

MOTIVAR

EDICIÓN ESPECIAL

LA INCERTIDUMBRE POLÍTICA SEGUIRÁ VIGENTE EN 2025

Carlos Pagni destacó los avances del gobierno de Javier Milei, pero mantuvo prudencia en cuanto a las legislativas. Pág. 12 y 13.

¿CUÁNTO CAYÓ EL MERCADO LOCAL EN 2024?

Los presidentes de Caprove, Clamevet y Cadisvet compartieron cifras sobre lo que fue un año intenso para el sector. Pág. 16, 17 y 18.

TENDENCIAS QUE YA IMPACTAN EN EL NEGOCIO QUE VIENE

Luciano Aba y Facundo Sonatti, de MOTIVAR, brindaron claves que los empresarios deberán considerar en un 2025 de cambios profundos. Pág. 26 y 27.

SE MOSTRARON MODELOS VETERINARIOS EXITOSOS

Profesionales de distintas partes del país compartieron los resultados de sus modelos de negocios ante toda la industria. Pág. 32 a 35.



INDUSTRIA
VETERINARIA

¿QUÉ PASÓ EN EL EVENTO DEL AÑO?

La Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina volvió a reunir a los principales referentes del sector. El periodista Carlos Pagni fue el disertante principal en un encuentro al cual asistieron laboratorios y distribuidores de todo el país. Se compartieron datos del mercado nacional de fármacos y biológicos, destacando una caída en las unidades vendidas.

Te contamos todo en esta edición especial. Pág. 6, 7 y 8

CIVA

CUMBRE DE LA INDUSTRIA VETERINARIA ARGENTINA

04

EDITORIAL

¿Cómo logró la industria local acomodarse a la intensidad que mostró el año que termina?



12

ANÁLISIS POLÍTICO

Carlos Pagni, presente en CIVA 2024.



06

CIVA 2024

El evento de la industria veterinaria reunió a todos los eslabones de la cadena.

10

PROPUESTA

"Inspiramos al sector para seguir agregando valor".

16

BALANCE

La caída en unidades marcó el ritmo del mercado 2024.

20

EMPRESAS

¿Quiénes fueron parte de la foto del año CIVA 2024?

22

NETWORKING

Más de 110 compañías reunidas en un solo lugar, al mismo tiempo.

24

ESTRATEGIA

La potencia de MOTIVAR y Mi Negocio Veterinario.

26

ANÁLISIS

¿Cómo será el 2025 para los laboratorios y las distribuidoras?

28

DISTINCIÓN

SIS App recibió el reconocimiento CIVA 2024 a la innovación.

30

ENTREVISTAS

Los líderes pasaron por la alfombra roja del encuentro.

32

CASOS DE ÉXITO

Emprendedores veterinarios compartieron el manejo empresarial de sus negocios.

36

ENTREVISTAS

Enterate todo sobre las empresas que fueron Sponsors de CIVA.

40

SORTEOS

¿Quiénes ganaron los premios que se pusieron en juego?



Distribución exclusiva de productos veterinarios.

- > LOGÍSTICA
- > DISTRIBUCIÓN
- > WAREHOUSING



Soluciones dinámicas, personalizadas y estratégicas al servicio de la salud animal.

INTENSO

La intensidad sin dudas será una de las características más recordadas de este año 2024 que ya termina, pero que dejó 12 meses de grandes movimientos, cambios y aprendizajes.

La incertidumbre, las presiones comerciales, el desgaste en las relaciones y el nuevo ritmo del mercado dieron forma también a un año cuyos resultados se vieron reflejados en la pasada Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina llevada adelante a fines de noviembre en Parque Norte (CABA).

Allí, más de 300 empresarios dieron cuenta de cómo sus empresas transitaron este 2024 desde las ventas, las cobranzas y los créditos, pero también desde lo personal y como parte de múltiples equipos de trabajo.

“No fue un año sencillo, y mucho menos los primeros seis meses. Eso muchas veces incrementa la presión sobre las personas y el nivel de stress, generando un desgaste en muchas relaciones”, nos decía un empresario del rubro al ser consultado en CIVA 2024 por **MOTIVAR**.

Y fue en esa frase que sentimos representado mucho de lo que tantos referentes nos han ido contando durante el transcurso del año en relación a su día a día.

MUCHO MÁS QUE VENDER

Claro que buena parte de la intensidad que marcó el ritmo de este 2024 se explica por el desgaste comercial que realizaron las empresas para lograr comercializar al menos las mismas unidades que en 2023, objetivo que finalmente no se cumplió.

En el sector hoy conviven empresas que cayeron hasta 20% y otras que lograron algún tímido crecimiento del 1 al 2%.

En el medio, múltiples realidades, con las características específicas para el caso de los productos veterinarios destinados a grandes animales, mascotas, aves y cerdos.

Aún así en la voz de los referentes se repite un



LUCIANO ABA.
luciano@motivar.com.ar

concepto: “Podría haber sido peor”.

Lejos de tomarlo como consuelo, este pensamiento cruzó transversalmente la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina en su edición 2024, sustentado principalmente por un leve repunte en las operaciones luego de uno de los inviernos más fríos, en términos del negocio, de los últimos años.

Este año se perdieron unidades, y las empresas saldrán a recuperarlas en 2025.

Esto está claro. Sin embargo, aun hay dudas en cuanto a cómo lo harán.

¿Se extenderán los plazos? ¿Se incrementarán los equipos comerciales y de promoción? El sector sabe que tiene que ir buscar un crecimiento importante, el cual muchos laboratorios ya se propusieron que sea de hasta dos dígitos.

No parece una tarea sencilla, pero hacia allí seguramente irá la industria veterinaria argentina también en 2025.

EL EVENTO DEL AÑO

De todo esto se habló a fines de noviembre en la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina, donde incluso se llevó adelante un interesante debate entre los presidentes de las cámaras de laboratorios y distribuidoras, del cual surgió la posibilidad de realizar encuentros periódicos en los cuales poder sentar las bases de un trabajo mancomunado en función del crecimiento del mercado.

¿Se concretará? Esa es la expectativa de muchos. Más allá de lo que fue la ausencia del Senasa por primera vez en 22 años, el evento organizado por Asociación de Ideas tuvo distintos espacios destacados en los cuales se profundizó en la actualidad de **MOTIVAR** y **Mi Negocio Veterinario**, el plato fuerte de la jornada estuvo dado por la presencia del periodista Carlos Pagni.

Cautivando la atención del público, el historiador y analista abordó el contexto político sobre el cual la industria deberá moverse en 2025. En ese sentido y más allá de la incertidumbre que rodea al tema, el disertante principal de CIVA 2024 dejó en claro que las elecciones legislativas del año que viene serán cruciales para el futuro de los planes de Javier Milei con su gobierno.

El contexto sigue siendo intenso y lo que viene en 2025 representa un verdadero desafío. Uno más, en la larga trayectoria de resiliencia que tiene la industria veterinaria argentina y que se vio una vez más en la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina.



MOTIVAR

CIVA 2024

DIRECTOR

Luciano Esteban ABA
luciano@motivar.com.ar

DISEÑO Y FOTOGRAFÍA

Nicolás de la Fuente
nicolas@motivar.com.ar

DIRECCIÓN DE MARKETING

Margarita Briceño
margarita@motivar.com.ar

PUBLICIDAD

Florencia Martiren
publicidad@motivar.com.ar
(11) 4717-2153 | (5411) 2657-3000

REDACTORES

Lizi Domínguez
lizi@motivar.com.ar

Daniela Mattiussi
daniela@motivar.com.ar

Fecha de cierre de esta edición: 13/12/2024



Periódico MOTIVAR

Asociación
de ideas SRL

MOTIVAR es una publicación propiedad de Asociación de ideas S.R.L., Cangallo 830, dpto A, 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

RVRC | Richmond Veterinary
Research Center

SERVICIOS A TERCEROS
Planta certificada en 23 países



Toda nuestra calidad, servicio y tecnología, a su disposición

Producimos calidad para 20 laboratorios nacionales, transnacionales y multinacionales.

Elaboración y Dosificado Inyectables | Comprimidos | Líquidos | Semisólidos

Acondicionamiento GS1 Hormonales | Psicotrópicos

Depósito y Áreas Segregadas

Control de Calidad y Desarrollo Galénico

GMP CERTIFICATE
SENASA BPPPV
Richmond Vet Pharma

EL EVENTO DE LA INDUSTRIA VETERINARIA REUNIÓ A TODOS LOS ESLABONES DE LA CADENA

MIRÁ EL VIDEO



DE TODO LO QUE PASÓ EN CIVA 2024

Redacción MOTIVAR

redaccion@motiviar.com.ar

La Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina (CIVA) celebró su 22ª edición y reunió una vez más a los principales referentes de laboratorios, distribuidoras, proveedores y entidades del sector, quienes participaron de una programación de primer nivel.

Unos 300 representantes de 110 empresas, cámaras e instituciones participaron de este encuentro realizado el pasado 21 de noviembre y organizado por Asociación de Ideas, que mostró los avances evidenciados durante este año en sus productos MOTIVAR y Mi Negocio Veterinario, además de sus servicios como agencia de comunicación y marketing.

El evento tuvo lugar en el complejo Golden Center, ubicado en Parque Norte (CABA), donde se dispuso un amplio salón para las actividades de Networking (Pág. 22), vinculación, y un corredor con una alfombra roja, donde se realizaron entrevistas y se tomaron fotografías a los referentes de las empresas y actores destacados de la industria veterinaria local (Pág. 28).

En otro amplio salón se dispuso el escenario en el que acontecieron conferencias, paneles, sorteos y debates producidos por el equipo de Asociación de Ideas. Todo ello, frente a la numerosa concurrencia, dispuesta cómodamente en el espacio.

LA PREVIA DE CADISVET

Horas antes que diera inicio CIVA 2024, se llevó adelante la reunión de la Cámara Argentina de Distribuidores Veterinarios (Cadisvet), sponsor del encuentro, que por segundo año consecutivo aprovecha la celebración de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina para generar un encuentro presencial entre todos sus socios.

Además de los directivos de la Cadisvet, esta reunión agrupó a unos 30 distribuidores adherentes de todo el país, para abordar diferentes temáticas propias del sector.

SPONSORS

Este año la empresa Palmac (www.palmac.com.ar) ofició como Main Sponsor del CIVA 2024.

La logística oficial estuvo a cargo de Vrayto, en tanto, acompañaron como sponsors: Caprove, Chinfield, Richmond Vet Pharma, Cadisvet, Anebra de Research, Insalcor, Zerox, Biogénesis Bagó, Chemo Romikin y COPREVA.

Además, el CIVA recibió el apoyo institucional de Laboratorios Agroinsumos, Ceva, CDV, OVER, Drovvet, Boehringer Ingelheim, Vetanco, Fratros Von Franken, Zoetis, Proagro, Brouwer, KrönenVet, Tecnofarm, Calier y Holliday Scott.

La Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina celebró con éxito su 22ª edición en Parque Norte. ¿Qué temas se tocaron? ¿Cómo será el 2025 para el sector?

“UN NICHITO LLENO DE OPORTUNIDADES”

Las actividades del CIVA 2024 iniciaron con las acreditaciones y la apertura del amplio espacio de Networking, mientras arrancaban las entrevistas en la alfombra roja.

Luego, se dio ingreso a la imponente Sala de Conferencias, en cuyo escenario dieron la bienvenida los socios de Asociación de Ideas, Luciano Aba, Nicolás de la Fuente y Margarita Briceño, quien a continuación ofreció una charla sobre “El desafío de agregar valor” (Ver pág. 10).

“Inspiramos a veterinarios, laboratorios y distribuidores para que impulsen sus ideas y sigan agregando valor a los productos y servicios que ofrecen en un nicho lleno de oportunidades”, expresó la gerente de Marketing de Asociación de Ideas.

EL ANÁLISIS DE CARLOS PAGNI

A continuación, el disertante principal, el periodista, historiador y analista político, Carlos Pagni, dio una conferencia sobre “El panorama político nacional ¿Qué pasará en 2025?” (Pág. 12).

Allí, hizo un pormenorizado análisis del fenómeno del triunfo electoral de Javier Milei, cómo es la construcción y de su “polo de poder”, y qué debería suceder el año próximo para que pueda sostenerlo.



Nicolás de la Fuente, Luciano Aba y Margarita Briceño, organizadores de la Cumbre.

“INSPIRAMOS A SEGUIR AGREGANDO VALOR EN UN NICHITO LLENO DE OPORTUNIDADES”.

“Milei entendió el problema de la Argentina y se juega una sola ficha: bajar la inflación”, destacó Pagni, sin dejar de mencionar las consecuencias de las medidas adoptadas para llevar adelante esta política, a la que calificó como “dramática y salvaje”.

Tras su conferencia, Pagni abundó en algunos conceptos y análisis, entrevistado en el escenario por el periodista de MOTIVAR Facundo Sonatti.

Más tarde, en la alfombra roja, Pagni dijo estar gratamente sorprendido por la magnitud de CIVA y por cómo este evento denota el trabajo y la apuesta al desarrollo y crecimiento de toda la cadena de la industria veterinaria, pese a las adversidades propias del contexto político económico.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO VETERINARIO

Tras la disertación del periodista de La Nación, el editor de MOTIVAR y de Mi Negocio Veterinario, Luciano Aba, junto a Sonatti, analizaron “¿Cómo cambió el mercado veterinario en 2024?”, en un repaso por los principales movimientos manifestados desde

diciembre último y a lo largo del año, con foco en la interacción comercial que actualmente une a los laboratorios y las distribuidoras de la industria.

“La industria enfrenta múltiples amenazas: importaciones, jugadores de afuera, nuevas regulaciones y el desafío de agregar valor”, explicó Sonatti.

“El año pasado hablamos de la motosierra. Este año hablamos de la aspiradora de pesos”, dijo Aba en ese marco, y planteó un nuevo paradigma para el sector, que implicará “desaprender, sin borrar con el codo todo lo aprendido anteriormente, agregar valor y seguramente demandará una estrategia integral de los actores” (Ver págs. 28 y 29).

MODELOS DE NEGOCIOS EXITOSOS

Bajo la moderación de la MV Virginia Vallejo, directora de la cadena de Hoteles de Gatos Mishmosos, se desarrolló un panel sobre casos de éxito de veterinarios y emprendedores dedicados al segmento de animales de compañía.

Allí, la MV Leila Peluso, propietaria de la Veterinaria Isteña, contó su experiencia en la conformación de su negocio y cómo es la atención de los animales de compañía en el humedal, que recorre en su lancha-consultorio móvil.

En este contexto, “los tutores están cada vez más dispuestos a la medicina preventiva de sus mascotas”, destacó la profesional.

También Federico Bonino, veterinario, gerente y fundador de SIVET y Mascota24 contó el recorrido de estos emprendimientos y remarcó que en este siglo “presenciamos la tercera etapa de domesticación de perros y gatos. Estamos ante una gran oportunidad”, advirtió.

En tanto, el MV Antonio Casteletti, Magister en Administración de Negocios, desarrollador de Gesvet App y columnista de MOTIVAR, moderó un panel similar al anterior, aunque dedicado a emprendimientos vinculados a grandes animales.

“Queremos profesionalizarnos más, buscamos la simbiosis con las empresas, y superarnos”, dijo Luciano Farisano, veterinario y socio-gerente en

ASISTIERON CERCA DE 300 PERSONAS EN REPRESENTACIÓN DE 110 EMPRESAS DE TODO EL PAÍS. ADEMÁS, SE SUMARON REFERENTES DE BRASIL, URUGUAY Y COLOMBIA.



“MIENTRAS QUE EN 2023 HABLÁBAMOS DE LA MOTOSIERRA, ESTE AÑO NOS TOCA HABLAR DEL IMPACTO DE LA ASPIRADORA DE PESOS EN EL SECTOR”.



Disertante principal

Tras su charla, el periodista Carlos Pagni pasó por la alfombra roja de MOTIVAR, donde resumió los principales puntos de su análisis político-económico y destacó la apuesta al crecimiento de la industria veterinaria.



Equipo completo de Asociación de Ideas, empresa organizadora de CIVA 2024 y titular de MOTIVAR y Mi Negocio Veterinario.



El Retorno Agroveterinaria, ubicada en Ranchos, Buenos Aires.

“El desafío es acercarnos a las nuevas generaciones para agrandar el equipo y armar una red de profesionales”, expresó el MV Juan Ignacio Charaf, quien junto a su colega y socio José Germán Luberriaga, contaron la experiencia de éxito de la veterinaria Fortín Oeste, ubicada en General Viamonte, 9 de Julio, Buenos Aires (Págs. 32 a 35).

EN UN PANEL: LABORATORIOS Y DISTRIBUIDORES VETERINARIOS JUNTOS

El contexto y las perspectivas para los laboratorios y distribuidores veterinarios fue abordado por los presidentes de las tres cámaras del sector, quienes compartieron estadísticas del mercado local en 2024 y analizaron las distintas variables a considerar el año que viene.

“Queremos trabajar en forma conjunta y esta-

mos dispuestas a pensar qué podemos hacer cada uno desde nuestro lugar”, expresó Alberto Paz Polito, presidente de Cadisvet, a lo que Sean Scally, titular de la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios (Caprove), añadió: “Tenemos que focalizarnos y volver a las bases, en términos concretos con la generación de demanda y con la producción”.

Para Jorge Casim, presidente de la Cámara de Laboratorios Medicinales Veterinarios (Clamevet), “se habla mucho de la batalla cultural. Acá tenemos que dar la batalla cultural en prevención y más sanidad”, concluyó (Pág. 17).

LOS LOGROS DEL AÑO EN MOTIVAR Y MI NEGOCIO VETERINARIO

Sobre el último tramo de las actividades en la Sala de Conferencias, Florencia Martiren, responsable comercial de Asociación de Ideas y la ejecu-

tiva de cuentas, Julia Bercovich, hicieron un repaso de los logros de los auspiciantes tanto de MOTIVAR como de Mi Negocio Veterinario, tanto en medios digitales como impresos, gracias a la labor de la agencia y todo su equipo (Pág. 24).

A continuación, y previo a los sorteos (Pág. 36), se otorgó el reconocimiento CIVA 2024 a la aplicación SIS, una plataforma en la que intervienen dos aplicaciones móviles conectadas entre sí, con información de valor: SIS PET, para médicos veterinarios y otra, SIS VET, para los tutores de mascotas. El premio fue recibido por Gustavo Cesario, referente de Voglia, empresa desarrolladora de la tecnología. (Ver pág. 28)

Finalmente, los tres socios de Asociación de Ideas, Nicolás de la Fuente, Margarita Briceño y Luciano Aba invitaron al escenario a todo su equipo, y se dio por finalizado el programa de CIVA 2024, para luego disfrutar de un cocktail, con música en vivo.



Jorge Winokur (Vetanco). MOTIVAR entrevistó a referentes de la industria.



Buscamos colaborar con el fortalecimiento del status sanitario de cada país y asegurar el bienestar animal, humano y del ambiente.

La evolución de la salud animal.



“INSPIRAMOS AL SECTOR PARA SEGUIR AGREGANDO VALOR”

Daniela Mattiussi

daniela@motivar.com.ar



Margarita Briceño expuso sobre la propuesta de valor de Asociación de Ideas ante los líderes del sector. ¿Cómo se implementa en el día a día?

En una exposición de no más de 10 minutos y en el marco de CIVA 2024, Margarita Briceño, responsable de Marketing y socia en Asociación de Ideas, aportó claridad sobre la diferenciación de la empresa en base a su propuesta de valor. “En el transcurso de todo este año, nos dimos cuenta que inspiramos a veterinarios, laboratorios y distribuidoras a que impulsen sus ideas y sigan agregando valor a los productos y servicios que ofrecen en un nicho lleno de oportunidades. Esta es la propuesta de valor de Asociación de Ideas, **MOTIVAR** y **Mi Negocio Veterinario**”, explicó Margarita Briceño.

En ese sentido, destacó que logran concretarlo porque desde hace 22 años que conocen a la industria veterinaria, sumado al acercamiento y la indagación permanente con todos los actores del sector. “Sabemos adónde le duele a cada veterinaria y cuántas personas son parte del negocio, entre otras cosas que nos llevan a ganar conocimiento para empatizar y avanzar con las ideas”, resaltó.

Y agregó: “Nosotros lo que ofrecemos son soluciones, buscamos estar siempre en contacto, brindamos capacitaciones, vamos a eventos, damos charlas, ya sea masivas o exclusivas a un grupo reducido. Siempre buscamos aportar con información que pueda agregar valor y generar conocimiento en este tipo de espacios”.

MÚLTIPLES ACCIONES

¿Qué es entonces aquello que buscan estos medios en los eventos? Generar cercanía y empatía.

¿De qué forma? “Nos atrevemos a hablar las cosas que otros a lo mejor no se atrevían, pero damos sólo el empujoncito para generar unos movimientos impactantes”, destacó Briceño.

En ese sentido, uno de los reconocimientos que tuvo la empresa fue la campaña “Soy Vete a Argentó”, promovida por **Mi Negocio Veterinario**. Allí los profesionales se fueron involucrando cada vez más hasta que se apropiaron de ella.

Otra acción enfocada en conectar fueron los posteos en redes sociales relatando las problemáticas que afrontan los profesionales en su día. Y aquí también las reacciones fueron satisfactorias. Además, este año se comenzó a difundir fuertemente contenido útil traspasado al formato digital.

Así, se pueden encontrar por ejemplo con recomendaciones sobre qué rol juega el mostrador en la veterinaria, o podcast sobre líderes Vet Latam, entre otros. “Buscamos que ese contenido sea útil, de valor y fácil de entender, interpretar y aplicar”, manifestó una de las socias de Asociación de Ideas.

Por último, recordó que este año también se incorporaron consultorías más personalizadas en las cuales se abordan temas como indicadores, marketing, WhatsApp Business, cómo pueden op-

timizar el Google My Business y así mejorar su presencia online.

“ACOMPAÑAMOS A LA INDUSTRIA”

Por otro lado, Briceño destacó que desde **MOTIVAR** “acompañamos al ritmo de la industria” y esto quiere decir que este año se renovó la página web (www.motivar.com.ar), a través de la contratación de una plataforma que es exclusiva para noticias y que funciona muy fuerte con el motor del SEO.

“Esto nos dio un boost muy fuerte enfocado principalmente en la plataforma. Sin embargo, otro punto importante que tiene **MOTIVAR** es que nos ven como una fuente de información confiable y certificada. Si lo viste en **MOTIVAR**, es cierto. Entonces nosotros buscamos esa confianza que fuimos construyendo en el tiempo”, agregó.

Por último, indicó que durante el 2024 Facundo Sonatti se lució con sus números de la industria generando una gran polémica. De esta forma, al tratarse de una información de este estilo, despierta también las ganas de comentar que se necesita en ese espacio de expresión.

“continuamos empatizando sin miedo a decir las cosas y eso genera realmente una conexión. En resumen, podemos decir que nosotros seguimos agregando valor y es lo que estamos haciendo justamente hoy también en CIVA 2024”, concluyó Margarita Briceño.

“**APORTAMOS MATERIALES QUE AGREGUEN VALOR PARA GENERAR CONOCIMIENTO Y UN MEJOR POSICIONAMIENTO DE TODA LA INDUSTRIA”.**

UDDER
CHOICE
CREAM



UBRES DE CALIDAD PRODUCEN LECHE DE CALIDAD

Udder Choice Cream es un producto a base de aceites esenciales de origen vegetal diseñado para mejorar la salud de la ubre.

- Reduce el edema pre y post parto.
- Disminuye la incidencia de mastitis clínica.
- Coadyuvante en el tratamiento de mastitis.
- Reduce el conteo de células somáticas (ccs)
- De gran ayuda en procesos inflamatorios.



Maximiza la producción.



Fácil y rápida aplicación.



Sin período de retiro en leche.



Aceites con acciones antiinflamatorias y vasomotoras presentes en Udder Choice:



Menta
(*Mentha arvensis*)



Chile
(*Capsicum spp.*)



Canela
(*Cinnamomum verum*)



Árbol del té
(*Melaleuca alternifolia*)



Gaulteria
(*Gaultheria spp.*)



Lizi Domínguez

lizi@motivar.com.ar



MILEI, SU POLO DE PODER Y UN INCIERTO 2025

El periodista Carlos Pagni analizó el fenómeno electoral y cómo el Gobierno sostiene su liderazgo. ¿Qué sucederá el año que viene?

La Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina tuvo este año como disertante principal al periodista, historiador y analista político Carlos Pagni, quien desmenuzó el “extrañamente extraño” fenómeno que llevó a Javier Milei a la Presidencia de la Nación. Allí, analizó cómo sostiene su liderazgo y qué variables políticas y económicas están en juego de cara al año 2025 para que logre mantenerlo.

“En Argentina ha habido nuevamente una crisis de representación política. No es la primera vez que pasa y es un problema de larguísima data”, arrancó diciendo el periodista de La Nación y de La Nación+.

“Ya desde la tercera década del siglo XX, Argentina tuvo cíclicamente problemas de representación que los resolvía, igual que otros países, de una manera insólita -pero en aquel momento resultaba aceptable- y eran los golpes de Estado. La intervención de los militares en la vida pública para re-crear un orden”, recordó.

“Felizmente de esa enfermedad nos curamos, y hemos resuelto las crisis de representación de otra manera, dentro de la ley. Pero las seguimos

LA CRISIS DE REPRESENTACIÓN PUSO A MILEI EN EL PODER”.

teniendo. Lo que cambió fue el método de resolución, la reacción que tenemos frente a ese problema”, observó.

Pagni recordó la crisis de 2001 con la caída de la convertibilidad que determinó la caída del gobierno de Fernando De La Rúa. Y desde la segunda mitad de 2020, “estamos metidos en otra crisis de la misma naturaleza”, dijo.

PESIMISMO EN LA SOCIEDAD

Es que a partir de ese momento “los encuestadores empezaron a detectar en sus entrevistados una masa muy importante de pesimismo. Era en plena cuarentena, por lo que nos tenemos que preguntar si todas las rarezas que han ocurrido en la política en los últimos años no están ligadas a la pandemia y a lo traumática que fue esa experiencia”, planteó Pagni.

Por entonces, las encuestas revelaban que alrededor de un 75% de los ciudadanos era pesimista respecto de la cuestión política, consideraba que ese año era peor que el anterior, y que el próximo sería aún peor. En tanto, “apareció un 6% de encuestados que afirmaban que no les gustaba Cristina Kirchner ni Mauricio Macri. Tampoco Horacio Rodríguez Larreta ni Alberto Fernández, que eran los que en aquel momento (2020), parecía que venían a reemplazar a Macri y a Cristina. No les gustaba nadie”, recordó Pagni.

Ese 6% se amplió mucho después. “Ese desencanto se manifestaba en escenas de angustia de la gente, que quedaba expuesta a la mirada de los encuestadores que veían cómo se ponían a hablar y empezaban a llorar”, añadió.

RECONFIGURACIÓN DEL MAPA POLÍTICO

Para el analista, “la manifestación política de ese sentimiento fue una gran reconfiguración del mapa de las fuerzas que representan a la gente. Y un día uno contestó: ‘La política es un circo vacío’. Y esa expresión para mí es una síntesis de todo el clima que rodea a la llegada de [Javier] Milei”, remarcó.

El desencanto llevó al repudio de las fuerzas tradicionales y ese movimiento se expresó a través de una radicalización del voto, un fenómeno que está ocurriendo en todo Occidente.

Y esa radicalización del voto se tradujo en grandes masas de votantes en blanco y abstenciones durante las elecciones de 2023, especialmente las provinciales, “y en el voto a Milei, cuyo principal mensaje era el repudio a la clase política, llamada por él como casta. El adopta, incorpora, conecta con ese sentimiento y le pone palabras”.

Y el otro mensaje de Milei es el repudio uno a la clase política, el otro a la moneda, dolarización, repudio al peso. Es un repudio a lo que hay, es un repudio al estatuto dominante. Con ese mensaje, capturó 30% del electorado en la primera vuelta.

CAMINANDO HACIA LO DESCONOCIDO

El periodista explicó que el electorado, por el repudio que le inspiraba lo conocido, decidió caminar hacia lo desconocido.

“Es una decisión que las sociedades toman una vez cada muchísimo tiempo”, observó.

“¿Y por qué Milei, si no tiene equipo, nunca estuvo en el Estado, nunca gobernó, no conoce cómo es el negocio político? Por todo eso, no a pesar de eso. Eso pensaba esa gente: ‘odio tanto a los políticos, me han



Pronóstico difuso

Para Pagni, Milei necesitará la mayoría en el Congreso para perpetuarse en el poder. En ese sentido, la ausencia de fórmulas políticas definidas, hacen difícil esbozar hoy un escenario de cara al próximo año electoral.

defraudado tanto, que lo primero que miro en uno que se postula es que no sea político”, exclamó.

De allí que Pagni describe esta escena “en la que estamos metidos” como “extraordinariamente extraña: Poner al frente del país a un gobierno con un presidente sin experiencia, sin equipo y sin programa, en uno de los trances más difíciles de la historia económica de la Argentina”.

Es que mientras en diciembre pasado la inflación era del 25% y escaseaban los dólares, llegó al poder “un grupo tan indigente desde el punto de vista político e institucional, para enfrentar un desafío gigantesco”.

CENTRO DE PODER

Con ese escenario, “la hipótesis más probable es que esto se cayera. Eso era lo más sensato. Sin embargo, desde julio es evidente que, de un modo u otro, Milei manda. Hay un centro de poder. Apareció algo sólido. Rarísimo”, observó el analista político, frente a la atenta audiencia del CIVA.

Pagni atribuye ese polo de poder a una serie de fenómenos, comenzando por “una enorme capacidad de comunicación de Milei, que es un fenómeno en sí mismo. Él no le explicaba a la gente que él entendía cómo estaban. Él estaba sacado, con su motosierra. Eso produce un fenómeno de identificación invencible”.

Allí es donde “aparece [el consultor político] Santiago Caputo, el equipo que maneja las redes sociales, y todo eso no es magia. La materia prima es Milei y esta capacidad de conectar con una parte de la sociedad que se siente víctima del bullying de

DESDE JULIO ES EVIDENTE QUE, DE UN MODO U OTRO, MILEI MANDA. HAY UN CENTRO DE PODER. APARECIÓ ALGO SÓLIDO”.

la política”, agregó.

El Presidente “no tiene diputados ni senadores: Lo que sí tiene es un colchón de opinión pública que viene de este poder de comunicación, que así como llega, un día se va: por eso todas las mañanas él tiene que pensar con quién se va a pelear, a quién va a insultar. Es la casta contra él, ese juego tiene que estar todo el tiempo para alimentar esa masa de gente que sigue identificándose con él”, explicó.

METIENDO FICHA A LA INFLACIÓN

Hay una segunda razón por la cual Pagni considera que Milei se está constituyendo en un polo de poder: “Tiene una condición indispensable para cualquier líder, que es interpretar el momento histórico en que le toca actuar”.

Así, el máximo mandatario “entendió que el tema de nuestro tiempo en la Argentina es la inflación y se juega a una sola ficha: bajarla dramáticamente, salvajemente, con un ajuste de 6 puntos del producto en tres trimestres”, apuntó el analista, e ironizó: “bajar la inflación de 25% mensual en diciembre a 3% ahora, es un milagro. Y producir semejante recesión, es otro milagro”.

Como tercer factor en esa construcción de poder, el disertante consideró que el primer mandatario tiene a su favor, como ventaja, “el proceso de desgaste de la política y de desencanto político. La crisis de representación que lo puso en el poder. Sigue haciendo su trabajo, y hoy tenemos al resto de la clase política en estado de estupor. Están todos como estupidizados”.



Carlos Pagni.
Periodista, historiador y analista político.

MILEI ENTENDIÓ QUE EL TEMA DE NUESTRO TIEMPO ES LA INFLACIÓN Y SE JUEGA A UNA SOLA FICHA: BAJARLA DRAMÁTICA Y SALVAJEMENTE”.

SIN FÓRMULAS POLÍTICAS

“Ahora, hay un polo de poder, pero todavía no hay una fórmula política. ¿Dónde empieza el oficialismo y dónde termina el oficialismo? ¿Dónde empieza la oposición y dónde termina la oposición? Nadie lo puede decir”, indagó el periodista.

Es que “todavía no hay una fórmula política que le dé previsibilidad al sistema. Y esto es lo que se tiene que resolver de acá a las elecciones del año que viene”, señaló.

Respecto del peronismo, Pagni lo definió como un actor “más o menos populista, con un tipo de economía, más bien cerrada, con poca sensibilidad para la restricción presupuestaria para no incurrir en déficit fiscal muy alto. Eso está ahí. Y va a seguir estando. Y en la medida que haya mucha pobreza, está garantizada su presencia”.

En tanto, el “no peronismo está fragmentado: está Milei, está el PRO dividido, el radicalismo dividido, la Coalición Cívica se apartó, y el desafío de Milei es constituir ahí una fuerza, porque necesita armar una mayoría en el Congreso para hacer reformas que requieren leyes”.

DILEMA

Mientras tanto, “el gobierno se plantea ir solo, porque si se mezcla con otros se desdibuja, se contamina. Pero...¿Qué pasa si no hace una gran elección? ¿Y si Macri arma su propia lista y le saca lo suficiente, un 10% para que gane Cristina? ¿Qué pasaría en Argentina si el kirchnerismo gana el año que viene en la provincia de Buenos Aires?”.

Sobre esta última posibilidad, “¿cuál sería la visibilidad futura de este gobierno y de este proceso que estamos viviendo?”

¿Qué harían los inversores? Porque si ganaron en el 2025 la provincia de Buenos Aires, quiere decir que no está dicha la última palabra, y podrían ganar en el 2027 la Nación. ¿Qué pasa si sigue habiendo un malestar frente al ajuste económico?

Con estas preguntas, Pagni planteó el gran dilema de Milei, que ya constituye un liderazgo, pero necesita una fórmula política, constituir un oficialismo que lo vuelva previsible y asegurarse la mayoría en el Congreso para perpetuarse en el poder.

Para Pagni todo esto se vislumbrará seguramente en marzo o abril del año próximo, cuando se conozca la oferta electoral.



Líneas de llenado y tapado Automáticas y Semi-automáticas

para la industria farmacéutica, veterinaria,
cosmética, química y alimenticia.

LLENADORA LINEAL

LTC-1000

Llenadora lineal
Tapado y roscado
para bidones
de 1 a 5 lts.



MONOBLOCK LINEAL

LBITR-2000

Con peine servo
asistido, llenado,
colocado de insertos,
tapa y roscado.



ACUMULADOR

Rotativo de envases
(inicial, intermedio
y final).



LLENADORA

DVS-800

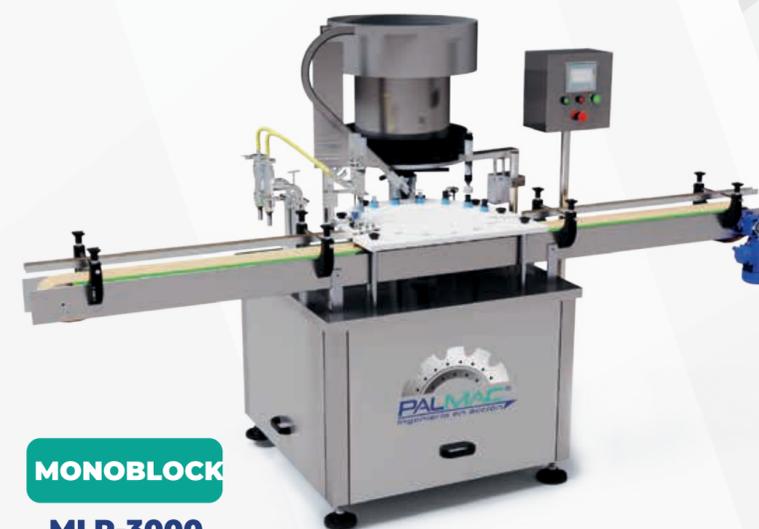
Semi automática



MONOBLOCK

MLR-3000

Llenado y roscado



MONOBLOCK

MLPT-3000

Automático rotativo
Llenado
Colocado de tapón
Precinto y cerrado



Bajo la moderación del editor de MOTIVAR, Luciano Aba, y del periodista Facundo Sonatti, la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina ofreció un panel integrado por los presidentes de las cámaras de laboratorios y distribuidores de productos veterinarios, quienes ofrecieron un balance de la actividad durante este año, y cómo prevén encarar el 2025.



Al frente de las cámaras.

Sean Scally (Caprove), Jorge Casim (Clamevet) y Alberto Paz Polito (Cadisvet).



BALANCE 2024

MIRÁ EL VIDEO



LA CAÍDA EN UNIDADES MARCÓ EL RITMO DEL MERCADO 2024

El presidente de Caprove, Sean Scally, confía en la recuperación del sector en 2025. ¿Qué análisis hacen Cadisvet y Clamevet ya en el cierre de este año?

Lizi Domínguez



lizi@motivar.com.ar

Las cámaras de laboratorios y distribuidores de productos veterinarios coinciden en que la caída en la venta de unidades durante 2024 rondará entre un 7 y un 10%. Por eso, esperan superar lo que consideran "este año de transición" y encarar un 2025 "de recuperación".

Para hacer un cálculo general de los números de 2024, la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios (Caprove) tomó las cifras del primer semestre y las aplicó al segundo, aunque desde septiembre "se está dando una recuperación leve pero muy animosa en el sector de animales de compañía, con lo cual puede que el resultado sea mejor", advirtió su presidente, Sean Scally.

En el marco del CIVA 2024, la Cámara estimó que la facturación de este año será de casi U\$S 700 millones, ajustados al tipo de cambio oficial de poco más de \$900; lo cual se traduce en un crecimiento del 28% respecto de 2023 en moneda dura.

Respecto a cómo está conformada la venta este año, Scally detalló que un 66% corresponde a fármacos generales, 8% a aditivos y un 26% a biológicos. De este último 26%, un 60% pertenece al rubro de aves y cerdos, un 30% a bovinos y un 10% a animales de compañía.

"Con respecto a las unidades, lo que hemos visto respecto al año 2023 es esta recesión que ha golpeado en 2024: En fármacos vemos una caída del 8% y en biológicos, del 11%, con lo

cual el total de la caída del mercado, incluyendo a toda la industria, es del 7% aproximadamente", señaló el presidente de Caprove.

En ese sentido, especificó que, dentro del segmento de biológicos, en el rubro bovinos la caída ha sido del 11% en unidades, y en el caso de animales de compañía fue aún mayor, del 14%. "Esto seguramente es debido a que los animales de compañía están más relacionados al consumo masivo, el que más impacto tuvo, no sólo en la industria veterinaria sino en el resto de las industrias", aclaró.

Otro ejemplo dentro de ese segmento es el movimiento de la venta de antiparasitarios para animales de compañía, con una caída proyectada para este año de casi un 30% en comprimidos orales, versus un 1% en pipetas, que es claramente hacia donde se ha trasladado el consumo.

Haciendo una evolución de la venta de unidades en los últimos cinco años, Scally detalló: "En 2019 crecimos un 2%, en 2020 un 7%, en 2021 -pandemia de por medio- un 0%, en 2022 un 11%, en 2023 un 2%. Y ahora tenemos una caída del 7%".

"La inflación ha tapado ineficiencias que tenemos, pero lo importante es que hemos tenido un crecimiento a lo largo de los últimos cinco años y lamentablemente en este 2024, con argumentos muy sólidos, podemos decir que vamos a caer en el año un 7%. Esperamos seguramente una recuperación en 2025".

"UN AÑO DE TRANSICIÓN"

Para Jorge Casim, presidente de la Cámara de Laboratorios Medicinales Veterinarios (Clamevet), esa caída podría alcanzar un 10%. "Por ahí no se ha reflejado en la facturación, básicamente por las expectativas que hubo ante el cambio de gobierno, la gran incertidumbre no sólo acerca del plan económico, sino de una posible devaluación, y a dónde se iría el dólar", explicó.

Las estimaciones de costos para este año "quizás estaban un poco altas en cuanto a las materias primas y componentes importados. Por eso creo que no ha habido un aumento de listas significativo en este año. Quizás se dieron más a fin del año pasado", observó.

Por otro lado, Casim remarcó que los costos en pesos "sí están subiendo, por los servicios y otros tipos de cosas".

El directivo analizó que en este 2024 "el mercado acompañó el panorama que se ha dado en todo el país, en todos los rubros: un panorama recesivo, si bien en algunos aspectos de nuestra actividad se han hecho avances significativos".

En ese sentido, indicó que "no es menor, por ejemplo, que la importación de materias primas o productos terminados, ya no sea tan problemática como lo era un año o dos atrás, cuando obtener un permiso de importación era como ganarse la lotería. Teníamos que dedicar mucho tiempo y esfuerzo para conseguir eso en un momento en el que también faltaban algunas materias primas, insumos, frascos...era toda una complicación".



DESDE SEPTIEMBRE SE ESTÁ DANDO UNA RECUPERACIÓN LEVE PERO MUY ANIMOSA EN EL SECTOR DE ANIMALES DE COMPAÑÍA".

Sean Scally.
Presidente de Caprove.

Mal, pero no tanto

El presidente de Caprove, Sean Scally, rescató que pese al golpe inflacionario y a la caída de las ventas durante 2024, se registra un crecimiento en unidades, si se analizan los números de los últimos cinco años.

PENSAMOS QUE ESTE ES UN AÑO DE TRANSICIÓN, Y ESPERAMOS IR HACIA UNO MEJOR”.

Jorge Casim.
Presidente de Clamevet.

Una a favor

El presidente de Clamevet, Jorge Casim, destacó como un gran avance y una ventaja a favor de la industria veterinaria, el hecho de que la importación de materias primas y productos terminados ya no sea tan problemática.



“Creo que eso se ha ido solucionando, aunque todavía faltan bastantes cosas. Pensamos que este es un año de transición, y esperamos ir hacia uno mejor. Esas son nuestras expectativas”, concluyó Casim.

MÁS VENTA Y ROTACIÓN DE STOCKS

Al igual que Clamevet, la Cámara Argentina de Distribuidores Veterinarios (Cadisvet) estima una caída del 10% en el mercado para 2024.

Su presidente, Alberto Paz Polito, recordó “los aumentos de precios que tuvimos en el último trimestre del año pasado y la revalorización de stocks que se vio en los primeros meses del que ya está terminando.

En ese marco, Paz Polito observó que desde marzo último no hubo aumentos de precios sig-

nificativos e incluso hubo bajas: “hemos perdido dinero en ello”, señaló.

Por otra parte, “hay un costo financiero, extensiones de pago, servicios, personal, logística, comida, hoteles, comida, hoteles, etc., que han seguido subiendo. Eso evidentemente ha erosionado nuestra rentabilidad”, indicó.

Para el presidente de Cadisvet, es preciso aprovechar “la oportunidad que tenemos de incrementar nuestros volúmenes de unidades de venta”, sin descuidar “la importancia de la rotación de los stocks”.

SUMAR PARA CRECER

“Hay que hacer crecer y jerarquizar el mercado, trabajar en conjunto. Esa es nuestra propuesta. Creo que es la forma de que todos podamos

ganar en este rubro”, reforzó Paz Polito.

Tomando estas palabras, Sean Scally agregó “debemos cuidar la industria, independientemente de los roles que cada uno cumple”, por lo que “desde Caprove estamos más que abiertos a discutir y ver las oportunidades que, probablemente en el día a día, las estamos dejando pasar”.

Finalmente, Casim reflexionó que “hay que dar una batalla cultural en cuanto a llevar más sanidad a todos los segmentos que componen la industria veterinaria”.

“Está bueno que todos nos preguntemos, desde los roles que cumplimos en el mercado, ya sea laboratorios, distribuidores, veterinarios, ¿qué podemos hacer para poder mejorar esa situación? Sin duda, hay que dar esa batalla”, concluyó.



Aunar esfuerzos

Para el presidente de Cadisvet, Alberto Paz Polito, la fórmula para que todos los actores involucrados puedan crecer y tener rentabilidad dentro del rubro, es aunando esfuerzos y trabajando en conjunto.

HAY QUE HACER CRECER Y JERARQUIZAR EL MERCADO; TRABAJAR EN CONJUNTO”.

Alberto Paz Polito.
Presidente de Cadisvet.

CÁMARA ARGENTINA DE DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS VETERINARIOS

Uniendo fuerzas por una distribución eficiente.



¿Querés asociar a tu empresa? www.cadisvet.com.ar

✉ info@cadisvet.com.ar ☎ +54 9 11 5488-1589



¿QUIÉNES FUERON PARTE DE LA FOTO DEL AÑO CIVA 2024?

Representantes de las Cámaras de laboratorios y distribuidoras veterinarias posaron junto a los organizadores de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina y los sponsors del evento que reúne a los principales líderes del sector.

Leandro Galatro
Insalcor

Nicolás de la Fuente
Asociación de Ideas

Juan Cruz Muriel
Biogénesis Bagó

Margarita Briceño
Asociación de Ideas

Jorge Troncoso
Copreva

Alberto Paz Polito
Cadisvet

Luciano Aba
Asociación de Ideas

Gabriela Mangiacavalli
Anedra / Research

Luciano Scigliotti
Palmac

Juan Onainty
Richmond Vet Pharma

Enrique Fischer
Chinfield

Jorge Castro
Chemo Romikin

Jorge Casim
Clamevet

Natalia De Sylvestre
Vrayto Logística

Rita Martini
Zerox

Sean Scally
Caprove

Paola Fraga
Sis App



MÁS DE 110 EMPRESAS, EN UN SOLO LUGAR

Redacción MOTIVAR

redaccion@motiviar.com.ar

De la pandemia a esta parte, los eventos presenciales han tenido que sumarle un plus a su existencia. Claro, en la comparativa con las jornadas virtuales o las transmisiones en vivo, los encuentros donde las personas nos seguimos juntando tienen que garantizar una buena experiencia para tener sentido.

Y vaya si lo tuvo la última edición de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina, lugar en el cual se reunieron cerca de 300 representantes de unas 110 empresas de distintas partes de la Argentina.

Laboratorios nacionales y multinacionales, distribuidoras, proveedores de insumos y de servicio, entre otros, dijeron presente en CIVA 2024.

Con una sala específica de Networking, este evento volvió a proponer y fomentar el intercambio entre las personas, aún en simultáneo con la realización de una sala de Conferencias que contó con disertantes y paneles de primer nivel.

EL BOCA EN BOCA

Más allá del intercambio de contactos y ese primer acercamiento a los potenciales clientes que tanto aprovechan los sponsors de CIVA, se suma la conversación lógica del sector.

Con mucho interés por las próximas decisiones que estará tomando el Senasa en relación al rubro veterinario, sin dudas que el organismo sanitario estuvo presente en muchas de las conversaciones que se dieron en la zona de Networking de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina.

¿Saldrá el nuevo marco regulatorio?
¿Qué pasó con la licitación de las caravanas electrónicas?
¿Cómo avanzará la renovación de registros?
¿Qué trámites se eliminarán?

Preguntas y muy pocas respuestas. Pero estos temas y todos los que rodean al Senasa (que no envió a ningún representante a la Cumbre) mantienen alerta a todo el sector.

Laboratorios nacionales y multinacionales, distribuidoras, proveedores de insumos y de servicios, compartieron un espacio único donde vincularse y generar puntos de encuentro.



Intercambio. Los empresarios compartieron su visión a futuro.

Sin dudas, el otro tema que estuvo presente en casi todos los intercambios entre empresarios tuvo que ver con el presente y la perspectiva a futuro.

“¿Cómo cerrás el año?” “¿Qué estás viendo para el año que viene?” Estas fueron seguramente las preguntas que más se escucharon en CIVA 2024.

Y las respuestas fueron variadas, pero muchas en sintonía con un concepto central: al año que termina podría haber sido peor, en función de las expectativas iniciales. ¿Y a futuro? Ahí sí que reinó la incertidumbre y el futuro inmediato sigue representando una incógnita para muchas empresas.

FOTOS Y RECUERDOS

También auspiciada por el Main Sponsor de CIVA 2024, Palmac (www.palmac.com.ar), una cabina de

fotos se ubicó en la Sala de Networking para que los asistentes pudieran tomarse hasta 3 retratos por turno y así generar otro lindo recuerdo de una nueva edición de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina.

No está de más destacar una vez más el buen clima que en este evento se genera entre personas que, a nivel general, hace años que comparten el desarrollo de un sector que deberá volverse cada vez más competitivo.

Claro, esta fue una de las conclusiones también en las cuales coincidieron referentes de empresas nacionales y multinacionales al ser entrevistados por MOTIVAR en la alfombra roja que también forma parte de la estética del encuentro que se llevó adelante en Parque Norte.



Institucional. Cámaras, laboratorios y distribuidores, juntos.

**“¿CÓMO CERRÁS EL AÑO?”
“¿QUÉ ESTÁS VIENDO PARA EL AÑO QUE VIENE?”
ESTAS FUERON
SEGURAMENTE LAS
PREGUNTAS QUE MÁS SE
ESCUCHARON EN CIVA 2024.**



78 AÑOS

dedicados a fortalecer la sanidad y el bienestar animal en nuestro país y el mundo



LA POTENCIA DE MOTIVAR Y MI NEGOCIO VETERINARIO

Daniela Mattiussi

daniela@motivar.com.ar



Con 65 auspiciantes en pautas impresas y digitales, el 2024 cierra con un balance más que positivo. Además, se lograron excelentes resultados en clientes que apostaron al 360°.

Luciano Aba, Florencia Martiren y Julia Bercovich fueron los encargados de brindar un pantallazo del presente de Asociación de Ideas en materia publicitaria ante los referentes reunidos en CIVA 2024. En un año de crecimiento tanto para **MOTIVAR**, como para **Mi Negocio Veterinario**, se destacó el foco puesto sobre segmentos de alto valor que incorporan veterinarios, distribuidores y laboratorios.

En 2024 ambos medios lograron en conjunto 65 auspiciantes en pautas impresas y digitales, cuyos principales 10 fueron: Kronen Vet, Biogénesis Bagó, Ceva Salud Animal, Richmond Vet Pharma, Over, Fatro Von Franken, Holliday, Labyes, Zoetis y Drovot.

¿CÓMO LO HACEMOS?

“Sabemos a quién le estamos hablando ya que tenemos el foco puesto en el canal veterinario. En conjunto con el cliente armamos la estrategia, le agregamos valor y tenemos los medios para poder implementarlo”, destacó Florencia Martiren, responsable comercial de Asociación de Ideas.

Y agregó que son distintas las herramientas que se ejecutan para tener un impacto real:

- » **Impresos y notas:** distribución personalizada, con soporte de distribuidoras y participación en eventos.
- » **Páginas Web:** foco en sanidad, pero también en industria veterinaria, marketing y gestión.
- » **Notas patrocinadas:** contenido inbound de alto valor, con foco en la noticia, pero también Branding y Promoción de productos.
- » **Pauta en RRSS:** Más de 25.000 profesionales y empresarios conforman la mayor red sectorial de intercambio en el país.
- » **Mailings:** Bases segmentadas de veterinarios por especies, de laboratorios, distribuidores y mucho más.

MOTIVAR

Cuando se analiza el público de **MOTIVAR**, se ob-

serva que el 60% de los usuarios / lectores son hombres y un 40%, mujeres; y que más de la mitad tienen entre 35 y 54 años.

Son dueños de veterinarias y agro veterinarias, veterinarios privados, laboratorios, distribuidores, organismos y entidades y líderes de opinión.

“El año pasado prometimos invertir en la página web y así lo hicimos. Buscamos tener una web más profesional y con mejores espacios publicitarios, lo que nos llevó a los resultados que vemos hoy”, manifestó Luciano Aba en relación a www.motivar.com.ar.

En ese sentido, la web contó este año con cerca de 300.000 usuarios únicos, mostrando un crecimiento del 80% versus 2023 y 3 millones de impresión de banners publicitarios totales.

Por otro lado, con los packs 360° digitales, “buscamos tener una estrategia donde el mismo mensaje esté en todos los lugares posibles para poder penetrar mejor en la audiencia. Para esto, contamos con notas patrocinadas, banners web, pautas en RRSS, banner en newsletters y mailing personalizados”, explicó Julia Bercovich, ejecutiva de cuentas en Asociación de Ideas.

De esta forma, presentaron un caso de éxito 2024 de 360° en **MOTIVAR** con resultados excepcionales logrados por una de las empresas que fue parte del proceso.

“Cuando las empresas trabajan con nosotros, potenciamos las ideas para establecer pautas con una estrategia definida para cumplir los objetivos”, destacó Luciano Aba.

Bajo esa premisa, Julia Bercovich detalló un caso de éxito donde se lograron excelentes resultados con más de 50% de impresiones prometidas, más de 100% de clicks prometidos y un CPM total de \$2.500.

MI NEGOCIO VETERINARIO

Por su parte, los referentes de Asociación de Ideas también pusieron el foco sobre **Mi Negocio Veterinario**, cuya edición impresa pasó a distribuirse

únicamente en eventos presenciales.

Actualmente, el público de esta plataforma es mayormente femenino (65%), cuyo 58% tiene entre 25 y 44 años. El 85% es de Argentina y el 75% no tiene capacitación en marketing y gestión.

“Son dueños de clínicas veterinarias y pet shops, emprendedores, profesionales independientes, veterinarios a domicilio y líderes de opinión. Nuestra puesta para el año que viene es estar en Uruguay, Colombia y algún otro país de la región”, destacó Florencia Martiren.

Con foco en la gestión y el marketing, el desafío 2025 pasará por invertir e impulsar una nueva página web, desde la cual los profesionales puedan acceder a materiales de alto valor, que les permita afrontar el día a día de sus veterinarias.

Por su parte, Julia Bercovich detalló también los packs 360° digitales de MNV a través de banners web, pautas en RRSS, banner en newsletters y mailing personalizados.

De esta manera culmina el año para **MOTIVAR** y **Mi Negocio Veterinario**, mostrando resultados positivos y la expectativa de nuevas propuestas y acciones en un 2025 que ya casi está en marcha.

SOMOS LA MEJOR OPCIÓN PARA SEGUIR PROMOCIONANDO PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL CANAL VETERINARIO DURANTE EL AÑO 2025”.



CHEMO
ROMIKIN

Chemo, un paso adelante

Más de 40 años al servicio del mercado



Materias primas de última generación para la industria farmacéutica, veterinaria y nutrición animal.

Romikin SAU

Paraguay 1535 C1061ABC Buenos Aires, Argentina

T (011) 4872-1200 / Cel: (+ 54911) 6936-3287

consultasvet@romikin.com

www.romikin.com.ar



Flor Martiren.
Responsable comercial de Asociación de Ideas.



Julia Bercovich.
Ejecutiva de cuentas de Asociación de Ideas.

¿CÓMO SERÁ EL 2025 PARA LOS LABORATORIOS Y LAS DISTRIBUIDORAS?

MIRÁ EL VIDEO



DE LA CHARLA DE ABA Y SONATTI

Redacción MOTIVAR

redaccion@motiviar.com.ar

La motosierra mutó en una aspiradora de pesos. ¿Qué panorama deben esperar las empresas del sector veterinario de cara a un 2025 "flexibilizado"?

Aquella motosierra de la que todos hablábamos se transformó hoy en una aspiradora de pesos brutal: se secó el mercado, se vaciaron los stocks en febrero y marzo".

Así resumió el editor de MOTIVAR, Luciano Aba, el impacto que enfrentaron los laboratorios y distribuidores de productos veterinarios en Argentina durante este 2024.

Pero eso no es todo: "La aspiradora que se vino parece que va a seguir", advirtió, y citó frases que se escuchan al pasar entre los empresarios:

"Vamos a tener que trabajar en serio".

"La inflación nos tapaba un montón de ineficiencias".

"Ahora tenemos que salir a vender".

"Ya no vendo cheques, vendo productos veterinarios".

"Pareciera que, en el mundo de las finanzas, hacer una buena operación de compra-venta ya no alcanza. Hay que vender, rotar y algo en lo que empiezan a ponerse de acuerdo muchos empresarios es en que la situación no se va a acomodar con sólo aumentar los precios", analizó Aba, en el marco de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina (CIVA).

De hecho, "ya está la sospecha de que, con la inflación controlada, o al menos sin los elevados índices que se manejaban, regresarán los plazos al centro de las negociaciones".

DESFAJAJE DE PRECIOS

Dentro de este fenómeno, los distribuidores "capitalizaron ese stock, lo tuvieron durante meses con un regio capital que pudieron salir a comercializar en el mercado, viendo cómo se iba desacelerando paulatinamente la inflación a la que estábamos acostumbrados: Hoy nos ponemos contentos por tener un 4% de inflación mensual", señaló Luciano Aba durante el encuentro.

Ese comportamiento "llevó a que los stocks se movieran en un contexto en el cual es complicado que los precios de los productos veterinarios sigan avanzando. Y no estoy seguro de que lo puedan hacer al ritmo del aumento de los costos operativos, que afectan tanto a las distribuidoras como a los laboratorios, como incluso a los mismos veterinarios".

De allí que "se va a dar un desfasaje que ya no se va a poder suplir con solo el aumento de precios", consideró Aba.

NUEVO PARADIGMA

En este 2024 hubo una caída de venta de unidades como hacía tiempo que no sucedía en el sector veterinario, tanto en fármacos como en el segmento de biológicos, pequeños animales, avicultura y porcinos, entre otros.

"Hay un nuevo paradigma en este sector, y también hay un debate sobre qué hacer con la venta, cómo trabajar en conjunto para vender, cómo resolver esto. Este es un debate que se va a venir en este sector", consideró.

En tanto, "los exportadores también están viendo que al mismo tiempo nos volvimos caros en dólares. Y en ese dilema estamos, con muchas amenazas y temores en cuanto a las importaciones no tan reguladas, o una industria nacional no tan protegida, lo cual empieza a preocupar a los empresarios argentinos", advirtió el editor, que compartió su análisis sobre el escenario junto al periodista de MOTIVAR Facundo Sonatti, quien agregó que esa preocupación también alcanza a los empresarios de otros rubros.

LA AMENAZA NO ES SÓLO CHINA

Para Sonatti, "La verdadera competencia y la gran amenaza que tienen los empresarios es China, que ya está acá, y porque está también en los Estados Unidos. Es una amenaza latente, un gigante que ya no vende baratijas sino que sobre todo es competitivo, tiene gran escala y en cualquier segmento que miremos puede sin lugar a dudas apoderarse de un mercado, como el argentino", advirtió.

A ello, Aba añadió los anuncios del ministro de



Mejorar el chip

Para el editor de MOTIVAR, Luciano Aba, es momento de desaprender ciertas cuestiones, sin dejar de lado las buenas prácticas, y dar lugar a nuevas estrategias que permitan aprovechar el potencial del sector.

VAMOS A TENER QUE SALIR TODOS A GENERAR VALOR, VOLVERNOS ÚNICOS, IRREEMPLAZABLES, RELEVANTES Y CREÍBLES".

Luciano Aba.
Editor de MOTIVAR.

Desregulación y Transformación del Estado, Federico Sturzenegger, sobre la simplificación y flexibilización en distintos sectores. Tal es "el caso paradigmático del Senasa en cuanto al ámbito regulatorio normativo, qué se puede, qué no se puede, qué se va a exigir y que no".

Todo ello se da "en un sector que no está acostumbrado a outsiders, a startups, a la compra de éstas, a que se nos metan nuevos jugadores al mercado", observó.

OUTSIDERS

Sobre esta última reflexión, Sonatti recomendó "estar con las antenas paradas respecto a que quizás la amenaza viene desde afuera hacia este sector", y ejemplificó con el caso de Pierpaolo Barbieri, el CEO de Ualá, quien "tiene la particularidad, como tantos otros, de no ser un banquero tradicional ni tampoco programador, como él mismo declaró, pero que ya tiene 6 millones de tarjetas de crédito en Argentina y compite de igual a igual con cualquier banco tradicional".

A ese caso de un outsider local, el periodista agregó el ejemplo a nivel global de Elon Musk, "quien parece que va a ser el Sturzenegger de los Estados Unidos, y que también es un outsider para las industrias en las que participa, sobre todo en la automotriz. Sus actores se reían cuando él decía

que iba a ganar ese terreno con los autos eléctricos: sólo hay que ver los números de Tesla para corroborar que es así".

AGREGADO DE VALOR

Sobre la formación del precio de un producto veterinario, Aba recordó que "históricamente lo determinó el mercado, o los costos de producción, o el distribuidor".

En ese sentido, "desde MOTIVAR vemos que esa situación, en un contexto en el cual los precios seguramente no van a poder seguir creciendo al ritmo que lo venían haciendo, va a encontrar una traba y vamos a tener que salir todos a generar valor, a volvernarnos únicos, irreemplazables, relevantes y creíbles".

"Este sector siempre se caracterizó por tener un mercado en el que hay lugar para todos y va a seguir siendo así. El tema es que parece que ya no vamos a hacer sólo los que estamos acá hoy presentes", advirtió a la audiencia.

Y Sonatti pasó al otro extremo del planteo, al presentar el caso de Diego Fenoglio, el fundador de Rapanui y creador de los famosos Franui, un producto con el que "espera conquistar al mundo".

"Ahí hay un caso clave que muestra cómo los costos no definen el valor de un producto. Porque si un alemán si se entera de cuál es el costo de producir una frambuesa con chocolate en la Argenti-

HAY QUE ESTAR CON LAS ANTENAS PARADAS: QUIZÁS LA AMENAZA A ESTE SECTOR VIENE DESDE AFUERA".

Facundo Sonatti.
Periodista.

Según Facundo Sonatti, China ya es un competidor consolidado, pero no es la única amenaza al sector: también están aquellos que, sin tener experiencia en el rubro, logran triunfar, como el caso de Elon Musk.



SIS APP RECIBIÓ EL RECONOCIMIENTO CIVA 2024 A LA INNOVACIÓN

Daniela Mattiussi

daniela@motivar.com.ar



El Sistema Integrado de Salud Veterinaria, que vincula a los veterinarios con los tutores de animales de compañía, fue la ganadora en esta edición de la cumbre.

Al igual que todos los años, se entregó el reconocimiento CIVA a la innovación. En esta oportunidad, SIS app fue la elegida por su aporte a toda la industria veterinaria, desde los profesionales hasta los tutores.

Margarita Briceño y Nicolás De La Fuente, socios de Asociación de Ideas, entregaron el tradicional galardón a Gustavo Cesario, referente de Voglia, empresa desarrolladora de la tecnología.

Durante su discurso, Cesario recordó que se lanzaron al mercado veterinario hace sólo 5 meses, por lo que no esperaban este premio ni tampoco haber generado tanta repercusión y valor agregado, en tan poco tiempo.

"Quiero agradecer a Asociación de Ideas por el premio. También a mis socios ya que esto fue un sueño de hace mucho tiempo y sumado a un anhelo personal como tutor de mascota ya que quería que mi gato Simón tenga su historia clínica centralizada y que se la pueda compartir a mi señora, para que ella también pueda llevarla, o a la persona que quedaba encargada de la mascota cuando yo me tomaba vacaciones. Tener su libreta sanitaria", destacó emocionado.

Cesario especificó que se trata de una aplicación que conecta a tutores con veterinarios y viceversa. Además, es gratuita en su totalidad tanto para tutores como para veterinarios.

"Por último quiero agradecer a los sponsors que hoy nos acompañan con un compromiso muy fuerte y material que es lo que hacen que todo esto sea

posible y que podamos brindar este servicio como lo estamos brindando y mejorarlo como lo hacemos día a día", indicó Cesario.

LA PROPUESTA DE SIS

El Sistema integrado de Salud Veterinaria (SIS) es una plataforma en la que intervienen dos aplicaciones móviles conectadas entre sí, con información de valor: SIS PET, para médicos veterinarios y otra, SIS VET, para los tutores de mascotas.

La propuesta es gratuita y de alcance nacional, con el objetivo de convertirse en un puente que conecte a ambos lados de la cadena. "Lo novedoso en este caso es que las dos apps interactúan entre sí, generando un flujo de comunicación que puede iniciarse desde ambos lados", resaltó Cesario.

Por un lado, SIS Pet les permite a los tutores registrados llevar la credencial virtual de sus mascotas a todos lados, al igual que su libreta sanitaria y recibir recordatorio vía WhatsApp.

Por otro lado, SIS VET, permite administrar el historial de cada uno de los pacientes. Les permite a los veterinarios registrados comunicarse con los tutores, enviar información de manera programada, administrar consultas, historias clínicas de forma centralizada y digital.

BENEFICIOS DE SIS VET

» Administrar la historia clínica de los pacientes de forma centralizada y digital.

- » Comunicarse de forma fácil y sencilla con los tutores y multiplicar las consultas profesionales.
- » Geolocalización de las veterinarias SIS, podrán ofrecer todos los servicios de sus veterinarias. El tutor va a buscar a las veterinarias de alrededor.
- » Enviar información importante de forma automatizada. Recordatorios en vacunas, antiparasitarios, intervenciones).
- » Aumentar la fidelidad con los clientes. Mejor relacionamiento.
- » Incrementar la cantidad de nuevos clientes.
- » Crear nuevos tutores responsables.
- » Tener una actualización constante de información de laboratorios que están en diálogo permanente.

SIS PET PARA LOS TUTORES

- Los beneficios que SIS Pet ofrece a los tutores son:
- » Tener la historia clínica de sus mascotas en tiempo real en su celular. Se van de la veterinaria ya con la información.
 - » Recibir los recordatorios médicos, se pueden programar.
 - » Llevar la identificación de cada una de sus mascotas a todas partes, con foco en - las derivaciones. La Información la manda el médico veterinario de cabecera.
 - » Información sobre consejos y cuidados de la salud. Más rotación.
 - » Trazabilidad de chip electrónicos.
 - » Recibir información sobre productos y servicios para las mascotas.

AGRADEZCO A ASOCIACIÓN DE IDEAS Y A MIS SOCIOS. ESTE ES UN SUEÑO DE HACER MUCHO TIEMPO".

Gustavo Cesario.
Referente de Voglia, desarrolladora de SIS.



copreva

Más de 50 años fabricando tecnología de punta



INDUSTRIA ARGENTINA
ORGULLO NACIONAL

✓ Cámaras y cuartos de estabilidad con PLC

✓ Datalogger

✓ Registradores gráficos

Hornos de Secado de Granulado • Estufas de Cultivo y Esterilización
Heladeras • Freezer hasta -25°C

¿CÓMO VISUALIZAN EL 2025 LOS LÍDERES DEL SECTOR?

Redacción MOTIVAR

redaccion@motiviar.com.ar

Referentes de distintos laboratorios veterinarios dialogaron con MOTIVAR para analizar el cierre de año y sus perspectivas a futuro.

Como hace años, la alfombra roja de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina fue el lugar donde **MOTIVAR**, a través del periodista Facundo Sonatti, tomó contacto con líderes de laboratorios nacionales y multinacionales, a fin de conocer sus impresiones en relación a la actividad.

“Este es un espacio estratégico para el sector, donde podemos encontrarnos con colegas, compartir información y prepararnos para lo que viene”, nos decía Diego Esborraz, referente del Laboratorio OVER.

Y agregaba: “Queda claro que debemos ser cada vez más innovadores, para adaptarnos a una industria cambiante pero que siempre apunta al crecimiento”.

También Facundo Sonatti tuvo la posibilidad de dialogar con el responsable de Ceva Salud Animal en nuestro país, Patricio Roan.

“Venimos evaluando la situación de la región y el país. Tenemos expectativas de crecimiento muy fuerte. La casa matriz apuesta”, aseguró el referente tras destacar que Ceva cuenta con tres plantas en el país (dos en Santa Fe y una en San Martín, Gran Buenos Aires). Y completó: Potenciamos todo lo que tenemos con vacunas de aves y cerdos. Felices de ser parte activa del sector, no solo comercializando, sino también produciendo en el país”.

En ese mismo marco, el líder de Labyes, Esteban Corrales, destacó la capacidad de todo el sector y la necesidad de establecer una mirada a largo plazo a la hora de analizar los rendimientos anuales.

“Con el paso del tiempo, nuestra empresa se ha consolidado no solo en Argentina, sino también abriendo filiales propias en Brasil, Colombia y México”, concluyó Esteban Corrales.

INDUSTRIALES

A su turno, fue el presidente de Vetanco, Jorge Winokur, quien se acercó a la alfombra roja presente en la Sala de Networking de CIVA 2024 para destacar la consolidación del modelo de negocio de la empresa, su crecimiento y proyección internacional, siempre entendiendo las reglas que rigen la industria.

“Estamos en un mercado con muchas oportunidades. Un mercado gigante, y con calidad para ofrecerle al mundo. No hay que estar loco, para hacer negocios serios, sustentables, con base científica en Argentina, si hay que tener conducta y tomar los reaseguros que sean necesarios”, completó Jorge Winokur.

Asimismo, el referente de Bioinnovo, Andrés Wigdorovitz, destacó el premio recientemente recibido parte del Banco Galicia y La Nación, por el desarrollo de la vacuna Vedevax Block. “Bioinnovo es una pyme tecnológica fruto de la unión del INTA y el laboratorio Vetanco, generamos vacunas específicas que tienen como objetivo los mercados internacionales”, aseguró el profesional durante el encuentro anual de la industria veterinaria.

“Seguiremos pensando en nuevos biológicos, con una visión a largo plazo y objetivos claros”, completó.

Finalmente, fue el turno de Martín Mascaren-

has, referente local de Biogénesis Bagó, empresa que ha seguido expandiéndose este año en el plano global, no solo en territorio, sino también en especies, con muchas novedades en lo que es el registro de vacunas antiaftosa y contra la rabia.

“Estamos avanzando en el plan de integración de la línea de hormonales de Hipra y se adquirió en los últimos meses en China para estos mercados. También avanzamos en animales de compañía, con una propuesta que sin dudas ya se piensa de manera regional”, comentó Mascarenhas. Y destacó los distintos lanzamientos que este año Biogénesis Bagó tuvo en Argentina en el campo de la ganadería bovina.

Los líderes de la industria pasaron una vez más por CIVA y compartieron sus impresiones con **MOTIVAR**.

“DEBEMOS SER MÁS INNOVADORES PARA ADAPTARNOS A UNA INDUSTRIA CAMBIANTE PERO QUE SIEMPRE QUIERE CRECER”.



Patricio Roan.
Ceva Salud Animal, presente en CIVA 2024.



Diego Esborraz.
Referente del laboratorio OVER.

insalcor vetpharma 

Más de 20 años optimizando la producción veterinaria en Sudamérica

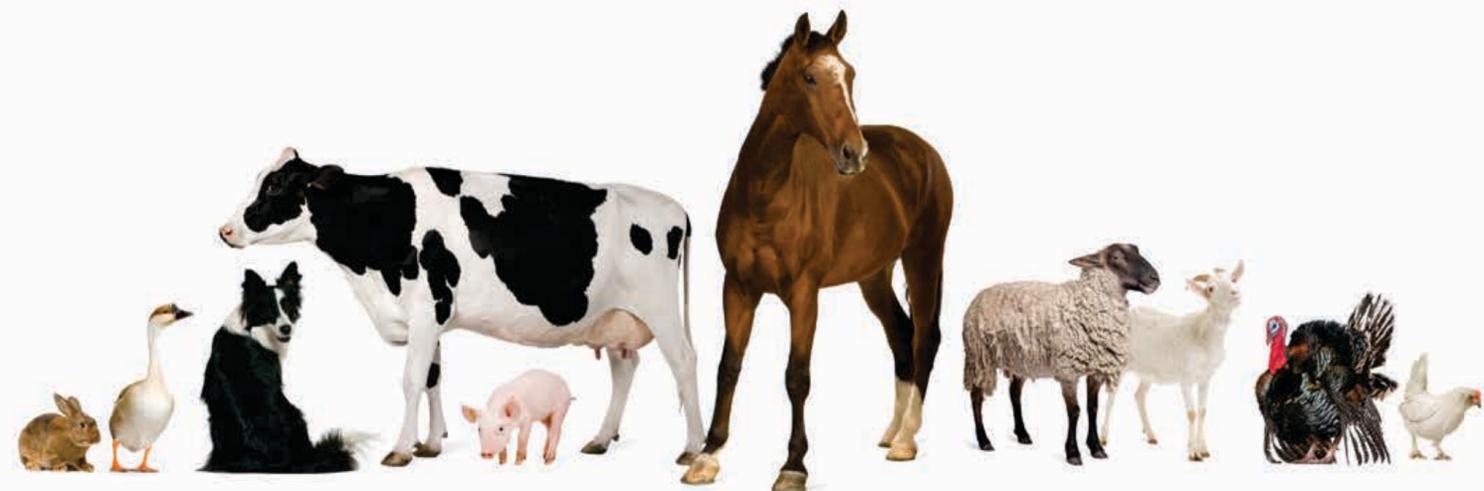


Somos una empresa que, desde 2002 se dedica a la importación, distribución y trading de **excipientes** y **principios activos** para la Industria veterinaria. Contamos con oficinas y depósitos en **Argentina, Uruguay y Paraguay**.

Hemos construido una plataforma logística y comercial competitiva a nivel nacional e internacional que nos posibilita **brindar y desarrollar soluciones integrales, innovadoras y específicas para cada uno de nuestros clientes**.

Contamos con un **equipo humano altamente calificado**, formado por profesionales en distintas áreas, capacitados para brindar **soporte técnico-comercial** en todas nuestras actividades.

Desde nuestros inicios las **principales empresas a nivel mundial** han depositado su confianza en nosotros para la comercialización de sus productos en los diferentes mercados de Latinoamérica.



INSALCOR AUSTRAL S.A.
Gral. Las Heras 1735, planta baja Oficina B,
B1602 Vicente López, **Argentina**.
(+54) 9-11-2727-2609
leandro.galatro@insalcor.com
www.insalcor.com.uy

INSALCOR S.A.
Ruta 1 (vieja), Km.34, Ciudad del Plata
San José, **Uruguay**, C.P. 80101
Telefax: (+598) 2347 7441
info@insalcor.com.uy
www.insalcor.com.uy



INSALCOR PARAGUAY S.A.
San Francisco 457 e/ España y
De la Fuente, Asunción, **Paraguay**
(+595) 985 112 581
jonathan.linero@insalcor.com
www.insalcor.com.uy

EMPRENDEDORES VETERINARIOS COMPARTIERON EL MANEJO EMPRESARIAL DE SUS NEGOCIOS

MIRÁ EL VIDEO



Daniela Mattiussi

daniela@motivar.com.ar



CIVA 2024 reunió a profesionales para que muestren sus modelos de negocio exitosos. Se trata de SIVET, Veterinaria Isleña, El Retorno Agroveterinaria y Fortín Oeste Veterinaria.

Por primera vez en todas las ediciones de CIVA, los veterinarios se subieron al escenario para contar sus experiencias. La industria veterinaria está cambiando y los veterinarios no se están formando sólo en cuestiones técnicas y médicas.

Hoy eligen crear sus negocios y formarse en manejo empresarial, comercial y marketing, con la confianza que los resultados están a la vista.

En ese marco y bajo el nombre de "Veterinarios y emprendedores, modelos de negocio exitosos", se llevó a cabo un panel el cual presentó a los responsables de SIVET y Veterinaria Isleña, como ejemplos de pequeños animales; y a El Retorno Agroveterinaria y Fortín Oeste Veterinaria, en grandes animales.

PANEL DE PEQUEÑOS ANIMALES

En este segmento, la MV Virginia Vallejo (referente de la cadena de hoteles para gatos Mishmosos) fue la moderadora del panel.

En primera medida, el MV Federico Bonino, fundador de SIVET y Mascota 24, compartió su experiencia brindando servicios veterinarios de manera sistematizada, organizada y de fácil acceso para los tutores en Rosario, Santa Fe.

"Desde que inicié con mis emprendimientos propios, el objetivo siempre fue resolverles problemas a los tutores de mascotas vinculados con la salud de los animales", comenzó relatando Bonino ante la industria.

En ese sentido, descubrió que se trataba de un trabajo arduo ya que los tutores se encuentran con 3 problemas:

1) El momento en el que le pasan las cosas, por eso se necesita de un centro 24 horas.

2) El tiempo. Por eso uno de los slogans iniciales de SIVET era "todo en un mismo lugar".

3) La economía de las familias. "Somos una empresa que brinda soluciones, pero somos más caras que el resto y la realidad es que ofrecemos más servicios y de otro tipo", aseguró Bonino.

En ese contexto, crearon Mascotas 24, un sistema innovador a través de una prepaga veterinaria que les permite a los tutores, con una mínima cuota, acceder a todos los servicios veterinarios que hoy existen.

Ubicados en la ciudad de Rosario, cubren unos 50 km a la redonda y cuentan con un nivel de adhesión 7.500 afiliados, siendo la prepaga con más afiliados del país.

La propuesta de esta empresa es hacer más accesible la atención veterinaria, generando bienestar en cada etapa, innovación y confianza.

Respecto a los números, Bonino explicó que, a partir de U\$S 5.000 iniciales, se crearon 2 empresas exitosas.

SIVET (2008)

» Servicios médicos, farmacia veterinaria, atención médica las 24 hs, urgencias, peluquería, pet shop.

» Hoy tiene 31 empleados.

Moderadora

La médica veterinaria Virginia Vallejo, directora de la cadena de hoteles para Gatos, Mishmosos, estuvo a cargo de la moderación del panel con casos de éxito en el segmento de animales de compañía.

- » U\$S 900.000 de facturación anual.
- » La empresa está valuada en U\$S 1.850.000.

MASCOTA 24 (2018)

- » Planes a medida para la atención de animales de compañía con más de 30 veterinarios, 5 vehículos propios y más de 65.000 horas de servicio ya prestadas.
- » U\$S 1.326.000 de facturación anual.
- » Está valuada en U\$S 1.500.000.

Por su parte, observando las oportunidades de la empresa, Bonino destacó que "entender que las mascotas son parte de la familia, nos ayudó a definir nuestro valor. Hay familias interespecie y hoy son un integrante más con entidad propia".

Además, sus empresas cuentan con atención 24/7 y los 365 días del año, así como también

atención a domicilio y la incorporación de tecnología para calidad superior.

En este marco, el responsable de SIVET indicó que la expectativa para lo que viene pasa fundamentalmente por poder replicar a nivel regional o nacional la experiencia del método de trabajo de la clínica y el sistema prepago de Mascotas 24.

En cuanto a la proyección a 5 años, Bonino concluyó que están puestas en la expansión a través de más servicios y tecnología; el crecimiento del mercado con nuevas generaciones con más hijos mascotas; y la importancia de trabajar de forma sinérgica entre todos los actores de la industria veterinaria.

VETERINARIA ISLEÑA

En segundo término, la MV Leila Peluso, dueña de Veterinaria Isleña, se presentó con su negocio resaltando que se trata de una veterinaria

POR PRIMERA VEZ EN CIVA, LOS VETERINARIOS SE SUBIERON AL ESCENARIO PARA CONTAR SUS EXPERIENCIAS.

Virginia Vallejo.
Médica Veterinaria.

a domicilio en lancha por el delta del Tigre y por auto en zona norte (GBA); así como también de una clínica veterinaria, con quirófano.

"Empecé con un bolso colgado al hombro y viajando en una lancha colectiva. La demanda aumentó y necesitaba mi movilidad propia así que pude tener mi primera embarcación. Hoy tenemos una clínica completa sobre la embarcación y además una clínica veterinaria en el Delta con un quirófano, anestesia inhalatoria, laboratorio y hasta mi propia micro planta de gas que me autoabastece del combustible", recordó Peluso.

La propuesta de valor surgió para acortar la distancia entre los animales y la atención veterinaria. "Acercamos la salud veterinaria a familias que antes no tenían acceso", añadió la MV.

En un análisis de sus fortalezas, Peluso desta-

VETERINARIA ISLEÑA, SIVET Y MASCOTA 24 DIJERON PRESENTE Y LE MOSTRAN A LA INDUSTRIA SU PLANES DE CRECIMIENTO A FUTURO.

Pequeños animales: modelos de negocio a imitar.

MV Virginia Vallejo (Mishmosos), MV Leila Peluso (Veterinaria Isleña), Federico Bonino (SIVET y MASCOTA 24) y Luciano Aba (MOTIVAR).



có que generó una marca personal sólida a través de las redes sociales. "Ser genuina, profesional y visible, generó confianza y fidelidad", indicó.

Y añadió: "Realizo colaboraciones con marcas ya que uso las redes sociales como vidriera. Realmente las fomento mucho y muestro mi día a día porque es el lugar donde pueden verme en acción. Ahí veo la forma en que trabajo con mucho amor y eso es lo que la gente también me devuelve", explicó.

Por otro lado, Peluso destacó que en los últimos años los clientes han evolucionado ya que "hoy las mascotas forman parte de la familia y pasaron a ser animales de compañía, por lo que me llaman para chequeos preventivos y menos para urgencias".

Por último, manifestó que en el futuro no ve un techo. En este momento se encuentra lanzando un e-commerce para todo el país, donde ofrece productos de su marca personal y veterinarios.

También será un espacio educativo con talleres y videos de tenencia responsable. Por último, tiene como objetivo, poder llegar a más zonas.

PANEL DE GRANDES ANIMALES

Continuando con las presentaciones de veterinarios con modelos de negocios exitosos, el MV Antonio Castelletti fue el moderador del panel de

ACERCAMOS LA SALUD VETERINARIA A FAMILIAS QUE ANTES NO TENÍAN ACCESO".

MV Leila Peluso - Veterinaria Isleña.

casos de éxito en grandes animales.

En primer lugar, el MV Luciano Farisano, socio gerente de El Retorno Agroveterinaria, presentó su empresa y recordó que fue fundada en 2011 en Ranchos, provincia de Buenos Aires.

Actualmente ofrece asesoramiento productivo y reproductivo; cría, internada, tambo y cabañas; comercialización de productos veterinarios; asesoramiento y venta de nutrición animal; distribuidor oficial de Teknal.

"Ya desde el inicio entendimos que debíamos tener un diferencial y brindar un servicio veterinario de calidad. Por eso me puse a estudiar sobre gestión y management. Gran parte de esto tenía que ver con profesionalizar nuestro servicio de mostrador", destacó Farisano en el inicio de su relato.

Respecto a los números de la empresa, detalló que la facturación proyectada en 2024 fue de US\$ 950.000 con 28% de rentabilidad anual.

"Los números representan un concepto de trabajo. Entendemos a la profesión basada en la demanda. Nosotros hacemos un análisis arduo de nuestros clientes a través de sistemas de gestión y eso nos enseñó que, desde ellos, los números aparecían", explicó Farisano.

Y agregó: "Pensando en esto, nos dimos cuenta que los clientes estaban ávidos de soluciones. Por lo tanto, si estábamos generándoles demandas para que salgan de esa ganadería conservadora entendimos que había que cerrar el ciclo por lo que nos apoyamos en la nutrición. Nos convertimos en distribuidores de Teknal y sumamos un agrónomo. Así ofrecimos todo el servicio de sanidad, manejo y gestión nutricional".

En ese sentido, el socio de El Retorno Agroveterinaria, especificó que sus ventajas competitivas, se destacan por la generación de demanda a campo; stock y variedad de productos; atención profesionalizada en mostrador; segmentación y proyección financiera; y los mencionados convenios con proveedores estratégicos.

Así, estimó que las oportunidades a futuro son el posicionamiento en zona ganadera con

NOS DEDICAMOS A LA GESTIÓN, SIN PERDER DE VISTA EL ACERCAMIENTO PROFESIONAL AL CAMPO".

Juan Ignacio Charaf y José Germán Luberriaga - Fortín Oeste Veterinaria.

potencial; el acompañamiento al crecimiento de los productores e impulsar la calidad de los servicios a campo.

En los próximos años, lo abordarán con más profesionales, mayor equipo en ventas y logística y aumentar los negocios ligados al agro.

"De esta forma, la proyección estimada para el 2025 es de un crecimiento del 15% en unidades totales comercializadas; una rentabilidad esperada del 28% y la nutrición animal como pilar de crecimiento", concluyó Luciano Farisano.

FORTÍN OESTE VETERINARIA

Para cerrar este bloque de casos de éxito, los MV. Juan Ignacio Charaf y José Germán Luberriaga, socios del Fortín Oeste Veterinaria, recordaron que en el inicio contaban con muy poco respaldo económico por lo que entendieron que la liquidez y los vínculos eran muy importantes para su negocio.

Esta empresa fue fundada en 2012 en 9 de Julio, provincia de Buenos Aires, y actualmente cuenta con 3 sucursales.

Los servicios que ofrece son asesoramiento productivo y reproductivo; cría, internada, feedlot y cabañas; comercialización de productos veterinarios; inseminación artificial a tiempo fijo; diagnós-



Columnista

En la moderación del panel de casos de éxito en el sector de grandes animales estuvo el MV Antonio Castelletti, autor de la columna "Management para Veterinarios", de la edición impresa de MOTIVAR.

tico de gestación y cadena de frío.

"Venimos trabajando hace varios años y una parte de la veterinaria se dedicó fuertemente y con mucho interés a la gestión de sus propios números, sin perder de vista la parte de acercamiento profesional al campo", indicaron.

En relación a esto, la facturación proyectada en 2024 fue de US\$ 900.000, con 25% de rentabilidad anual.

"Intentamos escapar de la guerra de precios, no somos una veterinaria barata. Nos fortalecemos desde lo técnico porque conocemos muy bien al productor, sabemos qué necesita y confían en nosotros", manifestó Luberriaga.

Respecto a las ventajas competitivas, se destacan por el plan sanitario como herramienta de gestión comercial; el seguimiento profesional real a campo; venta y recomendación de uso de

primeras marcas y un fuerte foco en la experiencia del usuario.

"El plan sanitario lo entendemos como un servicio integral el cual se genera a partir de conocer cada rodeo de nuestros clientes (fecha de servicio, cantidad de animales, intensificación, casuística de enfermedades). A ese plan se le hace un seguimiento mensual", explicó Charaf.

Y agregó que el año pasado inauguraron una veterinaria innovadora sobre un predio de una hectárea ubicada en 9 de Julio, con un local de 400 metros, con 190 metros cuadrados a disposición de los clientes, góndolas y la cámara de frío.

"Eso hace que se visualice que el producto que sale desde el laboratorio tiene que llegar hasta la aplicación al animal con una serie de

CLAVES DEL ÉXITO: ENTENDER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS, GENERAR DEMANDA A CAMPO Y FOMENTAR LOS VÍNCULOS, CON LA SANIDAD ANIMAL COMO PILAR CENTRAL

Antonio Castelletti.
Médico Veterinario.

control y de buenas prácticas que son fundamentales", destacaron los socios de Fortín Oeste Veterinaria.

En relación a las oportunidades a futuro, aseguraron que se basan en fomentar la adopción de nuevas tecnologías; ocupar espacios vacíos por falta de competidores con foco similar; e impulsar presencia veterinaria a campo como generadora de demanda.

Por último, adelantaron que en los próximos 5 años se ven con la apertura de otras sucursales, más profesionales y asesores, y mayores negocios ligados al agro.

"La proyección estimada para el 2025 es de un crecimiento de entre el 10 y 15% en unidades totales comercializadas; una rentabilidad esperada del 25% y la sanidad animal como pilar de crecimiento", aseguró Juan Ignacio Charaf.



Grandes, en el campo.

MV Antonio Castelletti; MV Juan Ignacio Charaf y MV José Germán Luberriaga (Fortín Oeste Veterinaria), Luciano Farisano (El retorno Agroveterinaria) y Luciano Aba.

FORTÍN OESTE Y AGROVETERINARIA EL RETORNO PUSIERON EL FOCO EN SU PROPUESTA DE VALOR PARA SEGUIR CRECIENDO EN LOS SERVICIOS QUE BRINDAN A LOS PRODUCTORES.



LA EMPRESA EN NÚMEROS

US\$ 900.000
Facturación proyectada 2024

25%
Rentabilidad Anual



● HONORARIOS
○ PRODUCTOS

+21% VENTAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
+44% VENTAS DIAG. GESTACIÓN
+23% NUEVOS CLIENTES
+32% VENTAS VACUNAS

MOTIVAR

CIVA

#CIVA2024

LOS SPONSORS QUE DESFILARON POR LA ALFOMBRA ROJA

¿Por qué eligieron apoyar a CIVA? ¿Qué balance, mensajes estratégicos, productos y servicios compartieron en el evento?

Redacción MOTIVAR

redaccion@motiviar.com.ar

Los máximos referentes de las empresas y Cámaras que decidieron invertir en la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina coincidieron en que se trata de un espacio único para promocionar su trabajo, establecer vínculos comerciales y compartir un momento grato con todos los actores del sector.

En esta 22ª edición, la empresa Palmac se posicionó como main sponsor del evento, apostando a "este lugar donde se pueden hacer negocios y plantear estrategias comerciales. Sin lugar a dudas es importante, porque nos da visibilidad y de alguna manera nos permite mostrar al sector que esta empresa quiere estar en esta familia que se dedica a la salud animal", expresó su director comercial, Mario de Magistra.

Desde hace más de 18 años, Palmac se dedica al diseño (eléctrico y mecánico) y venta de máquinas envasadoras, "con equipos que es-

tán a la vanguardia en el mercado, ofreciendo a nuestros clientes una solución técnica con líneas de trabajo de calidad, a un valor económico de acuerdo al mercado local", detalló.

En tanto, la empresa Vrayto operó como sponsor logístico oficial dentro del CIVA, "aprovechando este espacio de encuentro para escuchar cuáles son las necesidades del mercado", dijo Natalia De Silvestre, socia en la firma.

"Este año nos enfocamos principalmente en la ampliación de habilitaciones. Habíamos detectado que, además de las necesidades particulares de los laboratorios, había una necesidad de los distribuidores y de empresas del interior del país de un operador logístico en Buenos Aires y en ese sentido venimos trabajando", resumió.

"Nos encanta participar en este espacio. Para nosotros es fundamental que haya un lugar que nos nuclee como gremio y en la medida en que podamos cooperar para generarlo, lo vamos seguir haciendo", dijo De Silvestre.

BUENAS PERSPECTIVAS, TRAS UN TRANCE ESCABROSO

Sean Scally, presidente de la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios (Caprove) hizo un balance de la actividad del sector, partiendo de un 2023 "con una inflación tremendamente alta y con restricciones de todo tipo, ya sea de importaciones de productos como de materia prima".

Así, "hemos llegado al 2024 con ciertas restricciones de consumo, pero que luego se fue recuperando", observó y comentó que hay buenas perspectivas para la ganadería (que padeció dos años seguidos de sequía) y el sector de animales de compañía, que fue el más golpeado.

Así y todo, "somos optimistas por cómo hemos podido transitar este año y claramente muy positivos para el año siguiente, con un esquema de trabajo muy distinto, focalizado en la venta de unidades de la mano del veterinario, fomentando la prevención sanitaria y con la fuerza de venta de las distintas compañías socias de Caprove, que tiene



Mario de Magistra. Director Comercial de PALMAC.



Natalia De Silvestre. Socia en VRAYTO.

60 años de trayectoria", remarcó.

En ese sentido, CIVA "nos motiva a todos los actores de la industria a juntarnos una vez al año a tener este diálogo".

Martín Dilucca, vicepresidente de la Cámara Argentina de Distribuidores Veterinarios, coincidió en que este 2024 "no fue del todo bueno por la merma en unidades", aunque "como cámara crecimos, especialmente en el sector de animales de producción, que era una asignatura pendiente para nosotros". Además de sumar socios, la entidad mejoró protocolos y procesos que permitieron "que tengamos un año productivo", resumió Dilucca.

Para el directivo, CIVA "es un ámbito donde se

reúnen todos los eslabones de la industria veterinaria, por lo que tenemos que acompañar y estar para seguir fortaleciendo nuestro vínculo".

Por su parte, Jorge Troncoso, referente de Copreva, sintetizó que en esta empresa fabricante de equipos de laboratorio "hemos logrado todos nuestros objetivos, pese a este año tan complicado".

"Copreva es marca registrada, y hace 9 años consecutivos que apoyamos al CIVA, trayendo los productos que le podemos brindar a la industria veterinaria", señaló.

BUSCANDO LA EXPANSIÓN

Martín Mascarenhas, director comercial LA-

TAM Sur en Biogénesis Bagó, también pasó por la alfombra roja para contar que desde el laboratorio veterinario "continuamos con nuestro plan de expansión global, no sólo en territorio sino en especies". Y detalló, entre otros avances, los lanzamientos relevantes de este año como la vacuna Biopoligen Q, que previene el Síndrome Respiratorio Bovino y la Queratoconjuntivitis Infecciosa, las enfermedades más comunes en los rodeos.

"El CIVA hoy es una marca que congrega a todo nuestro mercado. Es el punto de encuentro anual donde nos encontramos con nuestros colegas, con nuestros clientes, para poder conversar, pasar un buen momento y ponernos al día", comentó Mascarenhas.



Gabriela Mangiacavalli. Coord. de Ventas en RESEARCH.



Martín Mascarenhas. Director Comercial - BIOGÉNESIS BAGÓ.



Martín Di Lucca. Vicepresidente de CADISVET.



Sean Scally. Presidente de CAPROVE.



PALMAC, VRAYTO, RICHMOND VET PHARMA, BIOGÉNESIS BAGÓ, CHINFIELD, CAPROVE, CADISVET, ROMIKIN, COPREVA, INSALCOR, ZEROX Y ANEDRA FUERON LOS SPONSORS.



Jorge Troncoso. Referente de COPREVA.



Leandro Galato. Manager General - INSALCOR Argentina.

Por su parte Marcelo Carames, repasó los servicios que Richmond Vet Pharma, a través de su unidad RVRC, brinda a empresas nacionales y multinacionales en su planta GMP, ya registrada en decenas de países de todo el mundo.

El responsable de la unidad de negocios RVRC aseguró que "hoy empresas multinacionales eligen a Richmond como su socio estratégico a la hora de elaborar sus productos" y inversión como sponsors en la Cumbre de la Industria Veterinaria tiene que ver con que "es el lugar donde se encuentran nuestros principales clientes, donde tenemos mayor exposición para esta unidad de negocios".

En tanto, Insalcor se propone "ser cada vez ser

más competitivos y estratégicos para traer las soluciones de los mercados chino, indio, o de diferentes empresas que nosotros representamos hacia los laboratorios locales", dijo su manager general en Argentina, Leandro Galato.

"Ya hace varios años que invertimos en el CIVA y siempre ha sido muy redituable, porque siempre nos permitió estar en boca y en oído sobre todo de los laboratorios veterinarios que en definitiva son nuestros clientes y usuarios", destacó Galato.

MUCHO PARA OFRECER

Desde Zerox, "hemos invertido en este evento porque sabemos que aquí acuden los líderes del

sector, y como nosotros también nos consideramos líderes en el servicio de esterilización, queremos compartirlo con estas empresas de las cuales muchas ya son clientes nuestras, pero siempre hay más trabajo para ofrecer", señaló Oscar Galiano, socio gerente de la empresa.

También desde Research, "tenemos muchos productos para ofrecer. Acompañamos a la industria veterinaria con distintos tipos de productos y queremos que nos tengan siempre como socios en cualquier tipo de desarrollo que deseen hacer", expresó Gabriela Mangiacavalli, coordinadora de ventas de la empresa dedicada a proveer insumos para laboratorios e industrias.



Marcelo Carames. Unidad de Negocios RVRC - Richmond.



Oscar Galiano. Gerente de ZEROX.



Enrique Fischer y Leandro Adanti, representantes de Chinfield.



Chemo Romikin también fue Sponsor de CIVA 2024.

CADA VEZ SOMOS MAS

Comprometidos en el desarrollo de nuevas alternativas. Creciendo en portfolio de productos. Como siempre acompañando a la Industria Veterinaria.

PRODUCTO

Luminagel®

Gel de hidróxido de aluminio, coadyuvante para vacunas en fase acuosa, que añadido a la formulación de una vacuna aumenta su inmunogenicidad y eficacia.

Posee una gran superficie de adsorción de los antígenos los cuales una vez inoculados presentan una liberación controlada debido a la solubilización del adyuvante de aluminio llevada a cabo por la presencia de los ácidos plasmáticos, láctico etc.

Los Principales Productores de vacunas del país, ya lo usan.

PRODUCCIÓN INDUSTRIA NACIONAL



REPRESENTANTES OFICIALES

HIMEDIA®

HIMEDIA® es una organización comprometida al DESARROLLO, MANUFACTURA Y VENTA de la mayoría de los productos para Ciencias de la Vida ha expandido sus bases estableciendo oficinas y depósito en Europa, los Estados Unidos y Brasil.

Completa nuestra cartera de productos para:

- | | |
|------------------------------|---|
| Microbiología | Químicos y bioquímicos |
| Biología celular | Productos para Bioproducción |
| Biología molecular | Hidropónicos |
| Cultivo de tejidos vegetales | Peptonas y medios HiVeg™ 100% de origen vegetal |

GRANDES PREMIOS Y MOMENTOS INOLVIDABLES

Daniela Mattiussi

daniela@motivar.com.ar



Los sponsors del CIVA sorprendieron a los asistentes con sorteos que se destacaron por su variedad. El camioncito de Vrayto fue la estrella de la noche.

En el marco del Cumbre de la Industria de la Veterinaria Argentina (CIVA) 2024, los sponsors del evento decidieron participar también con múltiples sorteos que fueron parte de esta edición.

Sin lugar a dudas, la estrella de los sorteos de la noche fue un camión de pequeñas dimensiones, dirigido a control remoto, aportado por Vrayto, logística oficial del CIVA 2024, que ganó Juan Manuel Villar de Richmond Vet Pharma.

La empresa de logística y distribución de productos veterinarios presentó además su innovador enfoque en soluciones para empresas y distribuidoras del interior del país.

Con sede central en Buenos Aires, la firma busca revolucionar el concepto de logística, al ofrecer un modelo de "sucursal a distancia". Es decir, un servicio pensado para cubrir las necesidades de almacenamiento y distribución de productos de manera eficiente y segura.

UNA SUCURSAL A DISTANCIA

"Vrayto no sólo es un centro logístico, sino que es un aliado estratégico para empresas que requieren optimizar sus operaciones en la región. El servicio incluye un espacio habilitado para almacenar y distribuir productos hacia diferentes sucursales, con la flexibilidad y personalización necesarias para adaptarse a las necesidades de cada cliente", señaló a MOTIVAR, Natalia De Silvestre, socia en la firma.

Además, la empresa ofrece una amplia gama de habilitaciones, un aspecto crucial para industrias específicas. Entre ellas se encuentran las habilitaciones para fármacos, alimentos, betalactámicos, API, ectoparasitocidas y la habilitación del INAL.

PREMIOS Y COLABORACIONES

Para fomentar la participación y el entusiasmo de los asistentes a través de atractivos sorteos patrocinados por los auspiciantes.

Estos premios reflejaron el espíritu de colaboración y el compromiso con el sector.

PALMAC fue el Main Sponsor de CIVA 2024 y entregó un televisor de 43 pulgadas, que fue ganado por Juan Videla. Vale mencionar que Palmac es un fabricante líder de equipos de envasado, diseñando y fabricando máquinas llenadoras, Monoblock, Linealblock, automáticas y semi automáticas.

"Invertimos en CIVA porque queremos que conozcan las caras de Palmac, los productos y el asesoramiento que tenemos para ofrecerles a todos los labs veterinarios", aseguró Luciano Scigliotti.

COPREVA sorteó un televisor de 40 pulgadas, cuyo afortunado ganador fue Norberto Benzaquén.

ZEROX ofreció una "Big Box" para una cena especial, obtenida por Palo Gaitán de Ceva.

CHINFIELD obsequió un elegante set de vinos, ganado por Sergio Vilche.

Por último, **CAPROVE** sorprendió con una moderna máquina de café Nespresso, que se llevó Juan Pablo García.



Juan Videla ganó el TV 40" de Palmac.



Juan Villar se llevó el camioncito de Vrayto.



Sergio Vilche ganó el set de vinos de Chinfield.



Juan García se llevó la Nespresso de Caprove.



Norberto Benzaquén ganó el TV de Copreva.



La Big Box de Zerox se la llevó Pablo Gaitán.



Esterilización

Óxido Etileno.
Calor humedo.
Plasma de Peridoxido
de Hidrogeno.



¿Cómo trabajamos?

Lógica propia.
Atención 24/7.
Trazabilidad online.
Validaciones.



Hacé click aquí



CIVA 2024

Gracias por ser parte de esta gran Cumbre

En nombre de **CIVA**, agradecemos profundamente a nuestros Apoyos Institucionales por confiar en nosotros y sumarse a esta edición de la Cumbre de la Industria Veterinaria Argentina 2024. Su respaldo es fundamental para seguir construyendo un espacio de encuentro, innovación y crecimiento para el sector. *¡Gracias por contribuir a que este evento sea un éxito!*

