Junio 2022, Año 20 número 234, Distribución gratuita, ISSN1667-0566

MOTIVAR

EL PODER DE UN BUEN ASESORAMIENTO

El MV Luciano Farisano nos cuenta todo sobre la expansión de El Retorno Agroveterinaria en Ranchos, Buenos Aires.
Pág. 22 a 24.

CLAVES PARA OFRECER PLANES SANITARIOS

Se comparten claves estratégicas para armar, valorizar, difundir y dar seguimiento a las propuestas que se realizan a los productores.
Pág. 40 a 42.

EL NUEVO ROL DE LA MEDICINA FELINA

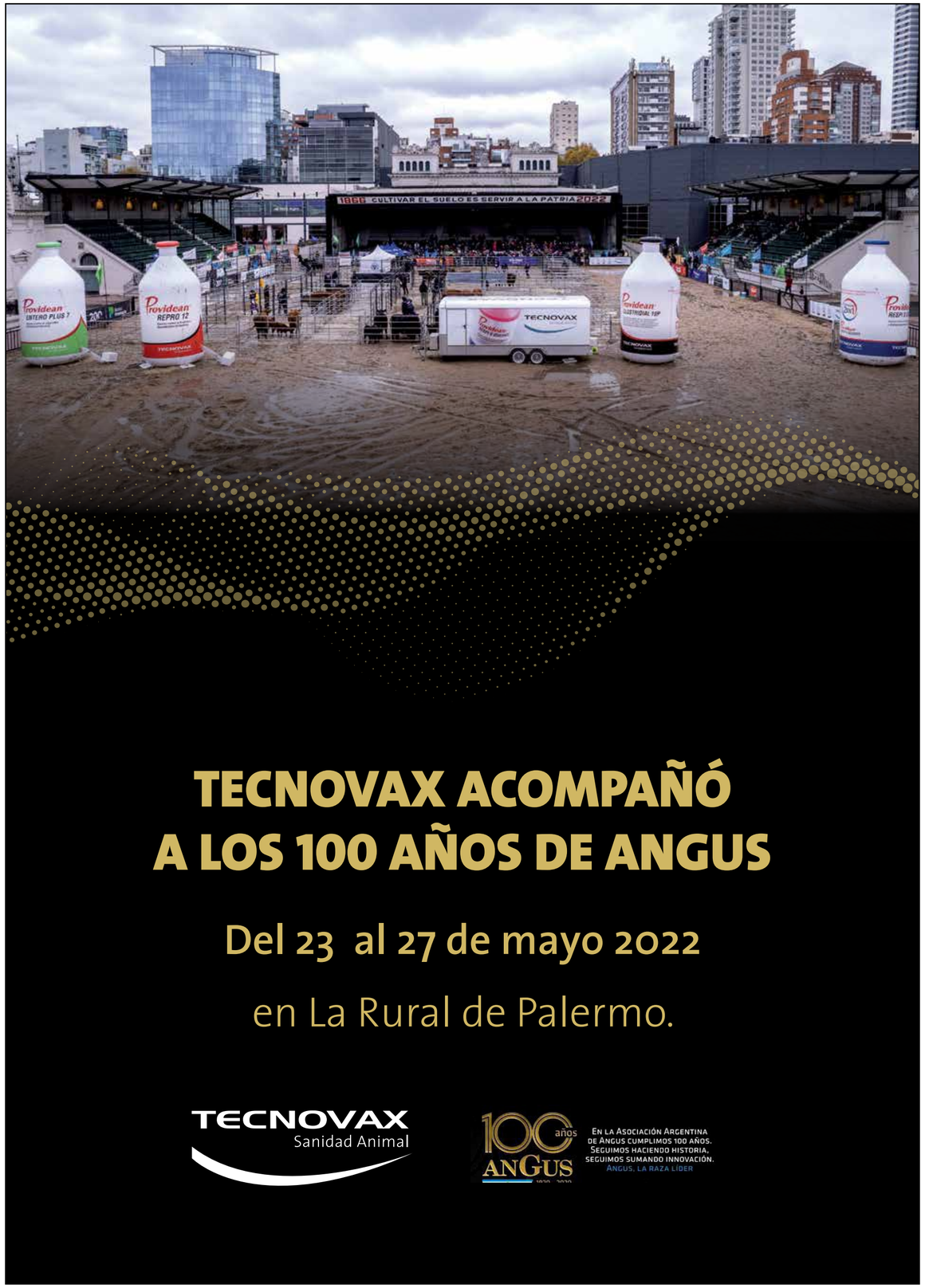
La presidenta de AAMeFe, María Teresa Caher, analiza la actualidad de la especialidad en Argentina y la región.
Pág. 46 y 48.

UNA HISTORIA LIGADA A LA INNOVACIÓN

En exclusiva, entrevistamos a los principales referentes de Vetanco, en el año de su 35° aniversario.
Pág. 58 a 60.

A meses del Mundial de Fútbol en Qatar y con toda la expectativa puesta en la selección nacional, planteamos en esta edición una competencia paralela entre las industrias de salud animal. ¿Cómo está posicionada Argentina? ¿Cuál es nuestro rival directo en la fase de grupos? ¿Quién se quedará con el torneo de un rubro que ya factura US$ 39.000 millones a nivel global? **Páginas 50 a 52.**

ANTIPARASITARIO
SUPERIOR
3,5%
DORAMECTINA
Dovertec®
DORADO
Eficaz contra Ura
30 días de poder residual absoluto contra Garrapatas
100% eficaz contra Parásitos Gastrointestinales
Eficaz contra Bicheras
www.over.com.ar
over®
MEDICINA VETERINARIA
+40
DESDE · 1981


1866 CULTIVAR EL SUELO ES SERVIR A LA PATRIA 2022
Providean
TECNOVAX
TECNOVAX ACOMPAÑÓ
A LOS 100 AÑOS DE ANGUS
Del 23 al 27 de mayo 2022
en La Rural de Palermo.
TECNOVAX
Sanidad Animal
100 años
ANGUS
En la Asociación Argentina de Angus cumplimos 100 años.
Seguimos haciendo historia,
seguimos sumando innovación.
ANGUS, LA RAZA LÍDER

UN PRODUCTO DE

CARRETELES RAFAELA

ARGENTFLEX BIO

CARAVANAS COMPOSTABLES

LA PRIMER CARAVANA COMPOSTABLE DEL MUNDO

Creamos ArgentFlex Bio, la primer caravana compostable del mundo.

El primer paso de nuestro compromiso hacia un campo más sustentable.

ArgentFlex Bio es fabricada con **EcoVio**, un polímero de última generación desarrollado por BASF, biodegradable y compostable.

Su estructura molecular permite que todos los microorganismos lo digieran bajo condiciones específicas de **compostaje industrial.**

Este material mantiene la elasticidad, resistencia al agua y al desgarro, características indispensables para el correcto funcionamiento de una caravana.

Si bien los materiales con los que está hecha **ArgentFlex Bio**, son 100% biodegradables, **mantienen la flexibilidad y resistencia al agua y al desgarro** que necesita una caravana.

Sólo es compostable en conciciones de compostaje industrial. Necesita de una temperatura específica, humedad y presencia de microorganismos como lo son hongos y bacterias. Por ello, **en ningún punto la caravana se va a desintegrar o descomponer en la oreja del animal.**

Una vez que decidas tirarla, te pedimos que la deposites con los **residuos orgánicos.**

BASF
We create chemistry

ArgentFlex Bio nace de nuestro compromiso de colaborar en reducir la huella de carbono.

Biodegradabilidad, Compostabilidad y Nulo impacto ambiental son las características que hacen única a nuestra caravana.

Te invitamos a sumarte a nuestro proyecto y aportar entre todos a un ecosistema más sustentable.

Nuestras caravanas **son reutilizables**, ya que cuentan con una abertura. Se ofrecen lisas o numeradas, en tres tamaños: Chica, Grande y Extra Maxi.

Contamos con 13 colores:

CONOCÉ MÁS

REALIZÁ TODOS TUS PEDIDOS A TRAVÉS DE:

PÁGINA WEB
www.carretelesrafaela.com.ar

NUEVA APP (Desc.Google Play)
ArgentFlex

CASA CENTRAL RAFAELA
Cpto. Elías Zurbriggen 395 (Esquina Eloy Gaitán) 03492 578205 / 578733

SUCURSAL BUENOS AIRES
John Cooke 3145
03492 15571518
011 1558526812

SUCURSAL CARLOS CASARES
Acceso R. Mouras 304 - Bs. As.
02395 433602

SUCURSAL BAHÍA BLANCA
Pedro Pico 52
Bahía Blanca
03492 243954

SUCURSAL RÍO CUARTO
Roma 2550
Córdoba
03492 206872

SUCURSAL CORRIENTES
Chacabuco 1577
Corrientes
0379 4430716

SUCURSAL SANTA ROSA
Av. Stgo. Marzo 1909 - La Pampa
03492 691413

krönen

DISTRIBUIDORA VETERINARIA

Promo Línea Antiparasitarios Externos Pequeños Animales

COMPRANDO
Power Ultra / Spot On / Met

+

Power Comprimidos

TE LLEVÁS DE REGALO

1 Chaleco Microfibra

Consulta bases y condiciones.

kronenvet.com.ar ventas@kronenvet.com.ar

20 AÑOS
ESTO RECIÉN COMIENZA...

Promo Línea Cardiológica

COMPRANDO
Pragma (presentaciones de 2.5 mg, 5 mg y 10mg)

+

Pimobendán (presentaciones de 2.5 mg, 5 mg y 10mg)

TE LLEVÁS DE REGALO

1 Chaqueta veterinaria

Consulte bases y condiciones

kronenvet +54 9 221 6374218

Editorial

LUCIANO ABA
luciano@motivar.com.ar
@aba_luciano

¿A quién le hablamos cuando hablamos de sanidad?

Con el paso del tiempo, se han ido modificando las estrategias de comunicación de los laboratorios veterinarios. Volcadas hace un tiempo a difundir y buscar diferenciarse de sus competencias sobre la base de la calidad de los productos que elaboran o comercializan, hoy el desafío pareciera no estar tan ligado al mensaje que se transmite sino principalmente a su destinatario.

¿Cómo es esto? Claro, nos referimos a un concepto de comunicación mucho más "marketinero" que tiempo atrás, mucho más focalizado en la generación de demanda que en el contenido en sí mismo. Pero ¿se puede hacer una separación tan clara entre estas dos variables? A veces sí y a veces no, como en muchas cosas de nuestras vidas.

Quizás un buen ejemplo para graficar este punto sea lo ocurrido en las últimas décadas con la comunicación de las empresas de nutrición animal, específicamente enfocadas al segmento de perros y gatos, las cuales orientan cada vez más sus discursos al público en general, que al canal profesional veterinario. Y no se trata solo de cantidad de contenido, sino básicamente de los recursos que a la difusión de los mismos se le destina.

¿A quién le hablan las empresas de salud animal? ¿A los dueños de los animales?, ¿a los veterinarios?, ¿a algún otro intermediario que pueda amplificar lo que se dice?

Estas preguntas no son menores.

Como tantas otras veces hemos manifestado desde **MOTIVAR**, el hecho de definir correctamente los mensajes a transmitir es casi tan importante como el hecho de tener bien claro a quién estoy dirigiendo los esfuerzos.

No se trata de si es correcto o no.

Se trata de analizar la tendencia.

¿Es el contenido publicitario realmente contenido de valor? ¿Cuál es su objetivo?

¿Informar? ¿Vender? ¿O ambos?

MI REINO POR UNA CONVERSIÓN

Una de las grandes paradojas con la que convive el sector de laboratorios veterinarios en Argentina, la región y el mundo, tiene que ver con que, si bien hoy la inversión a realizar para generar mensajes masivos es supuestamente menor gracias al impulso que tomaron las redes sociales y los medios digitales por sobre los tradicionales, la dificultad radica en la posibilidad concreta de poder medir de qué manera ese desembolso económico se "convierte" en algo.

¿En algo como qué? Un click por ejemplo… una visualización y hasta, por qué no, una venta. ¿Le hablo a los veterinarios para que compren mi producto y luego busquen la forma de venderlo?

¿Se los vendo y, a la vez, genero demanda desde la comunicación para que se los pidan y compren?

¿Me alcanza para hacer el combo?

Este es el punto. Este es el dilema.

Ni ético, ni moral, hablamos de un desafío que tiene que ver con enfoques, estrategias y visiones.

Mientras que hoy suena tentador generar demanda en el consumidor final porque luego el canal comercial "se ocupará" de abastecer los puntos de venta, muchas veces vemos empresas que quedan a mitad de camino.

De hecho, una de las grandes dicotomías de este tema se vincula estrechamente con las cuentas de las empresas en las redes sociales. ¿Quiénes son los seguidores de las empresas?

¿Son profesionales? ¿No lo son?

Saberlo será clave para establecer no solo los mensajes, sino también los tonos y objetivos.

¿Están estos interrogantes resueltos?

Y LO MISMO CON LOS VETERINARIOS

Las y los veterinarios tienen vocación por comunicar. Puede que no siempre de manera organizada y planificada, pero la vocación es total y permanente.

En la clínica, en la manga, en el campo, en las escuelas, las radios y la televisión. En YouTube, Instagram y hasta por medio de grupos de WhatsApp. Pero siempre con el mismo desafío: ajustar el mensaje al destinatario final.

No es lo mismo buscar concientizar a una familia sobre la importancia de vacunar a una mascota, que compartir información técnica entre colegas para debatir cuestiones profesionales.

El tono y el léxico no son los mismos para cada caso… o al menos no deberían.

Hablarle a un productor, no es lo mismo que hablarle al encargado de un campo o al personal que se dedica a las tareas habituales en los establecimientos ganaderos, por citar solo un ejemplo.

¿Se trata solo de quitarle palabras "técnicas" al discurso?

No, va mucho más allá.

Se trata de definir objetivos concretos.

Capacitar, vender, generar demanda, imponer mensajes, abrir debates… todo esto se puede hacer con la fuerza de la palabra.

Y se hace, ¿pero con qué objetivo?

En **MOTIVAR** tenemos claro a quienes le hablamos: por un lado, a la industria de laboratorios, a los distribuidores y a todo el conjunto de profesiones, empresas y organismos que los rodea.

Y, por el otro, a los veterinarios para que se informen, actualicen y encuentren un camino que les permita bajar todo ese contenido a sus clientes, sean estos tutores de perros y gatos, productores de cerdos, de aves o de bovinos.

No es lo mismo el tambero que el veterinario especializado en reproducción.

El mensaje puede ser parecido, pero de ninguna manera el mismo.

Lo sabemos y por eso en el año de nuestro 20° aniversario, no solo avanzaremos en este sentido, sino que seguiremos focalizando la segmentación.

Del nicho, al nicho del nicho; con contenidos de valor, con información actualizada y el firme objetivo de que es el canal profesional al que tenemos que apuntar todos nuestros cañones.

@fortin_oeste
En la manga, trabajando a diario.

@dolortvet
En los medios de comunicación.

¿Quiénes son los seguidores de las empresas del rubro en las redes sociales? ¿Son profesionales? ¿No lo son? Saberlo será clave para establecer no sólo los mensajes, sino también los tonos y objetivos.

@fatrovonfranken
En capacitaciones para veterinarios.

@intamercedes
En el campo, donde las cosas pasan.

LECTURA SUGERIDA

Patrocinada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Nación, el INTA y el Senasa, está disponible la Guía de Aplicación sobre los principales estándares del bienestar animal aplicado a la cría, faena y transporte de ovinos en nuestro país. Además, el material oficial comparte estadísticas sobre el avance de la actividad en nuestro país.

ESCANEÁ EL CÓDIGO QR Y DESCARGÁ EL DOCUMENTO COMPLETO EN PDF

MOTIVAR

pmotivar | pmotivar | pmotivar | motivarok | Periódico MOTIVAR | +54 911 6425 3333

Director
Luciano Esteban Aba
(011) 15-5014-1296
luciano@motivar.com.ar

Diseño y fotografía
Nicolás de la Fuente
(011) 15-6131-9954
nicolas@motivar.com.ar

Dirección de Marketing
Margarita Briceño
(011) 15-7045-7170
margarita@motivar.com.ar

Publicidad
publicidad@motivar.com.ar
(011) 4717-2153

Impresión Mariano Mas SA

Redactores
Guadalupe Varelli
guadalupe@motivar.com.ar
Facundo Sonatti
redaccion@motivar.com.ar

Fecha de cierre de esta edición:
3/6/2022

Asociación de ideas SRL

MOTIVAR es una publicación propiedad de Asociación de ideas S.R.L., Monseñor Larumbe 1750, Martínez (B1640GYJ), Buenos Aires, Argentina. Tel/fax: (011) 4717-2153.

Los artículos firmados no representan necesariamente la opinión de esta publicación, como así tampoco los contenidos vertidos en las publicidades. Los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido o autoría. Prohibida la reproducción total o parcial de todo material incluido en esta publicación sin previa autorización escrita de la editorial.

ISSN: 1667-0566. RPI N°: 732146

Visitá nuestra web o Redes Sociales y entérate de todas las novedades!

RVRC | Richmond Veterinary Research Center

SERVICIOS A TERCEROS
20 empresas confían en nuestro servicio
Planta certificada en **23** países

Toda nuestra calidad, servicio y tecnología, a su disposición

Para que proyecte la evolución de su negocio farmacéutico en calidad, tiempo y cantidad, de acuerdo a sus objetivos.

Elaboración y Dosificado Inyectables | Comprimidos | Líquidos | Semisólidos
Acondicionamiento GS1 Hormonales | Psicotrópicos
Depósito y Áreas Segregadas
Control de Calidad y Desarrollo Galénico

Atención exclusiva: (011) 4463-0663 Int. 109 acalidad@richmondvet.com.ar richmondvet.com.ar/rvrc

GMP CERTIFICATE SENASA BPFPV Richmond Vet Pharma

INTERPRETACIÓN DE LAS BOSTAS EN EL FEEDLOT

A veces el trabajo puede ser muy duro, o muy blando

NOTA DE OPINIÓN POR:
Fernando Grippaldi
patacon1966@gmail.com
@patacongrippaldi

Ver y entender. A la observación hay que sumarle sentido común y la consideración de factores externos.

Clave. "No es igual el bosteo de un animal enfermo que el de uno sano".

Hoy, en esta nueva ronda de mates, nos metemos en un tema de mucha importancia: la lectura e interpretación de bostas.

En las recorridas por los corrales una de las cosas a tener en cuenta es la observación de las bostas que, junto con el comportamiento de los animales y la lectura de los comederos, nos darán una noción de cómo estamos haciendo las cosas. Esto nos permitirá mantener acciones o corregirlas, para que la producción sea más eficiente.

No siempre se pierde plata… Muchas veces se deja de ganar.

¿Qué debemos observar en la bosta?

Tamaño: Deberá ser acorde al peso vivo del animal.

Si la bosta es muy chica, puede ser por varias causas: le estamos errando en la cantidad de comida; los animales comen poco porque la ración está fibrosa, con olor o mal gusto; o están cursando una acidosis o alguna otra patología.

No siempre se pierde plata… Muchas veces se deja de ganar.

Consistencia: En este caso, tenemos que diferenciar qué categoría estamos viendo, porque la ración será distinta. A grandes rasgos, la de recría es más firme y la de terminación un poco más blanda y abierta. Pero cuando digo blanda, no digo líquida, con globitos, olor ácido y de color verde-grisáceo.

Muy firme tampoco. En este caso nos estamos excediendo en la cantidad de fibra o la misma es de muy baja digestibilidad, e hilando un poco más fino baja calidad o poca cantidad de proteína, como la de vaca de cría, en invierno.

Color: Generalmente, las heces tienen color verde oscuro cuando se alimentan con pastos. Si los animales consumen heno, se ven más oscuras, entre café y oliva, o amarillas si la alimentación se basa en una Ración Totalmente Mezclada (TMR). Y si en la ración incorporamos soja en grano como fuente de proteína, tendrá un color amarillento.

En los corrales de recepción, debemos estar atentos si en la bosta vemos algunos hilos de sangre.

Y si se animan…también los invito a testear el olor. . .

¡Acá los quiero ver! (en mi caso, sólo puedo contarles información bibliográfica de esto…).

Olor: Debe ser intenso o fuerte, pero no desagradable. Ni ácido, ni podrido.

Fácil: olor a bosta. Ese que los veterinarios sentimos y sin problemas decimos: "¡Cómo me gusta el olor a bosta!".

Esta lectura debemos hacerla siempre una vez que ha finalizado el período de adaptación, tanto en los recién llegados al feedlot como en los cambios de ración (transición de recría a terminación).

Además, debemos tener en cuenta qué categoría estamos viendo: un animal en adaptación, recría o terminación no bostea igual.

Tampoco es igual el bosteo de un animal enfermo al de uno que está sano. En este caso veremos no solo su aspecto, también veremos el tamaño, ya que enfermo seguro come poco.

Además de ver los problemas, estas observaciones nos permitirán identificar trastornos propios del animal y, a veces, sugerirnos ciertas cosas: incorrecta preparación de la ración, mal mezclado, faltante y/o exceso de algún ingrediente, distribución despareja en la línea de comederos.

Pero a la observación hay que sumarle sentido común y la consideración de algunos factores externos como clima, estrés, barro, etc.

Aprender a interpretar las bostas puede darnos mucha información que, en conjunto a la lectura de los comederos, el aspecto de los animales y su comportamiento, nos ayudará a tomar decisiones en tiempo y forma.

¿Cuántas bostas debemos observar?

Podemos dividir el corral en 4 y ver en cada cuarto cuántas bostas son normales y cuántas no, o visualmente tomar una muestra del 10% de las bostas de todo el corral. En resumen:

Lectura de la unidad "Bosta":

- Luego del periodo de adaptación. En período de adaptación siempre la lectura es despareja.
- Mucha atención en diarreas con sangre (Coccidiosis, micotoxinas).
- Diferenciar entre corrales de recepción, recría y de terminación.
- Bostean 10/15 veces por día. La cantidad variará por la calidad y cantidad de la ración.
- Bostas duras sólo en adaptación.
- Aumento de deposición blanda luego de arreos o movimientos, estrés por calor.
- El picado de sorgo puede engañar (más secas).
- Mayor variación en bosta indica selección en la ración.
- No siempre los excesos producen alteraciones, otras veces también es la deficiencia de cantidad y/o calidad de los ingredientes de la ración.

Aprender a interpretarlas, puede darnos mucha información que, en conjunto con la lectura de los comederos, el aspecto de los animales y su comportamiento, nos ayudará a tomar decisiones en tiempo y forma. AR

Lo abordado aquí por el MV Fernando Grippaldi está a disposición a través de charlas presenciales o virtuales, destinadas a productores, técnicos y operarios.

HISTÓRICO TRASLADO DE MATADEROS A CAÑUELAS

Bienestar, medio ambiente y sanidad, claves del nuevo Mercado Agroganadero

» Andrés Mendizábal, consignatario y presidente del Mercado Agroganadero de Cañuelas (MAG), repasa los detalles de la mudanza que requirió más de US$ 20 millones de inversión.

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Desde cero. Las nuevas instalaciones contemplan cuestiones estratégicas que en el anterior Mercado de Liniers no existían, esto fue clave para recibir financiación.

El martes 17 de mayo se concretó la mudanza definitiva del Mercado de Hacienda de Liniers (por donde pasa el equivalente a un 15% de la faena bovina nacional) al nuevo predio de 110 hectáreas sobre la Ruta 6, en Cañuelas, siempre en la provincia de Buenos Aires.

Después de 122 años, donde el mercado concentrador operó en el barrio de Mataderos y tras una inversión de alrededor de US$ 20 millones proveniente de 45 consignatarios en una asociación que, por el número de socios, resulta inusual en la Argentina, hizo su apertura oficial el Mercado Agroganadero de Cañuelas (MAG).

"A la hora de consagrar el proyecto se pensó en la sustentabilidad ambiental y el bienestar de los animales", asegura Andrés Mendizábal, consignatario y presidente del MAG en diálogo con **MOTIVAR**. "Mientras que en Liniers un animal recorría 4.500 metros entre su ingreso y salida, acá y en todo el proceso, solo recorrerá alrededor de 500", sentencia a modo de ejemplo.

Y agrega: "Todo está pensado para que sea ágil y lo menos traumático para el animal. De hecho, las 17 bajadas de toros (atracaderos) son todas curvas, diseñadas en base a las recomendaciones de la especialista Susan Temple Grandin, pensando siempre en el bienestar animal".

"Todo está pensando para que sea ágil y lo menos traumático para el animal". Andrés Mendizábal, consignatario y presidente del MAG.

Las ventajas del nuevo predio

"Los aspectos principales que tuvimos en cuenta en materia de infraestructura es haber techado 4,5 hectáreas (45.000 metros cuadrados) para evitar el estrés calórico de los animales. A su vez, todas las estructuras y los 450 corrales se construyeron de caños de acero galvanizados", detalla Mendizábal en clara contraposición con la madera del ahora antiguo mercado porteño.

Y amplía: "Las columnas conducen toda el agua de lluvia que se acumula en los techos hacia un aljibe paralelo al mercado para reutilizarla en las 10 naves que montamos para lavar una decena de camiones en simultáneo. A su vez, el techo está pensado para que en un próximo paso se instalen paneles solares para generar energía de forma sustentable".

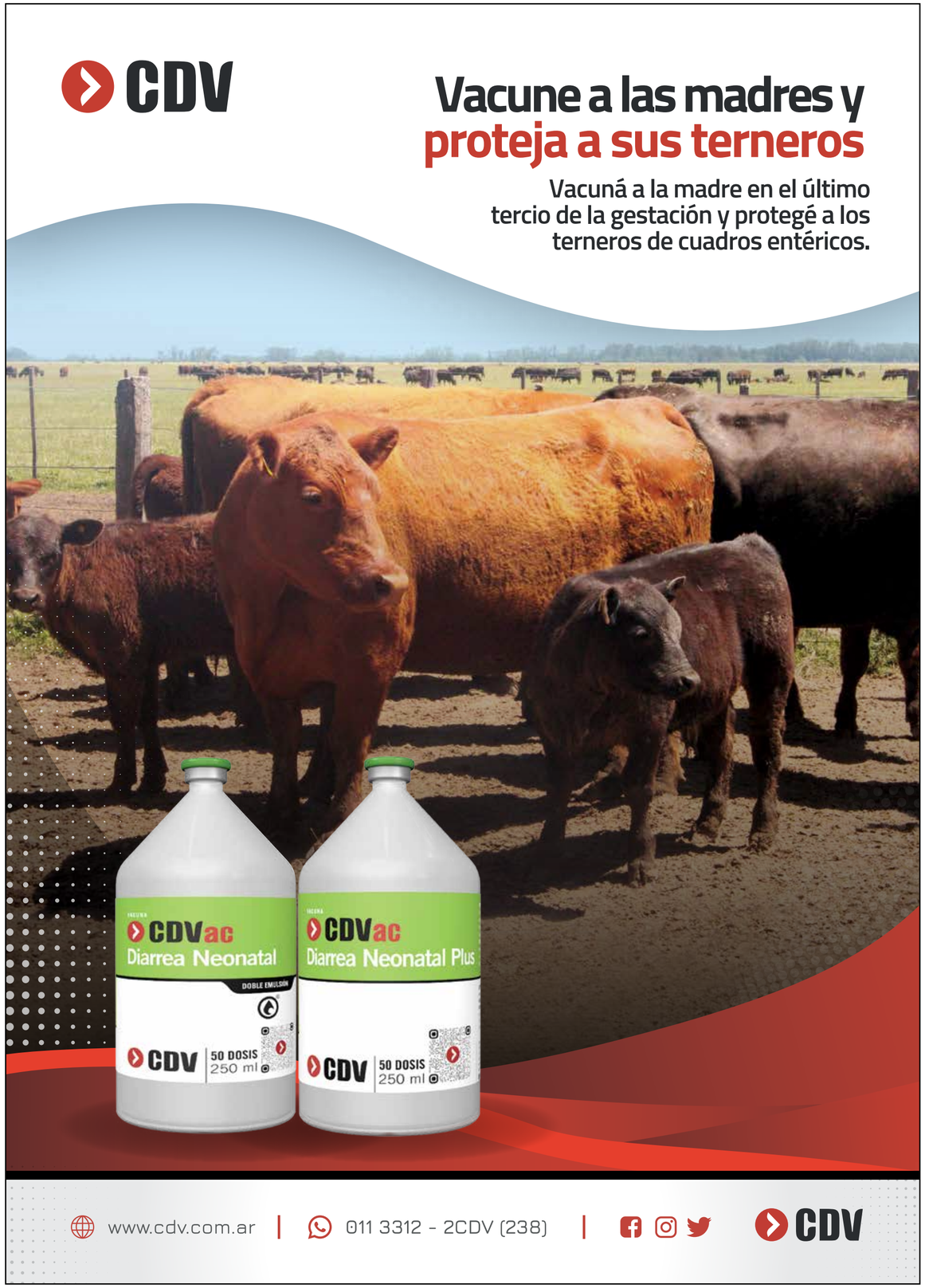
El proyecto se concibió de la mano de desarrolladores y estudios de arquitectura que participaron del armado del master plan con el asesoramiento de especialistas de Australia y Nueva Zelanda, dos países que son referencia en ese sentido.

Sin embargo, ninguno cuenta con una estructura del tamaño que alcanzará el MAG en Argentina.

"Estamos operando con una capacidad de 10.000 cabezas, pero ya cuando se termine el sexto módulo, alcanzaremos las 12.000 diarias. A su vez, está contemplada una nueva ampliación para llevarlo a 16.000 cabezas, algo único en el mundo", asegura Mendizábal.

El MAG tiene un sector sanitario con

Continúa »»



Van por más. El proyecto también contempla el desarrollo del Polo Agroganadero Comercial para fomentar la interrelación entre productores, consignatarios, transportistas y frigoríficos.

"Los tres médicos veterinarios de la autoridad sanitaria tienen un espacio que no existía en Liniers. Aquí podrán hacer el control sanitario integral y en caso de la aparición de alguna enfermedad se podrá seguir toda la trazabilidad para determinar de qué establecimiento provino".

una sala de necropsia y un matadero de emergencia con la presencia del Senasa.

"Los tres médicos veterinarios de la autoridad sanitaria tienen un espacio que no existía en Liniers. Aquí podrán hacer el control sanitario integral y en caso de la aparición de alguna enfermedad se podrá seguir toda la trazabilidad para determinar de qué establecimiento provino", explica el presidente del mercado a **MOTIVAR**.

La estructura también permitiría ser más eficiente a partir de una planta de efluentes y otra de compostaje donde todos los líquidos se tratan en el mismo lugar, algo que tampoco contaba el Mercado de Hacienda de Liniers.

"El compostaje derivado de los desechos de los animales será tratado por una empresa tercerizada, otro de los diferenciales del proyecto debido a que al estar techado y con 55.000 metros cuadrados de pisos de hormigón se evita su rápido deterioro", asegura el también ganadero. Y destaca que, de no haber concebido todo el complejo con una mirada sustentable hubiese sido imposible acceder al financiamiento.

El proyecto integral no termina en el mercado concentrador, el plan contempla también el desarrollo del Polo Agroganadero Comercial (PAC) de Cañuelas, donde se sumarán hoteles, espacios comerciales y residenciales para optimizar la interacción de productores, consignatarios, transportistas y frigoríficos en esta nueva etapa del mercado de referencia de la carne bovina argentina. AR

INDUSTRIA

Nueva solución contra la salmonelosis bovina

» Biogénesis Bagó presentó Bioeneterotec, la vacuna que se aplica a las hembras en el último trimestre de gestación y a bovinos de distintas categorías expuestos a la enfermedad.

Biogénesis Bagó lanzó Bioeneterotec, la vacuna que previene la salmonelosis, principalmente en terneros. Esta es una enfermedad infecciosa causada por la bacteria salmonella.

En bovinos, se presenta sobre todo en la producción intensiva y la semi-intensiva, en particular en tambos. Las presentaciones clínicas de la salmonelosis bovina son variadas destacándose las diarreas, muerte de terneros y abortos en hembras.

Con la producción y el lanzamiento de Bioenteretec, Biogénesis Bagó, sigue optimizando la sanidad de la producción bovina con soluciones que previenen la diarrea, una de las principales enfermedades y causa de muerte de los terneros de hasta 30 días de vida.

Bioenterotec. Para prevenir las diarreas.

La vacuna está especialmente indicada para los cuadros entéricos y septicémicos asociados a las bacterias Salmonella dublin y Salmonella typhimurium, los principales serotipos que afectan al bovino y que forman parte de la composición de la vacuna.

Se sugiere aplicarla en dos dosis, con un intervalo de 30 días, en animales primovacunados y en hembras gestantes en el último tercio de la gestación, dos dosis 60 y 30 días antes del parto. Así, se asegura la inmunidad al ternero a través del calostro.

Además de Bioenteretec, la firma cuenta en su porfolio con otras soluciones pensadas para la etapa de preparto en bovinos.

Entre ellas: Rotatec J5, vacuna que permite prevenir la diarrea neonatal transmitiendo anticuerpos al ternero a través del calostro de la madre; y Adaptador Min y Vit, un poderoso antioxidante que aporta minerales como el cobre, zinc, selenio y manganeso, y vitaminas A y E que fortalecen el sistema inmunitario de las vacas y terneros y potencian la producción. AR

EN BUSCA DE SOLUCIONES PARA LOS LABORATORIOS VETERINARIOS

Importaciones: gestión de Caprove ante el Banco Central

» Tras una reunión concretada en mayo, se avanza en liberar algunas posiciones arancelarias para el ingreso de insumos al país aún están consideradas en la Comunicación A 7507 emitida por el BCRA.

DE LA REDACCIÓN DE MOTIVAR
redaccion@motivar.com.ar

Por medio de la Comunicación A7466, el Banco Central de la República Argentina comenzó a regular la importación de insumos básicos para la industria veterinaria local.

¿De qué manera? Estableciendo que solamente se podría importar un 5% más en montos económicos ($) que en el año 2021 o el 70% de lo ingresando al país en 2020 (lo que sea menor), en relación a algunos productos estratégicos para la elaboración final de medicamentos veterinarios en nuestro país.

Vale decir que, en paralelo al pedido inicial de Caprove solicitando la revisión de la misma y la posibilidad de acceder a una audiencia para poder exponer la problemática, el Banco Central de la República Argentina emitió la comunicación A 7507, en donde se daba respuesta en líneas generales a las necesidades del sector.

"En ese momento se realizó un relevamiento entre los socios de la Cámara y vimos que los laboratorios utilizan 36 partidas arancelarias de las cuales esta nueva comunicación liberaba 18; restando otras 18 incluidas en la modificación original y eso fue lo que plateamos en la reunión en la que nos recibió el Lic. Gabriel Michelena, asesor del BCRA", aseguraron desde Caprove.

Asimismo, las autoridades de la Cámara destacaron que, si bien desde lo económico el alcance de estas posiciones no era de alto impacto, sí lo tienen desde lo industrial ya que son fundamentales en la elaboración de determinados productos veterinarios.

A la espera. Caprove aun aguarda la respuesta final al pedido realizado a las autoridades.

A la espera de una confirmación

Tras la reunión celebrada en la sede del Banco Central de la República Argentina, el presidente de Caprove, Juan Carlos Aba, le explicó a **MOTIVAR** que, si bien aún no se ha recibido una respuesta oficial en cuanto al pedido, existe el compromiso de revisar la situación.

"El tema que planteamos quedó en evaluación. Es factible que puedan liberarse las posiciones restantes o bien incluirlas entre aquellas a las que se les posibilita un plazo de pago de 90 días", repasó el directivo.

Y concluyó: "La toma de conocimiento de este tema fue importante ya que no las habían considerado las autoridades y nos dejó la posibilidad de interactuar con el BCRA de manera puntual, involucrando al Senasa como elemento de ayuda en estas situaciones particulares. Fue una reunión muy positiva desde lo institucional y quedamos a la espera de los resultados de esta gestión". AR

INFORMACIÓN

Comunicado de König

» Tras el grave incendio que afectó su depósito en la zona sur del Gran Buenos Aires, la empresa compartió una declaración con el sector.

Mediante distintas vías de comunicación, el Laboratorio König compartió información sobre la situación que le toca atravesar en este momento.

"El lunes 16/05 hemos sufrido un incendio de gravedad en nuestro depósito. Afortunadamente todos nuestros empleados se encuentran a salvo y sólo hay que lamentar pérdidas materiales. El Grupo König emplea a más de 220 personas, y está arbitrando todos los medios a su alcance para sostener estos puestos de trabajo. Continuará con todas sus operaciones con la mayor normalidad posible una vez resueltos los obvios inconvenientes operativos que esta circunstancia ha generado".

Destacando que en Avellaneda nunca se elaboraron, ni envasaron productos de ninguna índole, también aseguraron: "Confiamos en que nos repondremos de este trance y sabemos que nuestros clientes y usuarios nos acompañarán con su esfuerzo constante para lograrlo".

Más info en www.motivar.com.ar. AR

EL ENCUENTRO SE REALIZÓ EN VILLA MARÍA, CÓRDOBA

¿Cómo fue la muestra que busca levantar la bandera de la lechería argentina?

» Todo Láctea 2022 fue el lugar de encuentro de los productores lecheros de las principales cuencas del país. Innovación, sanidad, manejo y nutrición fueron algunos de los temas tratados. ¿Está Argentina ante una oportunidad histórica?

GUADALUPE VARELLI
guadalupe@motivar.com.ar

Productores de todas las cuencas lecheras del país se acercaron a Villa María, Córdoba, para participar de Todo Láctea, jornadas organizadas por el Grupo Todo Agro que reunieron los distintos actores de la cadena para debatir sobre tendencias, innovación, nutrición, sanidad, tecnología, y genética, entre otros temas.

Los números impresionan. Del 19 al 21 de mayo cerca de 5.000 personas participaron de las jornadas, entre ellos productores, veterinarios, asesores, industriales y proveedores de servicios e insumos de Argentina, y más de 150 asistentes de Uruguay, Bolivia, Paraguay, Colombia y México.

En total, 12 eventos tuvieron lugar en el predio del Amerian Villa María Park Hotel. Las propuestas de capacitación contaron con la participación de 72 disertantes nacionales e internacionales.

También hubo cuatro tours y dos competencias en vivo.

En simultáneo, en el Campus de la Universidad Nacional de Villa María, se desarrollaron las Olimpiadas Nacionales Lecheras, un certamen que reunió a 17 escuelas secundarias de Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires y Entre Ríos. El primer premio ($150.000) quedó en manos de los locales, el equipo del Instituto San Antonio de Villa María.

En el predio, al aire libre, cerca de 100 empresas expusieron productos y servicios, con propuestas de segmentos diversos como nutrición, sanidad, monitoreo y bienestar animal, además de robotización y automatización, insumos y servicios, entre otros.

Levantar la bandera de la lechería

"Era hora de que la industria lechera del país recupere una exposición integral e inteligente, que promueva la construcción de conocimiento y la ayude a mostrarse de cara a otros actores de la comunidad productiva, el sector público y la banca", declaró José María Iachetta, director de Contenidos del Grupo Todo Agro. Y agregó en diálogo con **MOTIVAR**: "Es una oportunidad para reencontrarnos y levantar la bandera de la lechería argentina".

Un éxito. Más de 5.000 personas pasaron por la muestra organizada por el Grupo Todo Agro.

Considerando el proceso de transición tecnológica, automatización e inteligencia de datos que señalaron muchos de los oradores, Iachetta destacó también que "la tecnología, la innovación, el cuidado de los recursos humanos ayudan, pero lo que define es la gestión. La lechería es la ciencia de los más de 100 detalles que deben ser gestionados de la mejor manera posible".

Argentina, lista para triplicar su producción en poco tiempo

En las diferentes instancias de capacitación se difundieron diversos conceptos, todos en el marco de un contexto nacional e internacional que fue definido como de enorme oportunidad para la lechería argentina.

El tono lo marcó Jorge Giraudo, director ejecutivo del Observatorio de la Cadena Láctea (OCLA). Durante su exposición analizó qué está pasando en la industria en el mundo y cómo está posicionada la lechería local para responder a una oportunidad que, según sus palabras, puede convertirla en un actor de gran peso internacional.

En diálogo exclusivo con **MOTIVAR**, Giraudo explicó su postura. "Por un lado, las restricciones ambientales están generando un proceso de reducción de la producción en muchos actores internacionales de peso. Por otro, los recientes incrementos en los valores de los insumos llevan a que muchos países, a pesar de que el precio de la leche ha mejorado, no puedan cubrir los costos. Eso reduce aún más la producción a nivel mundial".

Además, el referente explicó: "Estados Unidos, que hasta hace muy poco exportaba solamente el 8% de su producción de leche y hoy está llegando casi al 20%, nos da el ejemplo de cómo aprovechar que los dos mayores proveedores mundiales, Nueva Zelanda y la Unión Europea, estén enfrentando restricciones que limitan su producción".

A los números

En el mundo se producen 740.000 millones de litros de leche de vaca, de los cuales sólo se comercializan globalmente 85.000 millones (11,5%). Este tamaño reducido conduce a la volatilidad de los precios.

"Una suba del 1% en la producción significa el crecimiento del 10% en el comercio mundial", ejemplificó Giraudo.

La mayor demanda de lácteos en un contexto conduce a la suba de los precios internacionales, que alcanzan récords históricos. Como contrapartida, los productores se enfrentan a la subas de los costos, un contexto político inestable e incertidumbre; mayores regulaciones ambientales, y dificultad para disponer de tierra y mano de obra.

Mientras tanto, la Argentina es uno de los únicos dos países, junto a Bielorusia, que crece en sus niveles de producción. El especialista señaló que nuestro país lleva un 1,6% de variación interanual acumulada entre enero-marzo de 2021 y esos mismos meses en 2022. Entre 2017 y 2021 la evolución de la producción de leche fue del 3.4% anual.

Por último, en materia de exportaciones, Argentina entrega al comercio internacional 3.000 millones de litros de leche por año, entre el 20 y el 30% de la producción total. El 75% restante lo destina al mercado interno.

Transformación en marcha

La industria láctea argentina está atra-

Continúa »»

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA CADENA LÁCTEA NACIONAL

Durante Todo Láctea, Jorge Giraudo detalló los resultados de una encuesta de opinión realizada por OLCA) entre sus usuarios y suscriptores.

En relación con las fortalezas, se perciben los bajos costos de producción comparados, que están entre los más bajos del mundo junto con Uruguay y Chile, en el orden de los 35/40 centavos de dólar por litro.

La segunda fortaleza del tambo argentino es el cambio productivo tecnológico ocurrido en los últimos años. "Argentina está lista para triplicar su producción de leche", insistió Giraudo.

En este punto se identificaron varios factores, como la resiliencia de los productores ante el ambiente hostil en el que desarrolla su actividad, los recursos naturales como el clima, la disponibilidad de agua, la cantidad y calidad del suelo; y el enorme conocimiento acumulado a lo largo de los muchos años en que esta industria se desarrolla en nuestro país.

¿Y las debilidades? Mirando hacia afuera, y según esta misma encuesta, la gran debilidad es la política. El segundo factor es la falta de seguridad jurídica y de ambiente de negocios, lo que decanta en que los actores internacionales a nivel industrial no nos consideren una alternativa para sus inversiones.

Puertas adentro de la cadena productiva, las debilidades que se señalaron fueron la amplitud en los niveles de productividad, eficiencia y escala en una proporción importante de tambos e industrias.

A modo de ejemplo, el orador señaló que hay tambos que producen 15.000 litros de leche por hectárea y otros que producen 6.000, en tanto que hay industrias que procesan 1.000 litros de leche por empleado y otras que llegan a los 5.000 litros.

Otros factores de debate fueron la atomización gremial e institucional en la cadena y el problema de confianza y coordinación entre la producción primaria y la industria.

vesando dos procesos simultáneos, la concentración del sector primario y la atomización del sector industrial.

Según los datos aportados por Jorge Giraudo, la producción proveniente de tambos que producen menos de 2.000 litros por día era de 27% en 2010 y descendió al 20,1% en 2022. Por el contrario, los tambos de más de 10.000 litros por día pasaron de aportar el 5% de la producción total en 2010 al 22% en la actualidad.

Este fenómeno también se manifiesta en la estratificación de los campos por cantidad de vacas. A diciembre de 2021, el 35.8% de los tambos contaban con menos de 100 vacas y aportaban el 9.9% de la leche, mientras que aquellos con más de 500 vacas representaban el 4,8% de los establecimientos y producían el 22,8% de la leche.

Por el contrario, y muy a contramano de lo que sucede a nivel internacional, el sector industrial se está atomizando.

Teniendo en cuenta la participación de las 16 principales empresas lácteas de Argentina en el volumen total procesado, en 1994 estas empresas aportaban el 68% de la producción y en 2020 ese número se redujo al 57%.

A modo de comparación, Giraudo señaló que las cuatro empresas más grandes del mundo representan entre el 87% de la leche producida, mientras que en Argentina, esta misma cantidad de compañías producen solo el 32%.

En línea con lo planteado por Jorge Giraudo, director ejecutivo del Observatorio de la Cadena Láctea, **MOTIVAR** entrevistó a los expositores de las jornadas buscando entender qué debe poner sobre la mesa el productor a la hora de planificar un tambo a la altura de las circunstancias.

Encontramos tres ejes sobre los que trabajar: la nutrición, la mejora de las instalaciones, y el cuidado sanitario. Aquí les compartimos las declaraciones más relevantes.

EL MONITOREO DE LAS VACAS LECHERAS ROMPE CON TODOS LOS PARADIGMAS

Villanueva, distribuidora de Allflex en la Argentina, presentó en Todo Láctea sus sistemas de monitoreo y tecnologías inteligentes para vacas lecheras.

El foco de la presentación estuvo puesto en el cambio de paradigma en el manejo de los establecimientos, lo cual implica la incorporación de este tipo de herramientas, en donde cada vaca es una unidad productiva independiente, las decisiones están basadas en datos y prevalece la medicina preventiva.

Se trata de una tecnología que viene penetrando el mercado de la lechería en diferentes porcentajes según el país pero que crece rápidamente también localmente.

Sebastián Gigena, gerente de la Unidad de Negocios de Villanueva, le comentó a **MOTIVAR** que "en Argentina, solo el 5% de las vacas de tambo están usando sistema de monitoreo, pero todos los estudios y análisis realizados por nuestra empresa indican que en los próximos 10 años, el 80% de las vacas de tambo tendrán algún tipo de sensor para interpretar su comportamiento".

Presentes. Villanueva y Allflex siguen difundiendo el uso de las tecnologías en el tambo.

En relación con los collares de monitore, Gigena destacó que evalúan más de 20 patrones de conducta, desde el tiempo del animal descansando, comiendo o rumiando, hasta el estrés calórico, entre otras. "Esta información le permite al productor anticiparse a todo lo referido a cuestiones reproductivas, productivas, de sanidad, de comodidad de los animales, y así gestionar con mayor precisión", puntualizó el representante de Villanueva.

La estrategia de la empresa radicada en Villa María está apuntalada en el acompañamiento de los usuarios en la experiencia de uso del producto, para lo que cuenta con un equipo de especialistas que no solo se ocupan de la implementación de la tecnología sino también de la capacitación.

"Cuando comienza la implementación de este sistema en un campo, no solo enseñamos cómo usarlo a operarios, también involucramos a los veterinarios, porque el trabajo cambia de una forma sustancial. Mientras antes había que ir al campo a revisar las vacas y ver si se encontraban enfermas, hoy la computadora avisa que vaca hay que ir a buscar porque probablemente se esté enfermando", explicó Gigena.

Por último, destacó que es una herramienta que puede ayudar al veterinario a hacer mejor su trabajo ya que podrá controlar desde su casa si hay alguna vaca en alerta o hacer el seguimiento de los tratamientos que haya indicado. "El profesional se puede apoyar en esta herramienta para mejorar su desempeño, ser más eficiente en los tiempos y diagnosticar mejor y a tiempo", concluyó.

Ordeñe, sanidad y eficiencia

Participando activamente de las Todo Láctea, **MOTIVAR** entrevistó a otros expositores buscando entender qué debe poner sobre la mesa el productor a la hora de planificar un tambo a la altura de las circunstancias.

En este marco, Dante Grangetto, experto en instalaciones de ordeñe, fue contundente: "Las vacas deben ser bien ordeñadas, y eso va más allá de la electrónica, la computación o la robotización, lo que importa es contar con un equipo de ordeño que esté normalizado, bajo normas ISO e IRAM, que estén bien manejados, esa es una de las claves para que tengamos sanidad de ubre".

Del evento también participó Eial Izak, veterinario, consultor en mastitis y calidad de leche, quie disertó sobre un programa de secado y su impacto en la calidad de la leche y en la fertilidad.

Este programa incluye antibióticos al secado, sellador interno, vacuna contra coliformes, no solamente para la mastitis sino también para la diarrea neonatal de las terneras y complejo vitamínico mineral.

"Así logramos impactar al mejorar la calidad de la leche, reducir mastitis y alcanzar mayor producción de leche. También se reduce el impacto de la mastitis en la fertilidad y mejora la calidad del calostro", destacó.

En relación con las pérdidas económicas debidas a esta enfermedad, compartió que la OCLA registró pérdidas de 11.555.3 millones de litros en 2021. A nivel nacional, eso implica $40.000 millones.

Hay mucho por crecer y mucho por mejor. Las oportunidades están y fueron expuestas en la pasada edición de Todo Láctea. AR

OPINIONES EN PRIMERA PERSONA

"Los honorarios deben generarse sobre la mejora que aporta nuestro asesoramiento"

» Luciano Farisano, co-fundador de El Retorno Agroveterinaria, contempla siempre la faceta empresarial de la producción ganadera en su visión sobre la actividad profesional.

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Luciano Farisano (42) descubrió que quería ser veterinario con solo cinco años, cuando el MV Fernando Sánchez Acosta visitaba el campo de su familia en Ranchos.

El convencimiento fue tal que Farisano cursó la Carrera, prácticamente, dos veces. "En 1998 fui a estudiar a la Universidad Nacional de La Plata, donde tras años de no lograr aprobar Anatomía Descriptiva debido a un conflicto con la titular de la Cátedra, en diciembre de 2003, decidí cerrar esta etapa. Gracias al incondicional apoyo de mis padres, decidí volver a empezar en la FCV de Tandil y lograr allí mi tan anhelado título y proyecto de vida. Este hecho se concretó en 2010, cuando tenía 30 años", resume la peripecia el ahora socio fundador de El Retorno Agroveterinaria, en un mano a mano con **MOTIVAR**.

La compañía que fundó hace más de una década con su hermano, el también MV Matías Farisano (38), está en franca expansión, a punto tal que duplicarán su superficie cubierta, sumando 250 metros cuadrados a su sede en Ranchos, Buenos Aires.

"La cartera de clientes que logramos nos permitió crecer a través de un proceso simbiótico porque venimos a aportar algo diferente y ellos entendieron lo que le queríamos ofrecer", resume Farisano la filosofía de la firma que atiende hasta 10.000 vientres y, sólo en inseminaciones, alcanzó las 4.500 el año pasado.

Juntos, a la par. Los hermanos Matías y Luciano Farisano en Ranchos, Buenos Aires.

El evangelizador

"Nuestros honorarios no tienen que resultar un peso para el productor, sino que se tienen generar a partir de la mejora que aportamos con el asesoramiento", dispara Luciano Farisano y lo ilustra en un ejemplo: "Si tenés 75% de preñez y pasás a 90% todo lo que hagas para concretar esa mejora es una inversión muy rentable, cada punto eleva el retorno, al mismo tiempo que diluye el costo del veterinario".

Asimismo, el profesional que también sumó expertise a través de una capacitación de dos años en Managemet financiero en Materia Biz, reconoce que esto no siempre es sencillo de lograr: "En los primeros años como asesor, los clientes se ponían sus propios límites, con excusas como que aquel que invierte lo hace porque no vive del campo... o si le proponíamos sembrar sorgo, lo veían como un gran gasto cuando en realidad es un costo que puede significar una inversión", compara el fundador de El Retorno Agroveterinaria.

"El proceso de evangelización continúa porque si bien logramos pasar de casi cero a 4.500 inseminaciones por año en la zona, a veces se pierde el norte o el objetivo de la empresa agropecuaria", reconoce el también productor, en diálogo con **MOTIVAR**.

"Cuando voy a la manga, tengo que hacer un análisis de los resultados obtenidos para evaluar los pasos a seguir, teniendo siempre una visión integral del negocio. Y eso lo

Continúa »»

traslado a nuestros clientes, a través de cuatro a seis charlas técnicas al año como una estrategia de fidelización", explica Farisano un trabajo que muchas veces concreta a través de sus socios estratégicos: Teknal, VIA y Barbieri Agro.

Un crecimiento sostenido

La ligazón de los hermanos Farisano con el campo viene desde la cuna.

"Mi padre es Martillero y Corredor Público y siempre tuvimos un campito con vacas, además de haber pasado muchas jornadas en campos de amigos durante toda mi adolescencia", rememora el mayor de los socios de El Retorno Agroveterinaria.

Ambos hicieron las primeras armas trabajando en otras empresas agropecuarias. Matías, tras recibirse en La Plata, atendió partos en Colman, para luego hacer una escala en Pergamino, donde trabajó en uno de los tambos de la familia Peluffo para terminar en Sacanta, Córdoba, en una empresa familiar con dos tambos.

Por su parte, el docente Roberto Rubio le dio la primera oportunidad a Luciano al ofrecerle trabajo en De la Garma. "Ambos decidimos apostar por algo propio y volvimos a Ranchos, donde el 16 de agosto de 2011 abrimos nuestra clínica veterinaria siempre con el apoyo de nuestros padres", reconoce Farisano,

Y suma una anécdota: "El primer día, perdimos $50 porque todos los que entraban eran amigos que venían a tomar mate y eso es lo que costó la yerba".

El Retorno Agroveterinaria pronto empezó a generar un flujo de fondos positivo que no sólo le permitió pagar la yerba sino también sostener un crecimiento orgánico.

"Muchos ayudaron, desde mi padre que nos cedió un terreno, hasta Eduardo Irasola de VIA. Así, pudimos crecer en las cuatro unidades de negocios que tenemos: el trabajo a campo, la farmacia, el área de nutrición y las soluciones para el agro", resume uno de los hermanos que integra un equipo que también suma al MV, Mariano Carcano; un ex Teknal que se sumó a la empresa; el Ing. Agr. Pablo Sarandon, y dos colaboradores en la parte administrativa propiamente dicha.

Luciano Farisano. "Si tenés 75% de preñez y pasás a 90% todo lo que hagas para concretar esa mejora es una inversión muy rentable".

Nuevos desafíos

"En los últimos tres años las veterinarias son un sector al que le fue muy bien", asegura Farisano a **MOTIVAR**.

"En mi caso, siempre tuve una curva ascendente, invirtiendo y trabajando más allá de los gobiernos. Hoy, estamos sumando 250 metros cuadrados, duplicando la superficie con un acopio y logística para la distribución de nutrición animal sobre todo núcleos proteicos y vitamínicos", adelanta el empresario.

"Me gusta mucho la pata comercial y por eso nos complementamos bien con mi hermano", sostiene.

Y agrega: "Cuando hice mi residencia tenía claro que como asesor quería viajar y visitar establecimientos. Sin embargo, cuando abrimos la veterinaria noté que mi formación no encajaba con las demandas de nuestra zona por diversos motivos, desde la escala hasta la profesionalización, así que tuvimos que adaptarnos y empezamos ofreciendo servicios de urgencias clínicas y pudimos ir ingresando a los establecimientos para brindar un servicio integral", explica el paso a paso de su crecimiento quien acaba de invertir en una balanza móvil y una mesa volteadora de terneros Farmquip.

En el futuro inmediato, los hermanos Farisano apuestan a seguir en la senda del crecimiento.

"Tengo muchas expectativas depositas en la alianza con Barbieri Agro y las soluciones para el agro, es algo a lo que voy a apuntar", adelanta Luciano que también ya se prueba el traje de tutor en la Carrera de veterinaria de la Facultad de Tandil. AR

Expectativa. El Retorno Agroveterinaria sigue invirtiendo, creciendo en superficie y sumando más servicios.

EL ENCUENTRO SE LLEVÓ ADELANTE EN EL SOFITEL DE CARDALES

"Los veterinarios son indispensables en los desafíos de la lechería del futuro"

» Fatro Von Franken reunió a un grupo de referentes a nivel nacional con el objetivo de avanzar en un mayor conocimiento sobre las tendencias y perspectivas que la producción primaria de leche tiene por delante.

LUCIANO ABA
luciano@motivar.com.ar
@aba_luciano

Con el foco puesto en debatir sobre los desafíos que plantea la lechería del futuro y el rol de los veterinarios, a fines de mayo el laboratorio Fatro Von Franken reunió a un grupo de 40 profesionales referentes en la actividad en el Hotel Sofitel de Cardales, ubicado en la zona norte del Gran Buenos Aires.

Con el acompañamiento de Fatro Italia y la presencia de disertantes nacionales e internacionales, la doble jornada contó también con la participación de profesionales de Uruguay, ampliando así el intercambio de conocimientos sobre diversos aspectos que impactan sobre la eficiencia en la producción de leche.

Transformación en marcha

Iniciando la jornada, fue Carolina Benzaquen, responsable comercial y miembro del Directorio de Fatro Von Franken, quien destacó el crecimiento de la empresa familiar nacional no solo en Argentina, sino también en otros 16 países, principalmente de América Latina.

"Tenemos la misión de desarrollar productos de calidad que se ajusten a las altas exigencias de la producción lechera actual, creciendo no solo en cantidad de colaboradores, sino también en inversiones y tecnologías disponibles para que veterinarios y productores sean cada vez más eficientes", resaltó Carolina Benzaquen, durante un evento que contó con la cobertura en vivo de **MOTIVAR**.

Y agregó: "Somos nuestros valores y esto nos permite tomar decisiones sin perder de vista de dónde venimos y hacia dónde vamos".

Destacando el proceso de transformación que vive la empresa y dejando en claro la importancia de haber tomado la decisión de interactuar y estrechar sus lazos con referentes nacionales, Benzaquen brindó detalles del crecimiento vivido en los últimos años. "Hemos sextuplicado la cantidad de jeringas de Fatroximin Secado que comercializamos, a la vez de triplicar el número de Cefaximin que ponemos a disposición de los veterinarios. Además, incrementamos un 70% nuestros resultados con Metabolase y Sulfaprim. Tenemos en marcha el lanzamiento de Cefaximin Spray y Vetil (Tilosina), además del futuro arribo de nuevos selladores que provendrán de Italia", expresó la referente de la empresa nacional que asistió al encuentro junto a los otros miembros del Directorio, Norberto Benzaquen, Marcos Hadida y Norberto Borzese. Y subrayó: "Estamos preparados para construir juntos la lechería del futuro".

En Cardales. Los asesores veterinarios debatieron sobre las tendencias que se vienen.

Contenidos de alto valor

Como se dijo, Fatro Italia estuvo presente en el evento por medio de la participación de Roberto Farina, gerente global para exportaciones de la firma que comercializa sus productos en más de 100 países en todo el mundo.

"Hoy la tendencia en el tratamiento de las enfermedades tiene que ver con terapias sistémicas que contemplan el bienestar de todo el organismo de los animales. Es por esto que Fatro está desarrollando productos que permitirán tratar de un modo distinto patologías complejas, ligadas en primera instancia a las falencias metabólicas de la vaca lechera", le aseguró Farina a **MOTIVAR**.

Juntos. Norberto Benzaquen, Marcos Hadida, Roberto Farina, Carolina Benzaquen y Norberto Borzese.

De la partida fue también el MV Ángel Abuelo, de la Universidad de Michigan en Estados Unidos, quien abordó justamente la problemática de las enfermedades metabólicas, centrándose en la cetosis y la hipocalcemia subclínicas, las cuales no solo perjudican la producción de leche y la fertilidad de las hembras, sino que también predisponen a los animales a otras patologías que afecta su salud.

"A mayor producción individual, mayor es el impacto sobre la producción. Una vaca que sufre cetosis a lo largo de su lactancia logra unos 300 litros menos de leche", le explicó el referente a **MOTIVAR**. Y agregó: "En estudios realizados en Nueva Zelanda se determinó que cerca del 30% de las vacas en los tambos sufre o sufrirá un episodio de cetosis a lo largo de su vida".

A su turno, el médico veterinario, docente de la FCV de La Pampa y consultor privado, Julián Bartolomé abordó el período de transición, destacando su trascendencia para la producción y fundamentalmente para la reproducción.

"El 50% de la vacas lecheras en nuestro país sufren algún problema en este período, impactando en producción y fertilidad. El rol del veterinario en ese lapso se ha vuelto cada vez más importante, pudiendo detectar los problemas de manera temprana para establecer programa preventivos", nos explicó Bartolomé. Y subrayó: "La nuestra es una profesión dinámica que va cambiando a medida que la evolución genética de los animales avanza. Y esto seguirá ocurriendo, por eso es clave que mantengamos actualizados nuestros conocimientos técnicos estructurales, a la vez de sumar y aprender a interpretar las herramientas de monitoreo que tenemos disponibles".

Cerrando la parte formal del encuentro organizado por Fatro Von Franken, el MV e Lactodiagnóstico Sur, Martín Pol, enumeró las distintas herramientas que existen para detectar y tratar las mastitis, ya sea en tambos convencionales o robóticos. "Contamos con sensores y algoritmos que nos permiten saber qué vacas tienen más riesgos de tener una infección intramamaria, lo cual nos obliga como veterinarios a monitorear activamente, corregir errores y diseñar protocolos para el tratamiento de las vacas", aseguró Pol.

Y profundizó: "Uno de los temas que se vienen tiene que ver con minimizar el consumo de antibióticos al momento del secado. El consumidor va a estar siempre de acuerdo con que tratemos vacas en-

Continúa »»

fermas, tanto cuando están en lactancia como en el período seco, pero no verán con buenos ojos cuando tratemos animales sanos o a aquellos con problemas crónicos e irreversibles. Se volverán más frecuentes las terapias selectivas".

El rol de los veterinarios

Como quedó en claro a lo largo de la doble jornada organizada por Fatro Von Franken, la lechería moderna se complejiza no solo por la mayor producción individual de las vacas, la intensificación de la actividad, los avances genéticos y las inclemencias climáticas, sino también por el desembarco de herramientas tecnológicas que abren un nuevo panorama incluso en materia sanitaria.

Esto hace que la intervención del veterinario sea indispensable en la lechería del futuro. Por ello, **MOTIVAR** decidió entrevistar a algunos de los referentes presentes en el encuentro, a fin de conocer su visión al respecto.

Así fue como dialogamos con Enrique Pofcher, especialista en podología bovina y referente en la Comisión de enfermedades podales de APROCAL, quien destacó el avance de una cada vez mayor especialización de los profesionales.

"En mi caso particular, los productores han comprendido y empiezan a invertir en esto", sostuvo el referente. Y ejemplificó: "En el caso de las patas: 20% de vacas rengas en rodeo nacional. Mucha pérdida con la ventaja de que la podemos solucionar, pero para eso debemos contar con el equipamiento adecuado y estar siempre actualizados en las últimas tendencias".

Desde Michigan. Nelson Abuelo.

Castro. "Ofrecer un mejor servicio".

Social. Volvió la presencialidad.

Asimismo, Francisco Larghi, miembro del grupo de trabajo Cowix, destacó la importancia del trabajo conjunto entre profesionales que puedan brindar soluciones en distintos aspectos, como pueden ser nutrición, sanidad, calidad de leche, salud podal y reproducción. "La lechería del futuro tiene que ver con atacar todos los frentes en base a un buen trabajo en equipo, así como con el análisis de la información que nos brindan las tecnologías", explicó. Y reforzó: "La buena comunicación tanto interna, como con los productores es sin duda otro gran desafío. Los clientes valoran que interpretemos la información y bajemos recomendaciones claras, concretas, prácticas y aplicables".

A todos estos, **MOTIVAR** sumó el testimonio de Sergio Castro, asesor privado y también miembro de Aprocal, quien afirmó que el futuro ya comenzó.

"Los médicos veterinarios debemos aprovechar toda la información que nos brindan las nuevas tecnologías, son datos muy beneficiosos para el futuro de la salud y el bienestar animal y solo seremos capaces de aprovecharlo si nos capacitamos", aseguró. Y agregó: "Los sistemas lecheros se observan de forma integral y entender esto es clave para ofrecer un mejor servicio que promueva mejorar la productividad y la eficiencia de los tambos".

Otro de los referentes de la actividad que volvió a la presencialidad es Luis Calvinho, de INTA Rafaela, quien ratificó el hecho que la lechería es una rama de la ciencia que evoluciona constantemente, donde aparecen nuevas propuestas para aplicar. "Hoy vemos una serie de elementos que pueden facilitar la vida del productor, de aquellos que trabajan con las vacas y poniendo en el centro al bienestar de la vaca lechera", comentó.

Interesante fue también escuchar a Mette Bouman, quien asistió al encuentro desde Uruguay, donde se desempeña con una larga trayectoria en salud de ubre y bienestar animal. "Los productores avanzan en sistemas lecheros de encierre en galpones y esto es todo un desafío también. Los profesionales deberemos actualizarnos y aprender a trabajar en conjunto con especialistas en cada sistema, sean estos freestall o compost. Deberemos interactuar mucho más con los nutricionista, por ejemplo, ya que mínimos desajustes en la nutrición harán que se vea perjudicado todo nuestro trabajo".

Los desafíos que plantea la lechería del futuro no son pocos, ni serán sencillos de abordar. Sin embargo, abren una nueva puerta para las y los asesores veterinarios que estén a tono con la demanda y puedan actualizarse para dar el servicio que la actividad, y los productores que participan de la misma, realmente necesitan para ser sustentables en el sistema.

Para la foto. El grupo compartió dos días juntos.

Selfie. Mucha camaradería.

RENOVACIÓN DE AUTORIDADES EN LA CÁMARA ARGENTINA DE FEEDLOT

"El esfuerzo está puesto en consolidar la gestión con una mirada a largo plazo"

» El Ing. Fernando Storni, flamante presidente de la CAF, comparte los desafíos de su nuevo rol y repasa la actualidad del negocio del engorde a corral. ¿Volvieron a ser rentables los corrales?

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Las 200 empresas que integran la Cámara Argentina de Feedlot tienen una capacidad instantánea de un millón de cabezas y explican cerca del 20% de la terminación en materia de faena bovina a nivel nacional. Su flamante presidente, el Ing. Fernando Storni, sostiene que la CAF sigue siendo el referente de la actividad y una entidad referente en la toma de decisiones.

En diálogo con **MOTIVAR**, Storni, que ocupará el cargo por dos años, comparte los desafíos de su nuevo rol: "El esfuerzo está puesto en consolidar la gestión con una mirada de largo plazo", adelanta.

MOTIVAR: ¿Cuál es el balance que hacen de estos 25 años como cámara sectorial?

Fernando Storni: Cuando la cámara cumplió 20 años en 2017, empezó un nuevo proceso donde se proyectó un plan estratégico para avanzar en la profesionalización del staff y su estructura. Se lograron potenciar dos grandes áreas, una orientada al socio y otra a fortalecer el vínculo con el sector público y otras instituciones.

¿Qué significa en lo personal ponerte el traje de presidente?

Nos toca una renovación y más allá del recambio generacional donde crece el número de directores jóvenes que están cada vez más involucrados en las tareas de la Cámara, a la hora de elegir una alternativa, se pensó en mi figura como presidente.

Estoy agradecido de tener este desafío para los próximos dos años.

Comencé en el departamento de Calidad y Ambiente hace 15 años y estoy comprometido con la actividad desde siempre.

¿Cuál es el desafío para estos dos años?

Nuestro rol consiste no solo en estar pensando en la coyuntura sino también contemplar una mirada de largo plazo, evaluando los grandes desafíos de la actividad.

A su vez y como actores del mercado, nuestra representatividad se extiende no solo ante el sector público sino también representa un desafío sostener una relación aceitada con los distintos espacios institucionales, como el IPCVA, la Mesa de las Carnes Sustentables, Maizar, las Bolsas de Cereales, etc.

Creemos que así podremos ofrecer un plus con estadísticas y análisis, algo que puede brindar un agregado de valor no solo para los socios sino también para poder compartirlo con funcionarios a la hora de tratar ciertos temas o problemáticas.

¿Los corrales volvieron a ser rentables?

Esa es la foto, y si bien la situación cambió con respecto a lo que ocurría un año atrás, para adelante tenemos cautela. La mejora en la renta tiene que ver con el repunte que tuvo en el último mes el ganado con destino a faena y cierta estabilización en los precios de la invernada como consecuencia de que estamos en plena zafra de terneros. Sin embargo, para que el "gordo" equipare a la inflación debería subir más de $20 mensuales, cosa que no ocurre, mientras que el incremento de costos continúa, como los combustibles en mayo. Es por eso que cuando observamos un salto en el precio de la hacienda es en gran medida recuperación después de meses de amesetamiento.

También mejoró el índice de reposición y el porcentaje de ocupación saltó al 66% en mayo. ¿Qué significa eso?

La mayoría de las empresas se encuentran en proceso de "llenado", aunque con diferentes posicionamientos de acuerdo al tamaño del feedlot. Los que tienen capacidad para menos de 2.000 cabezas tienen solo 37% de ocupación, mientras que los que pueden encerrar al mismo tiempo hasta 5.000 tienen el 60% de los corrales ocupados y los más grandes llegan al 70%.

Storni. Tras 15 años en la CAF, ocupará ahora el cargo de presidente.

Pensando en el largo plazo, ¿hacia dónde va la industria de engorde?

Tenemos una situación de posicionamiento de las proteínas animales con una demanda sostenida, pero en el marco de cuestiones del mercado y exigencias de la sociedad crecientes que, quizás, en nuestro país pueden estar condicionadas por la situación económica. Sin embargo, esas demandas tienen que ver con la trazabilidad, sostenibilidad y el bienestar animal. El sector de engorde a corral no es ajeno a esto. AR

FORMACIÓN Y MEJORA CONTINUA

"Mejorar el día a día de los veterinarios"

» DROVET avanza en la difusión de su Congreso Latinoamericano al tiempo que refuerza su apuesta a futuro por medio de distintas acciones, entre las que se destaca la inversión en un Centro de Distribución con tecnología de última generación.

Invertir. Ya está en marcha el nuevo Centro de Distribución.

Presencial. Vuelve el Congreso de DROVET a Rosario.

DE LA REDACCIÓN DE MOTIVAR
redaccion@motivar.com.ar

La previa de la sexta edición del Congreso Veterinario Latinoamericano de DROVET sirvió para que **MOTIVAR** dialogara con su gerente general, Martín Dilucca, sobre temas que hacen al presente y futuro de la empresa especializada en la distribución de medicamentos e insumos para la sanidad animal.

Pero vayamos por partes.

En primer lugar, vale destacar los aspectos centrales del evento que se llevará adelante los días 1 y 2 de julio en el Salón Metropolitano de Rosario, Santa Fe, donde se espera concurran más de 1.000 veterinarios.

Con propuestas de primer nivel académico, el programa científico del Congreso incluirá 11 charlas orientadas al sector de los animales de compañía; 4 para el caso de quienes se desempeñan en el campo de la producción de cerdos y 5 específicamente ligadas a la ganadería bovina.

"Tras dos años de no poder reunirnos a causa de la pandemia, volvemos al formato presencial, con mucha expectativa en cuanto a la capacitación, pero también al reencuentro social, contando con algunas sorpresas para seguir afianzando nuestra vinculación con profesionales de todo el país", adelantó Martín Dilucca.

Y agregó: "Hace ya más de 20 años que avanzamos en acciones de formación para las veterinarias y veterinarios, buscando siempre aportarles valor más allá de la relación comercial. Vivimos estos encuentros como una evolución que se manifiesta a través de la mejora continua".

Vale destacar también la confirmación de más de 50 laboratorios y proveedores de insumos que se harán presentes con sus stands en la muestra comercial.

Los interesados en más información sobre el Congreso pueden viitar las redes de @drovet.insumos y @drovet.grandes.animales.

Inversiones a futuro

Si bien reconoce que el ritmo manifestado por las distintas unidades de negocio del mercado veterinario local se desaceleró en relación con 2021 y, fundamentalmente, con 2020, Martín Dilucca destaca la visión a futuro de DROVET y refuerza su compromiso por seguir invirtiendo en el rubro.

"Siempre que tomamos decisiones lo hacemos pensando en el largo plazo. Invertimos en agregar valor a la industria y en acciones que fomenten la sostenibilidad a futuro de la empresa", aseguró Dilucca.

Y ejemplificó: "Una de las inversiones más relevantes que tenemos en marcha es la del nuevo Centro de Distribución, obra que ya inició y contará con una nave de 4.000 metros cuadrados que serán inaugurados, en su primera etapa, a inicios de 2023".

Vale decir que aquí DROVET buscará canalizar toda su experiencia en lo que son las Buenas Prácticas de Logística, a la vez de invertir en la incorporación de tecnología asociada a la mejora de sus procesos.

"Esto tiene que ver con sumar softwares específicos para gestionar el almacén y la distribución de manera óptima, y dispositivos que nos permitan una administración más inteligente de nuestro tiempo y recursos. No se trata sólo de infraestructura, sino de tecnologías aplicadas a los procesos. Son decisiones que van más allá del corto plazo y que no se detienen por la coyuntura de un año en particular", aseguró el también vicepresidente de la Cámara Argentina de Distribuidores Veterinarios (CADISVET).

Y concluyó: "Invertimos en mejorar el día a día de los veterinarios, comprometiéndonos con nuestro trabajo logístico-comercial y acompañándolos en su desarrollo profesional a través de la formación permanente, siempre buscando agregar valor en cada uno de los eslabones que forman el ecosistema veterinario argentino". AR

zoovet®

Escaneá e ingresá para más información.

Todas las opciones para prevención y tratamiento de la neumonía.

M.V. Maximiliano Pianetti
Promotor Cerdos / Feedlot
promotorfeedlot@zoovet.com.ar
342 6 335 781

PRODUCTOS ELABORADOS BAJO NORMAS GMP

Antimicrobiano - Antibiótico - Macrólido - Inyectable

Neumoxina

Tulatromicina 10%

- Tratamiento de infecciones del tracto respiratorio asociada a agentes bacterianos susceptibles a la tulatromicina.
- Metafilaxia del complejo respiratorio bovino asociado a agentes sensibles a la tulatromicina.
- Larga acción. De 9 a 11 días.
- Tratamiento de la queratoconjuntivitis infecciosa y pietín en bovinos.
- Tiempo de retiro pre-faena: 21 días en bovinos y 12 días en porcinos.
- No usar en bovinos de leche en producción.
- Excelente biodisponibilidad.

zoovet.com.ar

I+D R&D

- Antibiótico - Inyectable
- Antiinflamatorio - Antipirético - Mucolítico
- ¡Formulación única a nivel mundial!

Broncomicina

Tilmicosina 30% - Flunixin Meglumine 6,5%
Bromhexina Clorhidrato 1%

Presentaciones: 100 ml y 250 ml

I+D R&D

- Antibiótico - Analgésico - Antipirético
- Antiinflamatorio no esteroide - Inyectable.

Tilmicofull Dúo

Tilmicosina 30% - Flunixin 3,9%

Presentaciones: 100 ml y 250 ml

I+D R&D

- Antibiótico - Inyectable
- Macrólido - Antiinflamatorio
- ¡Calma el dolor y desinflama!

TDF 35

Tilmicosina 30% - Diclofenac Sódico 7,5%
Dexametasona Fosfato Sódico 0,12%

La máxima expresión en el desarrollo de la Tilmicosina.

SE BUSCARÁ UN MAYOR ACERCAMIENTO AL CANAL VETERINARIO

"Queremos mantener nuestro liderazgo en Argentina y replicarlo en otros países"

» Visitamos Tecnovax y dialogamos con sus representantes sobre la actualidad y perspectiva de la empresa. ¿Cuál será la nueva política comercial? ¿Por qué se impulsa un mayor asesoramiento a campo?

LUCIANO ABA
luciano@motivar.com.ar
@aba_luciano

Foto. Diego La Torre, Juan Manuel Nimo, Mario Cuccolo y Melina Briosso.

Con la convicción de sostener firme su participación en dosis de vacunas comercializadas en el sector ganadero por medio de un mayor acercamiento a productores y veterinarios, Tecnovax busca replicar las acciones realizadas en Argentina para crecer también en otros países de la región y el mundo.

Estas premisas quedaron claras luego de una entrevista realizada por **MOTIVAR** en las oficinas que el laboratorio tiene en San Fernando (GBA), junto con su presidente, Diego La Torre, quien estuvo acompañado por Juan Manuel Nimo (nuevo director comercial); Mario Cuccolo (responsable técnico de la línea de ganadería) y Melina Briosso (coordinadora de Atención Técnica).

Vale decir que este encuentro se llevó adelante semanas después de que Tecnovax fuera reconocida como una de las mejores empresas del sector veterinario local, en base a una selección realizada por la consultora internacional Deloitte, el Banco Santander y la Universidad del CEMA.

"Este es un reconocimiento al trabajo de todo nuestro equipo, cuyo desarrollo nos permite crecer a nivel regional, sosteniendo nuestro liderazgo local. Las compañías argentinas estamos muy acostumbradas al ecosistema interno y a un entorno regulatorio demandante, pero muchas veces estas competencias no son las mismas que se necesitan para avanzar en el exterior", le explicó Diego La Torre a **MOTIVAR**. Y completó: "El apoyo de Deloitte será clave para alinear todas nuestras unidades y acciones en busca de replicar el éxito que tenemos en Argentina hacia el resto del mundo".

MOTIVAR: ¿Cómo definirías la actualidad de Tecnovax?

Diego La Torre: De la mano de la reconversión de nuestro equipo comercial estamos impulsando una política de mayor acercamiento al canal veterinario, brindando soporte con biotecnología de avanzada y soluciones enfocadas tanto al manejo de la hacienda, como de la información que se genera a campo. Este es un combo potente para avanzar no solo en el crecimiento comercial, sino también en toda una propuesta tecnológica sustentada en la calidad.

Nuestras unidades de negocio están claramente definidas: la línea de ganadería representa hoy el 60% de nuestra facturación; seguida por la de animales de compañía (25%) y la de acuacultura (15%). A esto buscamos sumarle un nuevo impulso en materia de exportaciones.

Nuestras vacunas están presentes en toda la América Latina, a excepción de Venezuela, avanzando en Medio Oriente y el Norte de África, registrando también productos en mercados como Sudáfrica y Nueva Zelanda.

Queremos crecer y ser líderes en la producción de soluciones tecnológicas para la producción de alimentos y el cuidado de los animales. Atentos a esto y sabiendo que en los últimos años hemos una demanda mayor de la que pudimos abastecer es que en 2023 avanzaremos en la puesta en marcha de la planta en Mercedes, Buenos Aires.

¿Cuáles son esos objetivos comerciales en los que buscarán avanzar?

Juan Manuel Nimo: Queremos mantener la posición de liderazgo que ocupa

Continúa »»

Tecnovax en cuanto a volúmenes de dosis de biológicos comercializadas para el segmento de los bovinos, sin contemplar lo que es la vacuna antiaftosa.

Iremos ordenando aspectos ligados a la política comercial de la empresa a la vez de impulsar el trabajo de nuestro equipo técnico en lo que es la generación de demanda a campo, por medio de los profesionales con los que contamos en las distintas zonas ganaderas del país.

Vamos a estimular esta unidad para darle soporte a todo lo exitoso que es Tecnovax en el canal comercial.

Esto se logrará por medio de las diferentes herramientas que estamos desarrollando en materia de servicios e impulsando también el diagnóstico rápido de enfermedades a campo.

Vemos muchas oportunidades a futuro y es por eso que debemos hacer foco también en el recambio generacional que se vive no solo entre los productores, sino también entre veterinarios y el canal comercial.

Es el momento de abordar el recambio generacional. El mundo cambió y cambiaron también las demandas.

Vamos a avanzar en este camino con acciones concretas en el futuro cercano.

¿A qué te referís con un mayor ordenamiento comercial?

JMN: Básicamente a redefinir cómo es la estrategia de llegada a nuestros clientes directos. Buscar un ordenamiento de políticas, de precios y poder llegar a los productores con la mejor relación precio / calidad del mercado.

¿Cómo están recibiendo esto sus clientes?

JMN: Con mucha expectativa.

Será clave la generación de demanda y mostrarle al productor qué valor le podemos agregar a través de nuestros productos.

DLT: Con un ternero logrado más cada 100 vacas ya se paga el plan de inmunización de casi todo ese rodeo. La relación insumo producto es muy baja, con lo cual cualquier incremento marginal en la producción hace que la tasa de retorno sea superior a las tres cifras.

¿Cuál será el aporte en este sentido del asesoramiento técnico?

Mario Cuccolo: Además de brindarles a los productores biológicos de una calidad reconocida, la idea es avanzar más allá del asesoramiento en planes vacunales, ayudando a diagnosticar correctamente los problemas a campo y ofreciendo soluciones concretas para trabajarlas en conjunto.

Melina Briosso: Con el equipo técnico buscaremos avanzar en la generación de demanda por medio de una atención técnica personalizada que exceda las recomendaciones en materia de planes sanitarios. Con kits rápidos podemos tomar muestras a campo para avanzar en diagnósticos (por ejemplo, para determinar los agentes causales de las diarreas). Claro que estaremos vinculados con toda la red de laboratorios de diagnóstico a nivel nacional, sumando la tecnología molecular propia en los casos que sea necesario.

Además, seguiremos ofreciendo nuestros módulos de capacitación al personal del campo. Siempre de la mano del veterinario del establecimiento, compartimos contenidos sobre las buenas prácticas de vacunación, haciendo un especial hincapié en el manejo, conservación y aplicación de los biológicos.

DLT: Estamos llevando la vanguardia tecnológica de la biotecnología puertas adentro de la tranquera. Tests rápidos, trabajo conjunto con la red de diagnóstico y tecnología molecular, todo esto pensando siempre en agregar valor e impulsar la mayor utilización de nuestros productos.

¿Cómo avanza el acuerdo con la Asociación Argentina de Angus?

MC: Desde hace 4 años Tecnovax es Main Sponsor de esta entidad y en este 2022 nos sumamos también como patrocinantes en la exposición en la cual se celebraron sus 100 años de vida en La Rural de Palermo (CABA), donde incluso participamos con un panel denominado "El futuro de la ganadería es hoy".

En este punto tiene una especial trascendencia nuestra plataforma Rodeo Sano, por medio de la cual se pueden presupuestar, dar seguimiento y certificar los planes sanitarios empleados en los rodeos bovinos.

La potencia de esta herramienta se ha sumado al programa Madre Angus Seleccionada. De este modo, los productores pueden certificar su sanidad con el asesoramiento de su veterinario y lograr un precio de venta diferenciado.

De hecho, en todos los remates donde una vaca sale con la marca MAS y la certificación logra una diferencia adicional de entre 30 a 40 kilos más que una vaca general, cuando la inversión necesaria para lograrlo es de solo 7 a 8 kilos.

¿Cuáles son las expectativas?

JMN: La expectativa está en mantener el volumen de dosis de vacunas en el segmento de ganadería, buscando crecer en algunas líneas que requieren un trabajo más técnico en su difusión.

Nos vamos a enfocar en aquellos productos en los cuales contamos con características diferenciales.

Además, seguiremos buscando romper determinados paradigmas, ofreciendo modelos de negocio cada vez más rentables a nuestros clientes.

DESARROLLO DE LA BIOTECNOLOGÍA MODERNA Y NANOTECNOLOGÍA

Presentación en Diputados

Durante el plenario de las comisiones de Industria y Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, comenzó a tratarse en la Cámara de Diputados la iniciativa que extiende hasta 2037 la vigencia del régimen que otorga beneficios fiscales a la industria y amplía su alcance a las actividades que suman nanotecnología.

Presente. La Torre, de Tecnovax.

Allí estuvo presente Diego La Torre, de Tecnovax, quien manifestó: "Tenemos que poner en valor todo lo que genera la ciencia local para producir más trabajo, más tecnología y más exportaciones. Debemos liberar las fuerzas del sector privado par contribuir en este proceso de desarrollo que necesita la Argentina".

¿CÓMO ABORDAR LAS PROPUESTAS CON LOS GANADEROS?

Planes sanitarios: en búsqueda de eficiencia y la mejora productiva

» El uso de tecnología sumado al asesoramiento profesional puede mejorar los indicadores de la ganadería. ¿Qué hacer desde las veterinarias? ¿Cómo es el circuito para ser más efectivos con los productores?

ANTONIO JOSÉ CASTELLETTI
MV. MBA. Zoetis Argentina
antonio.j.castelletti@zoetis.com

GERMÁN CANTÓN
INTA Balcarce

Hace años que los índices productivos de la ganadería en Argentina rondan el 62-64% de destete.

Las causas son diversas. Podríamos hablar de anestros u otros problemas reproductivos, falencias nutricionales, falta de planes sanitarios completos y escaso asesoramiento profesional en campos de cría, entre otros.

Sin embargo, un dato que nos llama mucho la atención es que solo el 33% de los campos a nivel nacional realizan diagnóstico de gestación ("tacto"), mientras que, en Buenos Aires, esto se realiza en el 62% de los establecimientos (CNA 2018).

En este marco, ya en 2019 un análisis realizado junto a **MOTIVAR** y un grupo de veterinarios privados nos mostraba que la inversión en planes sanitarios y en asesoramiento profesional veterinario impacta favorablemente en mejorar índices productivos en los establecimientos que realizan estas acciones.

En definitiva: se sabe que el uso de tecnología sumado al asesoramiento profesional puede mejorar estos indicadores y cambiar la realidad.

A campo. Definir planes sanitarios propios, comunicarlos de manera efeciva y darle seguimiento a su iplementación son claves que toda veterinaria debe considerar.

Oportunidad

Si utilizamos la información que tenemos de la existencia de bovinos a diciembre de 2021 podemos calcular que el destete a nivel nacional rondó el 62%.

En el Cuadro N° 1 podemos ver cuántos terneros más se pueden producir localmente a medida que mejoramos los índices, y cuánto más se podría elevar la facturación de las empresas ganaderas por la mayor extracción de terneros (se tomó un ternero a $68.400). Como nos dice un amigo: "el Excel resiste cualquier análisis".

Por eso es importante reconocer qué podemos hacer desde las veterinarias para tratar de revertir de a poco esta tendencia que históricamente continúa mostrando ineficiencia en la cadena productiva bovina.

En este marco y con el objetivo de seguir indagando en por qué pasa lo que pasa, avanzamos hace un tiempo también con **MOTIVAR** realizando encuestas a veterinarios de distintas zonas del país. Allí, se pudieron determinar los siguientes resultados:

» El 20% de los veterinarios no manejan un plan sanitario pre acordado con sus clientes.

» El 80% tiene un plan sanitario muy "básico" para ofrecer a los productores.

» Muchos de los veterinarios dicen que es difícil hacer que los productores apliquen correctamente los planes sanitarios.

Cuadro N° 1.	ACTUAL	.+5%	.+10%	.+15%	.+20%
TERNEROS	14,307,378	715,369	1,430,738	2,146,107	2,861,476
% DESTETE	62%	67%	72%	77%	82%
$ MAS	$ -	$ 48,931,232,760	$ 97,862,465,520	$ 146,793,698,280	$ 195,724,931,040

Cuadro N° 2. CALENDARIO SANITARIO Y REPRODUCTIVO DE CRIA

CATEGORIA	TRATAMIENTO	USO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	$$$ / CATEGORIA		
VACAS	CARBUNCLO	SI										7,0			725,38	$ 1.334.698	$ 2.452.314
	DIARREA NEONATAL	SI						117,5									
	REPRODUCTIVAS	SI			101,3							101,3					
	COBRE	SI			45,3			45,3				45,3					
	ANTIP.INTERNO	SI			39,2												
	ANTIP.EXTERNO	SI						61,5									
	AFTOSA	SI			161,8												
	TACTO	SI			286,0										$ 607,40	$ 1.117,616	
	SANGRADO BRUC.	SI			257,4												
	ANALISIS DE BRUC.	SI				64,0											
	DIAG.TUBERCULOSIS	SI															
	SERVICIO		X										X	X			
	PARICION									X	X	X					

A continuación, describiremos una serie de acciones para mejorar esta situación.

1 - Tener en la veterinaria un plan sanitario actualizado en pesos ($) y en kilos de carne por categoría animal

Si bien el ejemplo concreto de esta situación puede verse en el Cuadro N° 2, es clave destacar que el plan sanitario debe incluir un flujo de inversión por categoría y total.

De esta manera, permite visualizar de una manera más sencilla cómo serán las inversiones mes a mes para el productor.

Es importante también que el plan sanitario tenga un resumen global de la inversión: dividido en inversión en honorarios y en medicamentos, tal como se observa en el Cuadro N° 3.

2 - Comunicación efectiva

Es difícil tener un seguimiento de los planes sanitarios. Lo sabemos.

Obviamente habrá clientes que harán las cosas y otros que no.

Pero es importante generar un sistema de seguimiento y un plan comunicacional para poder generar el uso adecuado de los productos en tiempo y forma. Algunas de las vías de comunicación a emplear son las siguientes:

Redes sociales: Con comunicados sencillos se generan alertas donde se avisa qué productos se debe usar de manera preventiva según la temporada o evento que esté ocurriendo; por ejemplo destete, tacto, etc.

Este aviso se empieza a realizar entre 15-20 días previo a la aplicación real del producto en el campo. Caso contrario, seguiremos llegando tarde.

Estos "posteos" pueden durar toda una campaña completa (todo el destete, por ejemplo).

En el caso de colocar el precio de la inversión es una buena táctica utilizar como medida el KG de ternero.

WhatsApp: Podemos utilizar los grupos de difusión. En este caso será clave tener segmentados los clientes con algún criterio de manera que podamos enfocar las diferentes problemáticas, por ejemplo:

» Por forma de compra de productos veterinarios: habitual (clientes cotidianos de la veterinaria) o esporádica.

» Por forma de pago: clientes que pagan a término o clientes que no lo hacen.

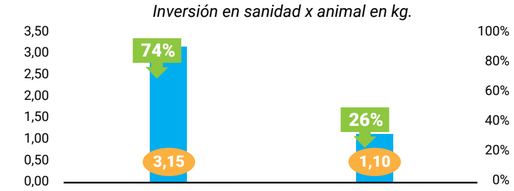
» Por el asesoramiento que brindamos: con asesoramiento completo de paleta de servicios o clientes que los toman de manera esporádica.

Existen distintas segmentaciones que se pueden combinar dependiendo del mensaje que queramos transmitir.

En algunos casos, segmentar también nos permitirá ofrecer a determinados clientes acciones especiales.

Cuadro N° 3. Inversión total por animal.

Inversión en sanidad x animal en kg.



	INV. KG X ANIMAL	MEDICAMENTOS	HONORARIOS
KG	4,25	3,15	1,10
%	100%	74%	26%

3 - Visita presencial cara a cara

En la visita a campo, el chequeo del plan sanitario es clave.

Saber que se aplicó o no del plan sanitario pre acordado es de suma importancia. Se puede analizar si se utilizó la vacuna recomendada, en el momento adecuado y la cantidad recomendada (cantidad de dosis).

En este momento se pueden anotar además los productos utilizados (mar-

Continúa »»

ca) y dosis usadas (Ver Cuadro N° 4).

Asimismo, el veterinario con sus visitas técnicas puede evaluar la condición corporal de los rodeos e implementar si es necesario distintas estrategias nutricionales según la necesidad del momento y época del año.

El análisis y seguimiento de la información productiva y reproductiva en las visitas nos sirve como parámetros para la detección temprana de algún problema.

Algunos indicadores más relevantes para tomar serían los siguientes: porcentajes de preñez, de parición y de destete.

Las diferencias que existen entre estos parámetros nos permiten determinar las mermas existentes en el establecimiento y de esa manera poder diagnosticar las posibles causas de las desviaciones existentes entre los objetivos planteados de cada indicador y la realidad.

Las mejoras que se logren en la disminución de las mermas permiten no solamente llegar a los objetivos planteados sino también mejorar los márgenes económicos del establecimiento.

Cuadro N° 4. Plan sanitario

Categoría	Vacuna recomendada	SI / NO	Momento adecuado	Cantidad
Vacas	Vacuna DNN	SI	SI	NO
	Carbunclo	SI	SI	NO
	Cobre	SI	SI	SI
Terneros al pie	1ra dosis MyG	SI	NO	SI
	2da dosis MyG	NO	SI	NO
	3ra dosis MyG	SI	NO	SI
	Queratoc.	SI	NO	NO
	Neumonía	SI	NO	SI
	Levamisol destete	SI	SI	NO
Novillos	Neumonía	NO	SI	SI
	Queratoc.	SI	NO	NO
	Cobre	SI	NO	NO
	Control parasitológico	SI	NO	NO
Toros	Raspaje de toros	NO	NO	NO
	Vacuna Campy	NO	SI	NO
	Carbunclo	SI	NO	NO
	Canti. muestreo prep.	SI	NO	NO
Vaquillonas	Vacuna DNN	NO	NO	NO
	Carbunclo	NO	NO	SI
	Cobre	SI	NO	NO

4 - Consolidación de la información en la veterinaria

Es importante analizar la información de los clientes mínimamente cada 3 meses.

De esta manera podremos evaluar resultados ya sea de compra de productos y/o servicios vendidos y en el caso que se tenga, los resultados productivos o reproductivos obtenidos.

Comentarios

Sabemos que existen distintos perfiles de clientes: algunos adoptan la tecnología más rápido que otros.

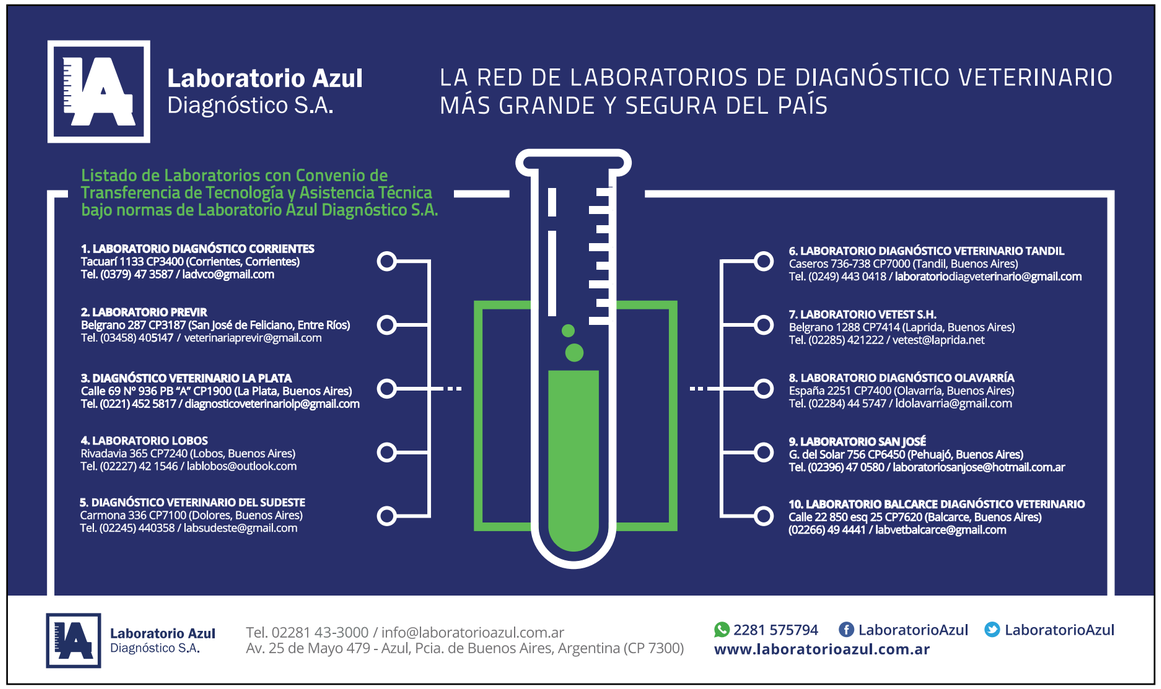
A algunos les gusta que nosotros le digamos como veterinarios qué hacer.

Y otros harán lo que a ellos les parece que deben hacer o lo que al vecino "le funcionó".

Lo importante es ir tomando la iniciativa y generando procesos internos y externos (comunicacionales) para ir intentando cambiar las pequeñas realidades que nos rodea desde lo productivo.

Además, tratar de demostrarles la necesidad de cambiar el paradigma tradicional del productor ganadero (del criador, particularmente) de "tenedor" de hacienda, y la responsabilidad que tienen ante un medio cada vez más demandante.

Demostrar que son productores responsables ante la demanda y el escrutinio constante de un mundo cambiante, en cuanto al mantenimiento de condiciones apropiadas de bienestar animal. Y también la responsabilidad ambiental, mejorando nuestros índices productivos, para tratar de competir en el futuro, con otros mercados más eficientes.



PASO A PASO DE UN MODELO DISTINTO

Un pool de 90 inversores con más de 4.000 cabezas que evalúa avanzar en la cría

» Andrés Oliver y Marcos Gutiérrez cuentan los pormenores del esquema que propone ADBlick Ganadería. ¿Qué lugar ocupan la nutrición y la sanidad?

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Cuando el ex gerente de Torneos y Competencias, José Demicheli pensó en una plataforma para que los ahorristas argentinos puedan invertir en el campo hizo hincapié en los granos. Corría 2007 y la creación de ADBlick Agro coincidió con el apogeo que vivían los precios de las commodities. Sin embargo, la presunción de un cambio de ciclo en las vísperas de la elección de 2015 motorizó el ingreso del grupo al negocio ganadero que hoy subsiste con su octavo módulo en ejecución participando tanto en recría como terminación.

"La ganadería siempre estuvo en la agenda, incluso se evaluaron proyectos en Uruguay y Paraguay, pero se decidió avanzar en recría al ver una oportunidad. Ingresamos en pesos y salimos en la misma moneda, pero con un tipo de cambio real", señala Andrés Oliver, director de Operaciones a **MOTIVAR**. Y confiesa: "La renta en dólares significó un salto del 45% ese primer año".

En la práctica, ADBlick Ganadería sella contratos de capitalización sobre campos de terceros para realizar la recría, dotando de animales esas empresas que se ocupan de la parte operativa, desde la sanidad hasta la nutrición, bajo cierta auditoria del fondo. Hoy, la firma que suma 90 inversores tiene presencia en Salta, Santa Fe y Buenos Aires, pero no descartan otras plazas, como el norte de Entre Ríos, Córdoba y La Pampa.

Para el Ing. Agr. Marcos Gutiérrez, líder de operaciones de ADBlick Ganadería, si bien cría es una oportunidad, el capital inmovilizado que requiere es importante por períodos más extensos.

Los socios estratégicos

"En el primer año, trabajamos con 1.200 cabezas en el norte de Santa Fe", recuerda Oliver a lo que Gutiérrez agrega: "Sirvió de experiencia para ajustar los requisitos forrajeros e índices que ADBlick exigía por contrato a los campos. El Módulo 2 se realizó en la localidad de Venado Tuerto y ya en el tercer año se empezó a diversificar geográficamente a territorios con potencial ganadero, como San Luis, Córdoba y Salta al mismo tiempo que se avanzó en terminación".

En cuanto a los niveles de tolerancia de mortandad que contemplan en los contratos, Gutiérrez señala que se ubica en el 2%.

"Solemos cotejar el protocolo sanitario de cada establecimiento y optamos porque ellos implementen el propio siempre siguiendo los lineamientos de un profesional veterinario. Como es un contrato de capitalización y el dueño del campo también participa de las ganancias de los kilos, se esfuerzan para mantener buenos índices productivos", explica el ingeniero en diálogo con **MOTIVAR**.

Inversión. Se suman interesados en la ganadería.

"Al comprar animales para recría, evaluamos si es necesario un shot sanitario, pero solemos elegir tropas homogéneas que cumplen con los estándares de sanidad y lo hacemos tanto a través de ferias como vía consignatarios en relaciones con particulares", explica y amplia: "En recría el dueño del campo se queda con el 50% de las cabezas, pero muchas veces le pagamos ese porcentaje para llevar los animales a los corrales, el próximo eslabón".

En el caso de la terminación, ADBlick trabaja junto a Transcom, del Grupo Riccillo, que aporta el servicio de hotelería en Saladillo. "El pago es por ganancia de peso diario atado al precio del maíz (más del 70% de los costos de esa etapa)", aporta Oliver.

¿Dónde está el negocio?

El 80% de la producción de ADBlick Ganadería se destina al mercado internacional apuntando a un novillo pesado de 450-480 kilos. "Se realizan recrías largas a pasto para obtener un buen desarrollo de estructura del animal para que luego, vía corral, llegar a un novillo de exportación", señala Gutiérrez.

Con los faros largos puestos en escalar el modelo y sin descartar el ingreso a la actividad de cría, ADBlick Ganadería está transitando el octavo módulo con más de 4.000 cabezas. "Con este esquema podemos trepar hasta las 16.000 cabezas. Estamos sellando contratos con frigoríficos exportadores para calzar la venta con las cabezas que compramos en la recría", cierra el director de Operaciones del grupo. AR

MEDICINA FELINA

“Tenemos que mejorar los estándares de atención de los pacientes felinos”

» El gato ha aumentado su popularidad, surgiendo nuevas necesidades. La MV María Teresa Chaher, presidenta de AAMeFe, dialogó con MOTIVAR sobre las herramientas Cat Friendly a considerar por los veterinarios.

Los últimos 20 años han sido de cambios vertiginosos para la medicina felina, tanto en lo que refiere a la modificación del lugar de los gatos dentro de las familias, como al avance en materia de manejo, tratamiento y conocimiento de la especie por parte de los profesionales veterinarios. También los tutores de los gatos han cambiado (Ver recuadro) en el marco de una pandemia que dejó sus huellas, como en todos los demás ámbitos de la vida.

La Asociación Argentina de Medicina Felina (AAMeFe), fundada en 1998, congrega a los profesionales que se especializan en gatos y hoy cuenta con alrededor de 400 miembros activos de toda América Latina. Este 2022 fue de recambio, ya que se renovó el 50% de sus autoridades, como se hace cada dos años.

La MV María Teresa Chaher, presidenta de la Asociación, está en mitad de su mandato y por eso **MOTIVAR** consideró que era un momento oportuno para reflexionar sobre la realidad de la medicina felina, el trabajo de la Asociación y los desafíos que impone una realidad donde el gato adquiere cada vez mayor relevancia.

MOTIVAR: ¿Cuál es la realidad de AAMeFe hoy?

María Teresa Chaher: Los fundadores de la AAMeFe fueron pioneros en una época en la que el gato no era la estrella que es ahora.

Hoy seguimos trabajando por el mismo objetivo, el de difundir entre los colegas veterinarios la actualización de la medicina felina a través de acciones que realizamos a lo largo de todo el año.

Todos nuestros eventos son sin cargo para los socios.

Las acciones más importantes se refieren a acercar herramientas al profesional, tanto en lo referido a la actualización en medicina felina, como aquello relacionado en el manejo Cat Friendly.

Nuestra idea es que a través de diferentes herramientas y recursos educativos, dirigidos tanto a veterinarios, como a tutores, se puedan mejorar los estándares de atención de los pacientes felinos.

María Teresa Caher. “Hoy los gatos tienen un lugar protagónico en la medicina veterinaria”.

¿Cuál es su vínculo con la AAFP?

Nos asociamos a la American Association of Feline Practitioners, una asociación de medicina felina internacional que se encuentra activa desde de los años ‘70. Al ser miembros asociados hay una colaboración mutua.

Los socios de AAMeFe se pueden asociar a la AAFP por solo el 50% de su valor. De ese modo pueden acceder a toda su bibliografía, a sus webinars y capacitaciones.

Además, la AAFP tiene dos programas de certificación Cat Friendly: una es la certificación de la clínica veterinaria, que deben cumplir con una serie de requisitos para obtener la certificación, que si bien es bastante minuciosa se trata de cambios que no requieren una inversión tan grande en materia de infraestructura.

Actualmente hay cuatro clínicas certificadas en la Argentina. Por otro lado está la certificación individual, que consta de una serie de capacitaciones y exámenes, para el veterinario que desee ser reconocido como Cat Friendly.

¿Cómo ves la actualidad de la medicina veterinaria felina en Argentina?

Han cambiado mucho las cosas en las últimas décadas. El gato es un animal práctico, no hay que sacarlo a pasear, tolera mucho más la soledad, no necesita atención constante. Por eso mucha gente lo elige como compañía. Ahora bien, hay que tener en cuenta sus necesidades ambientales, porque quizás se adapta a un espacio pequeño pero hay otros factores que inciden en su calidad de vida y deben tenerse en cuenta para que no generen problemas de salud.

Antes el veterinario atendía a todas las mascotas por igual, no se especializa-

Continúa »»

ba en algo en puntual. Pero hoy en día ya no es el gato de antes, que vivía afuera y servía para cazar ratones. Ahora es prácticamente un miembro de la familia, y por eso hay veterinarios que se dedican solo a los felinos, y dentro de eso se especializan, porque es lo que la gente quiere y necesita en la actualidad.

¿Son cambios regionales?

Este fenómeno se da especialmente en Buenos Aires y otras grandes ciudades, pero se está extendiendo al resto del país.

En América Latina pasa lo mismo, especialmente en las grandes ciudades, siguen este camino, es una tendencia general. Hoy el gato tiene un lugar protagónico en la medicina veterinaria.

¿Dirías que es necesario tener una clínica Cat Friendly para poder ofrecer un buen servicio veterinario?

Hoy en día, con todo lo que sabemos, creo que es necesario marcar la diferencia. El manejo del paciente felino en el contexto de una consulta es muy importante, hay un montón de aspectos específicos a tener en cuenta. Y si bien no siempre es posible tener un lugar exclusivo para ellos, se pueden intentar otras cosas. Por ejemplo, reducir el movimiento en el consultorio, utilizar feromonas de apaciguamiento para que se puedan hacer maniobras sin estrés. Hay que acomodarse a ellos con métodos nuevos. La realidad es que el gato necesita tranquilidad y espacio.

¿Cuáles son los principales problemas sanitarios que afectan a los gatos domésticos en Argentina?

Eso depende mucho de la edad. Las dos etapas más vulnerables son las de los extremos, los primeros meses de vida y cuando son gerentes, después de los siete años. Al comienzo el foco está puesto en las enfermedades infecciosas y los parásitos. Luego predominan el hipotiroidismo, la leucemia felina y la artritis, que es un mal silencioso que afecta a la gran mayoría de los gatos mayores sin que los dueños se den cuenta.

Cambios. La actualización permanente de los veterinarios es clave en el rubro.

¿Existen soluciones específicas para gatos o, como hasta hace un tiempo, se siguen subdosificando con productos para perros?

En la actualidad hay más productos que antes, sin duda alguna. Hay muchas alternativas a las que antes no se podía acceder y esa carencia impactaba la curación. Medicar a un gato siempre fue más difícil que medicar a un perro.

A veces se estresan mucho y eso afecta la continuidad del tratamiento, entonces el profesional tiene que pensar si el propietario puede llevarlo a cabo o si va a tener demasiadas dificultades.

Hay personas que no pueden darle un comprimido a un gato, y entonces sabés que no podés recetar ciertas cosas.

Lo ideal sería que siempre hubiera acceso a una medicación que esté específicamente diseñada para el consumo felino y que tenga en cuenta todas estas cuestiones.

Afortunadamente cada día hay más laboratorios que se ocupan de diseñar productos con esa finalidad en concreto.

¿Cuáles son los desafíos a futuro de los veterinarios especialistas en medicina felina?

Pienso que hay que tratar de hacer la consulta más amigable. No digo que siempre sea necesario llegar a tener una clínica exclusiva, pero sí se pueden tener horarios de perros y horarios de gatos, o salas de espera separadas, para que no sea una experiencia traumática para todos los involucrados.

¿Y los desafíos de la AAMeFe en particular?

Queremos extendernos, llegar a todo el país. Por eso grabamos los eventos, queremos llegar a todos.

Durante la pandemia nos volcamos a la virtualidad pero este año volvimos a la presencialidad.

Hicimos un evento sobre endocrinología felina, tenemos previsto realizar otro en agosto sobre parasitología y en diciembre tendrán lugar las jornadas anuales.

En AAMeFe nos consideramos, te diría, casi como una familia, por eso promovemos que nuestros socios cuenten sus experiencias. AR

TUTORES, GATOS Y UNA RELACIÓN ÚNICA

En diálogo con María Teresa Chaher, presidenta de AAMeFe, conversamos sobre los cambios que sufrió el vínculo entre tutores y gatos en los últimos años.

Según Chaher, durante la pandemia aumentaron mucho las adopciones. Además, el aislamiento permitió profundizar la relación entre los gatos y sus tutores. "Al poder dedicarle más atención, muchos aprendieron cosas nuevas sobre ellos. Los gatos son grandes escondedores de síntomas, a veces los cambios son muy sutiles, por eso es tan importante la medicina preventiva y los chequeos generales", comentó.

Pensando más en el largo plazo, destacó una importante alza en cuanto a la popularidad de los gatos, y explicó que la gente tiene menos prejuicios sobre ellos. Para Chaher, con el tiempo se van derrumbando muchos mitos. "Antes existía una idea de que eran animales para mujeres solas. Hoy en día veo más diversidad en cuanto a los propietarios, hay muchos hombres con gatos, también parejas, familias con niños. El gato tiene un público muchísimo más amplio", señaló. La presidenta de AAMeFe considera que lo único que hace falta es que lo conozcan.

Por último, destacó que "los tutores de gatos suelen ser más exigentes que los tutores de perros en cuanto a los cuidados sanitarios. Están más predispuestos a hacerles estudios, análisis, chequeos, son más abiertos a las propuestas terapéuticas que el profesional pueda brindarles. Quieren invertir en su salud y en su calidad de vida".

CAMINO AL MÁXIMO TROFEO

El otro mundial: ¿quién gana en la industria veterinaria?

» El mercado global de salud animal facturó cerca de US$ 39.000 millones en 2021. Trazando un paralelismo con Qatar 2022, emulamos el "fixture" de los países con mayor penetración, las cifras de Argentina y los rivales en la fase de grupos.

LUCIANO ABA
luciano@motivar.com.ar
@aba_luciano

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Este año terminará antes de lo habitual. El 21 de noviembre, cuando ruede la pelota en el estadio Al Bayt, iniciará la Copa Mundial de Fútbol Qatar 2022; una pausa esperada, justo antes de las Fiestas. Sin embargo, hay una industria que no se detendrá y donde se vive otro mundial: el de los productos para la salud animal.

En ese marco de celebración, la industria veterinaria global también tiene motivos para festejar: sólo en 2021 este negocio se valoró en US$ 39.000 millones.

Es decir, un monto incluso por encima de lo generado por el complejo exportador de granos y derivados de la Argentina (US$ 32.807 millones) durante ese mismo año.

A su vez, se espera que el sector de salud animal experimente una tasa de crecimiento anual del 10% entre 2022 y 2030.

En las siguientes líneas, **MOTIVAR** reúne y analiza informes y estimaciones globales para repasar quién es quién entre los países que dominan la escena de esta industria en crecimiento; qué lugar ocupan los países que se cruzarán con la Argentina en la fase de grupos de Qatar y cuáles son las naciones con más chances de llevarse la Copa en este certamen lúdico que proponemos.

Contexto

El mercado veterinario estuvo impulsado el año pasado en gran medida por el incremento en la demanda de proteína animal y la mayor incidencia de enfermedades zoonóticas y transmitidas por los alimentos a nivel mundial.

Este aumento sin precedentes llevó también a las empresas del rubro a producir vacunas y productos farmacéuticos cada vez más avanzados.

La gran demanda también da lugar a un aumento en el número de compañías que realizan esfuerzos por presentar tecnologías para controlar los riesgos que generan las enfermedades sobre las producciones, tal como coinciden las reportes consultados por **MOTIVAR**, contribuyendo así al crecimiento del mercado.

A esto se suma, sin dudas, la mayor tasa de medicalización (y aumento en valores de los productos) vivida también en el sector específicamente destinados a los animales de compañía, principalmente en los países en desarrollo.

Fixture. ¿Quiénes son los principales rivales de Argentinaen el Mundial de las industrias veterinarias?

Los números del globo

En la industria global de salud animal, el segmento de animales de producción (bovinos, aves, cerdos, ovinos, equinos y animales acuáticos) dominó el mercado y representó la mayor participación de ingresos, superando el 58% del total en 2021.

Hablando de regiones, América del Norte domina la escena de la salud animal y, solo el último año, significó la mayor parte de los ingresos con casi un 30% de la torta.

Vale decir que, según reportes internacionales, en las economías emergentes, los productos alimenticios de origen animal representaron un tercio del consumo humano de proteínas, lo que lleva a un aumento en la productividad del ganado.

Estos factores serían responsables de la participación significativa capturada.

En ese marco, el rubro de productos farmacéuticos explicó cerca de un 70% del mercado de la salud animal global el año pasado y se estima que mantendrá su posición dominante hasta al menos 2030, en relación a las vacunas.

Vale aquí destacar que cuando se habla de productos farmacéuticos se incluyen principalmente antiparasitarios, antibióticos y antiinflamatorios, entre otros que vienen en franco crecimiento.

En cuanto a los animales de compañía, también se aceleró la adopción de productos farmacéuticos y vacunas para ayudar a aumentar la longevidad y el bienestar de perros y gatos. Además, adquisiciones como la de Bayer por parte de Elanco; o la de Merial a manos de Boehringer Ingelheim tiempo atrás, promoverían el avance del sector en el corto, mediano y largo plazo.

La mención de esta operación no es antojadiza: diversas fuentes del mercado coinciden que las fusiones y adquisiciones se consideran uno de los factores clave que contribuyen al crecimiento del segmento a lo largo de los años.

Varios factores, como el creciente gasto en salud animal, el aumento de la incidencia de enfermedades zoonóticas y el incremento del número de veterinarios y sus ingresos en las economías desarrolladas, también son responsables del crecimiento del mercado ligado a las mascotas.

Por su parte, los laboratorios están invirtiendo en la expansión de sus instalaciones de fabricación en distintas partes del mundo, lo que se espera impacte positivamente en el negocio de la salud animal en general.

Crece la demanda y la oferta responde.

"El Grupo de la muerte"

Es popularmente sabido que Estados Unidos no tiene los mayores créditos en el fútbol, aunque una vez más estará presente en la Copa del Mundo de noviembre.

Sin embargo, su suerte cambia si se trata de medirlo en la industria veterinaria global. La mayor economía del planeta también lidera el volumen de ventas en lo que refiere al negocio de salud animal.

Solo en 2021, el país aportó el grueso de los US$ 11.800 millones que generó el sector en América del Norte, siempre según cifras oficiales. Eso representa que esta región genera en solo dos semanas las ventas equivalentes a un año completo de la industria veterinaria argentina.

La industria de sanidad animal de Europa occidental es el otro candidato destacado en este certamen, ya que superó los US$ 7.900 millones en ventas durante 2021, según los últimos datos proporcionados por Animal Health Europe, organización que

Continúa »»

agrupa a las empresas y asociaciones nacionales de esta parte del Viejo Continente.

Esta organización y sus empresas miembro, aseguran cubrir el 90% del mercado europeo e invertir más de US$ 500 millones en investigación y desarrollo cada año. Además, presentaron datos crecientes a pesar de ser un ejercicio aún marcado por la pandemia provocada por el COVID19.

En cuanto a los datos del sector durante el 2021, exponen que como productos más vendidos de manera individual en Europa se encuentran las vacunas con un 32% de las ventas totales y en segundo lugar, los antiparasitarios (29%).

Le siguen los antimicrobianos (antibióticos) con un 11%; y el resto de los insumos representan el 28% del total.

Ahora bien, si llevamos nuestro análisis al punto de comparar el peso de cada especie animal, veremos que los productos para mascotas son la figura destacada ya que, a diferencia de lo que ocurre en los mercados latinos, representan el mayor porcentaje de ventas con más del 40% del total.

Del otro lado del Atlántico, se encuentra Brasil, la economía más pujante de América Latina. El pentacampeón no es la excepción cuando de industria veterinaria se trata. El año pasado, los ingresos del sector en ese país superaron los US$ 1.700 millones, completando más de una década de crecimiento a una tasa anual promedio del 8%.

En ese marcos, los rumiantes se llevaron la mitad más uno del sector, seguido por animales de compañía. Asimismo, las producciones intensivas de aves y cerdos, donde Brasil también se destaca como proveedor global, completan el mercado con participaciones similares entre sí.

A la hora de observar el desempeño según la clase terapéutica, al igual que ocurre a nivel mundial, los fármacos son los protagonistas donde los antiparasitarios explican el 27% de los dólares facturados por la industria de salud animal brasilera.

Brasil, una vez más, es uno de los tantos "cucos" a vencer en el Mundial que sea, y en el de las industrias veterinarias, también.

¿Qué lugar ocupa la Argentina?

La industria local de salud animal se puede analizar de diversas maneras.

Sin considerar la facturación correspondiente a la vacunación antiaftosa (como en todos los otros casos), veremos que el sector que opera en nuestro país generó ingresos por algo así como $50 mil millones, a un dólar oficial promedio en 2021 de $107 (US$ 470 millones).

Este monto, según estimaciones de **MOTIVAR**, se dividiría de la siguiente manera:

- Bovinos de carne y leche: 44%.
- Animales de compañía: 20%.
- Avicultura: 17%.
- Otros grandes animales (cerdos, ovinos, equinos): 15%.
- Otros: 4%.

En el mercado total, la división entre categorías de productos se repartió de la siguiente manera: fármacos: 65%, biológicos: 30% y otros: 5%.

Por su parte, el primer rival de la Argentina en la fase de grupos de Qatar 2022, Arabia Saudita es, al igual que en el fútbol, uno de los rivales más "débiles que nos podían haber tocado", con una industria veterinaria que -siendo generosos- podría haber llegado a los US$ 50 millones el año pasado.

Más allá de esto, en ese mercado se destacan las aves de corral, que explicarían dos tercios de los ingresos de la industria veterinaria. Mientras tanto, un stock de más de 18 millones de ovejas y cabras, más de 1,4 millones de camellos y medio millón de vacas lecheras explican el tercio restante de la demanda de salud animal en la península.

En el caso de México, segundo contrincante para la Argentina explica un 5% de las ventas de América del Norte.

De hecho y contemplando tanto a las empresas que se encuentran dentro, como fuera de Infarvet, habrían logrado en 2021 la friolera de al menos US$ 700 millones en ingresos anuales para una industria que reúne a cerca de 100 laboratorios.

En el país azteca hay casi 8.000 productos farmacéuticos registrados, 37% de ellos para atender a rumiantes, 27% a porcinos, 24% a mascotas, 11% a aves y solo un 1% a especies acuícolas.

Adicionalmente, se estima que un 42% de los biológicos veterinarios que cuentan con registro se destinan a la industria avícola; 23% para bovinos, ovinos y caprinos; 19% para cerdos y 16% para el creciente segmento de las mascotas.

¿Y Polonia? Sin dudas es para nosotros la gran incógnita, representando cerca del 10% de la facturación de una Europa del Este que en 2021 habría alcanzado los US$ 1.900 millones. Si bien esos US$ 190 millones anuales no le da a la industria veterinaria polaca la chapa que en el fútbol les otorga Robert Lewandowsky, no deberíamos subestimar a un país que es considerado entre los principales productores de genéricos veterinarios en toda Europa.

Se viene el Mundial de Qatar y las expectativas por el rendimiento de la Scaloneta crecen día a día. ¿Podrá nuestra industria veterinaria aportar para volver a traernos la Copa? Ojalá que sí. Veremos. Ojalá. AR

POR UNA MAYOR SUSTENTABILIDAD DE LOS SISTEMAS

El torneo de las producciones animales

FACUNDO SONATTI
redaccion@motivar.com.ar
@facusonatti

Argentina ya tiene los rivales para la fase de grupo de Qatar 2022: Arabia Saudita, México y Polonia. ¿Quién es quién si lo que está en juego es la producción pecuaria?

La Selección Argentina de fútbol encabezará el grupo C en la primera fase del Mundial de Qatar 2022 donde se enfrentará a Arabia Saudita, México y Polonia. El equipo dirigido por Lionel Scaloni y bajo la capitanía de Lionel Messi hará su debut el 22 de noviembre y cerrará la primera etapa el miércoles 30 de noviembre. A solo seis meses del comienzo del certamen, hay otra competencia en juego: "El mundial de las producciones".

Argentina es un histórico referente en producción de carne bovina y la participación en otras carnes, como avicultura y cerdos, creció con fuerza en las últimas dos décadas. Asimismo, la fama ganada como portador de "la mejor carne del mundo" contagia a la industria veterinaria como proveedor de la sanidad de este y todos los sectores orientados a transformar granos en canre. ¿Cuál es el rol de la producción animal en los países que enfrentaremos en la fase de grupos en Qatar 2022? ¿Dónde se destacan? ¿Cuál es la escala respecto al territorio argentino?

Arabia Saudita: vuela con la avicultura

En el árido territorio del reino más importante de la península arábiga los camellos pueden ser los animales más icónicos, pero seguramente no los más consumidos. La dieta proteica de los árabes tiene al pollo en el centro de la escena.

De hecho, se espera que la producción de carne de pollo continúe aumentando a medida que Arabia Saudita persigue una meta de 80% de autosuficiencia para 2025. Hoy, ese porcentaje ya supera el 60%.

La producción de carne de pollo de ese país fue estimada en 930.000 toneladas, en 2020. Y según las proyecciones del USDA, ese monto trepó a 950.000 el último año. Sin embargo, las importaciones siguen jugando un papel central y también están al alza acompañando el crecimiento del consumo interno.

En 2020, las importaciones rondaron las 550.000 toneladas y se estima en 625.000 el monto importado en 2021. Si bien la Argentina es un proveedor de ese mercado, es Brasil quien suministra la mayor parte de las importaciones de aves de corral de Arabia Saudita. Esto sucede a tal nivel que es el segundo país más importante para el mercado externo de pollos brasileños representando un 14% de los envíos, solo detrás de China (19%).

México: reina en producción (y consumo) de huevos

Por su precio y calidad, el huevo es uno de los productos favoritos de los mexicanos, posicionándo como el primero del mundo en consumo con una ingesta de 23,7 kilos per cápita, es decir, algo más de 430 huevos por persona cada año.

En México hay casi 170 millones de gallinas de postura de la raza Bovans, Lohmann o Hy line que ponen un huevo a diario. Solo para tener una referencia, en la Argentina ese número se reduce a 40 millones de gallinas de postura y el consumo per cápita se estima en cerca de 300 huevos.

Aproximadamente 98% de la producción a nivel nacional de ese país consta de huevo blanco, el restante es de color rojo, de acuerdo con datos de la división Avicultura de MSD Salud Animal, en México.

Y más allá que lidera la tabla de consumo desde hace dos décadas, el consumo de huevo en México tuvo un incremento aproximado del 50% entre 2019 y finales de 2020, al pasar de dos millones de toneladas a tres millones, de acuerdo con el Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA), aumento ocasionado por la pandemia, su bajo costo, facilidad para cocinarse, sabor y contenido de proteína, afirman especialistas de la UNAM.

Polonia: campeón en lechería

Polonia es el quinto mayor productor de leche y tiene el tercer stock de vacas lecheras más grande de la Unión Europea. En 2019, este país fue responsable del 1,7% de la producción mundial de leche y del 8,5% del total de las entregas de ese fluido entre los miembros de la UE-28, justo después de los Países Bajos, que representaron el 9,7% de las entregas.

La exportación de productos lácteos es muy importante para Polonia porque su nivel de autosuficiencia es del 121%, es decir, debe destinar más del 20% a las exportaciones, de las cuales más del 74% se colocan en otros países de la Unión.

La industria láctea polaca experimentó una transformación después de la adhesión del país a la UE (2004). La producción de leche y productos lácteos se concentró, lo que se tradujo en economías de escala. De hecho, en el periodo 2005-2019, los ingresos de las empresas involucradas en el procesamiento de leche aumentaron en más del 90%. Asimismo, en 2019 se observó una tendencia al alza en la producción de leche debido a que la mejora en la productividad compensa la disminución de la población de vacas lecheras. En diciembre de 2019, el número total de vacas lecheras fue de 2,16 millones de cabezas, un 2,3% inferior al del año anterior. Sin embargo, una vez más, en contraposición con el mercado argentino, tanto el stock como la oferta de leche polaca es superior.

Fuente: USDA

BIOCHEMIQ
Mejorando el presente

Información técnica.

Composición:
Cultivo inactivado de Herpes Virus Equino 1.

Conservantes:
Metorgan y Gentamicina; Adyuvante: Polímeros y Gel de Aluminio.

Dosis:
2 ml
Vía intramuscular

Administración:
Yeguas gestantes: Aplicar durante el quinto, séptimo y noveno mes de gestación. Ante un riesgo concreto de exposición vacunar cada 30 días. Revacunar anualmente con el mismo plan sanitario o según criterio veterinario.
Equinos a partir de los 4 meses de edad: aplicar 2 dosis con intervalo de 21 días, luego revacunar semestralmente o según criterio veterinario.

Frasco conteniendo:
10 ml / 5 dosis

Contactenos para más información.
info@biochemiq.com **www.biochemiq.com**

NOVEDAD EN LAS JORNADAS VETERINARIAS

InterMédica y la Revista 2+2 apuestan por la gestión empresarial

ESCANEÁ EL CÓDIGO QR Y RESERVÁ TU LUGAR EN LA SALA

» En el marco del evento que se realizará los días 7 y 8 de agosto, Bernardo Bárcena liderará una jornada inicialmente orientada a promotores y representantes de ventas de distribuidoras y laboratorios veterinarios.

DE LA REDACCIÓN DE MOTIVAR
redaccion@motivar.com.ar

La profesionalización y actualización de los equipos comerciales es una necesidad concreta en los distintos sectores de la economía nacional.

El rubro veterinario no es la excepción y es por eso que durante las 30° Jornadas Veterinarias que InterMédica realizará los días 7 y 8 de agosto en Parque Norte, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se organizará de forma conjunta con esta **Revista 2+2** para darle forma a una sala de Gestión Empresarial orientada a los equipos técnico-comerciales, de marketing y promoción de distribuidoras y laboratorios veterinarios de todo el país.

Esta propuesta específica se suma a una agenda colmada de novedades, en la cual los asistentes podrán obviamente acceder a múltiples beneficios y conferencias ligadas a temas de cardiología, cirugía, endocrinología, animales exóticos, gastroenterología, neurología, oncología y una sala específica de medicina felina junto a AAMEFE, y otra exclusiva de SADEVE, dedicada a dermatología.

Para distribuidoras y laboratorios

La Sala de Gestión Empresarial tendrá lugar el domingo 7 de agosto y constará de dos bloques (uno a la mañana y otro a la tarde) y junto con la compra de su entrada, los asistentes tendrán incluido tanto el acceso general a la jornada para compartir la misma, junto a veterinarios especializados en animales de compañía de todo el país, así como también el desayuno, el almuerzo, los Coffe breaks y el acceso al festejo sorpresa que se llevará adelante durante el cierre de la jornada.

Los interesados en participar de una formación que potencie sus habilidades de comunicación, comerciales y de orientación a resultados, de negociación, de innovación y de liderazgo pueden ya consultar los valores y reservar su lugar vía: tatiana@intermedica.com.ar

La propuesta

Más allá de la participación de representantes de Intermédica y la Revista 2+2, contará con la participación destacada del capacitador Bernardo Bárcena, de Experiencia Líderes, quien es licenciado en Administración (UBA), contando con un Doctorando en Administración de Empresas (UCA) y un MBA otorgado por la Universidad Católica Argentina.

La propuesta se desarrollará el domingo 7 de agosto y constará de dos bloques (uno a la mañana y otro a la tarde). Los asistentes tendrán incluido tanto el acceso general a la jornada para compartir la misma junto a veterinarios especializados en animales de compañía de todo el país.

Los contenidos que allí se compartirán serán los siguientes: Cuadro de Estados de Ánimo; Actitud Protagonista; La estrategia de canal; El contexto de obviedad; .

» Ventas efectivas.

Los seis principios para influir en las personas.

» Negociar en base a intereses y no a posiciones.

» Salir al balcón (Inteligencia emocional).

» Tres claves para innovar.

» Design Thinking.

» Estrategia del Océano Azul.

» Liderazgo Servicial.

» R=R -> A mejores relaciones, mejores resultados.

Vale decir también que Bernardo Bárcena es miembro del Instituto de Ciencias Sociales de Fundación UADE, donde ha investigado sobre el mapa laboral del futuro, en el que lideró un equipo de investigación sobre la Generación Z.

Esto contribuirá a profundizar la mirada específica sobre las habilidades a desarrollar junto a los equipos técnico-comerciales y de promoción de laboratorios y distribuidoras veterinarias. AR

UNA EMPRESA QUE MIRA AL LARGO PLAZO

Vetanco, 35 años detectando oportunidades y apostando por la innovación

» En exclusiva, Jorge Winokur, Horacio Mancini, Raúl Brega, Ariel Sugezky y Eduardo Zavalía repasaron junto con **MOTIVAR** los principales hitos de una empresa de capitales nacionales que sigue creciendo en el mundo.

LUCIANO ABA
luciano@motivar.com.ar
@aba_luciano

Juntos en Vetanco. Raúl Brega, Eduardo Zavalía, Ariel Sugezky, Jorge Winokur y Horacio Mancini.

La historia de Vetanco es atrapante y está atravesada por una serie de situaciones que vale la pena recordar a 35 años de su nacimiento, allá por 1987.

Con foco inicial en la producción de principios activos, como la primera quinolona de uso veterinario sintetizada en América Latina o la hidrogenación de ivermectina hacia 1990, hoy la empresa crece de la mano de hitos como el registro internacional de la plataforma de vacunas a subunidad, Biotech Vac; la conformación de la primera empresa público-privada del rubro con INTA (Bioinnovo) y la alianza con el laboratorio húngaro Dr. Bata Ltd. para lanzar su línea BV Science a escala global, por citar algunos ejemplos.

Detectar oportunidades, poner el foco en segmentos específicos, sortear crisis y apostar por la vinculación con entidades científicas en todo el mundo han sido y son las principales herramientas de la compañía que cuenta hoy con filiales propias en Brasil, Uruguay, Colombia, Panamá, México y Estados Unidos; agentes técnico-comerciales propios en Medio Oriente y Asia, y con distribuidores consolidados en más de 40 países de nuestra región, el Sudeste Asiático, Medio Oriente, África y el Este europeo.

Con una facturación global corporativa próxima a los US$ 100 millones, exportaciones crecientes que en un 50% tienen como destino sus negocios en Brasil, la empresa avanza también en Estados Unidos a través de Vetanco USA, Inc. invirtiendo para registrar sus productos y contando con un laboratorio de I+D, en University Enterprise Labs, incubadora de la Universidad de Minnesota, donde se complementa el trabajo realizado en la Argentina en búsqueda de seguir creciendo en el desarrollo de tecnologías.

A fin de profundizar en estos temas, **MOTIVAR** logró reunir a dos de sus fundadores, Jorge Winokur y Horacio Mancini, junto a los otros tres profesionales que con el paso de los años se fueron sumando a la sociedad: Raúl Brega, Ariel Sugezky y Eduardo de Zavalía (no pudo estar en esta ocasión Ricardo Ferreira también socio y director de abastecimiento y logística). Este encuentro tuvo lugar en la casa matriz de Villa Martelli (Gran Buenos Aires), donde se encuentra la planta que hoy elabora bajo normas GMP productos veterinarios en formato de polvos; líquidos y semisólidos no estériles; líquidos y sólidos estériles y betalactámicos.

"Nacimos de la mano de un grupo de profesionales que buscábamos hacer algo distinto. No había empresas nacionales que produjeran en la Argentina principios activos específicos para salud y producción animal", abrió el juego Jorge Winokur. Y sumó: "Ingresamos en un mercado en el que jugaban las grandes farmacéuticas para producir materias primas como el nicotinato de norfloxacina; flumequina; enrofloxacina, edetato cúprico cálcico, ricobendazol etc. para nosotros y para terceros", en una época previa al Mercosur cuando la segmentación arancelaria ofrecía esta ventana.

En este sentido, Horacio Mancini recordó que estos hitos tecnológicos fueron aun más impactantes cuando la compañía llegó a proveer a empresas del exterior y a exportar también a Brasil estos principios activos aún sin contar con el desarrollo de lo que hoy conocemos como marca Vetanco.

Con ADN avícola

"Tuvimos la fortuna de que en ese momento en la naciente intensificación avícola y porcina, el escenario era - a nivel general- la convivencia de productos de "marca" y calidad mayormente de empresas internacionales con oferta de principios activos a granel sin mayor regulación", le comentó Mancini a **MOTIVAR**. Y agregó: "Ocupamos un nicho clave como empresa nacional que transformaba seriamente principios activos en productos seguros y confiables. Nuestro nicotinato de norfloxacina, la flumequina y luego la enrofloxacina, fueron hitos que en ese momento llamaron la atención en la actividad".

En 1991 y sobre la base de una primera expansión, Vetanco sumó al primer veterinario a su staff: Raúl Brega, egresado de la FCV de Esperanza (Santa Fe) con antecedentes laborales en plantas de incubación, incorporando el chip de la avicultura a la empresa. "Siempre con el respaldo de la calidad y asegurando resultados, pudimos posicionarnos y avanzar", comentó Brega para luego recordar lo que fue uno de los más grandes desafíos de la empresa en su historia: la crisis que atravesó a la avicultura (y el país) a inicios de 2000.

"En aquel entonces debíamos más dólares de los que podíamos pagar", recordó quien luego de 10 años al frente del negocio avícola de Vetanco, tomó la posta para desarrollar las unidades de bovinos, cerdos y animales de compañía.

Pero no nos adelantemos...

En medio de una crisis terminal para muchas empresas avícolas, se produjo el ingreso a la empresa del también MV Ariel Sugezky, quien con apenas 1 año de egresado se sumó a la travesía. "Mi rol se volcó a una tarea de relacionamiento con clientes y recuperación de deudas, que es parte de nuestra historia. Patacones, Quebrachos y visitas a los responsables de Pago a Proveedores de los clientes, fueron parte central de ese tiempo", recordó quien hoy ejerce la dirección comercial de la línea avícola de Vetanco. Y sumó: "Logramos que la cadena de funcionamiento de la empresa no se detuviera.

Profesionalización y estímulo

En el medio de esa tormenta, se incorporó Eduardo de Zavalía para buscar el mejor modo de atravesar una crisis originalmente financiera que no opacaba la vocación por seguir invirtiendo y creciendo en el rubro.

"Vetanco era una empresa pequeña pero que había salido al mundo a hacer registros, invirtiendo y forjando las bases de lo que tiempo después sería la reconstrucción y la explosión de lo que somos", nos explicó de Zavalía, quien hoy ocupa la gerencia general de la firma, con un perfil económico, orientado a la administración, las finanzas y la organización interna. Y agregó: "Había deudas, pero también un prestigio ganando y muchos registros aprobados en el exterior".

"Vale destacar la actitud de aquel entonces de los socios originarios de Vetanco en cuanto a ir integrándonos en momentos difíciles como socios activos y partícipes del destino de la empresa", subrayó de Zavalía, dándonos pie para consultar a Jorge Winokur sobre los motivos de esta decisión.

"Consideramos que es lo que éticamente corresponde, que motiva a las personas comprometidas y valiosas a trabajar para su evolución personal y profesional. Y agregó: "Nos permite darle consistencia en el tiempo a mantener personas capaces y formadas para llevar adelante un proyecto a largo plazo, en una empresa a la que no le interesan los negocios de corto plazo".

Diversificar el horizonte

La recuperación generada a partir de 2002 acompañando el crecimiento del consumo interno de carnes blancas, la salida de la convertibilidad mejorando los márgenes exportadores, y la evolución de las nuevas unidades de negocios le dieron a los planes de Vetanco el impulso que estaba esperando. "Fuimos acompañando esto con productos y referentes de calidad", mencionó Sugezky.

También la diversificación con marca propia hacia el sector de ganadería, cerdos y animales de compañía fue clave. Tanto como la participación de Raúl Brega en

Continúa »»

su puesta en marcha. “Supimos valernos de alianzas estratégicas con empresas e instituciones para posicionarnos rápidamente también en estos rubros. En ganadería, de la mano de Bioinnovo –junto con el INTA-, avanzando con innovaciones como la primera vacuna recombinante direccionada para DVB, por ejemplo.”, sostuvo Brega, destacando también el posterior arribo de Adrián Balbi a estas unidades de negocio.

Innovación

“Los productos que desarrollamos deben tener la capacidad mínima de ser internacionalmente amortizables por su potencial en diferentes mercados. No asumimos desarrollos, ni destinamos recursos humanos si esto no se cumple”, así definió Jorge Winokur una estrategia que se solventa en la decisión de canalizar no menos del 7% de los ingresos de la empresa a I+D.

Con esta vocación, Vetanco fue encontrando productos distintivos en co-desarrollos con instituciones, como la Universidad de Arkansas, por ejemplo, de los cuales hoy Vetanco es licenciataria exclusiva en las Américas. Lo mismo ocurrió con la inversión en una empresa de fitobióticos de Europa del Este “Tenemos en carpeta innovaciones que van a ser desafiantes y muy novedosas”, sumó Winokur.

“Avanzamos en el desarrollo de biológicos para todas las especies y explorando algunas áreas para mascotas, en colaboración con una empresa del exterior”, sostuvo Horacio Mancini y destacó el rol que Vetanco ha jugado desde sus inicios en la búsqueda de alternativas naturales para solucionar problemas en la producción animal.

“También contamos con dos proyectos a largo plazo, aplicando nanotecnología en antibióticos y antiparasitarios para lograr soluciones absolutamente diferenciales de aquí a unos años”, completó Ariel Sugezky.

“Si bien no es nuestro Core Business comercial, pero sí tecnológico, algunas de las plataformas vacunales o de nutracéutica incluyendo inmunoglobulinas que estamos desarrollado, probablemente se destinarán al mercado de mascotas, quizá licenciadas a terceros”, reforzó Winokur.

Un entorno desafiante

“En un contexto global complejo, hemos avanzado en los desafíos que nos planteó la pandemia mostrando reflejos para adaptarnos, incluso sumando personal”, aportó Eduardo de Zavalía, dejando en claro la postura de Vetanco en un punto crítico como es el abastecimiento de insumos: “La decisión de no estar especulando con optimizar los ratios financieros de la compañía, sino en mejorar el crecimiento a largo plazo, nos hace tener permanentemente una posición holgada de stocks preventivos”.

Sugezky destacó la rápida adaptación a la complejidad global: “En pandemia desarrollamos Apps que permitieron dar un servicio técnico híbrido y que hoy sirven para reforzar el monitoreo sanitario y la calidad intestinal de las aves, así como el control de la Salmonella. A eso se sumó un tercer E-Book de micotoxinas tanto en aves, como en cerdos, a nivel de América Latina”.

“Con el paso del tiempo hemos creado un modelo interesante en tanto a construcción de empresa, de grupos de trabajo, de inversión y de relacionamiento. Pudimos dar lugar a nuestra creatividad para ir construyendo lo que hoy es Vetanco”, destacó ya culminando la entrevista Horacio Mancini.

Mientras que Jorge Winokur cerró: “Pudimos avanzar en el desafío de ser un mediano grande en un mundo de grandes corporaciones y empresas pequeñas muy ágiles. Con una estructura grande y diversificada, no hemos perdido nunca la elasticidad que mostramos desde el inicio”. AR

VETANCO BRASIL, UN CAPÍTULO APARTE EN LA HISTORIA DE LA EMPRESA

“Aun fracasando en la búsqueda inicial de un distribuidor local, nunca dejamos de invertir y registrar productos desde el inicio mismo de nuestras operaciones en el mercado brasilero. Esa decisión posibilitó mucho de lo que somos hoy”, le explicó a **MOTIVAR** Horacio Mancini, quien desde 1987 está vinculado al área comercial de Vetanco y jugó un rol clave para la instalación de la empresa en el gigante regional. Instalación que se dio de manera definitiva con la decisión de abrir una filial propia allá por 2007 en Chapecó, centro neurálgico de la avicultura y la producción de cerdos en Brasil.

“Con herramientas transparentes y de calidad, la visión de los productores brasileños no es reactiva hacia los productos argentinos. Esperaban confiabilidad, calidad, permanencia. Eso hicimos y hoy tenemos una penetración comercial sorprendente en aves y en cerdos”.

A la hora de hacer el repaso, Mancini destacó que una de las tantas virtudes en este tiempo fue interpretar necesidades que los productores brasileños no habían detectado, como la importancia del control de insectos en la producción avícola, sobre la cual se montó una estrategia integral, manteniendo una posición de referente desde hace 15 años.

“Fue muy valorada también la trascendencia que le dimos a la Salmonella como factor de distorsión para la producción y comercialización avícola. Cuando Vetanco llegó con su propuesta, el tema no se veía con la importancia local e internacional con la que se ve hoy”, explicó Mancini. Y reforzó: “Nuestra línea de biológicos liderada en aves por Biotech Vac Salmonella es reconocida como única e innovadora. Y no será la única, seguimos registrando y aprobando productos realmente diferentes”.

En Chapecó. Hace unos meses se anunció la nueva planta de Dr. Bata en Brasil. Estuvieron presentes Jorge Winokur, Horacio Mancini y Eduardo Zavalía en representación de Vetanco.

Ya al momento de exponer el alcance de la participación de Vetanco en la producción de cerdos de Brasil, Mancini fue contundente: “Contamos con un portafolio de fitobióticos para problemas entéricos. Con ellos, estamos abasteciendo a cada vez más núcleos de producción exportadora de cerdos”.

“Nos podemos considerar también uno de los pocos gestores de la introducción del concepto de bioseguridad en la avicultura de Brasil. En el control generalista de la bioseguridad, somos jugadores pioneros”, reforzó Winokur, para luego destacar no solo el impacto que tuvo el crecimiento del negocio de Vetanco en Brasil en los últimos años, sino también el anuncio de la construcción reciente de una nueva planta de producción en sociedad a la empresa húngara Dr. Bata Ltd. Una muestra más de la vocación de una empresa internacional de origen argentino por invertir sosteniendo con hechos la convicción de que más allá de los contextos la apuesta es siempre al largo plazo.

MSD SALUD ANIMAL EN LA PRODUCCIÓN DE CERDOS

Nueva vacuna contra el Mal Rojo, Parvovirosis y Leptospirosis

» Esta innovación, que consiste en una sola inyección y con protección de hasta 12 meses, tiene como foco principal mejorar el bienestar animal y la productividad.

Con el objetivo de reducir la presencia de los patógenos Erysipelothrix, Parvovirus y Leptospira que tienen un impacto económico muy grande por pérdidas reproductivas, MSD Salud Animal presenta una nueva e innovadora vacuna efectiva en una sola inyección.

Esta vacuna, de muy fácil y efectiva administración por ser en una sola dosis, da protección contra tres enfermedades claves: Mal Rojo, Parvovirosis y Leptospirosis, y brinda hasta12 meses de protección para cerdas en etapa de gestación.

Vale aquí detallar la actualidad y relevancia de cada una de estas problemáticas sanitarias en la producción.

Mal Rojo

Esta enfermedad infecciosa ataca a cerdos adultos o en crecimiento, no suele mostrar síntomas clínicos evidentes y puede manifestarse como una enfermedad aguda. Suele convertirse en crónica por inflamación de las articulaciones, cojeras y endocarditis. Las principales lesiones en la piel son en forma de rombo que se asocia principalmente a casos agudos.

Parvovirosis

Es la principal causa de fallo en la etapa reproductiva de las cerdas cuando no han estado expuestas previamente.

Aparece en grandes cantidades de fetos momificados, con gran cantidad de repeticiones, disminuye la tasa de parto pero muy rara vez causa abortos.

Felipe Ibáñez. Unidad de Porcinocultura de MSD Salud Animal Regió Sur.

Leptospirosis

Es una enfermedad muy contagiosa que afecta no solamente a cerdos, sino que a muchos otros animales, como también a los humanos. Es crónica en cerdas en etapa reproductiva y afecta directamente a las tasas de natalidad.

Las cerdas pueden llegar a sufrir abortos en gestaciones avanzadas y si llegan a términos se pueden encontrar los fetos muertos o débiles.

Desde MSD Salud Animal

"Esta nueva vacuna de triple protección viene a dar solución en la etapa de salud reproductiva del animal. Puede usarse durante la lactancia como en la gestación con una duración de inmunidad de hasta 12 meses" indicó Felipe Ibáñez, director de la Unidad de Porcicultura de MSD Salud Animal Región Sur.

"El desarrollo de este nuevo producto pone una vez más a MSD Salud Animal a la vanguardia en la creación de soluciones innovadoras, de calidad y eficaces para garantizar una relación positiva entre la salud animal y humana, asegurando producciones seguras y rentables", concluyó Felipe Ibáñez. AR

VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA

Prevención en avicultura

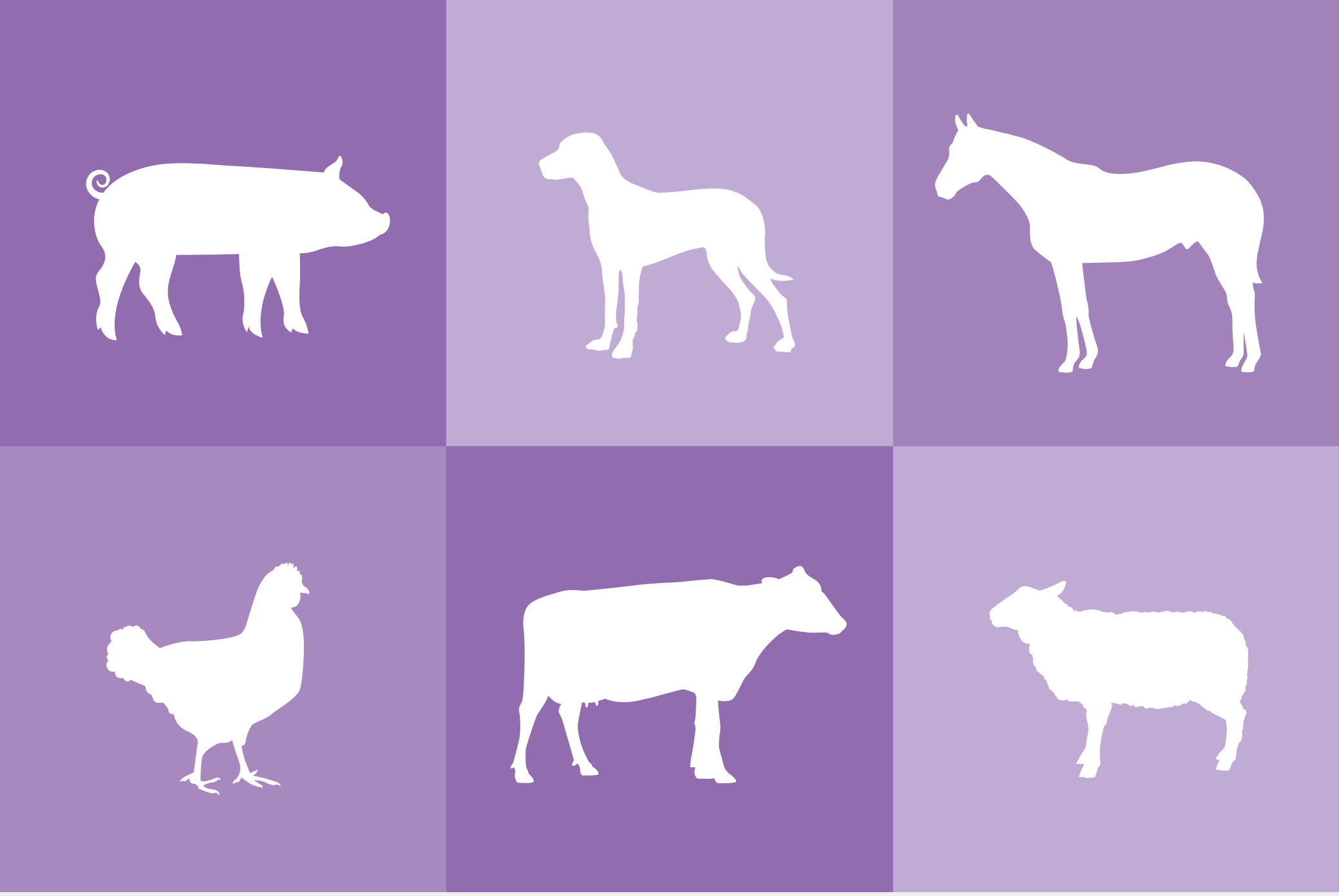
» En La Pampa, el Senasa ejecutó acciones en pos de preservar el estatus de la Argentina como libre de influenza aviar y Newcastle.

Oficial. El organismo sanitario realizó muestreos en las aves.

En el marco de sus habituales acciones para sostener el estatus de la Argentina como país libre de influenza aviar y enfermedad de Newcastle, el Senasa realizó tareas de vigilancia epidemiológica en dos establecimientos avícolas de las localidades de Miguel Riglos y Rolón, La Pampa.

En cada establecimiento, referentes del área de Sanidad Animal del Centro Regional La Pampa - San Luis del Senasa, Belén Aab y Mariano La Menza, tomaron 40 muestras: 20 pruebas de suero y 20 hisopados traqueales de las aves, en el marco de actividades del Programa de Sanidad Aviar del organismo nacional, que también controla otras enfermedades de impacto pecuario. AR

ClameVet
Cámara de Laboratorios Argentinos Medicinales Veterinarios
Trabajamos para promover, prestigiar y defender la industria medicinal veterinaria argentina.
ClameVet. Av. Maipú 1536, 1° Florida Vicente López Teléfono: (54 11) 4796 4397 info@clamevet.com.ar www.clamevet.com.ar
Miembro fundador de FLAIVET FLAIVET Federación Latinoamericana de la Industria Veterinaria



CAPROVE,

más de **70 años** trabajando junto al médico veterinario
por una mayor sanidad y bienestar animal para el país y el mundo.

www.caprove.com.ar

CAPROVE
CÁMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS VETERINARIOS