

COMUNIDAD DE

# negocios

**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN

Edición a cargo de José Del Río e Ignacio Federico | [www.comunidaddenegocios.com.ar](http://www.comunidaddenegocios.com.ar)



Santos Zuberbühler, Alfredo Gusmán, Eleonora Cole (LA NACION), Fernando Canosa y Santiago del Solar (de espaldas)

## CAMPO

# El motor de la economía

El sector fue el primero en arrancar y es, sin dudas, uno de los pilares de la actividad; sin embargo, también enfrenta desafíos a la hora de integrarse al mundo; el agro, la carne y la leche, bajo la lupa; los créditos, las nuevas generaciones y el rol de la tecnología

Texto **Sofía Terrile** | Foto **Fabián Malavolta**

El "retorno" de la Argentina al mundo dio impulso a la "diplomacia agropecuaria": de la mano del campo, el país busca abrir nuevos mercados para sus productos pero también entablar más y mejores relaciones comerciales con socios de todo el mundo. Se trata de una pieza clave también en el desarrollo interno: la Sociedad Rural Argentina estima que, con competitividad, en los próximos años el sector podría generar más de un millón de puestos de trabajo entre directos e indirectos. Para debatir sobre estos temas, LA NACION reunió en la Redacción a especialistas del sector en la segunda edición de Negocios del Campo, encuentro que estuvo moderado por los periodistas José Del Río, Carla Quiroga y Eleonora Cole.

El encargado de abrir la jornada

fue el secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Ricardo Negri, quien destacó: "El 99% de nuestras empresas son pymes, con lo cual la expresión de futuro más importante que tenemos es cuando un padre le dice a un hijo que tiene una oportunidad y que la va a transformar en realidad".

Las carnes, los granos y los lácteos fueron las estrellas del primer panel de la jornada. Fernando Canosa (Canosa & Asociados) estimó que la ganadería argentina puede generar "hasta US\$12.000 millones en divisas y 400.000 puestos de trabajo". Santiago del Solar (Estancias Lauquen) resaltó que la agricultura es cada vez más consciente de que el país tiene la oportunidad de lograr una "inserción geopolítica distinta en el mundo". Santos Zuberbühler (Sociedad Rural

Argentina) remarcó la necesidad de invertir en infraestructura que, según dijo, estuvo abandonada "durante 15 años o más". Y Alfredo Gusmán (Asociación Argentina de Angus) aseguró que el sector cárnico está a la expectativa de que se abran los mercados estadounidense y mexicano.

La tecnología también formó parte del debate. Emmanuel Jaffrot (Grupo Datco) destacó que "ya no hay vuelta atrás" con la incorporación de Internet de las Cosas al agro, mientras Carlos del Pino (Ford Argentina) sostuvo que el productor argentino está ávido de conectividad en los automóviles. Cristian Mira (LA NACION) fue categórico: "La tecnología hará la diferencia".

El horizonte del campo en el mundo fue la temática que trataron Francisco Lugano (Aacrea), Gustavo

López (Agritrend), Gustavo Oliverio (Fundación Producir Conservando) y Fernando Vilella (Facultad de Agronomía de la UBA). Oliverio se refirió a la necesidad de lograr consensos más allá de temáticas puntuales y López analizó los costos de logística y la situación del ferrocarril, que pasó de transportar 45 millones de toneladas de carga a 19 millones de toneladas. Vilella recordó que el consumo de proteínas y la clase media mundial crecerán fuertemente y se preguntó si la Argentina "es capaz de construir una utopía" para ese futuro. Lugano dijo: "Las empresas del futuro son aquellas que están más atentas a detectar los cambios que nos van a hacer más competitivos".

Por su parte, el presidente del Banco Provincia, Juan Curutchet, se refirió a los créditos al sector y dijo que

"el sistema bancario argentino tiene un excedente de cerca de US\$10.000 millones sin prestar".

La generación más joven estuvo representada por Juan Manuel Barrero (Barrero & Larroude), Andrea Sordelli (Ateneo de la Sociedad Rural Argentina), Christian Zechner (Sismagro) y Maximiliano Landrein (Agrofy), quienes presentaron sus respectivos proyectos y hablaron de la responsabilidad de la juventud en el agro.

Por último, Pablo Mercuri, director del Centro de Investigación de Recursos Naturales del INTA, se encargó de aportar las proyecciones climáticas. Afirmó que esta campaña no contará con el fenómeno del Niño y que tendrá "más irregularidad en las precipitaciones; es una campaña para dispersar el riesgo", dijo. ●

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


Fernando Vilella, Gustavo López, José Del Río (LA NACION), Francisco Lugano y Gustavo Oliverio (de espaldas)

## COMPETITIVIDAD

# Desafíos y oportunidades de un sector que reclama un plan estratégico de largo plazo

*El transporte, la logística y la presión fiscal se encuentran en la mira; las fortalezas del país están en la producción de alimentos, donde puede ser un jugador relevante*

Textos **Sofía Terrile** | Fotos **Fabián Malavolta**

La oportunidad de la Argentina se mide en el crecimiento del consumo global de proteínas, de granos y de aceite, entre otras cifras que arriesgan expertos, empresarios y funcionarios públicos sobre el horizonte al que puede llegar el agro local. Para hablar de aquellos “indicadores” de una posible inserción exitosa en el mundo, LA NACION reunió, en el marco de la segunda edición de Negocios del Campo, a Francisco Lugano, presidente de la Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (Aacrea); Gustavo López, director de la consultora Agritrend; Gustavo Oliverio, coordinador de la Fundación Producir Conservando, y Fernando Vilella, director del departamento de Bioeconomía, Políticas Públicas y Prospectiva de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (Faua).

Presión fiscal, desinversión en infraestructura y costos logísticos dominaron la charla a la hora de hablar de desafíos o limitantes para la Argentina. Comenzó Oliverio con una observación panorámica: “En el pasado fuimos atrás de los precios y logramos todo, pero no creamos las condiciones para que eso fuera estable en el largo plazo. Hoy estamos

preocupados por el conjunto del negocio, que no lo define una campaña o un ciclo húmedo, sino un plan estratégico que debería tener la Argentina para crecer en el sector de los alimentos. Esto no tiene que ver solamente con las rutas o con la energía, sino con decisiones de fondo y con consensos”, explicó.

Continuó: “Está relacionado con una reforma fiscal inteligente y con un diseño de política comercial externa donde no participa sólo el agro, sino también el sector industrial. Para el acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea tenemos que ponernos de acuerdo todos, porque va a ser exportar, pero a la vez importar”. De no lograrse ese consenso, advirtió que es probable que la producción aumente en 30 millones de toneladas y que mejoren las rutas, pero que “no se pueda llegar a destinos finales porque ya hay otros actores que se anticiparon”.

Destacó las acciones que tomaron Estados Unidos y Chile para preparar sus planes estratégicos, y opinó que la Argentina necesita reunir todas las industrias para “decidir hacia dónde va a ir”, porque “algunos van a tener que ceder”. Indicó problemas de evasión y presión impositiva, y falta de incentivos y controles para ofrecer

trabajo en blanco. “Son grandes cambios de la Argentina. Solucionar si le vendemos trigo a Egipto o maíz a Colombia es el corto plazo. En el largo, ¿qué queremos hacer?”, se preguntó el coordinador de la Fundación Producir Conservando.

Por su parte, López se enfocó en la logística: además de hacer hincapié en el deterioro de las rutas, señaló los inconvenientes de “la obsolescencia del parque automotor” y de “un ferrocarril que prácticamente no funciona”. Se explayó: “En algún momento, el ferrocarril en la Argentina representó cerca de 45 millones de toneladas de carga y hoy representa solamente 19 millones. En las regiones extrapampeanas, el Noroeste y el Nordeste, el ferrocarril sería un concepto de mucha más eficiencia en el mercado de un sistema multimodal con otros medios de transporte”.

Opinó que la Argentina posee una “industria sobredimensionada para la soja y el trigo respecto de las posibilidades que el país tiene para colocar cada vez más productos de valor agregado” en el mundo. Por otro lado, analizó la brecha entre el valor de la exportación y lo que recibe el productor, “que no es más que el 45% del precio internacional”. Advirtió sobre los costos en logística: “No puede ser

que US\$ 54 sea el componente de flete para 400 kilómetros en la Argentina, y que US\$ 35 sea para 12.500 kilómetros, lo que sale llegar a China en una bodega. Hay que seguir trabajando y mucho”.

Más adelante llegaron las oportunidades. Tomó la palabra Vilella y apuntó que en los países desarrollados, el consumo de alimentos procesados o adquiridos en restaurantes y locales gastronómicos será cercano al 60% del total. Trasladó ese porcentaje a los 1300 millones de habitantes de China. “¿La Argentina es capaz de construir una utopía para generar un 1% de ese consumo?”, se cuestionó. También se refirió al avance del consumo de proteínas per cápita, que a nivel global pasó de menos de 30 kilos a más de 66 kilos. A esa cifra le sumó el crecimiento de la población mundial (hoy de 7300 millones). “Cada kilo de proteínas consumido son dos kilos de maíz y uno de soja. Se espera que la clase media crezca fuertemente, por lo que ese horizonte es relevante. Hay que recordar que el 65% del mercado mundial de soja está constituido por dos países originarios del Mercosur: Brasil y la Argentina. Mi hipótesis es que no estamos aprovechando adecuadamente esa potencia”, resumió.

Vilella insistió con la necesidad de “construir una utopía” o, en otras palabras, una visión de hacia dónde quiere ir el país. Y añadió: “El desafío de nuestra generación es colaborar con la construcción de aquella utopía que va a dar como resultado un país más equilibrado en términos territoriales y sociales”.

López también fue optimista: “En el año 2000, con un esquema de no más de 80 millones de toneladas de producción, ya nos planteábamos llegar a 100 millones de toneladas hacia 2010. Pensaban que estábamos locos, pero se llegó. Y hacia 2027, la potencialidad es notable. En diez años podemos alcanzar tranquilamente los 160 millones de toneladas”, predijo. El director de Agritrend también se refirió a la posibilidad de que la Argentina se convierta en un gran exportador de aceite. Señaló que en el último quinquenio, el consumo de aquel producto en la India o China se incrementó hasta una cucharada por día per cápita.

Lugano habló de otra arista de la competitividad: la innovación. Subrayó el trabajo que hace Aacrea para impulsarla en el agro y recordó un concurso de proyectos de emprendedurismo celebrado el año pasado, CREALab, y destacó también el evento CREATech, realizado cada tres años y que se celebrará en octubre, donde se analizarán casos de compañías que están empleando técnicas novedosas y levantando la vara. “Cuando superas las trabas de infraestructura o de carga impositiva aparecen nuevos obstáculos, y la innovación es clave para ir hacia nuevos desafíos. Algunos ejemplos fueron la siembra directa o la silobolsa. Las empresas del futuro son aquellas que están más atentas a detectar los cambios que nos van a hacer más competitivos”, concluyó. ●

### Perspectivas a futuro

#### Francisco Lugano

“Las empresas del futuro son aquellas que detecten los cambios que nos van a hacer más competitivos”

#### Fernando Vilella

“Cada kilo de proteínas consumido son dos kilos de maíz y uno de soja. Se espera que la clase media crezca fuertemente”

#### Gustavo López

“En 10 años podemos alcanzar los 160 millones de toneladas”

#### Gustavo Oliverio

“En el pasado fuimos atrás de los precios y logramos todo, pero no creamos condiciones para el largo plazo”

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


## RICARDO NEGRI

# “El kirchnerismo casi nos hace perder la esencia del campo”

Para el secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca, el daño del gobierno anterior no fue sólo económico; también dijo que siente “alivio” por las últimas alzas de la soja

Un repaso por la agenda del secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca va desde la soja hasta el tipo de cambio, pasando por las importaciones y la reforma tributaria. Los temas de los que habló Ricardo Negri en diálogo con José Del Río, adscripto a la Secretaría General de Redacción de LA NACION, fueron una porción del trabajo que realiza para –según sus palabras– “que un padre le diga a su hijo que se quede en el campo porque allí tiene una oportunidad”. En el marco de la segunda edición de *Negocios del Campo*, el funcionario del Ministerio de Agroindustria aseguró que espera una reforma tributaria que logre “la equidad” en el sector. También advirtió que el gobierno anterior “casi le hace perder la esencia al campo”, y reconoció que es difícil saber en cuánto tiempo podrá “recuperarse el tiempo perdido”.

–La soja tocó nuevos máximos durante estas últimas semanas. ¿Qué significa esto?

–Un alivio, primero, porque veníamos de un rally bajista muy importante desde que tomamos la administración. Tenemos mucha esperanza de que los precios sigan en esa línea y creemos que están dadas ciertas condiciones para que se sostengan, pero claramente es una de las cosas de las que el Gobierno tiene menos control. Hay algo, además, que venimos siguiendo: en las últimas siete u ocho campañas agrícolas no hubo ningún problema climático grave generalizado, por lo que venimos con stocks y precios tranquilos, pero ese riesgo siempre está.

–¿Cuál es el nivel de preocupación en el Gobierno por las zonas inundadas?

–Nos lleva una parte importante de la agenda del ministerio. Tenemos algunas herramientas como la ley de emergencia, pero lo que planteamos nosotros es un nuevo esquema de gestión de riesgos. Entendemos que los seguros son una parte importante de esa gestión, ya sean de precios o climáticos. Pero además están las coberturas, que son una tecnología que tenemos que desarrollar después de muchos años de no haber invertido para que sean accesibles. Tenemos un proyecto que arrancamos en 2015 con el Banco Mundial para desarrollarlas y estamos trabajando contra reloj



Ricardo Negri, secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca

para hacer este año una prueba piloto sobre maíz.

–¿Qué tan importante es modificar el esquema tributario para el sector agropecuario?

–Es fundamental lograr equidad en el sistema, incluso dentro de la agroindustria. Es nuestro objetivo. Claramente no es algo sobre lo que tengamos control desde el ministerio, es lo que hace el equipo de Nicolás [Dujovne], pero nosotros aportamos cuáles son los puntos críticos desde nuestra mirada. La reforma no significa que no vamos a tener más déficit, porque nuestro compromiso es seguir bajándolo y hacia 2019 tener menos de tres puntos.

–Cuando se habla de cuestiones fiscales, por un lado cada partida que se toca se convierte en

un escándalo nacional, pero por el otro hay un club de economistas que dicen “vayan por todo”...

–Sí, es muy difícil el equilibrio, porque además venimos mal acostumbrados a que el Estado te daba todo. El mismo que te dice que bajas impuestos acá es el que te dice que inviertas en obras allá, y todo sale del mismo bolsillo. Lo que tenemos que lograr es aumentar la base de cobranza de impuestos para obtener equidad. Tenemos una presión tributaria muy grande que no está focalizada en todos los sectores, ése es uno de los problemas. Lo del tema del empleo en la agroindustria es central, porque el 50% de la demanda de mano de obra es para frutas y hortalizas, actividades intensivas en las que el efecto pega el doble.

–Desde su punto de vista, ¿cuánto daño le hizo el gobierno anterior al campo?

–Casi nos hace perder la esencia y eso es grave. Logramos que no sucediera, pero el daño fue muy grande, porque nos desacoplamos del mundo y de las esperanzas. El perjuicio más grande no tiene que ver con lo económico, sino con todas aquellas actividades en las que los papás les dicen a sus hijos que se vayan a hacer otra cosa. El 99% de nuestras empresas son pymes, con lo cual la expresión de futuro más importante que tenemos es cuando un padre le dice a un hijo que tiene una oportunidad y que la van a transformar en realidad. Desde 2007 en adelante hubo muchos padres que les dijeron a sus hijos que no se dedica-

ran al agro y ese hueco lo vemos. –¿Cuánto va a costar recuperar el tiempo perdido?

–Arrancamos con recuperar la confianza con el diálogo, pero hay oportunidades que se nos fueron. Los otros países de la región crecieron en producción e infraestructura y nosotros no. Es difícil decir cuánto tiempo vamos a tardar en recuperar. La tecnología de granos, como el maíz, la vamos a recuperar rapidísimo, pero muchas de las oportunidades de apertura de mercados se nos escaparon y volver a tenerlas cuesta mucho, porque las negociaciones internacionales son procesos lentos. Abrir los mercados es uno de nuestros ejes y hoy tenemos más de 180 mercados abiertos. El Presidente hizo más de 30 viajes al exterior para recuperar una parte de eso, pero los procesos desde el punto de vista sanitario, impositivo y de aranceles son lentos.

–La importación de manteca, ¿es una excepción o va a ser la regla hasta que los precios bajen?

–Este año dijimos, por como venían las proyecciones, que había que importar manteca. Tuvo menos impacto sobre el volumen total. Cuando hablamos de las importaciones tenemos que ver bien cuál es el volumen del que estamos hablando. El año pasado fueron tapa de algún diario las importaciones de frutilla, pero eran 600 kilos. Abrirnos al mundo implica que exportamos por más de US\$ 36.000 millones e importamos por menos de US\$ 1000 millones. No podés sólo vender en el comercio internacional, también implica abrir algunas cosas.

–¿Cómo está el sector ganadero?

–Es uno de los sectores que vio un cambio de expectativas. Veníamos muy complicados de exportaciones y de volúmenes. Es un sector que reacciona bien, pero la biología manda. Desde que un toro conoce a una vaca hasta el producto que está en una ganchera en un frigorífico o en un supermercado pasan casi tres años. En el futuro para la Argentina, la oportunidad más grande está en las proteínas animales porque la clase media del mundo hacia 2030 va a ser el 60% de la población.

–¿Cuánto le preocupa el atraso cambiario?

–Es un dato para nosotros. Obviamente hacemos las cuentas. Es un tema para todo el sector exportador. Tomamos la gestión produciendo para 400 millones de habitantes y vamos a dejarla produciendo alimentos para 600 millones de habitantes. La pata exportadora es fundamental por la generación de empleo y de divisas, pero además por la transparencia, que los hace más financierables. Así se puede llegar al último eslabón de la cadena y generar una oportunidad. De nuevo, lo más importante para mí es cuando un padre le dice a su hijo: “Quedate en esto que está bueno”. ●

### Una nueva oportunidad

Proteínas animales y mercados abiertos

# 60%

#### Clase media

“En el futuro, para la Argentina la oportunidad más grande está en las proteínas animales, porque la clase media del mundo hacia 2030 va a ser el 60% de la población”

#### Apertura internacional

“Abrirnos al mundo implica que exportamos por más de US\$ 36.000 millones e importamos por menos de US\$ 1000 millones. No podés sólo vender en el comercio internacional, también implica abrir algunas cosas. Abrir mercados es uno de nuestros ejes y hoy tenemos más de 180 mercados abiertos”

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


Santos Zuberbühler, Alfredo Gusmán, Eleonora Cole (LA NACION), Fernando Canosa y Santiago del Solar (de espaldas)

## AGRO, CARNE Y LECHE

# Tres realidades distintas y un mismo destino: reinventarse para alimentar al mundo

Mientras la agricultura arrancó y busca dar un salto de calidad, la carne quiere recuperarse de una pérdida de 12 millones de cabezas, y la lechería no logra despegar

Textos **Sofía Terrile** | Fotos **Fabián Malavolta**

Está lista la Argentina para hacerles frente a las demandas del nuevo consumidor, más consciente de lo que come? ¿Y para cumplir con las exigencias del mercado asiático y las del acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea? Con el objetivo de hablar de la inserción del agro local en el mundo se juntaron Fernando Canosa, director de Canosa & Asociados; Alfredo Gusmán, presidente de Asociación Argentina de Angus; Santos Zuberbühler, director de la Sociedad Rural Argentina; y Santiago del Solar, director ejecutivo de Estancias Lauquen, en un panel que fue moderado por la periodista de LA NACION Eleonora Cole.

Gusmán y Canosa se ocuparon de la carne; Zuberbühler, de la lechería, y Del Solar, de la agricultura. Comenzó el director de Canosa & Asociados: "Sin ninguna duda, la Argentina está capacitada para enfrentar la demanda asiática y los requerimientos del posible acuerdo Mercosur-Unión Europea. Estamos hablando de 2,7 o 2,8 millones de toneladas en la carne y podemos llegar, en un mediano plazo, a 5 millones. Está en consonancia con una demanda estructural insatisfecha que hay en el mundo, ya que el crecimiento de la clase me-

dia es más rápido que la capacidad biológica de producir carne".

Opinó que la cárnica es una de las cadenas con mayores posibilidades de generación de divisas (unos US\$ 12.000 millones más) y de generación de empleo (unos 400.000 puestos de trabajo adicionales). "Es un buen negocio para la Argentina", resumió, y añadió: "Todavía hay una serie de trabas, pero estamos caminando de nuevo y lo que necesitamos ahora es apretar el acelerador".

Gusmán repasó el panorama del sector cárnico. "Este año empezaremos de nuevo con remates. El año pasado hubo mucha retención de vientre y ahora, nuevamente, las hembras están funcionando, porque están creciendo las fábricas. Tuvimos que recuperarnos de una pérdida de 12 millones de cabezas cuando no hubo negocio", dijo. Por otro lado, subrayó que hay una gran expectativa por la apertura del mercado de Estados Unidos. "Si sucede, podemos atraer otros mercados, como Vietnam o Corea", explicó. Además, se refirió a las posibilidades de comerciar con México.

Ambos resaltaron la integración de todo el sector, representada por la mesa de Ganados y Carnes, compuesta por representantes de carne

vacuna, porcina, aviar y bovina. "Esto se da por primera vez en la historia argentina y es bueno, porque en 200 años no hubo capacidad de poder trabajar todos juntos y ahora sí", comentó Canosa. También hablaron de la "falsa creencia" de que si el país se ocupa del mercado externo se descuida la mesa de los argentinos. Canosa destacó: "Siempre se habló de que más exportación es menos consumo, pero cuanto más exportemos, más barata será la carne para nosotros. Los cortes de alto valor van al exterior, pero está asegurado que acá cada vez va a haber más asado, más vacío y más matambre, es decir, un consumidor bien abastecido".

Los secundaron Zuberbühler -quien dijo que la política de "cuidar la mesa de los argentinos" fue un "fracaso total" del gobierno anterior- y Del Solar, quien destacó la consecuencia de escasez en la carne y en el trigo y agregó el dato de que "los precios argentinos de 2013 superaron a cualquier valor internacional" por aquella escasez.

¿Qué sucede con la agricultura? Del Solar resaltó que el sector está tomando consciencia de la oportunidad que la Argentina tiene de producir alimentos, a la que describió como "sin precedentes". Las conse-

cuencias, dijo, están relacionadas no sólo con las oportunidades para el país, sino también con lograr una "inserción geopolítica distinta en el mundo" más relacionada con ser un socio que brinde seguridad alimentaria a países que lo necesiten.

El director ejecutivo de Estancias Lauquen pidió "dejar el pincel grueso y pasar al fino" con desarrollos como la agricultura de precisión. Apuntó que el campo tiene mucho por delante para mejorar desde lo económico y ambiental para "generar mejores mercados para el futuro". También llamó a sus colegas a "ser más profesionales" y a "aprender a trabajar en una economía más estable". Explicó: "La toma de créditos hoyes distinta de la de antes, cuando había un desequilibrio económico que podía licuar la deuda. Tenemos que apostar más por las coberturas para ver cómo capturar precios que suben. Hay una reforma tributaria que es inminente, pero debe trabajarse a la vez la agenda de la evasión de impuestos".

En tanto, el panorama para la lechería es un poco más complejo: "Venimos de muchos años de golpes -expresó Zuberbühler-. A eso se sumaron, en los últimos dos años, grandes inundaciones y un factor que afecta más que a ninguna otra economía del campo: la inflación". Rememoró que "cuando hubo buenos precios, la Argentina no podía exportar" y que por eso el productor "no pudo hacerse un colchón".

Por otro lado, y con una mirada más general, Del Solar llamó a pensar "en la agenda para hacer el segundo piso del campo argentino", es decir, aquella que ayude a "producir más y controlar las oportunidades" que tiene el país para insertarse en el mundo. "Va a tomar tiempo porque tenemos un montón de asignaturas pendientes, ya sea tranqueras adentro, con los productores, como a nivel nacional, con una agenda de logística importante", opinó. En ese sentido, recordó que exportar un container en la Argentina cuesta US\$ 2900, contra los US\$ 900 que cuesta en Chile, y que para transportar soja desde Rafaela (Argentina) hasta Shanghái (China) se gastan US\$ 123, mientras que el precio para el mismo destino desde Iowa (Estados Unidos) es de US\$ 73.

Lo complementó Zuberbühler: "El gran desafío que tenemos para ser realmente competitivos es la infraestructura, que estuvo abandonada durante 15 años y tal vez más en algunos casos. El camión tiene que hacer malabares cuando quiere entrar a un tambo", expresó. Asimismo, se refirió a la reforma fiscal que reclaman empresarios de todos los sectores: "Sin desfinanciar, porque entiendo que es un equilibrio que es difícil, de a poco hay que ir bajando esta terrible presión fiscal para poder subir en producción", dijo. Del Solar concluyó: "Tenemos que planificar para adelante, porque en 20 años duplicamos dos veces la producción con los mismos caminos rurales. Hay que pensar de qué manera vamos a exportar y con qué acuerdos".

### El desafío de integrarse

#### Fernando Canosa

"La de la carne es una de las cadenas con mayores posibilidades de generación de divisas"

#### Santos Zuberbühler

"El gran desafío que tenemos para ser realmente competitivos es la infraestructura"

#### Santiago del Solar

"Si capturamos la oportunidad de integrarnos al mundo, no sólo tendremos desarrollo en la Argentina sino en la inserción geopolítica"

#### Alfredo Gusmán

"Hay expectativas importantes de que se abra el mercado de Estados Unidos"

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


# NUEVA GENERACIÓN

## Emprendedores y jóvenes dirigentes forman parte del granero del campo

Unos apostaron por la innovación y crearon su propia empresa de tecnología al servicio del sector, mientras otros fundaron grupos para formar líderes para el futuro

Las "semillas" del campo no están sólo relacionadas con los granos y oleaginosas, sino también con las nuevas caras a cargo de traccionar el sector y de impulsarlo hacia el mundo de manera inteligente. Los "jóvenes del agro" que participaron del panel fueron Juan Manuel Barrero, socio del estudio contable Barrero & Larroudé; Andrea Sordelli, presidente del Ateneo de la Sociedad Rural Argentina; Christian Zechner, fundador de Sismagro; y Maximiliano Landrein, cofundador de Agrofy.

Cada uno de ellos trata de generar un impacto positivo en el sector desde su ámbito y de multiplicarlo para generar arraigo y desarrollo en el interior del país. Barrero está a cargo de un estudio contable familiar que nació en Trenque Lauquen, provincia de Buenos Aires, y que se expandió hacia la Capital Federal con el foco en el agro. "La industria del servicio no tiene límites porque podemos practicarlo en todo el país e inclusive afuera. Nuestro límite, en realidad, es nuestra propia capacidad. Somos una empresa mediana pero tenemos la posibilidad de pensarnos en grande, así que ese es el desafío", comenzó.

El contador, además, cocreó el club de emprendedores Hatch y preside la Unión Argentina de Jóvenes Empresarios (Unaje). "Hatch es un club de hacedores que busca una nueva construcción social. Lo que necesitamos es generar encuentro, confianza y formación", explicó. El grupo lidera proyectos relacionados con el arte, la publicidad y el comercio electrónico, entre otros ámbitos. Detalló que los miembros del club "ya tienen otro chip" y piensan "más allá de la situación coyuntural" y actúan de forma colectiva.

Por su parte, Sordelli está a cargo de una agrupación de jóvenes: es presidente del Ateneo de la Sociedad Rural Argentina, un organismo que tiene por objetivo "formar a los jóvenes relacionados con el quehacer agropecuario para su desempeño como futuros dirigentes del sector". La capacitación que ofrece en reuniones semanales es amplia: desde aspectos técnicos hasta políticos, pasando por lo jurídico y lo económico.

Sobre los cambios que introdujeron los *millennials*, los nacidos entre 1980 y 1995, en el campo, la licenciada en Bioquímica explicó que sus coetáneos buscan "compartir con las generaciones más tradicionales" y generar un espacio de aprendizaje recíproco. "Nos atrevimos a encontrarnos y a generar este espacio de intercambio. Estamos muy ligados y trabajamos mucho en conjunto", resumió sobre cómo se retroalimentan el Ateneo y la comisión directiva de la Sociedad Rural Argentina, creadores del "espacio joven" hace 34 años.

Por último, destacó una paradoja: "Se trata de un grupo federal que se reúne en Corrientes y Florida, y no hay nada más porteño que eso. El desafío está en no perder el hilo cuando los integrantes se vuelven al interior o se van al exterior por una cuestión de formación o de posibilidades laborales. Como Sociedad Rural queremos que se genere arraigo en el interior y toda una red de trabajo, y deseamos fomentar el interés de los chicos por el campo", subrayó.

Zechner también está preocupado por tender más redes para el emprendimiento local. "¿Por qué no consumimos la tecnología que nosotros mismos generamos? Tenemos mucha capacidad y mucha gente talentosa", cuestionó el fundador de Sismagro. El ingeniero en Informática creó un software *online* para el campo que permite el mapeo satelital, gestionar la producción, calcular el margen bruto y manejar stocks, entre otras funciones. Sin embargo, destacó que todavía se consume más en el exterior que en la Argentina.

Resaltó que la historia más común para un emprendimiento argentino es que primero tenga éxito en el exterior y que eso lo revalide en su país de origen. Explicó que tanto el suyo como otros proyectos comenzaron con mayor cantidad de clientes en otros países de América latina. En su caso, resaltó, recién en 2016, Sismagro comenzó a ingresar en el mercado local. Su objetivo final, apuntó, es constituir una empresa global.

Por su parte, Landrein apostó a los clientes locales para lanzar Agrofy junto a su socio Alejandro Larosa. Hace dos años crearon un sitio de

### La visión de los que hacen

#### Juan Manuel Barrero

"La industria de los servicios no tiene límites, porque podemos practicarlo en todo el país e inclusive afuera. Nuestro límite, en realidad, es nuestra propia capacidad. Tenemos la posibilidad de pensarnos en grande, por lo tanto, ese es el desafío"

#### Andrea Sordelli

"Cultivar el suelo es salir al mundo. Los jóvenes tenemos la responsabilidad de producir alimentos que sean sanos, seguros y suficientes"

#### Christian Zechner

"¿Por qué no consumimos la tecnología que nosotros mismos generamos? No nos puede ir mal. Tenemos muy buena capacidad a nivel tecnológico y mucho conocimiento, además de que hay muchos jóvenes enfocados en hacer lo que hay que hacer"

#### Maximiliano Landrein

"Hay que poner el foco en lo que viene, porque cuando lleguemos vamos a estar 100 años tarde. Tenemos que ser los proveedores de tecnología y conocimiento del agro, porque ese es el desafío del siglo XXI"

comercio electrónico donde empresas proveedoras del agro y productores se pueden encontrar para hacer negocios. El proyecto sedujo a un jugador importante: a través de una inversión de la compañía agropecuaria Cresud, el empresario Eduardo Elsztein participa en el negocio. "Encontramos un muy buen socio porque nos acompañaron hasta que hicimos la empresa rentable. En el proceso emprendedor, tener un socio de largo plazo ayuda mucho", resumió. Añadió que el emprendimiento tuvo dos rondas de inversión por más de US\$ 3 millones y que está cerrando otra por US\$ 5 millones para desarrollar el proyecto en Brasil y otros países de América latina, como Paraguay, Bolivia y Colombia. Para el futuro, dijo, espera poder llegar a Estados Unidos y Europa. "Creemos que tenemos la capacidad tecnológica para crear productos que puedan competir en cualquier mercado. Queremos ser el Alibaba del agro", sentenció.

Para terminar, los cuatro jóvenes dieron sus visiones sobre el futuro. Comenzó Sordelli: "Cultivar el suelo es salir al mundo. Los jóvenes tenemos la responsabilidad de producir alimentos sanos, seguros y suficientes". Siguió Zechner, quien auguró un buen futuro para el sector: "Tenemos muy buena capacidad a nivel tecnológico y mucho conocimiento, además de que hay muchos jóvenes enfocados en hacer lo que hay que hacer", dijo.

"Tenemos que ser los proveedores de tecnología y conocimiento del agro, porque ese es el desafío del siglo XXI -expresó Landrein-. Darle valor agregado a las materias primas era el del siglo XX y todavía lo estamos discutiendo". Opinó que, paralelamente, debería haber personas dedicadas a pensar cómo se desarrolla la tecnología para automatizar procesos y cómo se diseñarán las nuevas carreras. "Hay que poner foco en lo que viene, porque, cuando lleguemos, vamos a estar 100 años tarde", lanzó. Barrero tuvo las palabras de cierre: "Los jóvenes tenemos que entender que, dándole mucha importancia a la propiedad intelectual y junto al emprendimiento, vamos a poder pensar en una Argentina líder en el mundo", detalló. ●



Maximiliano Landrein



Juan Manuel Barrero



Andrea Sordelli



Christian Zechner



GRUPO DATCO



RANGER

COMUNIDAD DE  
**negocios**

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia **NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN

## JUAN CURUTCHET

# “Hay un excedente de cerca de US\$ 10.000 millones sin prestar”

Para el presidente del Banco Provincia el sistema bancario local tiene liquidez en dólares y desde hace un año y medio hay un “renacer” del crédito en esa moneda

Textos **Sofía Terrile** | Fotos **Fabián Malavolta**

**H**ablar de “el banco” en muchos pueblos de la provincia de Buenos Aires es referirse al Banco Provincia. No es casual: en 123 comunidades, explicó Juan Curutchet, presidente de la entidad, se trata de la única entidad financiera presente. “Las líneas de trabajo son muchas, pero el campo es algo que se siente muy cercano y el productor sabe que incluso en momentos de conflictividad –hasta ideológica– nunca nos retiramos del sector”, destacó en diálogo con la periodista de LA NACION Eleonora Cole durante el encuentro *Negocios del Campo* que el diario organizó en la Redacción. En un mano a mano, Curutchet se refirió a los préstamos en pesos y en dólares para el agro, el cambio en el modelo de negocios de los bancos y los planes para las inundaciones, entre otros temas.

### –¿Cuáles son las líneas y tasas que el banco tiene hoy?

–Es un conjunto de líneas. La novedad saliente del último año y medio es el renacer del crédito en dólares, que el sector empezó a ver con cierta tibieza pero ahora crece mucho. Puede tomar préstamos en dólares aquel que está en la cadena de valor de la exportación, es decir, quien recibe dólares directamente y, por lo tanto, no queda descalzo.

### –¿Se nota cierta resistencia a la hora de tomar créditos en dólares?

–Las empresas más grandes toman más préstamos en dólares que las más chicas. Esto evidencia que donde hay mayor sofisticación, áreas financieras y más analistas, lo deben estar recomendando. El productor más chico está mirando al pasado reciente argentino: piensa que no le conviene porque puede haber una zozobra. Para mí está muy claro que las reglas de juego están para quedarse. Por lo tanto es razonable ir por cualquiera de los dos caminos.

### –¿Le conviene al productor endeudarse en dólares?

–La tasa en dólares es muchísimo más barata, así que si estás en un rubro donde ves estabilidad, es tentador, y mucha gente está haciendo las cuentas. También podés diversificar y tomar créditos en las dos monedas. Hay que tener presente que hoy el sistema bancario argen-



Juan Curutchet, presidente del Banco Provincia

tino tiene un excedente de cerca de US\$ 10.000 millones sin prestar. Por mucho tiempo va a haber liquidez en dólares en el país y cierta abundancia para los sectores que puedan tomarlos. Va a ser una nota saliente. Ha llegado el momento de que el productor y los bancos nos animemos a pensar en un plazo más largo y el dólar permite estructurar operaciones a mayor plazo, sobre todo cuando juega la infraestructura.

### –Según la experiencia del Banco Provincia, ¿qué demandan los productores?

–Siempre pelean la tasa. Aun si les decís “cero” te preguntan “¿no hay menos cuatro?”. La buena noticia es que han ido bajando y seguirán bajando. El planteo también es:

“Queremos plazo para la inversión para bienes de capital”. Para temas transformadores no alcanza, como hoy predomina, el plazo a tres o cuatro años. Ellos piden 10 años, pero al mejor en siete u ocho cerremos. Eso es un desafío en el campo y también en la industria: hoy hay pocos proyectos bien presentados para prestar a largo plazo. Está muy bueno tener este debate, porque va a transformar la matriz productiva de la Argentina con inversiones de capital que permitan aumentos de productividad.

### –Que pidan largo plazo también puede ser un buen indicio...

–Lo tomo de esa manera. En otros niveles, como en el hipotecario, el propio Presidente de la Nación nos

dijo que nos estiremos de 20 a 30 años y eso permitió bajar la cuota. Eso es en parte el boom del crédito hipotecario. Hoy son muchas más familias las que están comprando su casa en todo el país y eso es posible porque se estiran los plazos. Eso tiene que llegar también a la industria y al comercio.

### –Hay muchos productores que hoy están en estado de emergencia agropecuaria. ¿Tiene respuestas el banco para esos productores?

–Obviamente sí. Cada tanto hay alguna inclemencia y la gobernadora de la provincia, María Eugenia Vidal, desde el día cero me dijo que esperaba que el banco público esté activo. Tenemos convenios con el

### Primeros pasos

El objetivo es lograr mayor sofisticación

# 15%

#### Desafío

Hoy, como porcentaje del PBI, el crédito bancario en la Argentina es un 15%, cuando en países vecinos es un 30% o 40% y en Chile está arriba del 70%

#### Mayor libertad para prestar

“Nosotros hoy podemos prestar más porque la provincia de Buenos Aires no nos pidió ni un centavo. El 70% del fondeo del Banco Provincia es del sector privado, es decir, del público que confía en el banco, y a esos recursos se los chupaba el Estado para pagar gastos corrientes y, encima, no los devolvía”

Ministerio de Agroindustria y subsidios en determinados escenarios y por eso ya hemos prestado a los productores del oeste y el norte bonaerense unos \$ 60 millones en líneas blandas. Hace unos meses también decidimos algo muy novedoso: que algunas líneas estuvieran disponibles para el comercio. Por ejemplo, un fenómeno tan fuerte como el de General Villegas [que tiene zonas con agua acumulada desde enero de 2016] nos demostró que en estos casos sufre toda la cadena. El Banco Provincia ofrece tasa fija o blanda para la cadena comercial y también para las familias, en los cascos urbanos, ofrecemos tasa blanda para que los hogares se recompongan.

### –¿Es una demanda muy fuerte de créditos en el casco urbano?

–Tenemos los circuitos armados. Ya sabemos desde el día cero, por ejemplo, si tenemos que mandar un banco móvil. Igualmente, por definición, tiene que pasar cierto tiempo para ver cómo evoluciona el agua y cuán rápido se drena, pero la respuesta ya está y por la articulación con el Ministerio de Agroindustria de la Nación y también de la provincia nos permite darla de manera eficiente.

### –En el campo hay muchos sectores heterogéneos. ¿Piensan ponerse más específicos con cada uno de estos sectores?

#### ¿Llegarán a individualizar?

–Tenemos líneas distintas para tamos y para retención de vientos, por ejemplo. Con el Ministerio de Agroindustria el año pasado ya teníamos siete convenios distintos en vigencia. El crédito en este país no existía, ahora estamos dando los primeros pasos y hay poca sofisticación. Hoy, como porcentaje del PBI, el crédito bancario en la Argentina es un 15 por ciento, cuando en países vecinos es un 30 o 40 por ciento y en Chile está arriba del 70 por ciento. Hay un gran margen de expansión, que se va a dar en un marco de competencia donde los bancos vamos a tener productos más sofisticados. Yo veo viable que haya propuestas individualizadas porque vamos a estar viendo cómo ganamos *market share*.

### –¿Cuáles son las perspectivas que tiene hacia el futuro?

–El desafío de la Argentina es no caer en la tentación del atajo y perseverar en un rumbo de cambio. Ya empiezan a verse los frutos de todo el trabajo de ordenamiento macro del año pasado a nivel estado nacional y provincial. Nosotros hoy podemos prestar más porque la provincia de Buenos Aires no nos pidió ni un centavo. El 70% del fondeo del Banco Provincia es del sector privado, es decir, del público que confía en el banco, y a esos recursos se los chupaba el Estado para pagar gastos corrientes y, encima, no los devolvía. Hoy esos fondos se están volcando al sector privado: al campo, a la industria, al crédito automotor e hipotecario. Hay que mantener ese rumbo de expansión. ●

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


## INNOVACIÓN

# Conectividad y soluciones agritech o cómo la tecnología hará la diferencia en la agroindustria

Cada vez hay más consciencia entre los productores, pero es un proceso: la digitalización avanzará en la medida en que demuestre que realmente baja los costos



Emmanuel Jaffrot (Grupo Datco)



Cristian Mira (LA NACION)



Carlos del Pino (Ford)

Del sulky a la pick-up y del cuaderno a la conectividad en la medición. La evolución del campo argentino fue el tema central del panel que tuvo como invitados a Emmanuel Jaffrot, gerente de Internet of Things de Grupo Datco; Carlos del Pino, *manager* de Desarrollo de Producto de Ford Argentina; y Cristian Mira, editor del suplemento Campo de LA NACION, y que estuvo moderado por Carla Quiroga, periodista del diario.

La conectividad es el desafío que le toca a Jaffrot, quien desde su puesto en Grupo Datco impulsa el desarrollo de redes de Internet de las Cosas para el campo. ¿En qué punto está parada la Argentina hoy? “Tiene mucho que ver con la historia de las inversiones en materia de telecomunicaciones en el país. Lo que se busca hoy es mucha conectividad inalámbrica para acceder a información a través de celulares o tabletas. Eso falta y va a seguir faltando”, diagnosticó. Sin embargo, resaltó, lo que propone la compañía en la que trabaja está más relacionado con información “más acotada” y que tiene que ver con temperatura, humedad o el pH del suelo, por ejemplo.

El trabajo de Jaffrot está relacionado con Internet de las Cosas, o la interconexión digital de objetos cotidianos con Internet. Señaló que hay empresas argentinas que trabajan en proyectos de este tipo aunque los problemas de infraestructura de conectividad no permiten un despliegue total. No obstante, destacó la iniciativa de emprendimientos y pymes que están abocados a desarrollar estas herramientas y resaltó la posibilidad de exportarlas a otros países de América latina.

Jaffrot conoce el paño: antes de pasar al sector privado fue secretario técnico y académico de Argentina Conectada, el plan quinquenal de telecomunicaciones del ex Ministerio de Planificación, desde 2010 hasta 2015. Sin embargo, indicó que la falta de infraestructura para la conectividad no es un obstáculo que frene por completo el desarrollo de Internet de las Cosas en el campo, ya que los objetos conectados no necesitan banda ancha como la que puede haber en Capital Federal. “La demanda en términos de conectividad es mucho más fuerte para el campo porque en muchos lugares los celulares ni siquiera funcionan para hacer un llamado o enviar un mensaje de texto”, eva-

luó. “El cambio paradigmático en Internet es que ya no es para bajar videos o para mirar películas, sino para conectar dispositivos chiquitos y muy económicos para conseguir información”, explicó.

Para dar más detalles del impacto de esta tecnología en el campo se refirió a un estudio de Monsanto. La compañía indicó que por cada dólar invertido en Internet de las Cosas se recuperan, entre ahorro y ganancias, 10 dólares. En definitiva, resaltó, se trata de tener información para tomar mejores decisiones y adaptar su comportamiento. Destacó que, si bien “ya no hay vuelta atrás” con la incorporación de esta tecnología al campo, todavía se vive una etapa de transición: “La mayor parte de mi trabajo es evangelizar y mostrar a los productores qué pueden conseguir con estas herramientas”, señaló.

Del Pino también resaltó el interés por la conectividad, pero en el sector automotor. “Los productores están tan ávidos de información que aprenden y reconocen soluciones de otros lugares, a tal punto que comercializamos productos que son espejo de la tecnología y conectividad que tenemos en el resto del mundo”, apuntó.

El producto de la marca enfocado a los productores, la pick-up Ranger, se fabrica en la Argentina junto con el modelo Focus y se comercializa entre los \$ 425.000 y los \$ 870.000. Entre los requerimientos de sus clientes en el agro, Del Pino resaltó los pedidos de “robustez, inteligencia y conectividad”.

Por otro lado, dijo, hay tres pilares básicos que les piden todos los clientes de la camioneta. El primero, la seguridad: “Dentro de esta categoría hoy estamos contando con niveles de soluciones tecnológicas, que van desde tres *airbags* para todas las líneas de vehículos hasta el control de estabilidad de *trailers* y *antivuelco*”, resaltó. El segundo, la confiabilidad, “más asociada a la potencia del motor y la capacidad de carga”. En este punto mencionó el caso de los productores que sufren las inundaciones y deben sacar carga de algún lugar crítico. El tercer pilar que mencionó fue el confort y lo relacionó con “la conectividad entre los dispositivos como el celular y el auto” y también con la sensación del conductor de haber llegado a punto y que no crea que “libró una batalla contra la ruta”.

“Que se fabriquen Focus y Ranger en Argentina es un orgullo para nosotros, porque son dos productos que se comercializan globalmente y están al mismo nivel de tecnología y de calidad que en el resto del mundo. Además, nos da la posibilidad de estar mucho más cerca, de desarrollar algunas soluciones locales y agilizar los tiempos de respuesta”, apuntó.

Para terminar, Mira señaló las principales tendencias que están moldeando al sector a mediano y largo plazo. Recordó que Amazon compró por unos US\$ 13.000 millones una cadena de supermercados enfocada en la venta de alimentos orgánicos y naturales, Whole Foods. “Más allá de lo que uno pueda pensar de cuánto puedan llegar a crecer este tipo de alimentos, no deja de ser algo que presenta, por lo menos, una incógnita”, advirtió.

Por otro lado, mencionó el desarrollo de los emprendimientos *agritech*, aquellos que mezclan tecnología con agricultura. “Un trabajo de un especialista argentino decía que en 2015 se invirtieron US\$ 4500 millones en este tipo de proyectos”, rememoró. Añadió que muchas de ellas trabajan en conectividad y todas las herramientas que había mencionado previamente Jaffrot. Calificó como crucial lo que dijo el experto en telecomunicaciones porque “todo el crecimiento que hubo durante los últimos diez años en los precios de los granos por una mayor demanda China y por el avance del uso de los biocombustibles en la próxima década será más moderado”. Resaltó que es probable que no sean picos de precios como los que se veían cinco años atrás. “La tecnología hará la diferencia”, apuntó, y concluyó: “Hay consciencia de esto por parte de los productores pero es un proceso: en la medida en que se demuestre que realmente baja los costos, avanzará”. ●

### Un sector tecnificado

#### Emmanuel Jaffrot

“La conectividad para Internet de las Cosas no impacta negativamente en el negocio del campo directamente sino que le genera un ahorro y una ganancia en productividad importante”

#### Carlos del Pino

“Los productores están tan ávidos de información que aprenden y reconocen soluciones de otros lugares”

#### Cristian Mira

“La tecnología hará la diferencia en un escenario donde no se verán picos de precios como hace cinco años”



GRUPO DATCO



RANGER

COMUNIDAD DE  
**negocios**

LA NACION | PRESENTA

PARTNER  Banco Provincia

**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN


## EL IMPACTO DEL CLIMA

# Sin El Niño, será el tiempo de las decisiones estratégicas

Sofía Terrile  
PARA LA NACION

Pablo Mercuri, director del Centro de Investigación de Recursos Naturales (CIRN) del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) aportó los datos climáticos durante la jornada "Negocios del Campo". Comenzó por una panorámica de los últimos cuatro años: "Convivimos con campañas de ciclo húmedo. Se evidencian excesos hídricos en distintas regiones del país, especialmente en la central", resaltó.

Durante la última campaña (2017) señaló, hubo 11 provincias en situaciones de riesgo hídrico con impacto sobre 18 a 20 millones de hectáreas de uso ganadero y agrícola. Pronosticó que las regiones del Litoral tendrán

una rápida mejora en la campaña que viene. Habrá mejores noticias, pero más lentamente, en la región del centro de la provincia de Buenos Aires "siempre y cuando no haya ningún evento extremo que afecte al proceso". Recordó que siempre son de "lenta evolución interanual" los excesos hídricos en el oeste y noroeste de Buenos Aires, suroeste de Santa Fe y sudeste de Córdoba.

Luego hizo hincapié en un "ícono de la dificultad para gestionar los recursos naturales de la llanura", la laguna La Picasa -ubicada entre Buenos Aires y Santa Fe-, que en los últimos cuatro años creció más de cinco veces en tamaño.

Siguió con su diagnóstico del futuro inmediato: "Primavera. Lluvias normales o superiores a lo normal. Este año no estaría actuando el fenómeno de El Niño y no tendría influen-

cia sobre nuestro territorio", indicó. Recordó que un extensionista del INTA de San Antonio de Areco siempre le dice que "los años Niño son campañas para tomar decisiones rápidas, porque los días entre lluvias se acortan y quedan pocos días para el manejo del campo, para entrar con máquinas o para sembrar o cosechar". En cambio, en esta campaña se verá que se van a ampliar más los días entre lluvias. "Nos permite pensar y poner en marcha decisiones estratégicas", opinó. También resaltó que "por el momento" no hay "ninguna indicación de que haya una manifestación de sequía".

"En esta campaña vamos a empezar a ver que en un pueblo llueve cuatro milímetros y en el vecino, 30. Es ese tipo de campañas con más irregularidad en las precipitaciones. Una campaña para dispersar



Pablo Mercuri, director del CIRN del INTA

FABIÁN MALAVOLTA

el riesgo", dijo. No obstante, advirtió que todavía se continúa en ciclo húmedo y que no hay evidencias de que la región salga de ese tipo de ciclo. Por ese motivo recordó que, para las decisiones que haya que tomar, hay que tener en cuenta que habrá "mucho agua disponible para aprovechar y producir más" y también agua que continuará afectando algunos sectores, por lo que existirá la necesidad de realizar obras para aliviar la situación.

Luego, analizó los avances en las ciencias meteorológicas: "El clima sigue poco previsible en nuestro país. Hay mucho que hacer y trabajar para avanzar en generar modelos más precisos para que se puedan tomar mejores decisiones". Y dijo que considera necesario "aprender a manejar la región" y el régimen hídrico. "Tenemos que mejorar las tecnologías de observación y los sistemas de información climática", concluyó. ●

## BACKSTAGE

Un escenario circular y una cobertura de 360° caracterizaron el encuentro


**NEGOCIOS  
DEL CAMPO**  
SEGUNDA EDICIÓN

TODA LA COBERTURA TAMBIÉN EN:  
[www.comunidaddenegocios.com.ar](http://www.comunidaddenegocios.com.ar)  
y en [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)



El escenario circular, una innovación que permitió más cercanía con el público



El mate fue otro protagonista, aquí entre Fernando Canosa y Santiago del Solar



Carla Quiroga (LA NACION), junto a Emmanuel Jaffrot (Grupo Datco)



El encuentro será televisado próximamente por LN+


**GRUPO DATCO**
 | RANGER

