Hy-Line en el mundo.

“En este lote, en el cual se venía siguiendo la productividad, Ovobrand, consigue establecer –tal como lo ha expresado Hy-Line– un reconocimiento público internacional. Esto nos llena de satisfacción y nos incita a continuar por el sendero del progreso, de seguir en la meta que hemos trazado para trabajar en la relación hacia el cliente. Nuestro servicio técnico y el de Hy-Line, tienen mucho que ver en esto, porque no sólo hacen tomar conciencia de la necesidad de llevar los controles en forma rigurosa, sino que además los controles están íntimamente ligados a los factores de productividad, porque son los que realmente permiten obtener información fidedigna. Estamos muy orgullosos de pertenecer al grupo de Hy-Line en el mundo, de representarlos en Argentina y de encontrarnos con una cantidad de empresas y de productores en Argentina que tienen muy buena base, como para lograr lo que ha establecido como récord mundial Ovobrand.

Así que vamos a seguir por el sendero del éxito”, afirma Motta.

Básicamente, el récord obtenido por Ovobrand consiste en la concepción de cantidad de huevo obtenido en relación al alimento producido y la cantidad de días de alojamiento. “Actualmente, las líneas genéticas están mucho más capacitadas como para durar más tiempo en su alojamiento. Antiguamente, a las 72 semanas se iba todo... Esto nos trae un perjuicio hacia quienes trabajamos en la parte de la Cabaña, porque al extenderse la vida productiva de los animales nosotros tenemos menos probabilidad de ingresar en volúmenes de cantidad los plazos, **pero en buena hora, porque esto es justamente es el índice de productividad que marca a nivel mundial: consumir la menor cantidad de alimento posible y poder tener los mismos animales la mayor cantidad de tiempo posible sanos”, explica Motta.**

SOCIOS ESTRATÉGICOS

El íconico empresario entrerriano rehúsa de autodenominarse como proveedor o distribuidor; su relación tanto con Hy-Line, como así también con los productores, representa una asociación estratégica. **“Bajo ese concepto, bajo ese paraguas, hemos trabajado siempre y creo que la relación ha sido fructífera. Entender el concepto de asociación estratégica es a veces soportar las dificultades que pueda traer el devenir del negocio, pero también disfrutar de los momentos especiales como lo estamos disfrutando hoy, cuando se consiguen logros que realmente ponen la marca bien arriba y nos incita a seguir trabajando cada vez más”, sostiene Motta.**

En relación a Ovobrand, Motta explica que “hacemos la intermediación en el manejo de la genética. Hy-Line provee su centro de investigación y desarrollo en Estados Unidos de la mejor genética posible para disputar el mun-

do. Nosotros, en Argentina tomamos esa genética que se produce en Estados Unidos, tratamos de darle el mejor alojamiento posible obteniendo los mejores índices de producción y de productividad con nuestra pollitas, para que esa genética llegue en un estado de pureza con el mayor porcentaje de productividad como potencial cuando son alojadas en las granjas de producción, en este caso, de Ovobrand. Pero tenemos otros clientes que realmente están con muy buenos resultados en Argentina y creo que vamos a seguir sorprendiendo... Porque en Argentina el aspecto de superación está íntimamente ligado a la R de rentabilidad y yo creo que la R de rentabilidad debe ser convocante como un elemento de superación permanente en las empresas”.

TENDENCIAS

Héctor Motta considera que el sentido de la avicultura se dirige a satisfacer al consumidor en el mundo y a tratar de suplir de manera muy cercana la necesidad de alimentación global.

“Todos sabemos que el huevo forma parte de uno de los elementos esenciales con los que cuenta el ser humano para poder crecer, desarrollarse y vivir adecuadamente si tiene una alimentación que incluya el huevo como un elemento sustancial. Creo que el mundo va hacia encontrar cada vez más una optimización de la ecuación de qué necesitamos para producir huevo, que es genética, granos, vitaminas y la parte de laboratorio que se desarrolla. **Indudablemente, la ecuación fundamental, está puesta en lograr una ponedora que haga una ecuación importante a la hora de tomar los granos, o tomar el alimento balanceado y convertirlo a proteína, creo que ese es el camino hacia donde se va en el aspecto productivo.** Esto también conlleva a que tengamos una mayor cantidad de huevo disponible a

biotech va

INNOVADORA

Primera vacuna oral
a subunidad

ESTRATÉGICA

Controla enfermedades
de origen alimentario

INTEGRAL

Confiere inmunidad
de mucosas y sistémica

SEGURA

Plataforma
biotecnológica GRAS

ESTABLE

En todas las condiciones
ambientales

INACTIVADA

Sin riesgo de mutación
o contaminación



**PRODUCTOS
SEGUROS PARA
ALIMENTOS
SEGUROS**

WWW.VETANCO.COM

WWW.FACEBOOK.COM/VETANCOOK



nivel mundial, con lo cual va a existir una mayor cantidad de gente satisfecha con su consumo, pero también a un precio cada vez más cercano al bolsillo del consumidor: el huevo en el mundo es cada vez más económico como producto, no es como aquellos productos que a la medida que va creciendo su demanda también va creciendo su precio, porque le van dando un estado de confort. **Acá, el estado de confort, hace que el precio tienda a caer, así que es una ecuación interesante para el consumidor y para la satisfacción de las necesidades también**", aclara Motta.

Para Tom Dixon, Director de Ventas y Mercadeo Mundial de Hy-Line International, es importante que la compañía escuche al mercado y esté en condiciones de brindarle un ponedora que esté dentro de los parámetros que espera. En ese sentido, el directivo explica que los resultados en genética son lentos, ya que para ver los resultados de un lote de ponedoras es necesario esperar al menos 80 semanas. "Ahora estamos mirando resultados de las selecciones del año 2017/2018.... Con Hy-Line estamos en contacto permanente con los genetistas mirando los ajustes poco a poco. A nivel mundial, lo que el productor quiere es más número de huevos, un ciclo de producción prolongada, maximizar el número de huevos por ave alojada con una buena conversión, y por último, el tamaño del huevo: algunos países quieren huevos pequeños y otros más grandes, eso es lo que tenemos que ajustar", sostiene Dixon.

UN PASO ADELANTE

En el año 2010 –prácticamente al mismo tiempo en que se fundaba Ovonbrand–, Cabaña Avícola Feller decidió invertir en un Complejo de Bioseguridad con los más altos estándares a nivel global. "Nos tuvimos que relocalizar a

200 kilómetros dentro de la provincia (Entre Ríos), buscando un aislamiento total que nos acompañara en la inversión que íbamos a hacer. Construimos galpones y equipamiento de primera generación y creo que hemos logrado el éxito en esa inversión, porque realmente la productividad la hemos conseguido hacia adentro: estamos en forma competitiva en el mercado argentino. **Nosotros somos jugadores importantes dentro del mercado interno, con precios que satisfacen a la demanda, hemos conjugado la genética, el alojamiento, el servicio, el compromiso y la visión del negocio. Y esa visión del negocio la compartimos con nuestros clientes... eso hace a la fidelización que existe entre Cabaña Avícola Feller y Hy-Line, y Cabaña Avícola Feller con sus clientes**", concluye Héctor Motta.

EL FUTURO DE HY-LINE

Tom Dixon hace un breve racconto del pasado, el presente y el futuro de Hy-Line.

"En los últimos años, en Hy-Line hemos hecho una inversión muy grande en genética. Hemos reestructurado todo el sistema de línea pura, y ahora contamos con tres Granjas de Investigación separadas –2014/2016/2017– y esa ha sido una decisión fuerte en este nuevo concepto. Con las tres Granjas de Investigación, cada 5 meses debatimos la próxima generación y eso ha ayudado en varias medidas. Al ampliar la línea en donde seleccionamos los mejores lotes, con más aves bajo monitoreo, tenemos más oportunidades de seleccionar los mejores lotes –los mejores de los mejores, «los élite»–. Al mismo tiempo, estamos haciendo una nueva generación cada 6 meses, cuando antes lo hacíamos cada 13 meses, y esto es importante porque en cada selección los genetistas buscan los mejores entre los mejores de las familias

de Hy-Line, y además, con este proceso se busca aumentar la postura, ajustar el tamaño del huevo y la conversión, entre otras cosas. **Esto es muy importante porque la genética no cambia rápido, hablamos de 10 años haciendo una selección cada 6 meses en 10 años, lo que representa unas 20 selecciones, con el sistema viejo serían solo 9 selecciones. Estamos mirando que en estos 10 años hay un avance más rápido en la genética de hacer 20 selecciones, cuando con el sistema viejo eran 9 selecciones...** Esto es justamente lo que estamos empezando a mirar de aquí hacia adelante, ya que sabemos que podemos hacer más rápido los ajustes en genética y el mejoramiento, buscando los mejores de los mejores para hacer la próxima generación de la línea. Y es algo que ya estamos empezando a ver –en este caso con la W80–, que la empezamos hace 4 años atrás pero cuando introducimos una línea, tenemos que ajustar un poco cuando entra al mercado. Y es algo que ya se está reflejando. **Un ejemplo de ello es Ovonbrand, mirando la última generación de la W80 y las bondades de la línea. También pasa con la de color, pero en este caso con la W80 hemos visto los resultados de la inversión y el trabajo de los genetistas en el mejoramiento de la genética, que es lo que demanda el mercado. Los agricultores están invirtiendo en tecnología y están demandando de Hy-Line, que sus lotes –año a año– sean un poco mejor que los años anteriores, esa es la meta de Hy-Line**", señala Dixon.

"El futuro de Hy-Line es brillante. Todas las inversiones que hicimos desde 2013 hasta 2019, los millones de dólares invertidos en genética, ya se están reflejando y se van a seguir viendo en los próximos años, porque con la genética debemos pensar a largo plazo. Con Hy-Line estamos muy bien posicionados con todas nuestras líneas. Con

estas mejoras vamos a continuar brindándole a los productores la mejor genética del mundo”.

LIDERES MUNDIALES

Según datos extraídos de un censo a nivel global, con datos suministrados por la Organización de las Naciones Unidas de la Alimentación y la Agricultura (FAO), de la International Egg Commission (IEC) y datos públicos de los distintos países se estima que Hy-Line representa alrededor de un 40% de ponedoras a nivel mundial, liderando –de manera indiscutida– la presencia en este sector productivo. El otro 60% está dividido entre las otras compañías de genética internacionales.

Más allá de estos guarismos, Dixon sostiene que “Argentina es muy importante para Hy-Line, es un país de referencia porque es un país de excelentes granos. Si hablamos a nivel mundial sobre qué países deberían ser grandes productores de huevo, de alimento para exportar al mundo, Estados Unidos, Brasil, Argentina, Tailandia y Australia son algunos de ellos”.

Según Dixon, Argentina realmente es un país de referencia para Hy-Line porque la nutrición de las ponedoras es buena y eso ayuda para mostrar la potencia de la genética. **“Las aves en Argentina son alimentadas con muy buena calidad, mientras que en otros países la tendencia es bajar la calidad de los alimentos para ahorrar dinero y eso daña la genética de la línea”.**

Esto también tiene que ver con los desafíos de las enfermedades. En otros países se registra influenza o laringo, y eso también afecta los lotes.

“Argentina es referencia de Hy-Line y de hecho lo bueno es que tenemos una excelente relación con Cabaña Avícola Feller del Grupo Motta, que comenzó en el año 1997 y ya 23 años trabajando con ellos. Esto ayuda mucho porque



Tom Dixon, Director de Ventas y Mercadeo Mundial de Hy-Line International

ellos están ingresando lotes a ritmo normal –a pesar de la difícil situación que actualmente se vive en Argentina–, saben que hay que mantener más avanzada la genética, tenemos reuniones con ellos en persona normalmente dos veces por año, y por teléfono y correo siempre estamos en contacto con una respuesta rápida. También estamos permanentemente comunicados con el servicio técnico y existe mucho inter-

cambio entre ellos y los nutricionistas y patólogos de Hy-Line”, destaca Dixon.

“Los beneficios de Hy-Line se ven reflejados claramente trabajando con compañías como Ovobrand, con quienes podemos alcanzar los mejores resultados. Ovobrand es una compañía seria, venimos trabajado hace muchos años con ellos y siempre ha sido una relación muy transparente, es una compañía abierta para mostrar lo que

está pasando. Nosotros hemos visto un mejoramiento en los últimos años, con el apoyo de Cabaña Avícola Feller y esto nos permite llevar al máximo nuestra genética, por supuesto siempre con el apoyo técnico a los clientes”, explica Dixon.

OVOBRAND ENTRE LOS MEJORES DEL MUNDO

Tom Dixon explica que el confinamiento obligatorio producto del COVID-19 les permitió para aprovechar el tiempo destinado habitualmente a viajes, canalizarlo a través de la investigación.

Así fue como decidieron realizar una revisión de la línea W80 –ya era una línea relativamente nueva– y junto a los genetistas comparar los datos recopilados a nivel global para ver qué productores estaban logrando

los mejores resultados con la W80.

Lo cierto es que entre los mejores lotes del mundo de la W80, se encontraba un lote de Ovobrand... “Lo que analizamos es el número de huevos por ave alojada hasta más de 70 semanas, y el lote de Ovobrand estaba dentro del 5% más alto de número de huevos por ave alojada en la base de datos a nivel global”, destaca Dixon, y agrega: “en Hy-Line siempre estamos buscando este tipo de información para ingresarlos en nuestra base de datos global para luego poder hacer un análisis mensual de los mejores lotes por variedad, por edad y otras variables. Así es como descubrimos que Ovobrand está entre los mejores del mundo con la W80”.

Una vez que Hy-Line cuenta con todos los datos acerca de la productividad de sus líneas genéticas, realiza un

benchmarking global en base a los estándares de la guía de manejo, “pero es importante saber cuál es la potencia genética por encima del estándar y ver ejemplos reales del mundo, así como también saber qué condiciones y tipos de nutrición y manejo causó esta manifestación de la parte genética de la línea, porque nos ayuda a nosotros bastante para seguir buscando los mejores resultados posibles a nivel mundial”, señala Dixon.

OVOBRAND EN PRIMERA PERSONA

Ovobrand es la compañía argentina que logró los mejores estándares de producción del mundo con la línea W80 de Hy-Line International.

Es importante tener en cuenta que cuando uno ingresa en Ovobrand, se ve impactado por el nivel tecnológico, los



Octavio Gaspar, Gerente General de Ovobrand



Big Dutchman®



Big Dutchman, Inc.

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

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



Galpón de alojamiento y postura de Ovobrand

altos estándares de bioseguridad y los inmejorables protocolos de calidad que se observan en cada departamento de la compañía. Todo esto la ubica, sin lugar a dudas, entre las empresas productoras de huevo y ovoproductos más importantes a nivel global.

Octavio Gaspar es el Gerente General de Ovobrand y, en relación al logro obtenido, señala que “es fruto del trabajo en conjunto entre Grupo Motta y nuestro equipo, y estamos muy orgullosos de ello. No hemos inventado la rueda, simplemente así es como se debería trabajar. Muchas veces se descuidan algunos detalles que, al fin y al cabo, son los que hacen las diferencias. Nosotros tenemos la suerte de poder contar con buena tecnología y, en este caso, tam-

bién fue vital la comunicación, el apoyo y toda la información que hemos compartido con Grupo Motta y con Hy-Line y la devolución que ellos nos hacían. Fue un trabajo en conjunto que llevo un par de años, pero por suerte los resultados superaron las expectativas”.

Vale la pena destacar que Ovobrand fue concebida con un objetivo claramente orientado hacia la exportación, que luego, dados los vaivenes de la economía argentina y ciertas restricciones por parte del Gobierno en distintos aspectos vinculados con el comercio exterior, este objetivo se tornó casi imposible de alcanzar.

En ese sentido, Gaspar señala que “el proyecto tuvo que reinventarse, hubo toda una reingeniería, tanto en el as-

pecto de tecnología como así también en las áreas organizacional y comercial. Lógicamente, fue necesario todo el apoyo del directorio y de los accionistas –que siempre están muy atentos y apoyando–, y siempre han apoyado muchísimo a este proyecto. Esto ha sido vital para que los resultados sean los que hoy se pueden observar. En relación al cambio de dirección, el mismo se debió básicamente a que las condiciones macro y microeconómicas de Argentina son muy cambiantes. Una empresa que sólo está pensada para exportar es tremendamente riesgosa en este país desde el punto de vista económico, sin empezar a detallar cuestiones ni políticas, ni ideológicas... los números son los que hablan. Ovobrand pudo di-

versificarse en todos los ovoproductos y nunca dejó de exportar, porque esos mercados no hay que abandonarlos, cuesta mucho después volver. En el mercado local también ha sido un trabajo de hormiga, porque hay que ir convenciendo a los clientes que prueben el producto; es un producto alimenticio que tiene todos los vericuetos que todos nos podemos imaginar. Pero logramos alcanzar una posición adecuada, aceptable y que también nos llena de orgullo en el mercado doméstico”.

La calidad de la producción de Ovobrand es reconocida, no sólo en el mercado local, sino también en el mundo y, entre múltiples factores, los extremos cuidados en la bioseguridad ocupan un lugar de importancia. “Nosotros tenemos un predio bastante grande en Brandsen –de varias hectáreas–, en donde podemos llevar adelante una serie de aspectos que claramente influyen al fin y al cabo en estos números que sobresalen, y me refiero a la bioseguridad: hay una extensa superficie donde las recría están muy lejos de la postura y los galpones están adecuadamente separados, entre otras variables. Hacemos nuestro propio alimento, tenemos nuestra planta de alimento balanceado, y todo el huevo lo producimos aquí, tenemos la certeza de lo que están comiendo las aves y podemos garantizar que el huevo está libre de todas las cosas que están prohibidas y que es totalmente natural. Por otro lado, otra tremenda ventaja, es que está todo integrado, y el procesado del huevo muchas veces no lleva ni siquiera 12 horas desde que salió del cuerpo de la gallina, porque es todo automático. Eso apoya el cimiento de esta altísima calidad con la que contamos”, destaca Octavio Gaspar.

En relación al vínculo que existe entre Ovobrand, Cabaña Avícola Feller y Hy-Line, Gaspar considera que “valora-

mos mucho esta relación. Tanto la gente de Cabaña Avícola Feller, el mismo Tom Dixon y todo su equipo, han estado aquí incontables veces, y son ellos los que atienden el teléfono. Un capítulo aparte merece Héctor Motta... es un ejemplo de lo que uno pondría como el empresario argentino. Un empresario que sigue trabajando de sol a sol, con mucha respon-

sabilidad, haciéndose cargo él de las cosas, estando en todos los detalles. Ahí está la diferencia, uno sabe que cuenta con el apoyo de su equipo pero también Motta está en todo”.

En cuanto al futuro de Ovobrand, Gaspar señala que “desde el punto de vista social y como argentinos, el directorio está muy comprometido y apues-

Galpón de alojamiento y postura de Ovobrand





Dr. Raúl Buthay, Gerente de Producción de Grupo Motta

ta al crecimiento de nuestro país. Ovobrand es parte de un grupo empresario totalmente local, que tiene una decena de empresas y que desde ese lado, desde ese rol, le dan trabajo de manera directa a más de 1.000 familias, y de manera indirecta a mucho más... y creo que eso no es poco. Nuestro compromiso obviamente está en seguir empujando de esta manera. El Grupo invirtió siempre en tecnología, en desarrollar incluso nuevos procesos. Ovobrand está en un proceso de disposición del guano realmente novedoso, que esperamos estar terminando para fin de año, y que si sale todo bien, va a poder ser incluso replicado a lo largo y a lo ancho del país, otorgándole un valor agregado al guano. Todos sabemos que el guano puede ser un tremendo fertilizante pero tiene algunos problemas, entonces, para obtenerlo de

manera sanitaria, necesita todo un determinado proceso que es lo que estamos nosotros haciendo: ese es nuestro siguiente paso y de esa manera toda la industria va a poder aportar, porque si se empieza a replicar va a terminar siendo un abono que le va a servir a todos los campos que estén alrededor de la industria de las ponedoras”.

LA PALABRA DE LOS ENTENDIDOS

“Este récord mundial obtenido por Ovobrand representa un logro muy importante, tanto para Cabaña Avícola Feller, como así también para Hy-Line International, que en materia genética viene de un momento de transformación, que desemboca en un ave de mayor tamaño y de excelente conversión como lo es la W80. Estamos realmente orgullosos de haber sido parte de este éxito, fruto de dos años de trabajo in-

tenso”, comenta Raúl Buthay, Gerente de Producción de Grupo Motta.

Leonardo Leiva, Gerente de Servicios Técnicos de Grupo Motta, también reflexiona sobre el logro de Ovobrand y, en ese sentido, señala: “es una satisfacción enorme. Nosotros, hace unos años que nos volcamos a la W80 y no imaginábamos tamaño éxito. Puntualmente, se trata de un lote de 127.000 de aves –un lote muy grande para nuestro país, alojado en uno de los galpones más grande de Argentina–. Vale la pena señalar que este no es un caso aislado, ya que Ovobrand hace muchos años que viene cambiando su filosofía de trabajo y ha logrado tres lotes Top Ten de niveles globales. Son lotes que se evalúan a las 76 semanas y obtuvieron una docena de huevos más que el estándar de la tabla. **Este lote estuvo 43 semanas encima del 90% de postura y**

28 semanas arriba del 95%. Con respecto al peso del huevo, ha dado más de 2 kilos de huevo por arriba de lo que tenía que dar. Pero estos resultados no corresponden sólo a un lote, sino al conjunto de la empresa: todos los lotes de Ovobrand están por encima del estándar y cualquiera pudo haber ganado.

Raúl Buthay considera que los cambios en la genética son realmente sorprendentes: “todos los años nos sorprendemos con los avances que registra la genética de Hy-Line: un huevo más, un punto más de producción, un punto menos de mortandad, mejor de viabilidad... Todos los puntos se corrigen siempre y se superan a sí mismos. No sabemos cuál será el límite pero estamos muy contentos. La genética responde cuando se maneja bien”.

Respecto de la W80, Leiva explica que “es una línea de alta productividad. Son gallinas que tienen una performance productiva excelente, muy superadora. También tiene otra condición importante que es la viabilidad de la gallina –fundamentalmente en ambiente controlado–, tienen una mortalidad muy baja, un consumo de alimento equilibrado en función de la alta producción que tiene y son gallinas que ya vienen predeterminadas para cumplir ciclos de 90 a 100 semanas.

La Bioseguridad es un tema no menor, y en ese sentido Buthay considera que “es lo fundamental, sin bioseguridad no existen resultados. No existe la capacidad de que un lote sea de alto rendimiento si las aves están enfermas. Hoy la avicultura argentina se puso

muy fuerte en ese sentido, en la mejora de bioseguridad, y es un trabajo arduo y consistente que tiene día a día en cada producción avícola. Yo creo que el productor, en general, está tomando conciencia de esa situación”.

El Complejo Avícola de Alta Bioseguridad (COBISE) de Grupo Motta, ha jugado –y juega– un papel protagónico en este logro. Para Leiva, “si no contáramos con el respaldo de COBISE no habiésemos logrado nada de esto. Hemos sido visitados por los directivos de Hy-Line International y nos decían: «Ojalá nosotros tuviéramos en todos los lugares un COBISE». No todos los países cuentan con un complejo como COBISE. Claramente, COBISE es el cimiento de lo que después va a ser el buen resultado en las ponedoras”. ■

Dr. Leonardo Leiva, Gerente de Servicios Técnicos de Grupo Motta





CHILE

Proyecto de ley propone un "Chile Libre de Jaulas".

Para los diputados impulsores la ley chilena actual es insuficiente. La Moción propone realizar modificaciones al actual sistema de producción de huevos en el país, de modo de eliminar las jaulas de aves ponedoras y propender el bienestar animal.

Los impulsores de esta moción argumentan que el tener a las gallinas de puesta en jaulas implica un maltrato animal. El proyecto de ley señala que en Chile, ni la Ley N° 20.380 sobre Protección de Animales, ni sus reglamentos, tienen un carácter específico que pueda aplicarse efectivamente al sistema de confinamiento en jaulas convencionales, al bienestar animal de las gallinas ponedoras de huevos, al sexaje y al etiquetado de huevos.

Se expone que en la jaula convencional se colocan entre 5 a 10 gallinas ponedoras de huevos, lo que se traduce en que cada una de estas gallinas tiene un espacio asignado que en promedio es de 21 por 30 centímetros, y con una altura que apenas les permite pararse erguidas.

A causa de este espacio tan limitado, las aves no pueden demostrar un comportamiento natural, por lo que no se les está garantizando las condiciones mínimas de bienestar animal.

Las diputadas sostienen que el riesgo de infección por salmonela es más alto en producción de huevos en jaulas que en aquellos libres de jaulas.

A fin de cumplir con el objetivo, la iniciativa propone establecer sistemas alternativos de confinamiento libre de jaulas o para gallinas ponedoras de huevos, u otras aves hembras, reemplazando el actual sistema de confinamiento de jaulas convencionales o jaulas en batería.

ESPAÑA

Precauciones por brotes de influenza aviar en Europa

El Gobierno español elevó el nivel de vigilancia y bioseguridad en las explotaciones avícolas, a causa de la influenza aviar en el norte de Europa, aunque en España no se ha detectado ningún foco. España está en una de las zonas de paso de las aves migratorias, por lo que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación eleva a «alto» el análisis de riesgo de introducción de la zoonosis, según lo detalla un comunicado.

Desde finales de julio, las autoridades de sanidad animal han informado sobre la circulación de influenza aviar altamente patógena en aves de corral domésticas y aves silvestres en el sur de Rusia y en Kazajistán.

Así mismo, se han detectado distintos focos de influenza aviar en Europa. La mayoría ha sido en aves silvestres y de corral en Holanda y Alemania, si bien han notificado casos en el Reino Unido (un foco en una explotación de reproductoras) y en Dinamarca e Irlanda (un halcón peregrino en cada caso).

Se ha decidido reforzar las medidas de bioseguridad en las explotaciones avícolas, con el objetivo de evitar el contacto directo e indirecto de aves domésticas con las silvestres, y por ello se insta también a reforzar la vigilancia pasiva tanto en explotaciones avícolas como en aves silvestres, y notificar a los servicios veterinarios oficiales cualquier sospecha de enfermedad de forma inmediata.

Se restringe la cría de aves de corral al aire libre, salvo que se pueda asegurar que no entran en contacto con aves silvestres a través de telas pajareras u otro dispositivo que lo impida y siempre que se alimente y abreve a las domésticas en el interior de las instalaciones o en un refugio que impida la llegada de las silvestres.

LATINOAMÉRICA

Nuevo manual de buenas prácticas para la avicultura

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA) anunciaron la publicación de un manual de buenas prácticas para hacer frente a los efectos del covid-19 en el sector avícola de la región.

El IICA, con sede en Costa Rica, informó que este manual de buenas prácticas en el sector avícola desea ser una herramienta para fortalecer la contribución de este sector a la seguridad alimentaria y nutricional de Latinoamérica y el Caribe y mejorar su resiliencia ante la pandemia de covid-19.

“El objetivo del manual es complementar los esfuerzos de los países de América Latina y el Caribe y ofrecer recomendaciones para prevenir y anticiparse a posibles impactos negativos del Covid-19 en la avicultura, un sector generador de empleos de calidad y fuente de ingresos para la población”, sostuvo el IICA a través de un comunicado.

El documento está dirigido a las granjas avícolas reproductoras y de producción de huevos y pollos, y a las actividades de procesamiento que llevan a cabo clasificación y empaque de huevos, faena de aves, así como a las de distribución.

La gerenta del Programa de Sanidad Agropecuaria, Inocuidad y Calidad de los Alimentos del IICA, Ana Marisa Cordero, comentó que la iniciativa se enmarca en un plan de trabajo entre el Instituto y la ALA, que procura otorgar herramientas a los productores avícolas para aumentar la competitividad del sector en temas estratégicos, como respuesta a emergencias y a la resistencia antimicrobiana.



PISANDO FUERTE CONTRA LA COCCIDIOSIS



**FORTEGRA ES LA VACUNA CONTRA LA COCCIDIOSIS MÁS VENDIDA EN TODA ARGENTINA,
CON MÁS DE 1000 MILLONES DE AVES VACUNADAS Y PROTEGIDAS.**

**Fortegra, protección más temprana,
desempeño superior.**

Para mayor información contactá
a tu Representante de Ventas MSD
www.msd-salud-animal.com.ar



Continuar «transformando» el procesamiento de alimentos

Desde su creación en 1977, varias marcas se han unido para hacer de Marel la empresa que es hoy. Debido a esta historia de adquisiciones, el legado de la empresa se remonta a más de cinco décadas. En marzo de 2016, Marel combinó todas las marcas en una sola, bajo un mismo nombre, con una sola visión y un solo conjunto de valores. Esta unificación convierte a Marel en un socio más fuerte para sus clientes.



Marco Solleveld, Director Regional de Ventas de Marel Poultry

Marel es el principal proveedor mundial de sistemas y servicios de procesamiento avanzados para las industrias de aves, carne y pescado.

Según relata Marco Solleveld, Director Regional de Ventas de Marel Poultry, “la compañía tiene orígenes diversos... La historia de Marel en sí, comenzó en Islandia en el año 1977, como una iniciativa de estudiantes universitarios, quienes buscaban la forma de resolver algunos desafíos de la industria pesquera”. Lo cierto es que sus innovaciones fueron exitosas y les permitieron crecer. Con el tiempo, Marel como grupo, fue sumando distintas empresas líderes. Estas empresas también tienen un historial muy amplio y se remontan –algunas de ellas– 5 y hasta 6 décadas en el tiempo, como es el caso de Stork Poultry, cuyos comienzos datan de principios de los años ‘60.

“Actualmente Marel factura 1.300 millones de Euros por año, cuenta con 6.500 empleados, oficinas propias y fábricas en 32 países, más de 100 agentes, y nuestros equipos están presentes en cerca de 150 países... nuestra cobertura es realmente global en donde en colaboración con nuestros clientes, estamos transformando la forma en que se procesan los alimentos. Nuestra visión es de un mundo donde los alimentos de calidad se producen de manera sostenible y accesible”, afirma Marco Solleveld.

MAREL POULTRY

Con la gama de productos más completa y la base instalada más grande del mundo, Marel Poultry es un proveedor global líder de sistemas y servicios avanzados de procesamiento para pollos, pavos y patos.

Marel Poultry se ha centrado en ayudar a los procesadores a ser más flexibles que nunca. Ofrece soluciones

diseñadas para proporcionar no sólo el rendimiento y la calidad que exige el mercado, sino también para garantizar la diversidad y flexibilidad necesarias para los desafíos de procesamiento que el mundo actualmente demanda.

Ante la necesidad de sistemas avanzados de soluciones para el procesamiento, la industria avícola requiere partners que estén listos para escuchar y trabajar juntos; proveedores que puedan ofrecer la tecnología que garantice el rendimiento, la calidad y la performance que necesitan.

La mejor utilización de las materias primas se ha vuelto cada vez más importante a medida que crece la población mundial y aumenta la demanda de proteínas de alta calidad. Marel quiere brindarles a sus clientes sistemas que les permitan aprovechar cada parte del ave y obtener un mejor precio por un producto más valioso.

La demanda del mercado por un mayor rendimiento y productividad es el principal motor de crecimiento de Marel Poultry. La compañía está enfocada en continuar proporcionando soluciones tecnológicas que aumenten la automatización y la mecanización para cumplir con estos requisitos.

Otro factor de crecimiento es la búsqueda de un menor costo por unidad procesada y un mayor valor del producto final mediante un proceso en línea integrado. Marel Poultry ha creado soluciones que reducen la mano de obra y mejoran el rendimiento, el tiempo de proceso y, como consecuencia, la calidad del producto, al tiempo que aumentan la sostenibilidad mediante un menor consumo de agua y energía.

MAREL FISH

Marel es un proveedor global con soluciones innovativas para todas las etapas de la cadena de valor del procesamiento de pescado.

Los sistemas van desde básculas individuales hasta líneas de producción integradas y sistemas llave en mano, a bordo y en tierra.

Marel Fish contribuye, tanto directa como indirectamente, a aumentar los niveles de sostenibilidad en el mundo del procesamiento de alimentos. Su enfoque en mejorar la utilización del producto y aumentar el rendimiento sirve a la sostenibilidad de varias maneras.

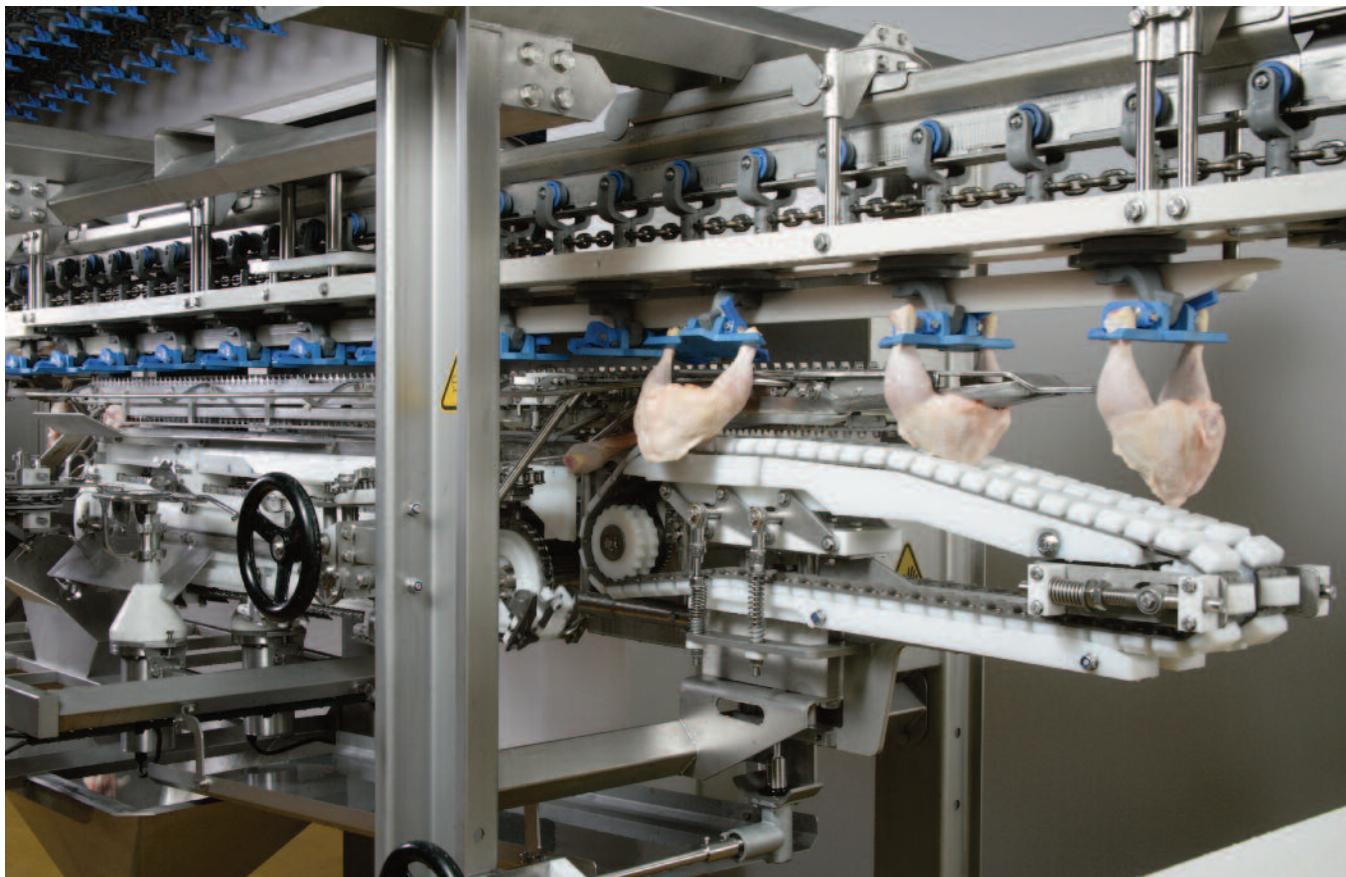
La utilización mejorada de la materia prima preserva los recursos, tanto naturales como económicos, mientras que los equipos que producen están diseñados para un uso óptimo de energía y agua y para facilitar la limpieza, todo lo cual está orientado a utilizar los recursos con moderación.

MAREL MEAT

Marel Meat es un proveedor global líder de sistemas integrados y equipos de procesamiento avanzados para la industria de la carne roja, desde la recepción de animales vivos hasta el envasado. Sus ingenieros y tecnólogos son expertos en convertir ideas en realidades y desafíos en soluciones.

El bienestar animal es, y siempre será, un tema de suma importancia en el sector de las proteínas animales. Los consumidores son conscientes y quieren productos que se produzcan de forma sostenible y ética. Marel Meat trabaja en estrecha colaboración con los clientes en estos temas, entregando sistemas y equipos que mejoran la sostenibilidad de la producción, tanto en términos de utilización de materias primas como de consumo de energía y agua.

Marel Meat ayuda a los procesadores a ser flexibles en sus ofertas de productos, al mismo tiempo que cumplen con los estándares de bienestar animal en su procesamiento y respaldan la sostenibilidad en la cadena de valor.



MAREL WATER TREATMENT

El tratamiento de aguas residuales es otra área que contribuye directamente a los esfuerzos de sostenibilidad de los clientes. Marel ofrece tratamientos primarios, secundarios y terciarios para todo tipo de aguas residuales de procesamiento de alimentos.

Maximizar el aprovechamiento del agua es esencial para reducir al mínimo los residuos, mejorar la eficiencia y potenciar los esfuerzos de sostenibilidad. “Nos apasiona ayudar a los procesadores de alimentos de todo el mundo a controlar mejor el tratamiento de las aguas residuales. Los sistemas de tratamiento de agua son eficientes, fáciles de usar y se caracterizan por su bajo mantenimiento”, señala Solleveld.

SOFTWARE DE PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS INNOVA

Utilizando la última tecnología, Innova es el futuro del control de produc-

ción inteligente. Permite a las plantas administrar, monitorear y mejorar el proceso de producción en tiempo real detectando oportunidades de mejora en la fábrica, presentando la información necesaria para maximizar el rendimiento, la calidad y la eficiencia. Es un sistema probado con más de 2.300 instalaciones globalmente.

Los productores de alimentos se adaptan a las crecientes demandas de la industria y las normativas en materia de bienestar animal, trazabilidad y control de calidad. Innova gestiona cada paso del procesamiento, proporcionando información de proceso desde la recepción hasta el empaque y la expedición.

Innova no sólo proporciona un control total de la producción y una trazabilidad, sino que también ayuda a mejorar todo el procesamiento de pedidos, haciéndolo más ágil y más fácil de administrar. Innova puede optimizar los flujos de trabajo, permitir un control de

inventario rentable y una gestión de pedidos eficiente. El sistema incluye órdenes de compra, órdenes de producción, órdenes de inventario y órdenes de venta.

Innova no solo proporciona un control total de la producción y una trazabilidad, sino que también ayuda a mejorar todo el procesamiento de pedidos, haciéndolo más ágil y más fácil de administrar. Innova puede optimizar los flujos de trabajo y permitir un control de inventario rentable y una gestión de pedidos eficiente. El sistema incluye órdenes de compra, órdenes de producción, órdenes de inventario y órdenes de venta.

Innova puede trabajar con equipos y sistemas de terceros que son independientes de los equipos de Marel. De esa manera, los clientes pueden instalar Innova como único software para supervisar la producción, e integrarse con sus sistemas de gestión existentes.

INNOVACIÓN, UNIDAD Y EXCELENCIA

Estos son los tres pilares fundamentales en los que Marel explica su liderazgo a nivel global.

“Para Marel la Innovación es central, es donde hacemos un esfuerzo constante y renovado”, destaca Solleveld. Y agrega: “nos dedicamos a superar los estándares de la industria suministrando soluciones innovadoras que proporcionan alimentos de la más alta calidad, sostenibles y accesibles”.

Asimismo, Solleveld sostiene que otro de los pilares de Marel es la Unidad: “nosotros nos sentimos unidos, formando parte de la industria –en este caso la industria avícola–, y miramos desde adentro los desafíos de nuestros clientes con un enfoque constante en la colaboración. A partir de esta observación creamos soluciones innovadoras que tienen aplicación global”.

Por último, el tercer pilar de Marel, es la Excelencia: “es lo que nos diferen-

cia. Las soluciones son pioneras y van siempre en torno al beneficio fundamental y el éxito de nuestros clientes en un mercado cada vez más competitivo”, afirma Solleveld

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Marco Solleveld destaca que “desde nuestros comienzos, se ha mantenido un promedio de inversión en Investigación y Desarrollo del 5 al 7% de la facturación. El año pasado se invirtieron más de 80 millones de Euros en I+D. Y esta decisión se mantiene año tras año, década tras década. Destinamos los recursos para innovar y crear tecnología que cubran las necesidades cada vez más exigentes de nuestros clientes. En 2019 Marel introdujo más de 30 nuevas soluciones al mercado, con ejemplos de desarrollos de vanguardia”.

Al consultarlo sobre los inputs que generan o demandan la innovación y el

desarrollo de nuevos productos en Marel, Solleveld sostiene que “en general hacemos un trabajo muy riguroso de identificación de las necesidades actuales y de las tendencias hacia el futuro. Luego, todo lo que identificamos se condensa y un grupo interdisciplinario dentro de Marel lo evalúa”.

Referido al procesamiento de aves, Solleveld considera que: “la incorporación de la tecnología ha logrado disminuir los costos de producción por unidad con un impacto positivo significativo. Pero no sólo eso, la tecnología también influye en el rendimiento, la calidad y, asociado a calidad, la seguridad alimentaria de ese producto”.

La tecnología, en realidad, no tiene por objetivo eliminar o reducir la mano de obra, sino especializarla y disponerla donde realmente se agregue valor. Esto reducirá la rotación y los costos de reentrenamiento, mejorando el clima y valoración de las personas.



En estos tiempos de pandemia la posibilidad de reordenar el recurso humano se hace aún más importante y facilita el distanciamiento.

Los procesos de innovación que generan cambios demandan tiempo. En ese sentido, Solleveld destaca que “para dar un ejemplo, las innovaciones en las cuales hoy se trabaja, saldrán a la luz en el 2025 o 2026. Ejemplo de esto es la materialización completa de nuestra línea 15000+. Hace ya tiempo junto con la industria pudimos identificar a la productividad y la escala como una de las herramientas clave en la búsqueda de competitividad, manteniendo la eficiencia y la calidad. Se dedicó mucho tiempo y esfuerzo y se asumió con gran responsabilidad el hacer realidad la mejora de los parámetros de rendimiento y el incremento de las capacidades existentes”.

MAREL Y LATINOAMÉRICA

Para Marel, desde hace ya muchos años, el mercado latinoamericano es realmente importante.

“Latinoamérica es una región enorme, tanto en extensión como en población, y también es fundamental para el resto del mundo. Latinoamérica es el proveedor mundial de alimentos con valor agregado. Marel cuenta con filiales en Brasil, Chile, México, Colombia, Perú y ahora también en Argentina”, explica Solleveld.

En ese sentido, el directivo señala que “estamos convencidos que Argentina ocupa un lugar de excelencia dentro del concierto de países productores y exportadores de alimentos, un lugar que hoy refleja también su gran potencial a futuro hacia una población mundial en constante crecimiento. Por este motivo creamos Marel Argentina, para estar más cerca, más comprometidos, mejorando la experiencia de nuestros clientes en lo relativo a piezas y servi-

cios y comprendiendo la realidad compleja y única del país. No existe otra empresa dentro de la misma dimensión de Marel que haga esta apuesta, tal como la estamos haciendo nosotros en la Argentina”.

La presencia de equipamientos Marel en Argentina data de un poco más de dos décadas y, según relata Solleveld, la compañía siempre tuvo presente las dificultades que enfrentaban sus clientes como consecuencia de los vaivenes políticos, económicos y sociales, que atenaban en el mantenimiento aconsejado de sus equipos. “Un equipo es un bien de capital que produce hasta dos turnos todos los días, año tras año, y requiere un mantenimiento. Dentro de una visión global de estar más cerca del cliente y tornar más fácil el proceso, vamos a ofrecer la opción de adquirir repuestos y servicios como venta local”.

“Hoy estamos dando nuestros primeros pasos. Estamos haciendo pruebas piloto y armando un stock dentro del país para poder tener una reacción y una respuesta rápida. Por otra parte y como complemento, Marel Argentina continuará aumentando su estructura de servicio incorporando más técnicos argentinos”, destaca Solleveld.

PENSANDO EN EL CONSUMIDOR

Para el Director Regional de Ventas de Marel Poultry “la seguridad alimentaria cada vez es más importante. El consumidor primero se informa y luego decide”.

En esta línea es clave poder garantizar la seguridad alimentaria y la trazabilidad. Sin ir más lejos, Marel es líder en las exigencias de detección temprana de contaminantes, como por ejemplo huesos, con el SensorX. **“Los sistemas de inspección de Marel combinan tecnología avanzada de rayos X con un software robusto y sofisticado para inspección y control de calidad”.**

Los consumidores optarán ya no solo por el producto sino también por su proceso de elaboración, hoy ya se habla de industrias transparentes y productos trazables.

En este sentido, el software INNOVA se transforma cada vez más en una herramienta imprescindible, con su capacidad de gestionar el proceso de inicio a fin incluso abarcando múltiples sitios de producción.

LA AUTOMATIZACIÓN EN TIEMPOS DE COVID

La aparición del Covid-19 trajo aparejados nuevos desafíos. Uno de los cambios más observado a partir de esta “nueva normalidad” es el trabajo y la asistencia remota.

“Desde Marel ya veníamos trabajando en estas consignas. Ese proyecto había comenzado tiempo atrás tratando de minimizar el tiempo desde la aparición hasta la solución de la necesidad. Con la pandemia se aceleraron los tiempos. Por ejemplo, en China se logró instalar y poner en marcha una planta completa, de punta a punta, en forma remota con colaboración de técnicos chinos y con los especialistas en Holanda, Dinamarca e Islandia asistiendo en forma remota. Claro que no todo puede hacerse de esta manera, pero estamos en camino de que esto sea una realidad... estamos dando pasos muy importantes en ese sentido”.

“El futuro de Marel está basado en atender las necesidades de nuestros clientes y con el éxito de ellos viene nuestra superación. El mercado argentino tiene grandes desafíos, y la responsabilidad de cumplir el rol de productor de alimentos que el mundo le demanda. Continuaremos comprometidos, día a día, y codo a codo con nuestros clientes”, concluye Marco Solleveld, Director Regional de Ventas de Marel Poultry. ■

CHR HANSEN

Improving food & health

GalliPro[®]

GalliPro[®] Tect

Cepas específicas para **desafíos** distintos.



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

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

La eficacia en la prevención asegura la rentabilidad.

La enfermedad de Marek afecta a aves domésticas (pollos parrilleros y aves de vida larga) causada por un Herpesvirus linfotrópico caracterizado por provocar inmunosupresión, lesiones neoplásicas en órganos viscerales, músculo esquelético y piel. También causa afección en nervios periféricos y a nivel ocular. Al causar inmunosupresión, debido a su tropismo por los linfocitos B (inicialmente) y T, genera animales altamente susceptibles a contraer otros patógenos.



M.V. Diego Delgado, Servicios Veterinarios de Ceva Salud Animal

EPIZOOTIOLOGÍA

Los pollos, ponedoras y reproductoras son aves naturalmente susceptibles a contraer la enfermedad de Marek, aunque también pueden ser afectadas la codorniz, los pavos, y el faisán. Los animales pueden infectarse a una edad muy temprana (incluso a la llegada a la granja).

El virus de Marek es muy contagioso, puede propagarse a largas distancias vía aerógena (polvo y restos de plumas) y persistir por mucho tiempo en un establecimiento avícola. Una vez ingresado en un lote, el virus se disemina rápidamente, comenzando su excreción 2-3 semanas post infección.

La enfermedad se caracteriza por

una presentación linfomatosa difusa o localizada (nodular) en diferentes vísceras (hígado, bazo, páncreas, intestino, mesenterio, proventrículo, riñón, corazón, gónadas, pulmón, etc.), músculo esquelético, piel, nervios periféricos y a nivel ocular.

La transmisión es horizontal y la puerta de entrada principal es aeró-

gena. Las aves infectadas eliminan el virus a través del folículo de la pluma.

El polvillo acumulado dentro de un galpón es un potente vehículo para el virus. Debido a su alto grado de persistencia en los galpones, si no se cumplen los protocolos de limpieza y desinfección adecuados, los lotes siguientes estarán también expuestos a infectarse.

Los escarabajos de la cama y el personal también son una variable importante en la diseminación del virus, entre tantas otras. Es fundamental contar con un adecuado programa de vacunación y una correcta bioseguridad para prevenir la enfermedad de Marek.

PATOGÉNESIS

El virus ingresa por vía respiratoria y hace una replicación temprana en el pulmón.

Durante la primera semana post infección, alcanza los principales órganos linfoides –como el Timo y la Bolsa de Fabricius– ocasionando citólisis de linfocitos (B más que los T en este momento) pudiendo llegar a producir atrofia de dichos órganos. A los 7 días se desencadena una fase latente de la enfermedad en donde se afectan principalmente los linfocitos T. Luego, los linfocitos infectados diseminan el virus sistémicamente, ya a partir de las dos semanas puede evidenciarse en otros órganos como riñón, proventrículo, hígado y piel con liberación de partículas virales mediante la descamación de células epiteliales del folículo de la pluma.

También, en esta etapa, pueden encontrarse afectados los nervios periféricos.

MORBILIDAD Y MORTALIDAD

En la evolución de la enfermedad de Marek se observa un antes y un después de la introducción de las vacunas.

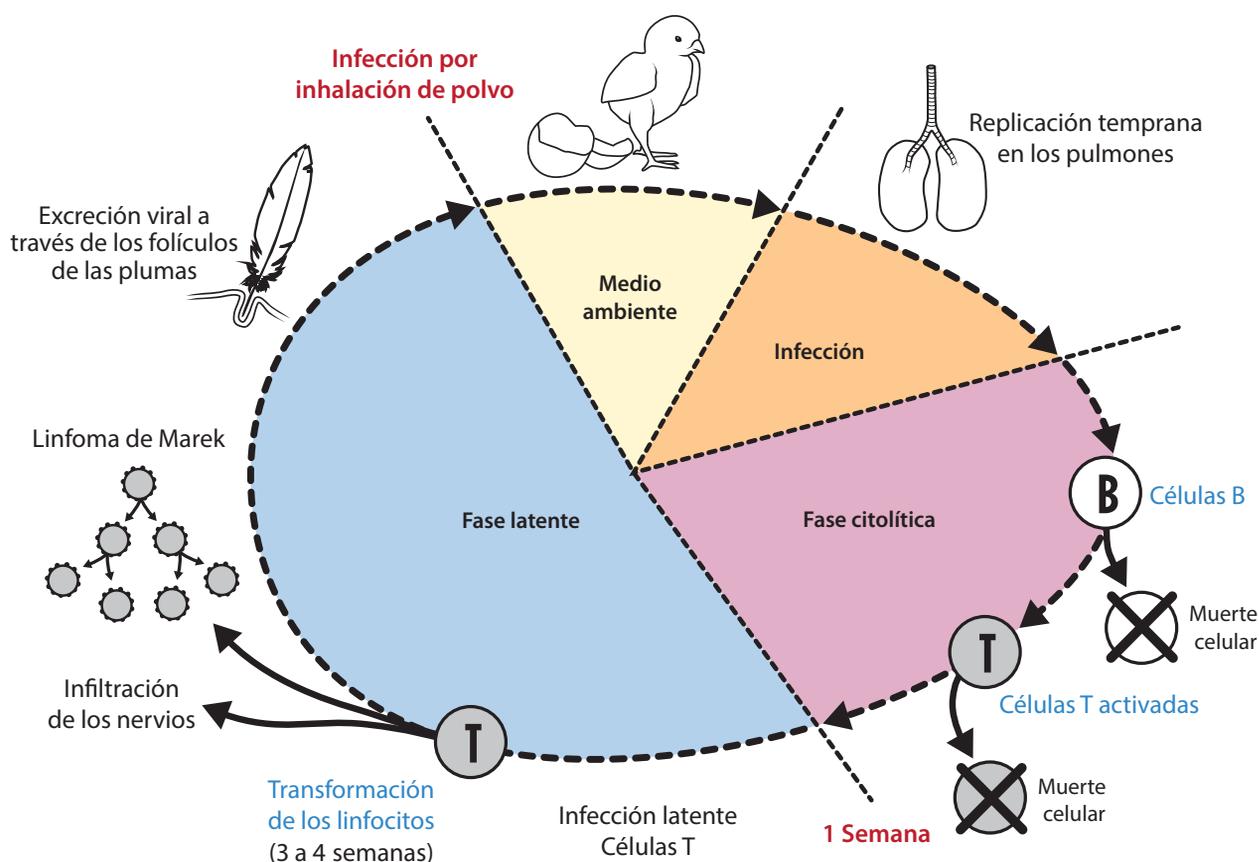
Previo a su uso, las pérdidas alcanzaban cifras de 30-60% de mortandad y 10% de decomiso en plantas de faena de pollos.

Conceptualmente se debe recordar que la triada epidemiológica, según como interactúen sus variables, puede generar presentaciones diferentes en este punto. En cuanto al agente etiológico, pueden estar relacionadas con el tipo de cepa, los programas vacunales (dosis, aplicación), grado de exposición, etc.

Como regla general se podría decir que la morbilidad es muy similar a la mortalidad.

Esta enfermedad ha causado, y causa, graves pérdidas económicas a

• Esquema que muestra las distintas etapas de la patogénesis de la enfermedad de Marek



(Adaptado de Schat & Nair, 2008)



HISTORIA DE LA EVOLUCIÓN DE LA ENFERMEDAD DE MAREK		
1907-1950	MAREK CLÁSICO (mEM)	<ul style="list-style-type: none"> • Primera descripción de la enfermedad • Polineuritis - parálisis de las piernas y alas
1950-1960	MAREK VIRULENTO (vEM)	<ul style="list-style-type: none"> • Tumores linfoides en el intestino • Mortalidad del 10% al 70% • Herpesvirus de la vacuna de Pavos (HVT) - Serotipo 3
1970-1980	MAREK MUY VIRULENTO (vvEM)	<ul style="list-style-type: none"> • Rompe la protección proporcionada por el HVT • Vacuna CVI 988 (Rispens) - Serotipo 1 • Vacuna SB1 - Serotipo 2 • Combinación de HVT con SB1
1990 A LA ACTUALIDAD	MAREK MUY VIRULENTO PLUS (vv + EM)	<ul style="list-style-type: none"> • Rompe la inmunidad de Rispens o Bivalente (Serotipo 2 + Serotipo 3) • Enfermedad aguda • Arterioesclerosis • Mortalidad en aves jóvenes

nivel mundial pudiendo alcanzar un 20-30% de mortandad en aves mayores de 9 semanas. En general afecta a aves de 3-4 semanas o mayores.

SIGNOS Y LESIONES

Los signos clínicos son inespecíficos: **anorexia, apatía, desuniformidad, pérdida de peso, palidez, diarrea. La falta de uniformidad en planteles en producción es muy evidente, al igual que la mortandad (más del doble semanal) y las caídas de producción. La pérdida de huevos no sólo se debe a la alta mortandad sino, también a la gran cantidad de animales que se vuelven improductivos (descartes).**

Los signos neurológicos son evidentes, cuando están presentes. Se observan animales con la postura clásica de bailarina –signo típico de la enfermedad– (*ver foto #1*), debido a la afeción del nervio ciático (parálisis aviar).

También se pueden afectar otros nervios como el vago y generar buche

péndulo. Los animales pueden presentar ataxia marcada por afeción neurológica o por la presentación linfomatososa ocular, ceguera (*ver foto #2*).

LESIONES MACROSCÓPICAS

Nervios: pérdida de estriaciones, decoloración gris o amarillenta, hipertrofia unilateral o bilateral (*ver foto #3*)

Vísceras: neoplasias nodulares o difusas en diferentes órganos: riñón, corazón, proventrículo, bazo, páncreas, intestino, hígado, gónadas, mesenterio, etc. (*ver fotos #4-7*)

DIAGNÓSTICO

Es muy importante realizar una detallada reseña y anamnesis del establecimiento afectado, para un correcto diagnóstico y evaluación de la situación epidemiológica.

El diagnóstico presuntivo de la enfermedad de Marek se realiza observando lesiones macroscópicas a la necropsia. Es recomendable hacer esta

práctica de manera rutinaria en las granjas y no sólo ante un problema.

Como diagnóstico complementario se realiza histología, histoquímica, citología y diagnóstico molecular. Los complementarios son muy importantes para llegar al diagnóstico definitivo, ya que las lesiones tumorales macroscópicas pueden deberse a otras patologías (diagnóstico diferencial con Leucosis linfóide y Reticuloendoteliosis).

Se debe llegar al diagnóstico definitivo y no quedar sólo en el presuntivo.

PREVENCIÓN Y CONTROL

El control de esta enfermedad no sólo está vinculado a un correcto programa de vacunación con vacunas eficaces aplicadas en la planta de incubación, sino que también es clave contar con conceptos claros de bioseguridad (conceptual, estructural y operativa) en las granjas evitando la exposición temprana de las aves.

Es fundamental una correcta lim-



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

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



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



REPRODUCTORAS



PLANTAS DE INCUBACION



GRANJAS



FRIGORÍFICOS

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

@CevaArgentina | Ceva Salud Animal Argentina | ceva_argentina



Foto 1 - Ponedora color con signo neurológico por afección unilateral de nervio ciático (posición de bailarina). Información técnica Ceva Salud Animal

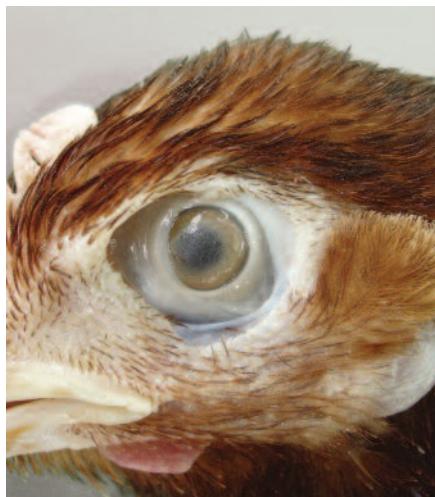


Foto 2 - Ponedora color con presentación linfomatosa ocular. Deformación de pupila, despigmentación del iris y opacidad de córnea. Información técnica Ceva Salud Animal

pieza y desinfección previa a la recepción de las aves respetando todos los protocolos en tiempo y forma. Nunca olvidar la importancia conceptual de **TODO ADENTRO-TODO AFUERA**.

Si bien no existe un programa vacunal universal para las enfermedades aviarias, Ceva Salud Animal cuenta con un amplio portafolio con todo tipo de vacunas (convencionales y vectorizadas) para poder adaptarlas a cada plan vacunal: pollos, ponedoras y reproductoras.

Se debe tener siempre presente que no sólo es importante contar con una vacuna de calidad, sino también su correcta aplicación, tanto in ovo como subcutánea, en las plantas de incubación. Es por ello que Ceva Salud Animal cuenta con dos equipos especializados en el control de los procedimientos de aplicación: C.H.I.C.K. Program (Ceva Hatchery Immunization Control Keys) para control y monitoreo en las plantas de incubación y EGGS Program para monitoreo en granjas.

Una correcta vacunación es fundamental para prevenir esta enfermedad. Son muchos los errores de vacunación que se pueden cometer dentro de una planta de incubación afectando de ma-

nera directa la eficacia de la vacuna y por ende el objetivo, que es prevenir a las aves contra la enfermedad de Marek.

Un ave vacunada no significa que esté protegida, cualquier error de mantenimiento, preparación, logística, dosificación, eficiencia, aplicación, entre tantos otros, en la vacuna de Marek

generará aves vacunadas, pero no protegidas. El objetivo principal es no sólo vacunar a las aves, sino inmunizar a las aves para protegerlas y prevenir la enfermedad clínica.

Las vacunas contra la enfermedad de Marek disponibles en el mercado son asociadas a células y son muy sensibles a cualquier manejo incorrecto vinculado al mantenimiento, preparación y aplicación dentro de la planta de incubación.

Los operarios de la planta que se encargan de la vacunación deben estar permanentemente capacitados sobre todos los puntos críticos que pueden afectar la eficacia de la vacunación: conservación, reconstitución, tiempos de consumo, aplicación, mantenimiento y funcionamiento de equipos, materiales utilizados, combinaciones con otras vacunas o productos (antibióticos, por ejemplo).

Ceva salud Animal cuenta con especialistas para plantas de incubación los cuales, mediante el C.H.I.C.K. Program



Foto 3 - Nervios ciáticos afectados. Información técnica Ceva Salud Animal



Foto 6 - Hipertrofia Hepática por infiltrado linfomatoso difuso.
Información técnica Ceva Salud Animal

monitorean y controlan el procedimiento de vacunación. Para Ceva Salud Animal no sólo es importante contar con vacunas de calidad, sino también ser líder en servicios y atención al cliente. Es por ello que todas sus vacunas van de la mano con un adecuado servicio de monitoreo y seguimiento para garantizar la calidad de la aplicación y generar datos técnicos que avalan la seguridad de sus productos.

A partir de la década del '60 la industria comenzó a contar con vacunas para controlar la enfermedad de

Marek. Desde aquel momento a la fecha, se fueron incorporando nuevas vacunas en función de la necesidad de la producción avícola.

Actualmente se encuentran disponibles tres tipos de cepas vacunales para controlar la enfermedad de Marek:

- ▶ **Serotipo 1:** cepa CVI988 (Rispens), virus oncogénicos que fueron atenuados por pasajes seriados en cultivo celular, vacuna atenuada asociada a células.

- ▶ **Serotipo 2:** cepa SB-1/301B virus no oncogénicos atenuados aislados de po-



Foto 7 - Neoplasias en Bazo.
Información técnica Ceva Salud Animal

llos, vacuna atenuada avirulenta asociada a células

- ▶ **Serotipo 3:** también llamado HVT (Herpes Virus de Pavo), virus no oncogénico aislado de pavos, vacuna atenuada asociada a células.

Según el tipo de producción, estas vacunas pueden ser utilizadas solas o combinadas. Para el caso de pollos de engorde se utiliza el serotipo 3 (HVT) solamente, mientras que para los casos de aves de vida larga (reproductoras pesadas y livianas y en postura comercial) se utilizan combinaciones de más de un serotipo.

Los virus HVT también se utilizan con éxito actualmente en vacunas vectorizadas. Los vectores HVT (rHVT) pueden tener diferentes insertos (genes de antígenos claves) de otras enfermedades como Laringotraqueítis, Newcastle, Influenza y Gumboro. Son vacunas utilizadas en la industria y presentan muchas ventajas ya que el mismo virus HVT proporciona protección contra la enfermedad de Marek y también contra otra enfermedad mediante el inserto que contiene. ■



Fotos 4 y 5 - Ponedora color de 7 semanas. Neoplasias de presentación nodular en hígado (Granja en zona Buenos Aires).



M.V. Diego Delgado,
Servicios Veterinarios
de Ceva Salud Animal

Marketing, “storytelling” e influencers digitales

La comunicación del producto más emblemático de nuestro país en las redes sociales fue uno de los ejes centrales de segunda jornada virtual “La hora de los jóvenes en la carne argentina”.



Durante la segunda jornada virtual “La hora de los jóvenes en la carne argentina” que organizó el IPCVA el 25 de noviembre, Santiago Zuccherino, especialista en marketing, se refirió a la gran conectividad que se registra en la Argentina y que, en promedio, cada habitante de nuestro país pasa “casi nueve horas conectado por día... queda muy poquito tiempo para otras actividades, entonces tenemos que entender que la gente no sola-

mente está conectada, no solamente Argentina está conectada, sino que estaba conectada todo el día”.

Además, especificó que según la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, 8 de cada 10 sesiones son a través de los dispositivos móviles, así que “tenemos que crear no solamente en nuestros sitios sino también tenemos que tener contenidos que se adapten a pantallas pequeñas, que pueda ser de fácil lectura, y que se puedan entender

inclusive cuando la persona está haciendo otra tarea”.

En cuanto al “El poder de las redes” el especialista puntualizó que son más económicas que los medios tradicionales y que “nos permiten tener contacto con nuestros consumidores, nuestros potenciales clientes de una forma económica, digamos, y hacer más eficiente la utilización de nuestro presupuesto”. Por lo dicho, Zuccherino se refirió a la “gran oportunidad” que re-

presentan las redes para la carne argentina ya que los nuevos consumidores digitales no solamente compran tecnología sino cada vez más alimentos y bebidas.

“Youtube, Whatsapp, Facebook, e Instagram son las plataformas que mayor alcance nos permiten obtener y a la vez donde deberíamos desarrollar todo nuestro contenido”, dijo y para graficar el dato señaló que la comunidad digital “Locos x el Asado” posee muchos más seguidores que los principales referentes políticos de la Argentina: “La gente hoy en día sigue no solamente a celebridades en el mundo real, sino en aquellos que crean contenidos de calidad, contenido que me vinculan contenido que me llega y que de alguna manera me interesa poder compartir con mis amigos, mis círculos cercanos”.

Por último, el especialista subrayó que el presupuesto en redes, además de ser más económico que la publicidad tradicional, permite ser monitoreado día a día y que la generación de contenidos debe ser el aspecto central a la hora de comunicar.

“El gran desafío para nosotros es no solamente lograr seguidores, sino lograr una comunidad de fans, y cuando una comunidad de fans es una comunidad de gente que quiera compartir mi contenido, una comunidad de gente que le encante lo que publico de tal manera, que le guste comentar, le guste participar, le guste estar pendiente de aquello que vamos a publicar”, agregó.

“¿Cómo nos vamos a conectar con la gente? A través de las emociones, y esas emociones se conectan a través de lo visual, a través de lo que me atrae o a través de lo que genera nuestro producto con respecto a las otras personas, es decir, nuestro producto, por ejemplo la carne, el asado y demás, se comparte con amigos, se comparte con relaciones, y es eso lo que te genera esa emo-



Santiago Zuccherino, especialista en marketing

ción de compartir no solamente en pensar el producto sino que él es excusa para estar juntos, para tener un buen momento”, concluyó.

STORYTELLING O EL ARTE DE CONTAR HISTORIAS

Dentro de la misma temática, Lisandro Bregant se refirió a la inteligencia narrativa para comunicar en el agro. “Una fuente muy reciente del Food Business News dice que el storytelling, ocupa el primer lugar entre las tendencias de comunicación para el 2021: los consumidores exigen que se cuenten los orígenes de la cadena de producción, o sea, es algo muy interesante, no va a estar solo con alimentar sino que tenemos que contar todos los pasos previos hasta que llegamos a la mesa”, sostuvo.

“La primera forma, para poder contar distinto la carne, es una sugerencia muy sencilla: contá vos y que no cuenten otros por vos”, agregó.

Por otra parte, Lisandro Bregant sostuvo que otra forma para contar distinto la carne es “contá territorialmente, mostrame territorio, mostrame metro cuadrado, mostrame la producción en vivo, contada por personas reales y que sean hechos reales, versus yo pongo la diferencia versus lo que son las campañas de laboratorio, que son las campañas de laboratorio, son campañas, comunicaciones de ideas, conceptos video pensadas por creativos publicitarios que son muy buenos, que están en HD, que realmente cierran a nivel historias, pero que no despiertan ningún tipo de empatía profunda con las audiencias”.

Lisandro Bregant





Adrián Bifaretti, Jefe de Promoción Interna del IPCVA

Además, según aseguró, “hay que capacitar y formar a embajadoras y embajadores de la carne con técnicas muy sencillas, muy entrenables en campos cortos, para que haya personas delante de la cadena de la carne”.

“Nosotros no amamos las historias, amamos a las personas que cuentan, no amamos la carne, amamos las personas que cocinan carne, amamos a las personas que nos presentan a la carne, entonces siempre poner en el eje, en el centro para liderar la conversación de tu comunidad de una agenda que suma compromiso de contar distinto la carne, que vaya desde lo mínimo que es tu comunidad hacia el mundo para pensar una marca global”, finalizó.

YA NADA SERÁ IGUAL

A su turno, Adrián Bifaretti, Jefe de Promoción Interna del IPCVA, se refirió a la carne en la “nueva normalidad” y aseguró que “estamos asistiendo o protagonizando a la mayor migración del ser humano, no es ni más ni menos que pasar del mundo real al mundo virtual”.

“Vivimos un momento claramente disruptivo, donde lo imposible se vuelve posible”, dijo y aseveró que “estamos asistiendo también, a una acele-

ración digital muy fuerte” y “muchos empiezan a tomar a las redes sociales como fuentes de noticias” y “el bombardeo de información con estos nuevos valores, o estas nuevas preocupaciones sobre todo los más jóvenes está provocando un cambio en las tendencias alimentarias”.

“Entonces –continuó–, es importante la realización de estudios de mercado para identificar justamente cómo se dan estos cambios y es importante esto que venimos diciendo para ver cómo pueden darse a futuro el consumo de carne, y reemplazo del consumo de

carne como preocupación del sector”.

“Más allá del vegano, los vegetarianos y los cambios en las tendencias alimentarias, estoy visualizando que la pandemia ha acelerado y mucho, todo lo que tiene que ver con la producción y la comercialización de alimentos similares a la carne, que buscan reemplazarla desde un punto de vista sintético”, agregó Bifaretti y aseguró que por ello “estamos en una etapa de aprender en términos de comunicación sobre cómo hay que intervenir en las conversaciones en las redes sociales”.

“Y para cerrar esta cuestión, no nos olvidemos que detrás del marketing, juegan y mucho las ilusiones, y por más que entremos en un mundo cada vez más digital, no debemos olvidarnos de las emociones”, concluyó.

MILLENNIALS Y CENTENNIALS

Por su parte, Eugenia Brusca, del Departamento de Promoción Interna del IPCVA, se refirió a las oportunidades y retos para la promoción de carne vacuna entre los millennials y los centennials que, de acuerdo a sus palabras, son el 60% de la población mundial.

“Desde el IPCVA venimos estudiando estas nuevas generaciones desde hace varios años con esta nueva forma que



Eugenia Brusca, Departamento de Promoción Interna del IPCVA



AUTOMATIZACIÓN ACCESIBLE DEL TROZADO

ACM-NT Compact ofrece innumerables opciones de cortes

Los tiempos difíciles de hoy obligan a los procesadores a reconsiderar la eficiencia de sus operaciones de corte y a automatizar el proceso. La ACM-NT Compact de Marel se adapta a cualquier planta de procesamiento y satisface todas las necesidades de trozado, permitiendo acceder a diferentes canales y mercados.

- Automatización y ahorro de mano de obra
- Configuración personalizada que se adapta a los espacios disponibles y al presupuesto
- Diseño flexible, y modularidad para crecer en opciones de corte
- Capacidad para trozar pollos con amplia disparidad de pesos
- Elevada precisión, mayor rendimiento y mejores procesos (posterior deshuesado)

marel.com/latam

TRANSFORMING
FOOD PROCESSING

The Marel logo consists of a stylized red 'm' followed by the word 'arel' in a white, sans-serif font.

tienen ellos de relacionarse con el mundo: los millennials son impulsores de vida sana, les gusta la personalización, son sibaritas, les gusta lo exclusivo, lo premium, lo inmediato, lo rápido y lo sencillo”, dijo y añadió que “los millennials somos recientes mamás pero a su vez trabajamos, cumplimos el rol de ama de casas, estudiamos, trabajamos... entonces lo rápido, inmediato, sencillo, para nosotros es de gran valoración”.

En tanto, sobre los centennials, comentó que en la mayoría de los casos aún no logran independizarse de sus padres, todavía se encuentran estudiando en la escuela y las compras no dependen de ellos. Según Brusca, los más jóvenes son mucho más permeables a la innovación, mucho más que los millennials y también más conscientes de la alimentación saludable. En ese sentido, argumentó que “tienen una exigencia mucho más grande que los millennials en cuanto a lo que son certificaciones y etiquetados en toda clase de productos y les gusta lo natural: son más ‘ecofriendly’ que los millennials, son tecnológicos en todos los ámbitos de la vida, nacieron con los dispositivos móviles, son la generación de la tecnología y ellos han sabido implementarlo al 100%”.

“Entonces es una generación mucho más exigente los alimentos que ellos consumen, no logran todavía concretar al 100% las formas de demanda de alimentos porque no tienen su dinero, pero sí ya comienzan a exigirlo y los padres obviamente son personas que tienen en cuenta eso y pueden lentamente ir incorporándolo también en su vida diaria”, aseguró.

“Con los estudios del IPCVA podemos ver que el 34% de la población argentina declara no consumir carne o intenta reducir su consumo, esto serían los «flexitarianos» y entre los más jóvenes, los veganos, vegetarianos y



Javier “Javi” Rosemberg, locutor de radio y creador de contenidos

flexitarianos tienden a ser mucho más en términos porcentuales”, comentó para agregar que por eso “lo tenemos que tener en cuenta nosotros como promotores de carne vacuna y toda estrategia de marketing está basada través de conocer a los consumidores, sus ideales, sus necesidades, preocupaciones, sus sentimientos, sus emociones”.

“Nuevos cortes, nuevas alternativas, nuevas ideas: es algo que tenemos que saber localizar nosotros como promotores, en una coordinación tanto de la producción como de la industria para satisfacer la demanda de las nuevas generaciones y es por eso que nosotros hemos decidido desde el IPCVA realizar esta jornada”, concluyó.

INFLUENCERS DIGITALES

La segunda jornada del seminario “La hora de los jóvenes en la carne argentina” también incluyó la participación de destacados “influencers digitales”, con grandes audiencias, que tienen a la carne como elemento central en su comunicación.

Ese fue el caso de Javier “Javi” Rosemberg, locutor de radio y creador de contenidos.

“Soy fanático de comer, principalmente de comer, pero soy de los que le gusta comer y cocinar, hay gente que le gusta comer y llama por teléfono pide delivery está muy bien, pero yo soy el que siempre tienes ganas de comer algo, y principalmente prender fuego porque soy fanático de la carne”, dijo y agregó que “yo creo que todo tiene que tener carne, hasta un flan con dulce de leche debería tener un bife arriba...”.

“Para mí, como les dije antes, la comida directamente lleva asociada a la carne como algo que tiene que estar, como vos decís ‘vamos a comer algo’, ‘qué comemos’, ‘no sé, pero que tenga carne’ y lo noto los números; directamente afecta las reproducciones, en la cantidad de veces que se comparte, en la cantidad de likes que tienen los videos, las recetas con carne viraliza y rinde mucho, pero mucho mejor”, aseguró.

“Entonces, desde mi humilde, chiquitito lugar, creo que hay que darle



Luciano "Laucha" Lucchetti, uno de los creadores de "Locos x el Asado"

mucha, pero mucha manija, al consumo de la carne a la gente joven, y a la gente no tan joven, pero con recetas divertidas, nuevas, darle un abanico de posibilidades, y que cada corte, que nosotros tenemos asociado un solo plato dos platos de repente redescubra las posibilidades, puedan hacer más cosas más ricas, más tentadoras, desde el sabor hasta lo visual", finalizó.

Por su parte, Luciano "Laucha" Lucchetti, uno de los creadores de "Locos x el Asado", la comunidad gastronómica y asadora más grande de habla hispana, aseguró que hay que darle mayor información a los consumidores. Para referirse al tema, explicó que cuando comenzó "Locos x el asado" la gente solamente pedía ternera como atributo y, por eso, rechazaba algunas categorías como el novillo, aunque por suerte los seguidores de la comunidad fueron entendiendo que los animales más grandes potenciaban otros dos pilares: la jugosidad y el sabor.

"Hoy por hoy lo que identificamos es que la gente no sabe lo que está con-

sumiendo cuando va a la carnicería y tal vez el mismo carnicero no sabe qué es lo que está vendiendo, no hay una trazabilidad de la media res cuando llega a la carnicería con lo cual, le falta muchas herramientas, no solo al carnicero si no al consumidor, para iden-

tificar qué es lo que está comiendo y eso genera que haya una desconfianza o se busque ir por lo más fácil, básicamente con los cortes más conocidos", comentó.

En ese sentido, Lucchetti recomendó informar sobre aspectos más específicos del producto, referidos a la trazabilidad, las categorías y los sistemas de engorde.

Por último, disertó Sandra Honczar, fundadora de la comunidad virtual "Asadoras Argentinas" que comentó que se transformó en influencer "hace seis años por la simple necesidad de que a las mujeres también nos gusta y podemos hacer un asado".

"Yo como asadora argentina, lo último que pude darme cuenta a través de los años, es la importancia de poder elegir y darle el valor agregado a cada corte o lo que vamos a consumir", y recomendó que "ya que tenemos la mejor carne, lejos, en nuestros campos, hay que darle ese valor a cada plato o a lo que nosotros consumimos en nuestra casa y en cada receta que estamos haciendo". ■

Sandra Honczar, fundadora de la comunidad virtual "Asadoras Argentinas"



La carne de pollo aporta un gran contenido de potasio

El centro de información nutricional de la carne de pollo (CINCAP) informa sobre la importancia de este mineral para mantener una buena salud. Está ampliamente distribuido en los alimentos, como el pollo, pescado, legumbres, frutas y productos de soja.



Una porción mediana de carne de pollo (por ejemplo, un muslo o media pechuga grande) cubre 14% de la recomendación de ingesta de potasio de la Organización Mundial de la Salud para las personas adultas, y equivale a la cantidad de potasio que aporta una banana grande o una porción de brócoli.

El micronutriente se encuentra mayormente dentro de las células y su papel principal es mantenernos vivos. Resulta indispensable para producir proteínas, permitir la correcta contrac-

ción de los músculos, mantener un crecimiento normal del cuerpo, controlar la actividad eléctrica del corazón, transmitir los impulsos nerviosos y regular la presión sanguínea.

Su consumo adecuado puede reducir la presión arterial en personas con presión alta, mejorar la densidad mineral ósea y mitigar las consecuencias negativas del consumo de grandes cantidades de sodio.

De lo contrario, la baja ingesta de potasio está asociada con varias de las llamadas “Enfermedades Crónicas no

Transmisibles”, como la hipertensión, las enfermedades cardiovasculares (principalmente el accidente cerebrovascular – ACV), la formación de cálculos en los riñones y el debilitamiento de los huesos (osteopenia).

Cabe destacar que la carne de pollo también tiene un bajo contenido de sodio, ya que una porción cubre, en promedio, apenas 5% de la recomendación máxima de ingesta de la OMS, siendo así un alimento apto para todas las personas, incluidas aquellas con enfermedades cardiovasculares. ■

PREVENCOC®

VACUNA CONTRA LA COCCIDIOSIS AVIARIA

100%
EFICIENCIA EN
VACUNACIÓN

**RESULTADOS
COMPROBADOS**

**EXCLUSIVO
SISTEMA DE
VACUNACIÓN**

**SERVICIO
POSVENTA
ÚNICO**

**100% CEPAS
ATENUADAS**



INMUNER®



www.inmuner.com/noticias



Más de 60 años de excelencia produciendo genética Angus

Tres Marías fue fundada en 1957 por el Ing. Horacio Gutiérrez, hoy todavía el pilar fundamental de la cabaña. A partir de 1961 es récord absoluto de la raza. Desde Argentina y para el mundo, la familia Gutiérrez se compromete diariamente con el mejoramiento de la genética Angus para aumentar la productividad y el rendimiento de una de las razas más prestigiosas del mundo.



Ing. Horacio Francisco Gutiérrez, fundador de la cabaña Tres Marías

Sin duda, la finalidad de una cabaña es producir toros padres mejoradores de la raza, y es por ello que no es un dato menor que los animales de Tres Marías estén permanentemente en los primeros lugares del ranking de padres no sólo en Argentina sino también en Brasil y Colombia.

La fuerza genética de Tres Marías está comprobada en el hecho de que en los últimos 24 años, en 22 la cabaña tuvo al menos uno de los tres mejores animales de la raza, y en los únicos dos años que no sucedió, tanto el Gran Campeón Macho como la Hembra tenían genética Tres Marías.

La historia de este estandarte argentino en el mundo se remonta al año 1957, cuando el Ing. Horacio Gutiérrez decidió emprender un proyecto realmente ambicioso que, por ese entonces, presentaba más obstáculos que buenas perspectivas.

Horacio tenía 23 años cuando entró a su casa para darle a sus padres la noticia de que acababa de recibirse de Ingeniero Agrónomo en la Facultad de Agronomía y Veterinaria de la Universidad de Buenos Aires, donde había iniciado los estudios cinco años antes. De todas las materias cursadas la que más lo había atraído era genética y zootecnia, dictada por el prestigioso veterinario Ezequiel C. Tagle, quien además era un apasionado de la raza Angus y autor junto con Daniel Inchausti de la

Bovinotecnia más importante de la Argentina. Las conversaciones con sus profesores, el citado Tagle y Augusto Dellepiane Galli, ayudaron a Horacio a tomar la decisión de crear una cabaña.

En un principio su padre no lo alentaba demasiado ya consideraba que iniciar una cabaña era un proyecto demasiado arriesgado y lograr el éxito, una utopía resultante de la juventud de su hijo. Sin embargo, el tesón de Horacio en lograr su objetivo y la fuerza de sus argumentos convencieron a sus hermanos Bernardo, María Delia, María Laura, Jorge y María del Carmen. De ellas proviene originalmente el nombre Tres Marías, continuado en la actualidad por las hijas de Horacio: Marcela María, María Inés y María Cristina.

Así fue como, según relata Gutiérrez, “le dije a mi padre que quería crear una «Cabaña de Pedigree», a lo que él me respondió que no tenía sentido, que hacía falta mucho dinero, y yo le dije que iba a poner más cabeza que plata.”

En 1957 Gutiérrez compró sus primeras vacas y, aprovechando que su padre viajaba a los Estados Unidos, construyó un galpón elevado para comenzar a plasmar su sueño. “Recuerdo que a su regreso, luego de reparar en el nuevo galpón, me preguntó cómo lo había hecho, no lo podía creer... Ahí fue cuando comenzó la historia de Tres Marías. Desde ese momento hasta el día de hoy le he dedicado prácticamente toda mi vida, recorriendo el mundo, asistiendo a exposiciones en Estados Unidos, México, Canadá, Francia, Inglaterra, Escocia –Perth era la exposición más importante, en ella Gutiérrez juró en dos oportunidades–, en África, Australia, Nueva Zelanda...”, relata el fundador de Tres Marías, quien destaca posteriormente el ingreso de sus hijos Francisco, Marcela y Johnny, decisión clave para que la cabaña continuara creciendo.

En 1961 Tres Marías comenzó a participar en las exposiciones organizadas por la Corporación Argentina de Aberdeen Angus. Debuta con el lote Campeón Senior en la muestra de la Costa, en Bahía Blanca, y logra en la Exposición de Otoño de ese año su primer Gran Campeón y precio máximo.

Por sus muchas inquietudes a su faz de cabañero Horacio suma la de dirigente agropecuario. Fue Director de la Revista y Secretario de la Corporación Argentina de Aberdeen Angus, llegando por primera vez a la presidencia entre 1970 y 1976, siendo el presidente más joven en la historia de la entidad.

En esos años Tres Marías contaba con una de las mejores genéticas de la Argentina, lo que se vio reflejado al obtener en la Exposición de Palermo de 1971 con el toro Eladio el Gran Campeón Macho (GCM), con toro Zoilo el Reservado Gran Campeón (RGCM), y con el toro Muñeco el Tercer Mejor Toro.

Aquella excepcional fila fue criada y preparada en piquetes a pasto con ración cruda, sin permanecer nunca en galpones ni comiendo ración cocida, como era habitual hasta ese momento. A partir de los singulares resultados alcanzados por Tres Marías, todas las cabañas adoptaron dicho Sistema de preparación.

UN PUNTO DE INFLEXIÓN EN LA CRÍA DE ANGUS

Claramente, Cabaña Tres Marías marcó un antes y un después en la cría de Angus, no sólo en nuestro país, sino también en el mundo.

“Tenemos el récord de Grandes Campeones de Palermo, el récord de premios Banderín (mejor Cabaña del año), muchos años ganamos el mejor Toro Padre de Brasil como producción. En México tenemos una presencia muy importante: nosotros enviamos em-

briones a Canadá, luego los ponemos en vacas y las vacas pueden cruzar a Estados Unidos en camión y van hasta México. Parece absurdo, pero Estados Unidos impone esas medidas sanitarias para importar animales. Los americanos disfrazan de problemas sanitarios problemas que son económicos, a ellos no les conviene y no los dejan entrar. Entonces tuvimos que diseñar esta estrategia para poder ingresar en México. El año pasado, la cabaña elegida como la mejor del año, fue una cabaña que tiene genética 100% nuestra. En Canadá tenemos una importante cantidad de animales. Además, fuimos la primera Cabaña que exportó embriones a Escocia. Recuerdo como una de las alegrías más grandes de mi vida cuando llegamos a Perth y estaba Johnny (su hijo), entrando a la pista con guardapolvo blanco, con los animales de Tres Marías... ¡fue todo un acontecimiento!”, recuerda Gutiérrez. “Justo estaba el Príncipe Carlos, quien sabía que había un argentino y quería verlo. Lo llamó a Johnny y le dijo que estaba encantado porque él también tenía animales Angus... ¡el Príncipe Carlos!”.

LAS RAZONES QUE EXPLICAN EL ÉXITO

Es sabido que no es fácil mantener alta la vara en un país como el nuestro. Desde la creación de Tres Marías han pasado 23 Presidentes de la Nación – militares y de todos los partidos políticos– y 58 Ministros de Economía, y a pesar de todos ellos los Gutiérrez siempre han estado junto al productor agropecuario brindándole una genética de excelencia.

En ese sentido, Horacio Gutiérrez explica algunas de las razones a través de las cuales Tres Marías pudo mantener su liderazgo a través de los años sin descuidar en ningún momento la altísima calidad de su producción: “nunca



Horacio Francisco Gutiérrez junto a Susy –su mujer– y Marcela –su hija–.

me quise meter en política, siempre estuve presente en reuniones donde se trataban temas ligados al sector pero nunca de manera oficial. Siempre seguí insistiendo en mi idea de estudiar y así fue como hice muchos trabajos sobre genética, crianza, manejo, carnes, ternera, y grasas, entre otros. Hace 3 años tuve una gran satisfacción porque me nombraron Miembro de la Academia Nacional de Agronomía y Veterinaria. Para mí fue una satisfacción enorme. Ser académico es una cosa importante. He dedicado mi vida a esto. Esto me ha hecho viajar por el mundo, permanentemente estoy viajando para seguir como va la raza en diferentes partes del mundo, conferencias, charlas y congresos, a los que todavía sigo yendo”.

CAMBIOS EN LA GENÉTICA

Ya en la década del '70, Horacio comenzó a ver cómo la influencia norteamericana en la raza desplazaba a la tradición escocesa. El Old Type perdía terreno frente al New Type avalado por los estudios del Dr. Robert Long y las juras internacionales de Herman Purdy.

A partir de 1966 la Exposición de Chicago comenzó a marcar otro camino, y en una década reemplazó a Perth en importancia e influencia.

En 1975 como presidente de la Corporación, junto al Ing. Raúl Rula Firpo, el Dr. Dellepiane Galli y Juan C. Repetto –en aquellos años jefe de tipificación de la Junta Nacional de Carnes– alentó una serie de estudios muy profundos que llevaron a mantener la raza en un tamaño razonable sin los problemas de parto que presentaban otros países y presentaron los resultados en la Primera Reunión del Secretariado Mundial de Aberdeen Angus en Argentina.

Gutiérrez recuerda que por ese entonces, las Cabañas empezaron a tener ese tipo de animales y los animales eran cada vez más grandes: “acá no nos servirían porque a la vaca no le podemos dar suplemento; nosotros le podemos dar suplemento al ternero para engordarlo, al novillo para exportar, pero a la vaca no le podemos dar suplemento porque es caro, la vaca tiene que vivir del pasto. Si la vaca es muy grande necesita más campo para poder subsistir y criar un

ternero. Yo veía que ese tipo de animal no andaba, entonces nos pasamos 5 ó 6 años en Palermo (SRA) sin grandes éxitos. Y eso fue muy, muy bueno, porque en el momento que se empezaron a dar cuenta que los animales demasiado grandes no servían para criar solamente a pasto y era más cara la producción de carne, pasaron a los animales de menor tamaño. Y ahí exportábamos a Escocia, hicimos una muy buena colocación de animales en el exterior y eso nos alentó, pero siempre mirando con la lógica de ver como se puede producir más, no por lo que era la moda en ese momento. En todas las cosas –y en todos los negocios– hay fantasías, y yo nunca busqué fantasías, sino lo que realmente da...”, sostiene Gutiérrez.

El fundador de Tres Marías reflexiona respecto a lo que fue la moda impuesta por Estados Unidos al pasar al New Type: “acá se les da pasto, no le podemos dar suplemento, porque con el precio que hemos tenido siempre por la carne no da para darle suplemento a la vaca. La vaca tiene que estar en el campo, salvo algo excepcional co-



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:



SILVATEAM



Liptosa

cladan.com.ar

mo un invierno muy malo que uno le de un suplemento –que ya le cuesta mucho– y el balance se le va al suelo. Insisto, con el precio de la carne que tenemos acá, no aguanta para darle suplemento a las madres que están en el campo, acá hay que criar a campo”.

No seguir la tendencia mundial cuando las vacas comenzaron a crecer indiscriminadamente incluyó la difícil decisión de no acceder a los principales premios en las pistas de Palermo, que en los años previos tantas alegrías le habían producido.

Mientras tanto, fue cofundador y primer vicepresidente de la Asociación Argentina de Brangus en 1978 y el presidente más joven de la Sociedad Rural Argentina entre 1980 y 1984.

Con el paso de los años, el tiempo le daría la razón. En ese momento Tres Marías volvió a las pistas y su genética se convirtió en la más solicitada por las cabañas que deseaban regresar sus rodeos al tamaño intermedio resguardado por la familia Gutiérrez.

LA SEGUNDA GENERACIÓN

Marcela, Francisco y Johnny Gutiérrez, son quienes hoy están más en el día a día de Cabaña Tres Marías. Según Marcela, “afortunadamente tenemos el gran ejemplo de nuestro padre quien trabajó toda su vida atrás de las vacas, y de la pasión con que siempre desarrolló la actividad y que luego nos supo transmitir. Creo que es lo más importante y es lo que tenemos todos: esa pasión por Angus, por la cría, por estar en el campo, por seguir el día a día, de estar atrás de las vacas... que eso es lo que llevó a que Tres Marías esté en donde está y se mantenga. Incluso esa misma pasión hoy está presente en sus 17 nietos y 7 bisnietos a los que les encanta ir al campo, ver las vacas, jugar en Palermo, ir a las exposiciones, ver nacer a los terneros... Nuestro padre

tuvo la capacidad de transmitirnos su pasión a nosotros (sus hijos), a sus nietos y ahora a sus bisnietos”.

Y si hablamos de pasión, lo primero que aparece es Palermo... “es la pasión que vos le ponés, es el esfuerzo de mucho tiempo que termina coronado en Palermo. Porque desde que nace el animal, hasta que puede llegar a ganar algo, pasa más de un año, pero si lo coronas con un premio en Palermo es como el incentivo para seguir. Personalmente, es el orgullo de haberlo logrado”, sostiene Marcela.

En relación a la actualidad y al futuro de Tres Marías, Marcela señala que “los tres hermanos tenemos clarísimo que si bien nunca podremos superar la capacidad de trabajo de nuestro padre, sí podremos continuar con su legado, con su pasión y con mucho esfuerzo apuntando a la excelencia genética. Pese a las adversidades, a los vaivenes económicos, políticos y sociales, pese a que venimos de dos años de muchísima seca... pese a todos los problemas tenemos que seguir adelante. Si él fue capaz de seguir y con 88 años todavía se sigue levantando todos los días para estar en el campo, sigue eligiendo los terneros, sigue yendo a la clasificación, ¿cómo nosotros no vamos a hacer lo mismo? Es nuestro ejemplo y por eso vamos a seguir en la misma línea”.

Asimismo, y pese a una situación por cierto complicada, en todos los niveles, como la que atraviesa nuestro país, Marcela es optimista respecto del futuro: “esperemos que el Gobierno nos deje exportar la cantidad que necesitamos exportar. Del stock del 2008 –que había bajado mucho–, en los últimos años habíamos nos habíamos recuperado, no llegamos a lo máximo que teníamos, pero habíamos recuperado mucho el stock ganadero, y creo que la demanda mundial es cada vez mayor. Ya tenemos a China que es un elefante, donde

están consumiendo cada vez más carne y casi todo lo que producimos lo podemos exportar a China. Pero necesitamos que las condiciones sean claras, que las reglas de juego sigan siendo las mismas, que nos dejen seguir... Las condiciones mundiales son muy buenas, más aún si tenemos en cuenta que Argentina era consumidor de carne vacuna casi en un 100% y en estos últimos años el consumo se ha balanceado, diversificado; seguimos consumiendo mucha carne pero ha empezado a haber más carne de cerdo y de pollo, lo que para el país es positivo para poder exportar más, y eso es una ventaja”.

Al respecto, Horacio Gutiérrez considera que “no hay ninguna duda que la población de cualquier país del mundo que mejora su nivel de vida, inmediatamente aumenta el consumo de carne roja. Por otra parte, millones de turistas todos los años buscan la carne de excelencia y a China, le está pasando lo mismo... no solo su población demanda carne buena, sino también los millones de turistas que visitan el gigante asiático. Así es como el consumo de carne vacuna se va manteniendo y, si se produjera más, se consumiría más. Lo que pasa que es una producción que tiene límites, no es como un cereal que se puede hacer hasta con hidroponía, el vacuno necesita campo, necesita pasto, necesita comida y tiempo, mucho tiempo... Dos años para que la vaca para, después nace el ternero, y después de un mínimo de dos años y medio está listo para faenar. Hay que buscar el balance, pero la carne vacuna es un alimento que tiene mucha demanda y que la va a seguir teniendo. El mundo está creciendo muchísimo y esperemos que no se cumpla la teoría de Malthus que decía que crece más la población que los alimentos. Luego, un famoso Premio Nobel en genética de cereales, Norman Borlaug, dijo que con genéti-

ca se iba a aumentar muchísimo la producción de cereales, o sea que si todos nos poníamos en eso no había ninguna duda que la teoría de Malthus de que crecía más la población que los alimentos no se iba a dar. A mí siempre me quedó eso, fue fantástico. Borlaug además, hizo experimentos en el norte de la India, en Punjab, un sitio en donde se importaba trigo y con el trigo genéticamente modificado, ¡llegó a exportar trigo! La tecnología permite que se pueda aumentar la producción, por eso debemos trabajar con la tecnología. Borlaug explicaba que, o le damos de comer a las especies humanas todo lo que puedan comer, o le damos de comer a la especie humana y a los insectos, pero no vamos a alcanzar a producir alimentos para las dos especies, porque el crecimiento humano es muy grande”.

RENOVACIÓN EN LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ANGUS

En la puerta de los festejos por el Centenario de la Asociación Argentina de Angus, Andrés Murchison y Marcela Gutiérrez serán los candidatos a presidente y vicepresidente, respectivamente, elegidos por consenso para las elecciones de autoridades de la entidad, que se realizarán en la próxima Asamblea Anual ordinaria.

Ambos representan fielmente el federalismo y la cercanía con los productores, valores fundantes de la Renovación Angus del Centenario. Expresan la aparición de nuevos dirigentes y una alternativa de conducción con ideas modernas que contribuirán a transformar la Angus en los próximos años.

“Para nosotros lo más importante, lo que le hace bien a cualquier Asociación, es la renovación. No puede ser que de las 7 personas de la mesa chica, 6 -en promedio- estén hace 25 años. Al estar mucho tiempo manejando una institu-



ción, te sentís con derecho a tomar decisiones sin consultar... y eso es lo que nosotros queremos cambiar”, señala Marcela.

En relación a cómo surgió la intención de presentar una lista, la candidata a vicepresidente advierte que “no fuimos nosotros los que dijimos «vamos a cambiar, vamos a presentar una lista», sino que fue al revés, empezó de abajo... Vimos que había muchos socios disconformes con la forma en la que se llevaba la Asociación, con el trato que tenía esta Comisión Directiva para con los socios, las exposiciones como que tenían cada vez menos interés y las ventas últimamente son muy malas en las exposiciones, no se acercaban a los remates... Entonces, por todas esas cosas, nos preguntamos ¿por qué?, si

hay tantos socios veamos qué podemos hacer. Ahí vimos que sí teníamos fuerza, empezamos a llamar a gente, en 10 días conseguimos 220 firmas y ahí lanzamos el movimiento.

En cuanto a los objetivos de esta nueva propuesta, Marcela explica que “nosotros queremos una renovación, un verdadero federalismo, nos parece que debe haber gente de todas las regiones, de todas las provincias, y estar cerca de los socios. Después, por supuesto, si somos electos, van a surgir muchas propuestas y muchas cosas en las que nosotros ya estamos trabajando con un grupo de 40 personas que hemos formado para ir cambiando. Pero creemos que lo más importante es eso, renovación, federalismo y estar más cerca del socio”. ■

Glässer: actualización y control de la enfermedad

Desde su descubrimiento, los antibióticos han sido una herramienta esencial para luchar contra las enfermedades bacterianas, tanto en medicina humana como veterinaria. Sin embargo, esa misma eficacia ha tenido como consecuencia el relegar a un segundo plano el desarrollo y uso de vacunas frente a estas infecciones. Ahora nos encontramos en una situación en que las resistencias a los antimicrobianos son uno de los mayores problemas sanitarios a nivel mundial y disponemos de pocas vacunas eficaces para combatir las enfermedades bacterianas, especialmente las de los animales.



Estamos entrando en una época donde las exigencias de reducción en el uso de antimicrobianos están centrando muchas políticas sanitarias, tanto en medicina humana como en veterinaria.

Los peligros de la aparición de multiresistencias, frecuentes en algunos patógenos, son evidentes.

Pero, ¿podemos controlar las enfer-

medades bacterianas en las granjas porcinas sin antibióticos?

Es un gran reto, pero se está trabajando intensamente desde el mundo de la investigación y la industria para llegar a conseguirlo.

Un paso en ese sentido nos lleva definitivamente a la priorización de nuevas estrategias, como la implementación de vacunas.

ENFERMEDAD DE GLÄSSER

La enfermedad de Glässer está causada por *Haemophilus parasuis*, una bacteria que sólo infecta al cerdo.

Esta enfermedad afecta principalmente a los lechones en la fase de transición y tiene un gran impacto económico en el sector porcino de todo el mundo. *Haemophilus parasuis* es una bacteria presente en básicamente todas

las granjas, que coloniza los lechones a una edad muy temprana.

La aparición de la enfermedad de Glässer está normalmente relacionada con situaciones de estrés en los animales, como el destete temprano o el movimiento y la mezcla de animales. Además, la aparición de esta enfermedad también está favorecida por infecciones con otros patógenos.

ANTIBIÓTICOS PERINATALES

Como en el caso de otras enfermedades causadas por colonizadores tempranos, su control se ha realizado habitualmente mediante tratamientos metafilácticos perinatales.

Un efecto ignorado de estos tratamientos es la alteración que producen en las comunidades bacterianas que componen la microbiota natural de los animales, y que puede tener un efecto perjudicial para la salud del lechón.

La microbiota tiene varias funciones, incluidas la maduración del sistema inmune y la exclusión de patógenos por competencia, por lo que su alteración, o disbiosis, puede suponer un incremento de la susceptibilidad de los animales frente a diversas infecciones.

PATOGENIA DE LA ENFERMEDAD DE GLÄSSER Y DIVERSIDAD DE CEPAS DE H. PARASUIS

H. parasuis es una especie bacteriana heterogénea, que comprende cepas con distinto nivel de virulencia. Existen cepas virulentas de esta bacteria que son capaces de evadir el sistema inmune y producir enfermedad, mientras que las cepas no virulentas se encuentran como colonizadoras del tracto respiratorio superior y por sí mismas son incapaces de producir enfermedad.

Tras la colonización inicial del tracto respiratorio superior, las cepas virulentas pueden alcanzar el pulmón, donde sobreviven a la acción de los

macrófagos alveolares.

La multiplicación de las cepas virulentas de *H. parasuis* en el pulmón y la posterior invasión del torrente circulatorio causa una inflamación grave, que se refleja en las lesiones características de poliserositis. Los factores de virulencia que se han identificado hasta el momento incluyen la cápsula, los auto-transportadores triméricos asociados a virulencia (o VtaA del inglés "virulence-associated trimeric autotransporters"), el lipooligosacárido (LOS), o la toxina citoletal distendente (CDT). El papel específico de cada factor en la patogenia

no se ha determinado en profundidad, pero hay indicaciones de que la cápsula y dos VtaA (VtaA8 y VtaA9) juegan un papel en la resistencia a la fagocitosis.

Por otro lado, las cepas no virulentas se mantienen en el tracto respiratorio superior, ya que en el caso de que lleguen al pulmón, son destruidas por la acción fagocítica de los macrófagos alveolares.

LOS FACTORES QUE AFECTAN LA APARICIÓN DE LA ENFERMEDAD

Mientras que *H. parasuis* está presente como colonizador en la práctica

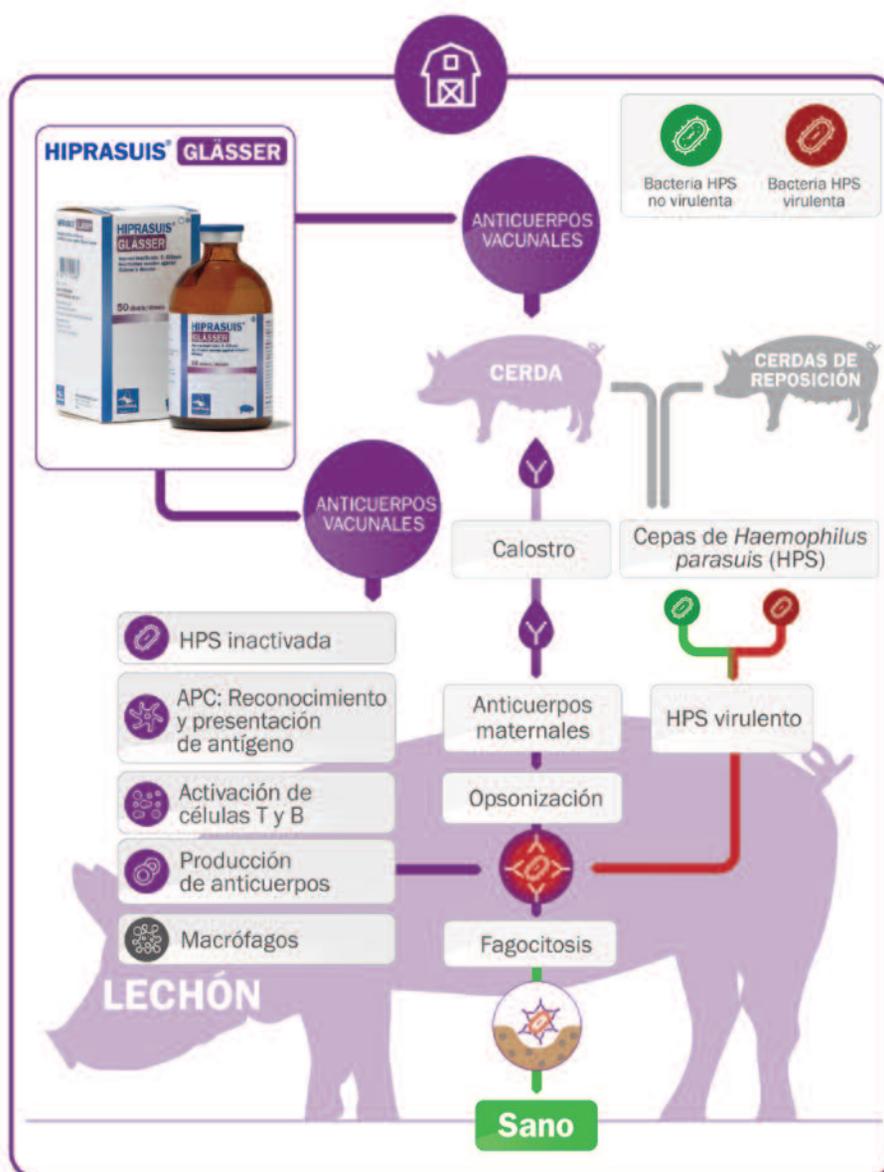


DIAGRAMA 1. Granja vacunada con HIPRASUIS® GLÄSSER.

totalidad de granjas, la enfermedad de Glässer sólo se observa en un número menor de ellas.

Los principales factores que afectan el desarrollo de la enfermedad de Glässer son la virulencia de las cepas de *H. parasuis*, la inmunidad de los lechones, la existencia de coinfecciones por otros patógenos y factores asociados al manejo, como la ventilación o la densidad de los animales.

Recientemente se ha determinado que la composición de la microbiota nasal puede afectar a la susceptibilidad de los lechones a sufrir esta enfermedad, ya que la microbiota nasal de lechones provenientes de granjas sanas presentó una mayor riqueza y diversidad bacteriana al momento del destete que la de los lechones de granjas con enfermedad de Glässer.

La reducción de la diversidad bacteriana de la microbiota es también un efecto no deseado de los antibióticos, que aumentaría la predisposición de los lechones a sufrir enfermedades.

La presencia de cepas virulentas en la granja constituye un factor de riesgo para el desarrollo de enfermedad por *H. parasuis*, mientras que la presencia de cepas no virulentas puede proporcionar protección frente a la exposición posterior a cepas virulentas.

La realidad en una granja suele ser compleja, ya que es habitual encontrar una alta variedad de cepas distintas, que pueden tener distinto potencial patógeno y distintas características antigénicas (serotipo). Por lo tanto, la caracterización de las cepas de *H. parasuis* es esencial para el diagnóstico preciso de la enfermedad y su control.

Además, la situación en las granjas puede complicarse por la presencia de otros patógenos en los animales. Se ha observado que la infección por algunos virus, como el virus del PRRS, PCV2 o el virus de la gripe, está asociada con una

mayor probabilidad de sufrir enfermedades bacterianas, como la enfermedad de Glässer.

Estas infecciones víricas provocan una alteración del sistema inmune que favorece que cepas con bajo potencial patogénico sean aisladas de lesiones, que por ellas mismas no podrían causar.

DIAGNÓSTICO CLÍNICO Y PATOLÓGICO

El diagnóstico de la enfermedad de Glässer, como otras enfermedades infecciosas, debe incluir el diagnóstico

clínico y patológico junto con la confirmación del agente etiológico en el laboratorio.

La enfermedad de Glässer se manifiesta con un cuadro clínico inespecífico de fiebre alta, tos, respiración abdominal, articulaciones inflamadas y cojera, y signos de afectación del sistema nervioso central, como decúbito lateral, pedaleo o temblores.

En la necropsia, los animales con enfermedad aguda presentan las lesiones típicas de poliserositis fibrinosa (Figura 2). Estas lesiones pueden incluir



FIGURA 2 (A)

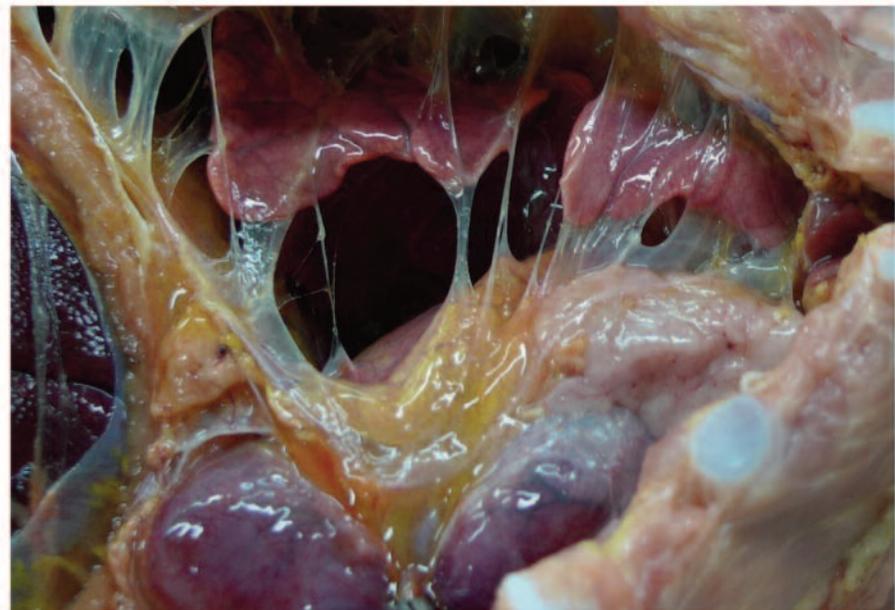


FIGURA 2 (B)



Grúas
SAN BLAS S.A.

MINICARGADORA S16 EARTHFORCE
MINICARGADORA **S16 EARTHFORCE**

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



EARTHFORCE
S16 / RADIAL

By  **Bobcat**

¡Rendimiento excepcional en los trabajos más exigentes!



+54 9 11 5416-3093

 WWW.GSB.COM.AR

 [@gruassanblas](https://www.facebook.com/gruassanblas)

 ventas@gsb.com.ar

pleuritis, pericarditis, peritonitis, artritis y meningitis.

En algunos casos puede observarse neumonía catarral purulenta. Algunos animales con signos clínicos leves o moderados pueden sobrevivir a la enfermedad, pero pueden quedar afectados de forma crónica. En estos animales se observa reducción en el crecimiento y en la necropsia pueden verse lesiones de poliserositis fibrosa.

DIAGNÓSTICO EN EL LABORATORIO

El aislamiento de la bacteria de muestras de las lesiones es esencial en el diagnóstico, ya que hay que descartar otros patógenos que pueden causar cuadros lesionales similares, como *Streptococcus suis*, *Mycoplasma hyorhinis* o *Escherichia coli* productora de toxina Shiga, que produce la enfermedad de los edemas.

Muestras para diagnóstico

Las muestras deben tomarse de lesiones sistémicas, evitando contaminaciones del medio ambiente o de la piel del lechón, ya que *H. parasuis* es una bacteria de crecimiento lento y las contaminaciones podrían enmascarar su presencia. Los fluidos de las cavidades afectadas son también una muestra adecuada para diagnóstico.

Para garantizar la supervivencia de la bacteria, las muestras deben transportarse en refrigeración y en el caso de hisopos, en medio de transporte Amies.

Las muestras del tracto respiratorio son más problemáticas, ya que los le-

chones son colonizados poco después del nacimiento y se pueden encontrar varias cepas en su cavidad nasal. Estas cepas incluyen cepas no virulentas, que son miembros de la microbiota respiratoria normal de los lechones.

Así, las muestras del tracto respiratorio superior no tienen valor diagnóstico, y las muestras de pulmón sólo deben tomarse en caso de neumonía.

Mientras que, como se ha dicho, existen varias cepas en una misma granja, normalmente es una única cepa la responsable del cuadro clínico. Si se aíslan varias cepas diferentes de las lesiones de los lechones, debemos cuestionarnos si no existe un proceso primario debido a otro patógeno que esté facilitando la invasión de cepas diversas de *H. parasuis* desde el tracto respiratorio superior.

Técnicas de diagnóstico

El diagnóstico en el laboratorio incluye técnicas clásicas de aislamiento bacteriano junto con técnicas de PCR tanto de identificación como caracterización. La aplicación de la PCR en la identificación acelera el diagnóstico, pero siempre es recomendable realizar el aislamiento bacteriano, ya que permite realizar técnicas de caracterización bacteriana complementarias.

Como se ha dicho anteriormente, *H. parasuis* incluye cepas no virulentas, y cepas virulentas capaces de producir enfermedad. La caracterización de la capacidad patogénica de una cepa puede ser un proceso complejo, que

implicaría realizar pruebas de virulencia tanto in vitro como in vivo.

Es evidente que esto no se puede realizar en un diagnóstico rutinario, pero ha sido la base de investigaciones que han llevado al diseño de pruebas moleculares.

Cabe destacar la aplicación de la PCR para determinar el serotipo y la capacidad patogénica de las cepas de *H. parasuis*.

PCR asociada a virulencia

La patogenia de la enfermedad de Glässer es un proceso complejo y ha sido objeto de múltiples investigaciones.

La identificación de factores de virulencia y genes asociados a cepas de origen clínico ha permitido diseñar varias PCRs con el fin de determinar el potencial patogénico de los aislados.

Recientemente se ha publicado la utilidad de las secuencias "leader" de los genes *vtaA* ("virulence-associated trimeric autotransporters") para predecir la virulencia de las cepas mediante una PCR (Figura 3).

Además, de acuerdo con la complejidad de la patogenia de la enfermedad, se ha desarrollado una PCR más compleja para detectar un conjunto de genes, cuya presencia está asociada a cepas aisladas de cuadros clínicos.

Estas PCR dirigidas a detectar cepas virulentas pueden ser aplicadas en muestras nasales y así detectar la presencia de cepas virulentas de *H. parasuis* en la granja y evaluar el riesgo a desarrollar la enfermedad de Glässer (Figura 3).



FIGURA 2 (C)



FIGURA 2 (D)



FIGURA 2 (E)

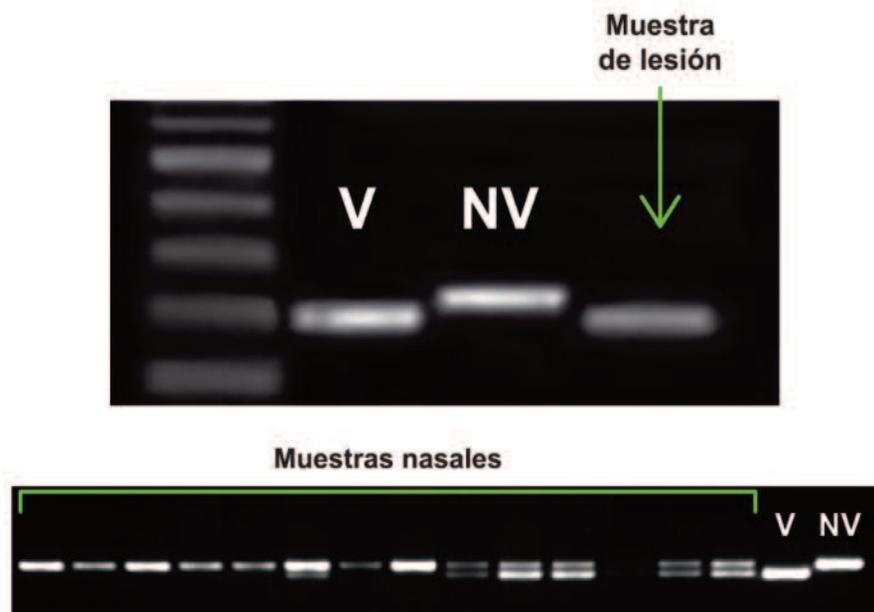


FIGURA 3. PCR para detectar las secuencias “leader” de los genes *vtaA*. Como controles, se incluyen una cepa de referencia virulenta (V) y una no virulenta (NV). En las muestras nasales se observan animales que llevan en la cavidad nasal sólo cepas no virulentas y otros animales con cepas virulentas y no virulentas.

CONTROL DE LA ENFERMEDAD DE GLÄSSER

Tratamientos antibióticos

El diagnóstico específico y completo es esencial a la hora de implementar medidas de control.

Los antibióticos administrados rápidamente siguen siendo útiles para el tratamiento de la enfermedad de Glässer, pero se han descrito muchas resistencias y multiresistencias en *H. parasuis*. La elección del antibiótico debe confirmarse con la susceptibilidad al mismo de la cepa que está ocasionando el brote clínico.

La vía parenteral sería la más recomendable, ya que los lechones afectados pueden tener una ingestión menor de pienso y agua. Por otro lado, el tratamiento colectivo de todo un lote y la prevención de los brotes clínicos mediante tratamientos metafilácticos perinatales está llamada a desaparecer

por la presión para reducir el uso de antibióticos y por su posible efecto deletéreo sobre la microbiota.

Hay que tener en cuenta que estos tratamientos se usan cuando los lechones comienzan a colonizarse y a desarrollar su sistema inmune.

Papel de los anticuerpos en protección

El papel de los anticuerpos en la protección frente a la enfermedad de Glässer está bien establecido, y se ha podido demostrar en experimentos de transferencia pasiva de anticuerpos.

Se ha demostrado que un papel relevante de los anticuerpos es la opsonización de las cepas para su detección y posterior captación por los macrófagos alveolares para su destrucción.

Así, las cepas virulentas, que son resistentes a la fagocitosis, tras su opsonización de vuelven sensibles a la misma.

Vacunación y Serotipos de *H. parasuis*

La vacunación es una herramienta que puede garantizar un nivel adecuado de anticuerpos en los animales.

Las bacterinas (cepas inactivadas) son capaces de inducir anticuerpos, aunque estos no proporcionan una protección universal frente a todas las cepas virulentas, sino que depende del serotipo de la cepa.

Algunos estudios han observado protección cruzada con algunas cepas de distinto serotipo, pero también se ha visto falta de protección entre cepas del mismo serotipo. Así, a la hora de implementar una vacuna es importante caracterizar el serotipo de la cepa que causa la enfermedad.

Se han definido 15 serotipos en *H. parasuis*, basados en antígenos solubles de las cepas. Los serotipos 1, 2, 4, 5, 10, 12, 13, 14 y 15 se han asociado con cepas virulentas, mientras que los serotipos 3, 6, 7, 8, 9 y 11 se han asociado a cepas no virulentas.

Sin embargo, esta asociación entre serotipo y virulencia no es estricta y existen cepas dentro del mismo serotipo con distinta capacidad patogénica.

Es posible que esta falta de asociación venga dada no sólo porque la virulencia del serotipo se definió con una única cepa de referencia, sino por problemas de repetitividad y estandarización de los resultados de la serotipación clásica.

Estos últimos problemas se han solventado con el desarrollo de un conjunto de PCRs que detectan genes específicos de cada serotipo. Estas PCRs permiten la serotipación molecular de las cepas, lo que supone un avance evidente por la mejora en la accesibilidad a la técnica (muy pocos laboratorios eran capaces de realizar la serotipación clásica) y por la fácil estandarización de este tipo de técnicas.



FIGURA 4. La toma de calostro es esencial para la salud de los lechones. La colonización por *Haemophilus parasuis* se produce en los primeros días de vida por contacto con la madre juntamente con la transferencia de los correspondientes anticuerpos a través del calostro.

Las autovacunas pueden considerarse como alternativa cuando las vacunas comerciales no presentan reacción cruzada con la cepa de la granja.

Sin embargo, hay que ser conscientes de que estos productos no pasan por los estrictos controles de seguridad y eficacia de las vacunas comerciales.

Finalmente, diversos estudios han identificado factores de virulencia, presentes únicamente en las cepas virulentas, que podrían usarse como vacunas dirigidas en exclusiva frente a las cepas capaces de producir enfermedad.

INMUNIDAD Y ENFERMEDAD

La colonización por *H. parasuis* se produce por contacto con la cerda juntamente con la transferencia de los correspondientes anticuerpos a través del calostro (Figura 4).

La toma de calostro es esencial en la salud de los lechones, que nacen sin protección inmunológica propia.

La enfermedad de Glässer es más habitual en la fase de transición, cuando, tras el destete, se produce una re-

ducción de los anticuerpos maternos. Esta reducción de anticuerpos maternos se observa normalmente a las 4-5 semanas de vida.

Para garantizar un nivel adecuado de anticuerpos en los lechones, se puede intervenir vacunando a cerdas o lechones. Los test de ELISA no son muy usados en el diagnóstico de la enfermedad de Glässer, pero pueden usarse para medir el nivel de anticuerpos en los animales.

CUÁNDO Y A QUIÉN VACUNAR

El análisis del nivel de anticuerpos en la granja puede ser muy útil para establecer un programa óptimo de vacunación, evitando la interferencia de la inmunidad maternal y asegurando un buen nivel de anticuerpos en el momento de mayor riesgo de desarrollo de la enfermedad.

La vacunación simultánea de cerdas y lechones es también una opción, pero los resultados en la literatura son más conflictivos, ya que en algunos casos se observó interferencia de la inmunidad

maternal y en otros no se observó esta interferencia.

En el último caso también se observó que la protección obtenida con la doble vacunación era equivalente a la de vacunar sólo cerdas.

En los cuadros de enfermedad muy tempranos, entre 4-6 semanas de vida, la opción preferente es posiblemente la vacunación de las madres, ya que la vacunación excesivamente temprana en los lechones podría verse afectada por la interferencia de la inmunidad maternal.

Además, el tiempo antes del brote es insuficiente para que la vacunación de lechones sea totalmente efectiva. La vacunación de cerdas favorece la transferencia a través del calostro de un nivel mayor de anticuerpos, que son detectables hasta las 6-8 semanas de vida de los lechones. Además tiene el efecto de reducir la colonización de los lechones por *H. parasuis*, lo que podría favorecer un mayor control de la enfermedad.

Si la enfermedad aparece más tarde, a partir de las 8 semanas de vida, la opción de vacunar a los lechones sería más adecuada para garantizar que en el momento del brote tengan un nivel suficiente de anticuerpos.

Un caso especial en que también se debería considerar la vacunación es antes de introducir animales de reposición desde núcleos de muy alta sanidad. Esta reposición debería vacunarse en origen.

REFLEXIÓN FINAL

Tras un diagnóstico detallado para determinar la causa primaria de los cuadros clínicos, las vacunas frente a enfermedades bacterianas tienen que ganar el terreno ocupado por los antibióticos para el control de estas enfermedades. ■

.....
 Virginia Aragón,
 Investigadora del IRTA-CRESA,
 Barcelona (España)

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

MIL MANERAS DE COMER POLLO



GRANJA
TRES ARROYOS

SABEMOS MUCHO DE POLLO

Hace falta un cambio de paradigma en la mirada política hacia el sector

Crecen las exportaciones pero en un contexto de fuerte baja de los precios internacionales de la carne y, al mismo tiempo, no se atiende la necesidad de respuestas de parte de la política para que mejore la competitividad sectorial. Por el contrario, crece la presión fiscal que complica más el escenario.

Novedades con el coronavirus se imponen al tratamiento, recientes noticias desde China sobre supuesta presencia de virus en packaging han puesto en alerta al sistema sanitario mundial. En el caso de Argentina y en especial en la industria cárnica se trabaja con adecuadas medidas de prevención y en conjunto la industria y las autoridades daremos las explicaciones que la razón y la ciencia pueda producir.

Recientemente un integrante de FIFRA, el Dr. Sebastián Bendayán, participó de la CIIE en Shangai en representación de IPCVA y pudo vivenciar las precauciones que China adopta en cuanto a los controles para extranjeros, con una cuarentena de 14 días, hisopado previo a las partida y 3 nuevos hisopados durante el arribo y cuarentena, más otro ante un requerimiento luego de la misma, es decir que somos conscientes de la seriedad con que en China se han tomado el control del virus luego que su inicio de diera allí y por ende intentamos entender el control puesto sobre la mercadería que ingresa.

En la edición 2019 de la CIIE los importadores chinos comenzaron a bajar los precios de la carne mientras que en esta ocasión se mantuvieron. Tal como lo venimos diciendo, China compra más cantidad pero a menos valor.

Con el rebrote de Europa también cayeron las ventas y los precios de lo que se envía al viejo mundo. Estas circunstancias que afectan al mercado externo pueden llegar a aminorar la producción que viene sostenida.

La faena de octubre con 22 días hábiles fue de 1,26 millones y resultó la más alta del año, pero se redujo el promedio diario respecto de septiembre. Como ya dijimos, de proyectar estos valores cerraríamos el año con una faena alrededor de 14 millones de animales.

El mercado interno se mantiene firme y bien abastecido por las carnes principales, con un maíz que ha duplicado su precio y hace que las distintas producciones requieran de nuevos valores de equilibrio.

Por la razón anterior y ante la situación de los mercados externos, desde el sector seguimos insistiendo con la reducción de los derechos de exportación a efectos de dotar de competitividad a los actores de la cadena cárnica.

En los planteos por mejorar la competitividad sin efecto fiscal, FIFRA a través de las entidades que la componen (CAFRISA, CICER y AFIC) solicitaron a los diputados la inclusión del servicio de faena en la ley de IVA con alícuota reducida como parte de la ley de presupuesto, pero lamentablemente no fue considerada. El pedido fue realiza-

do a todos los diputados de los partidos de las provincias de Entre Ríos, Santa Fé y Córdoba. El planteo fue expuesto en unas de las reuniones de octubre pero pareciera que para las autoridades de la Comisión y de muchos de los integrantes del Congreso Nacional la competitividad y transparencia de la actividad productiva carece de relevancia.

También es preocupante la aparente suba en las alícuotas de los ingresos brutos por parte de muchas provincias. Está hartado demostrado que es un impuesto acumulativo y distorsivo, que encarece la carne, genera artimañas evasoras o elusivas y resta competitividad a todo el sector. Debería estar en su mínima expresión si hubiera continuado la rebaja prevista en el pacto fiscal, es decir un 0,5%, por el contrario están hablando de alícuotas muy por encima del 1,5%.

Desde el Consejo AgroIndustrial Argentino se están haciendo denodados esfuerzos para generar acciones, propuestas, normas, que generen confianza para promover inversiones y fortalecer la actividad exportadora como actividad generadora de empleo y divisas. Muchos funcionarios lo comprenden y ayudan, otros todavía no y esas fuerzas contradictorias hacen que el estancamiento continúe. Ojalá podamos avanzar con cambios reales de paradigmas. ■

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*

*Biomim® BBSH 797, Mycofix® Secure & FUMzyme®

Distribuidor oficial



mycofix.biomin.net

Naturally ahead

≡ Biomin® ≡

La verdad de la milanesa.

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

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



CABAÑA AVÍCOLA

Feller**Calisa**

GRUPO

Motta[®]

La seguridad de la experiencia.