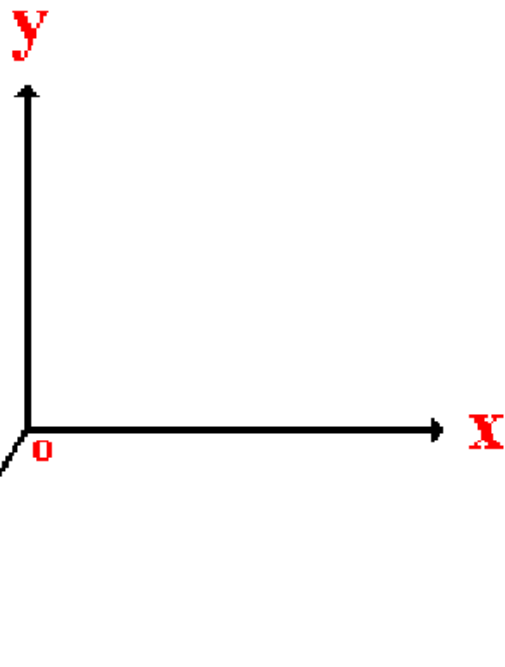


Empresas en sus ejes



Teo Zorraquin
ARGENTRIGO

20 de noviembre de 2014



ArgenTrigo

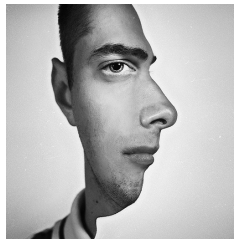
Asociación Argentina de Trigo

El Riesgo...

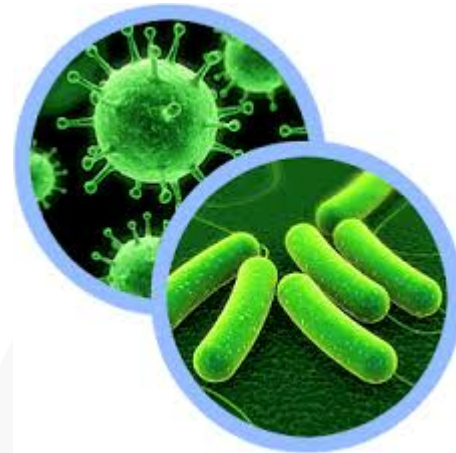
***Ser EMPRESARIO implica
asumir RIESGOS***



Perfil del empresario argentino



¡¡Con ALTO NIVEL DE ANTICUERPOS para hacer negocios en Argentina!!



Pero cómo nos ven...

*La IMAGEN del empresario
del agro ante la sociedad*

El “oligarca”...

El “llorón” ...

Una imagen a construir y difundir...



**“No habrá empresas exitosas
en sociedades que fracasan,
ni sectores prósperos en
países que no progresan.”**

Oscar Alvarado



Empresas y Negocios

*Recordar que EMPRESA no es
sinónimo de NEGOCIO*



*Las empresas "HACEN" negocios pero
no "SON" sus negocios*

Las empresas son...

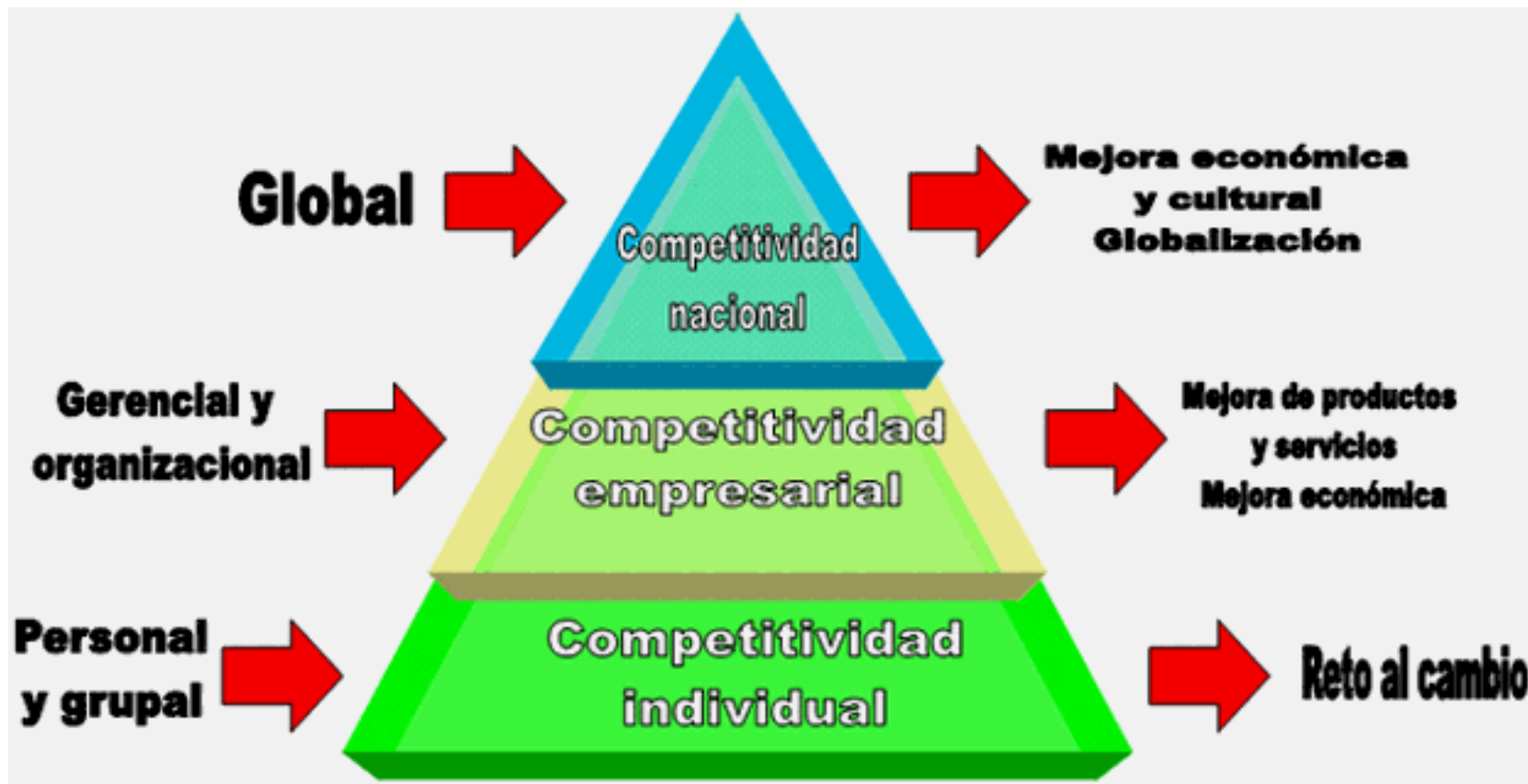
- *Sus valores*
- *Su gente*
- *Sus líderes*
- *Sus redes de confianza*
- *Sus activos y pasivos*
- *Sus talentos*

Los tres ejes...según la mirada



La mirada desde los ejes de la competitividad

Los ejes de la competitividad



Ranking de competitividad IMD

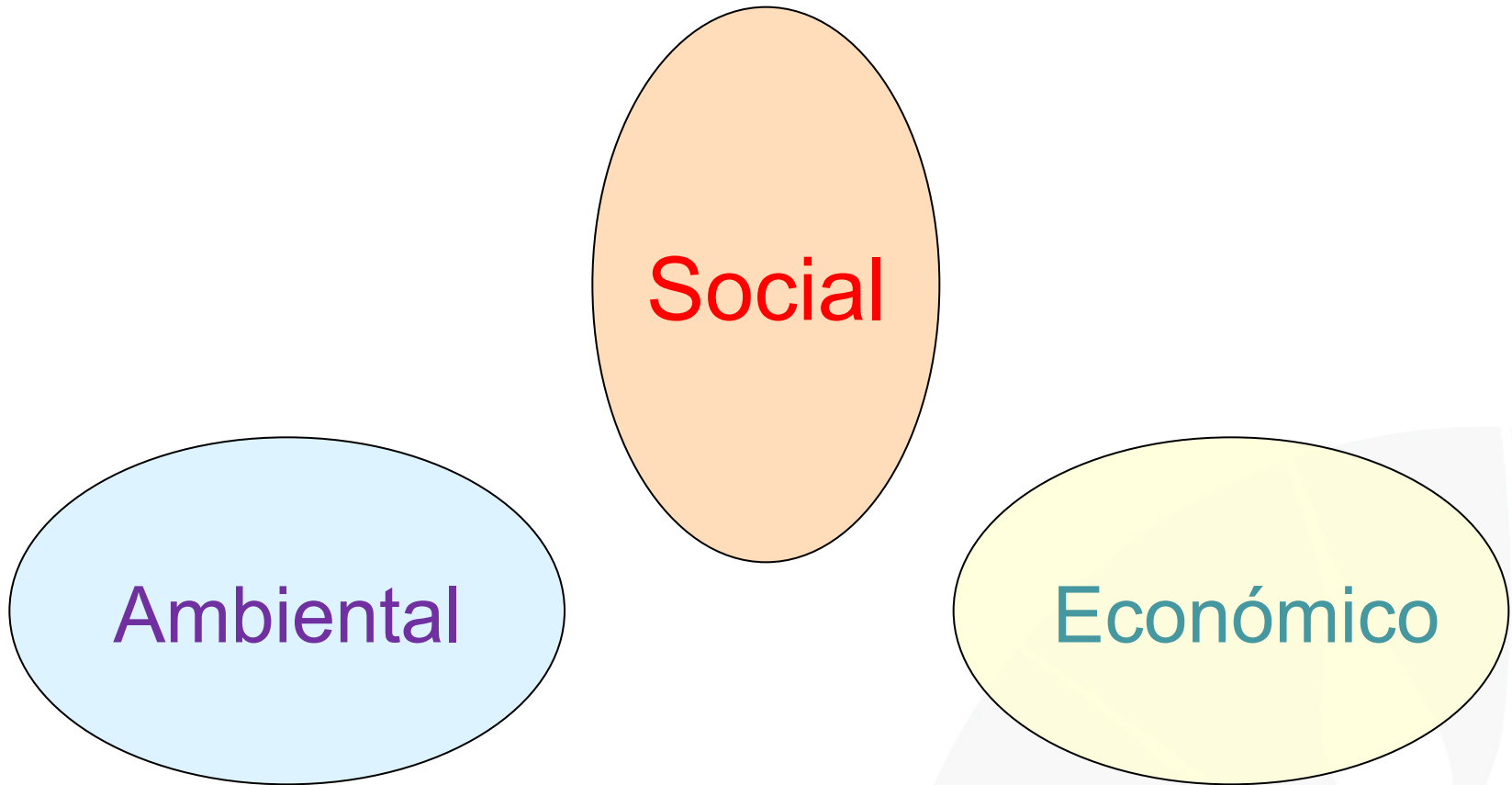
| RANKING MUNDIAL DE COMPETITIVIDAD 2014 | | |
|--|----------------|---------------------|
| Los 10 más competitivos | | |
| Rank | | Variación 2014/2013 |
| 1 | Estados Unidos | → |
| 2 | Suiza | → |
| 3 | Singapur | ↑ |
| 4 | Hong Kong | ↓ |
| 5 | Suecia | ↓ |
| 6 | Alemania | ↑ |
| 7 | Canadá | → |
| 8 | EAU | → |
| 9 | Dinamarca | ↑ |
| 10 | Noruega | ↓ |
| Los 10 menos competitivos | | |
| Rank | | Variación 2014/2013 |
| 51 | Colombia | ↓ |
| 52 | Sudáfrica | ↑ |
| 53 | Jordania | ↑ |
| 54 | Brasil | ↓ |
| 55 | Eslovenia | ↓ |
| 56 | Bulgaria | ↑ |
| 57 | Grecia | ↓ |
| 58 | Argentina | ↑ |
| 59 | Croacia | ↓ |
| 60 | Venezuela | → |

Nota: (↑) avanzó posiciones (↓) retrocedió posiciones y (→) se mantuvo en la misma posición.
 Fuente: THE WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD 2014.

Fuente: Institute for Management Development (IMD)

La mirada desde los ejes de la empresa

Los ejes de la empresa



El eje Social

¿Cómo la están pasando **los que trabajan**
en la empresa?

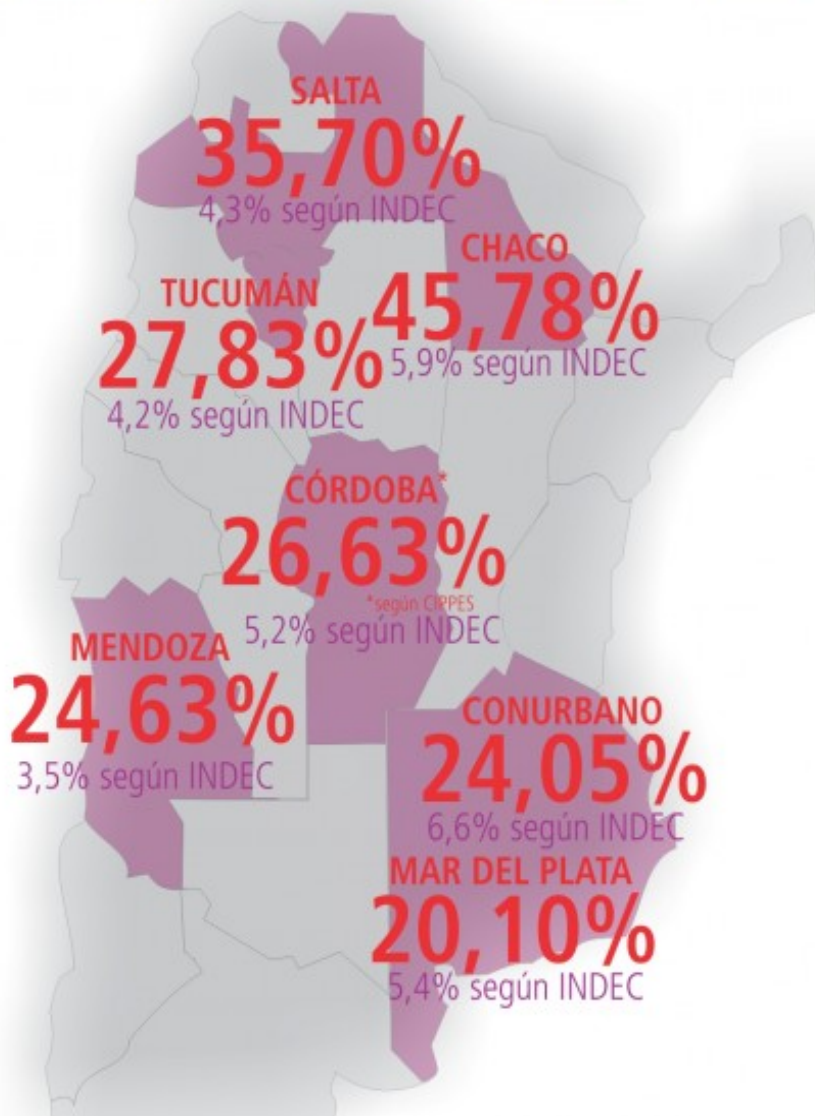
¿Cómo lo están pasando **los accionistas**?

¿Cómo lo están pasando los que integran
nuestra red?

¿Cómo lo está pasando **la comunidad** en la
que hacemos negocios?

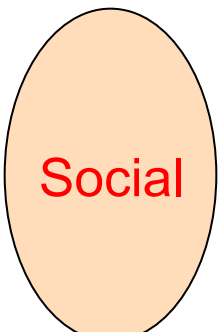
Social

¿Cuánta pobreza hay en nuestro país?



NIVELES DE POBREZA
EN LAS PROVINCIAS
DONDE SE REALIZA EL
INDICE BARRIAL DE PRECIOS
CORRESPONDIENTES
AL CUARTO TRIMESTRE DE 2012

Instituto de Investigación
Social, Económica y
Política Ciudadana .



Social

www.argentrigo.org



ISEPCi

El eje Ambiental

¿Cómo se piensa **la relación soja/gramíneas**?

¿Cómo se piensa la **reposición de nutrientes**?

¿Cómo se piensa el **manejo y la prevención** en relación a los fitosanitarios?

¿Cómo se piensa el **manejo de bosques y ambientes “frágiles”**?

¿Cómo se genera **información confiable**?

¿Cómo se elabora un **mensaje a la comunidad**?

Ambiental

www.argen trigo.org.ar

Lo que se escucha en agricultura...

- a- “Es un año para **bajar costos** en tecnología y para sembrar cultivos de baja inversión (poco maíz y trigo, mucha soja)...”
- b- “Es un año en que sólo la aplicación de tecnología y los **altos rindes** pueden permitir rentabilidad...”
- c- “No podés **dejar de usar gramíneas** porque eso te quita sustentabilidad de largo plazo...”

¿Usted con cuál/cuáles se identifica?

El eje Económico

*¿Cómo generar **resultado positivo en forma sostenida**?*

*¿Cómo **“sobrevivir”** a ambientes hostiles?*

*¿Cómo da la relación **rentabilidad/ riesgo**?*

Económico

www.argentrigo.org.ar

La INFLACIÓN y sus consecuencias

Económico

Social



Inflación y consecuencias..



- Es ***muy complicado*** ganar plata, en forma sostenida, produciendo (granos, carne o leche) en contextos de inflación y atraso cambiario.
- Con inflación, ***el manejo financiero tiene mayor impacto*** sobre la rentabilidad que en épocas de estabilidad de precios.

Económico

ME SOBRA
MUCHO MES
AL FINAL
DEL
SUELDO!!

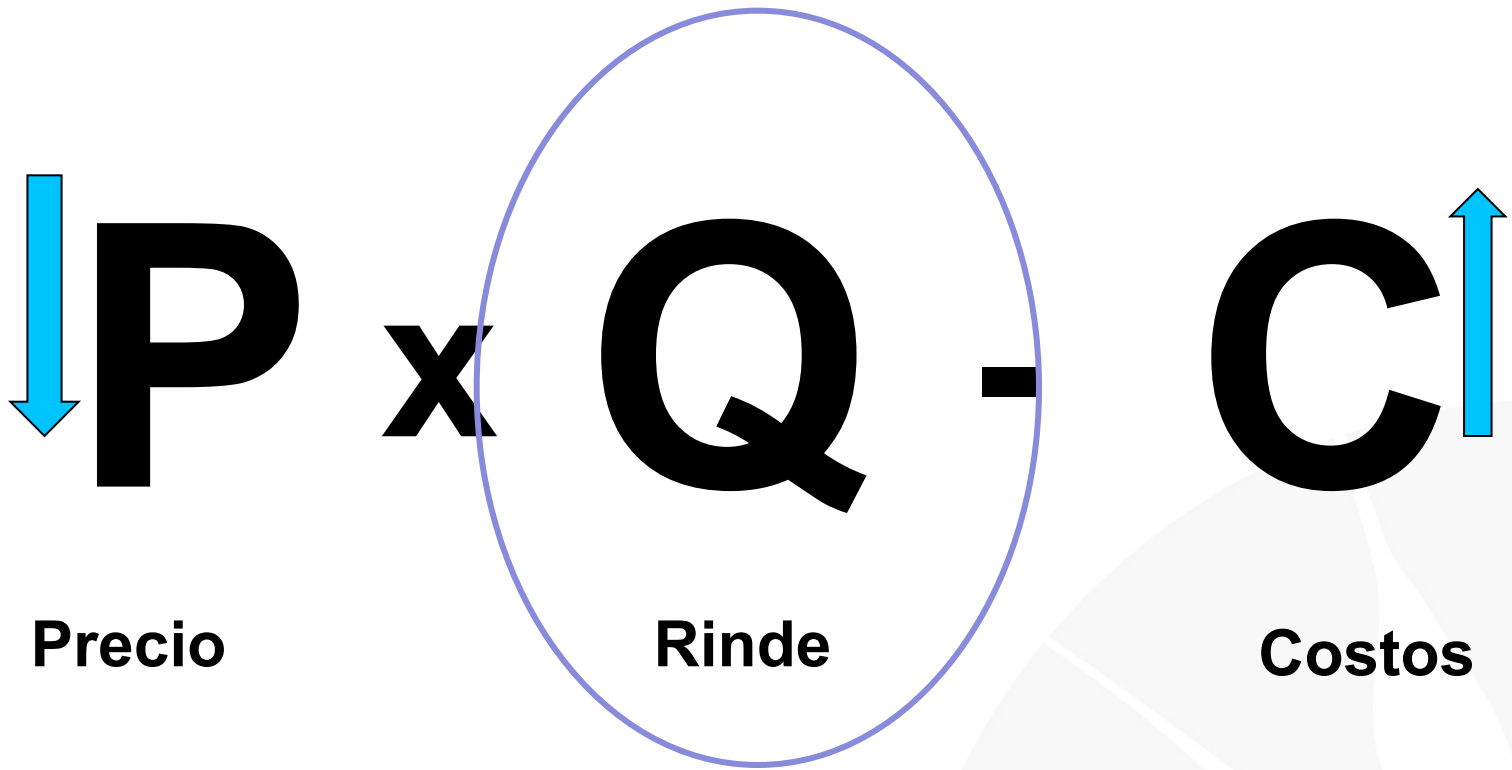
Social

Las variables del negocio agrícola

Económico

www.argentrigo.org.ar

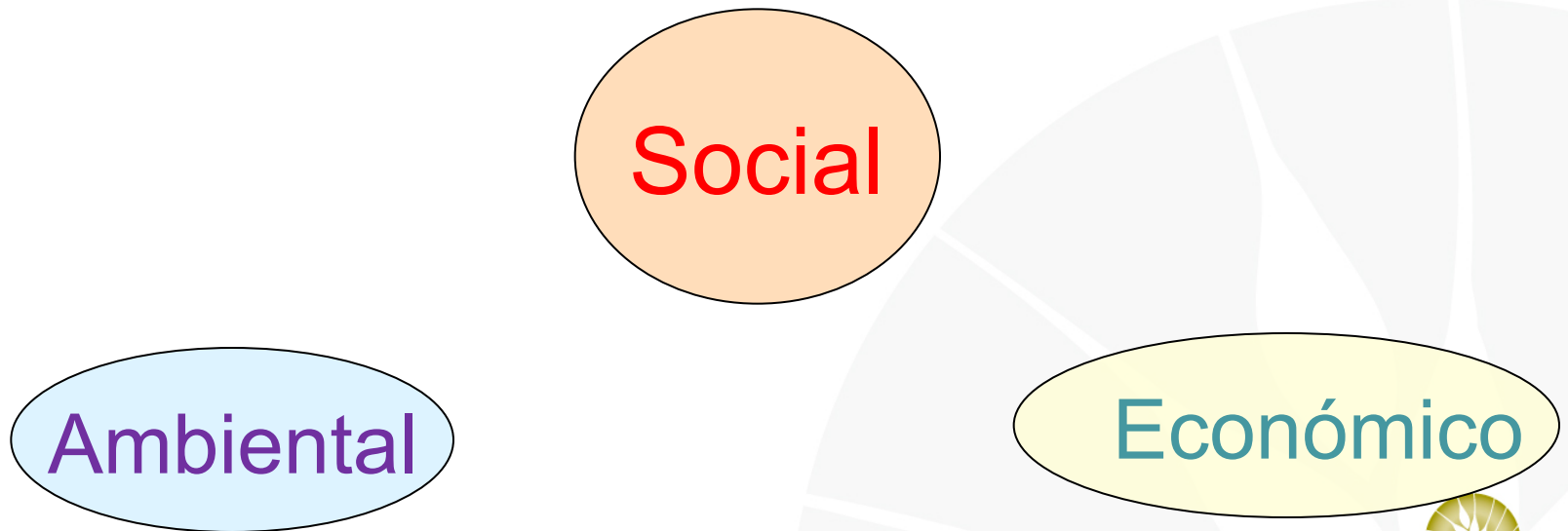
De qué depende el negocio agrícola...



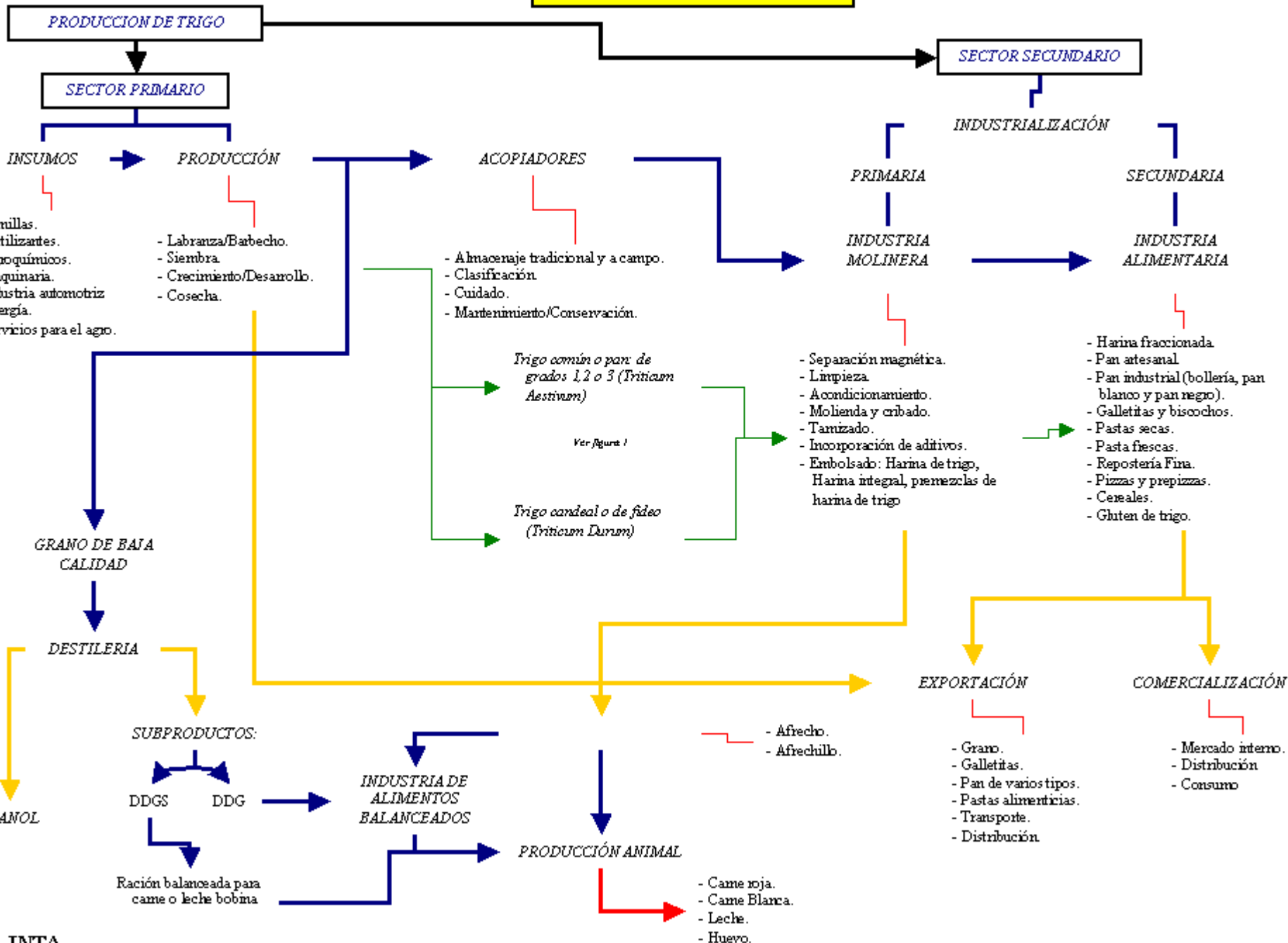
¿¿Dónde apuntar??

Económico

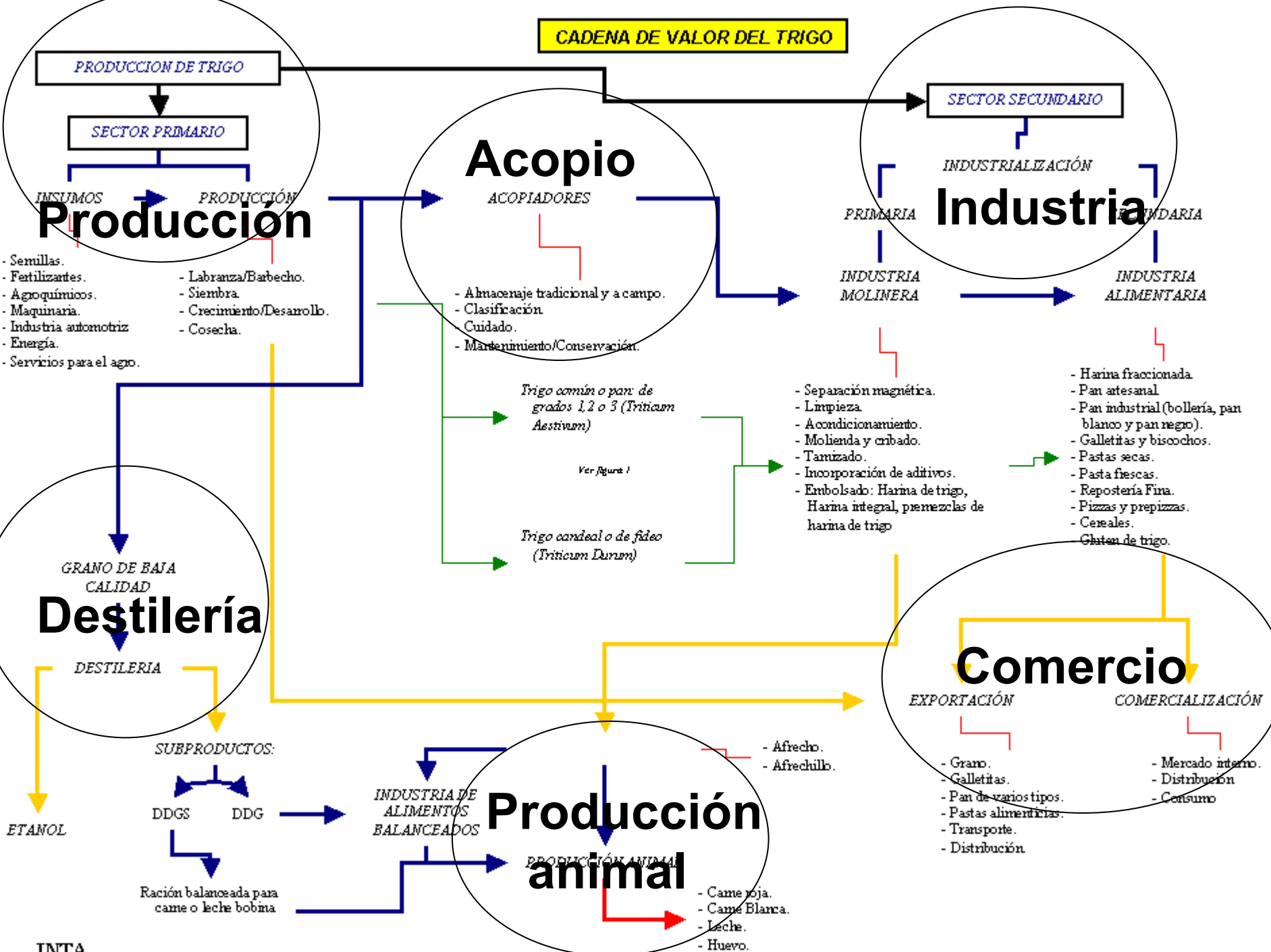
La importancia de las cadenas de valor



CADENA DE VALOR DEL TRIGO



CADENA DE VALOR DEL TRIGO



PRODUCCION DE TRIGO

SECTOR PRIMARIO

Producción

- INSUMOS**
 - Semillas.
 - Fertilizantes.
 - Agroquímicos.
 - Maquinaria.
 - Industria automotriz
 - Energía.
 - Servicios para el agro.
- PRODUCCIÓN**
 - Labranza/Barbecho.
 - Siembra
 - Crecimiento/Desarroll.
 - Cosecha.

Acopio

ACOPIADORES

- Almacenaje tradicional y a campo.
- Clasificación
- Cuidado.
- Mantenimiento/Conservación.

Trigo común o pan: de grados 1, 2 o 3 (*Triticum Aestivum*)

Ver figura 1

Trigo candeal o de fideo (*Triticum Durum*)

SECTOR SECUNDARIO

INDUSTRIALIZACIÓN

Industria

PRIMARIA

INDUSTRIA MOLINERA

SECUNDARIA

INDUSTRIA ALIMENTARIA

- Separación magnética.
- Limpieza.
- Acondicionamiento.
- Molienda y cribado.
- Tamizado.
- Incorporación de aditivos.
- Embolsado: Harina de trigo, Harina integral, miezclas de harina de trigo

- Harina fraccionada.
- Pan artesanal
- Pan industrial (bollería, pan blanco y pan negro).
- Galletitas y biscochos.
- Pastas secas.
- Pasta frescas.
- Repostería Fina.
- Pizzas y prepizzas.
- Cereales.
- Gluten de trigo.

GRANO DE BAJA CALIDAD

Destilería

DESTILERIA

ETANOL

SUBPRODUCTOS:

DDGS DDG

Ración balanceada para carne o leche bobina

INDUSTRIA DE ALIMENTOS BALANCEADOS

Producción animal

PRODUCCIÓN ANIMAL

- Carne roja.
- Carne Blanca.
- Leche.
- Huevo.

Comercio

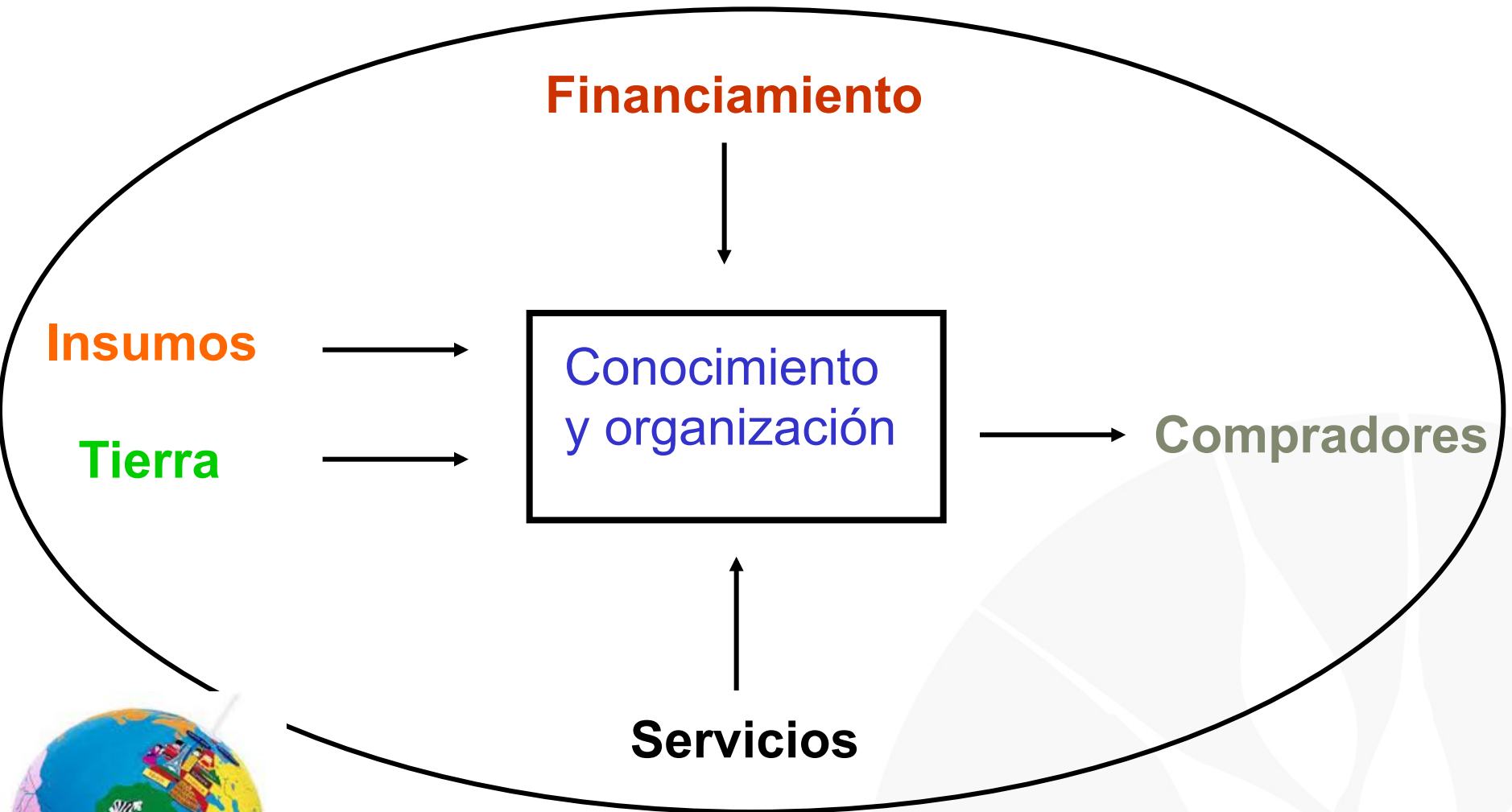
EXPORTACIÓN

COMERCIALIZACIÓN

- Grano.
- Galletitas.
- Pan de varios tipos.
- Pastas alimenticias.
- Transporte.
- Distribución.

- Mercado interno.
- Distribución
- Consumo

La cadena primaria...



.org.ar

La Balsa...a quién tiramos?

Salarios?

El empleo?

Dueños de la tierra?

Prestadores de servicios?

Bancos?

Compradores?

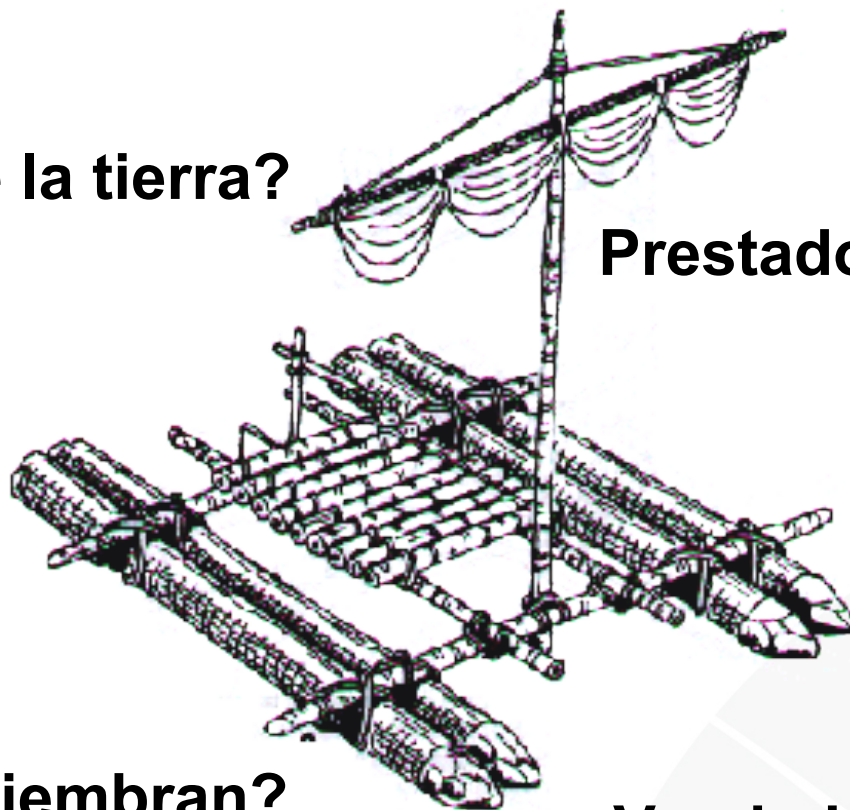
Inversores?

A los que siembran?

Vendedores de insumos?

A la industria?

Al acopio?

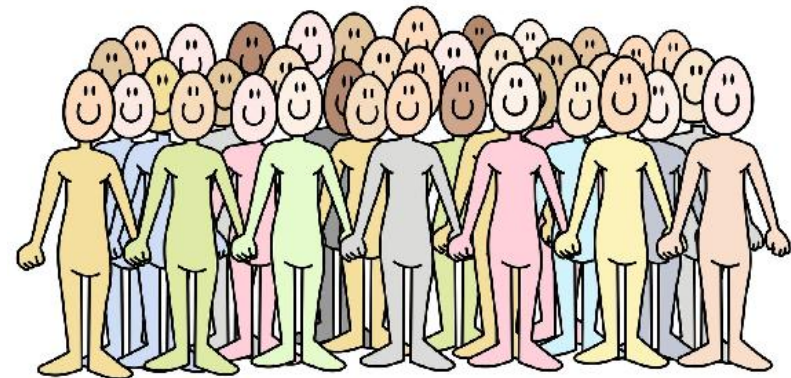


Argentina en un mundo a alimentar



Somos muchos en nuestro ÚNICO mundo

- **Hoy** somos **7200** millones de personas
- **En el 2050** habrá **9000** millones de personas.



Fuente: Lino Barañao
Congreso Tecnológico CREA 2014

¿Alcanza la comida?

- Con **agroquímicos y tecnología** se puede alimentar más de **6000** millones de personas.
- Con **producción orgánica** menos de **4000** millones de personas

Fuente: Víctor Sadras
Congreso Tecnológico CREA 2014

Una visión para Argentina:

"País productor de alimentos"



Alcanzar nuestro potencial implicaría

2020

2012



* Equivalencia basada en el requerimiento calórico de la producción de alimentos.

¿Con qué cara miramos
el futuro?

Qué escenario imagino a corto y largo plazo...

– **Pesimista**



– **Medio Pesimista**



– **Optimista**



– **Muy Optimista**



Pesimista



PESIMISTA

Se renueva la pelea campo - gobierno

Desdoblamiento o atraso del tipo de cambio

Cierre parcial o total de exportaciones

Desaparece el crédito

Aumenta la presión fiscal

Inflación alta y descontrolada

Baja el precio de los commodities

El clima con excesos (sequías/inundaciones)



Media Pesimista

MEDIO PESIMISTA

Hay pocos cambios políticos hacia el agro

No bajan las retenciones (pero no suben)

Exportaciones con restricciones

Créditos escaso, selectivo, caro

Precios en niveles históricos

Inflación alta pero bajo control

El clima acompaña moderadamente



Medio Optimista

MEDIO OPTIMISTA

La oposición impone cambios en la política hacia el agro

Apertura de exportaciones

Baja selectiva de retenciones

Precios internacionales en alza

Clima que ayuda a buenos rindes

Crédito abundante y accesible

Inflación controlada y bajando



Muy Optimista

OPTIMISTA

Se define al campo como sector estratégico

Apertura total y sin restricciones de exportaciones

Tipo de cambio alto

Mucho crédito, bajan las tasas

Se eliminan las retenciones y los impuestos distorsivos

Precios internacionales en alza

Clima...si pasa el resto no importa tanto!

¿Por qué nos cuesta CAMBIAR?

La ecuación del cambio

$$\text{Cambio} = I \times V \times P$$

I: Insatisfacción

V: Visión del futuro

P: Proceso para avanzar

Fuente: Michael Beer

www.argenttrigo.org.ar

El cambio lo haremos nosotros si hay articulación entre lo público y lo privado

*Hay que pasar de la **INSATISFACCIÓN** a generar una **VISIÓN COMPARTIDA**.*

Y después...

HAY QUE HACERLO

LAS REACCIONES AL CAMBIO

BLOQUEADORES

ESCÉPTICOS

PALADINES

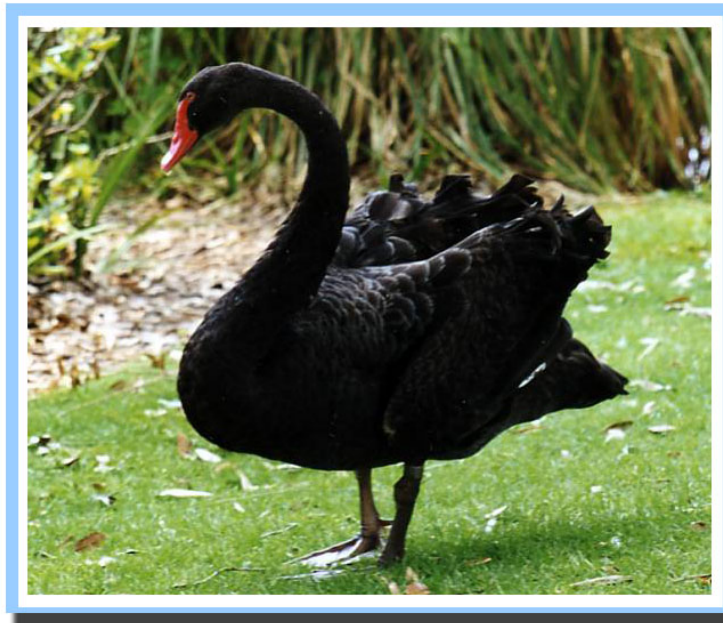
LEALES

HACEDORES

Fuente: IAE

www.argentrigo.org.ar

*A veces los cambios se generan a partir de
un "Cisne Negro"...*



Un cisne negro...



Es un suceso improbable, sus consecuencias son importantes y nadie lo supo preveer..



Nassim Nicholas Taleb

¿Y si soñamos con estos Cisnes Negros ...?



¿Y si soñamos ...?



- Argentina definida como **proveedor de alimentos** para el mundo...
- **Eliminación de cupos** de exportación...
- **Sin trabas** a la importación...
- Quita de retenciones y **baja de presión fiscal**...
- **Capitales** queriendo entrar al negocio...
- **Reconocimiento social** a la figura de los empresarios...
- Con **Estado y sector privado** articulando acciones

Reflexiones finales



El marco del negocio



El **marco mundial y de Argentina** ofrece oportunidades para el negocio de producir alimentos.♪



Tenemos que mejorar nuestra **ESTRATEGIA** y animarnos a cambiar...♪



Los balances...



Cada eslabón de la cadena deberá definir su adecuado **BALANCE** en diferentes planos:

1- Corto plazo y largo plazo

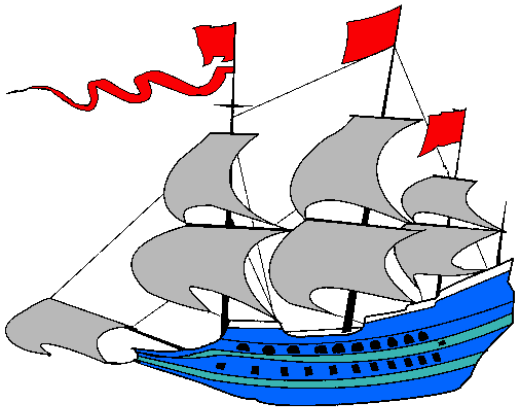
2- Los tres ejes

3 - La relación entre optimismo y pesimismo

EL PESIMISTA se queja del viento...

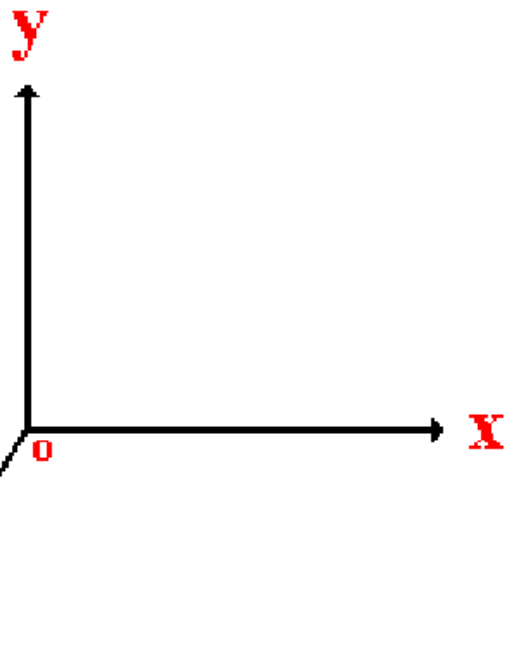
EL OPTIMISTA espera que cambie...

EL LÍDER ... acomoda las velas”



John Maxwell

Empresas en sus ejes



Teo Zorraquin
ARGENTRIGO

20 de noviembre de 2014