ACAECER

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN DE COOPERATIVAS ARGENTINAS
AÑO 49 - JULIO DE 2022 - N° 552

Creer en lo que nos une

Unidos a los **Antonelli y su maíz**

En **ACA nos unimos a la mejor tecnología** en semillas de Maíz para que con su potencial y estabilidad de rendimiento vos puedas cosechar tranquilidad.

Asociación de Cooperativas Argentinas | 100 años

Creer en lo que nos une.

acacoop.com.ar

Consulte a su profesional ingeniero agrónomo. Peligro. Su uso incorrecto puede provocar daños a la salud y el ambiente. Lea atentamente la etiqueta.
Trecepta es una marca registrada del Grupo Bayer. Microresessentials es en Argentina una marca registrada de The Mosaic Company.

Editorial

CONOCIENDO LO QUE NOS UNE

Nuestra Asociación de Cooperativas Argentinas está transitando su Centenario cargada de novedades que contribuyen a encontrar soluciones concretas a las necesidades de las Cooperativas y sus productores asociados.

La Reunión Anual de Gerentes, realizada en la ciudad de Mendoza, no sólo fue un tradicional ámbito de reencuentro del personal superior de las entidades primarias con sus pares de nuestra organización, sino también un espacio de capacitación para encontrar más oportunidades y estrategias para seguir creciendo juntos en originación y logística de granos, y de conocimiento de nuevas herramientas tecnológicas que llevan a satisfacer necesidades a medida para el ecosistema cooperativo.

Sin lugar a duda, la sostenibilidad del ecosistema se logra con Cooperativas fuertes, decididas, que apuntan diariamente al trabajo conjunto para desarrollar negocios y generar competitividad. Nada sería posible sin el trabajo cooperativo. Esto lo demuestra sobradamente la trayectoria centenaria del movimiento nucleado en nuestra organización.

Otros logros que se mostraron en este cónclave son ACA Valores, empresa que integra productos y servicios financieros que complementan la actividad productiva, y AL2, la billetera digital pensada para simplificar el día a día del productor agropecuario.

También van a encontrar en este número la exposición que Gustavo Idígoras realizó en el encuentro de Mendoza destacando las oportunidades que posee nuestro país frente al contexto mundial; los temas que se trataron en el Encuentro Nacional del Sistema A.C.E.R. y una nota sobre la constante evolución de ACA Market, la tienda online de insumos.

Nuestra edición de Julio te hace conocer aquellas cosas que nos mantienen unidos y en franco desarrollo. ▫

SUMARIO

STAFF

Julio de 2022 - 552

Director: Rubén Borgogno

Revista mensual propiedad de la Asociación de Cooperativas Argentinas Coop. Ltda. Dirección, redacción y producción comercial:

Avda. Eduardo Madero 942, piso 7° (1106)
Buenos Aires, República Argentina.
Teléfono: 4310-1300.

Dirección nacional de Derecho de Autor N° 23.170. ISSN 0325-3902. Las opiniones expresadas en los artículos firmados corresponden a sus autores y no reflejan exactamente las de la institución.

Jefe de redacción: José Luis Ibaldi

Producción: HA ediciones

IMPRESO EN MARIANO MAS: PERU 555.

3
Editorial
Conociendo lo que nos une

4
Sumario

6
36° Reunión de Gerentes
ACA y las Cooperativas conforman un ecosistema poderoso

12
Reunión Anual de Gerentes
Crecer juntos en originación y logística

18
Ecos Reunión de Gerentes
ACA Valores desarrolla la cadena de valor de las Cooperativas

22
Ecos Reunión de Gerentes
AL2 cercana al bolsillo del productor

26
Reunión de Gerentes
Argentina podría posicionarse en el mercado agroalimentario y de bioenergética mundial

30
Encuentro Nacional
Conociendo lo que nos une

38
Estrategia Digital
ACA Market en constante crecimiento

42
Mundo Cooperativo
Guarco presidirá ACI en los próximos cuatro años

ACA y las Cooperativas conforman un ecosistema poderoso

ACA compartió junto a 300 representantes de 97 Cooperativas las oportunidades y estrategias que presenta la originación y logística en productos agrícolas para continuar creciendo juntos. Lo hizo de manera presencial, por primera vez, tras dos años de virtualidad debido a la pandemia de Covid-19.

"El eje central de esta reunión ha sido el papel del cooperativismo como originador de granos. Quizás la vorágine del trabajo diario no nos permite detenernos en pensar cuán importante es ACA y todas las Cooperativas que la conforman, en el volumen de granos que se comercializa a nivel nacional. Esta sinergia permite que el cooperativismo esté presente en unas 600 localidades a lo largo y a lo ancho del país y acopie más de 24 millones de toneladas", señaló el presidente de la Asociación de Cooperativas Argentinas en el cierre de la 36° Reunión Anual de Gerentes, realizada en la ciudad de Mendoza, el 23 y 24 de junio pasado.

Rubén Borgogno recordó a los 300 representantes de 97 Cooperativas que "estos impactantes números nos tienen que devolver, por un lado, orgullo, y, por el otro, responsabilidad. Responsabilidad para hacer las cosas bien, de crecer de manera sostenida, de apostar a la tecnología y a la innovación para hacer aún más grande el movimiento cooperativo. Responsabilidad de tomar aquello que nos han legado y llevarlo al siguiente nivel".

Este tradicional encuentro se produjo de manera presencial, dejando atrás dos años de actividad ininterrumpida, aunque virtual, para llevar al seno de las Cooperativas asociadas los temas centrales que ocupan la agenda del crecimiento sostenible de todo el ecosistema cooperativo.

Así lo hizo conocer el anfitrión de tal reunión, el gerente general Mario Rubino, al destacar que, en el marco del Centenario institucional, "somos el ecosistema más poderoso de la Argentina en cuanto a originación de granos y, por lo tanto, es preciso revisar cuáles son las fuerzas con que contamos y nuestras oportunidades para crecer juntos. No por

36° REUNIÓN DE GERENTES

nada a nuestros 100 años de trabajo le hemos agregado el slogan ‘creer en lo que nos une’. Por eso es bueno saber que nos unen valores, necesidades de integración, porque somos parte de un único ecosistema cooperativo. ACA no es nada sin los productores y las Cooperativas. Los tres formamos parte de una unidad, cada uno en el rol que le corresponde”.

El tema central, “Originación y logística: oportunidades y estrategias para crecer juntos”, tuvo como oradores a David Chiurchiu (director de Originación y Logística), a Ignacio Díaz Hermelo (gerente de Productos Agrícolas) y a Pablo Scvhiavi (Líder de Agronegocios y Logística) y la participación de funcionarios de la Cooperativa Federal Agrícola Ganadera de Maria Susana.

Asimismo, previamente, este aspecto se complementó con la presentación de ACA Valores y la Billetera Virtual AL2, como así también por la exposición de Gustavo Idígoras, presidente de la Cámara Argentina de la Industria Aceitera y Centro de Exportadores de Cereales, sobre las “Oportunidades y desafíos para la agroindustria argentina ante el conflicto bélico actual”. Hubo un posterior y rico trabajo en comisiones.

Récords

Durante la bienvenida, Mario Rubino, en primer lugar, se refirió al acto central del Centenario y a las actividades por venir enmarcadas en tal celebración y, a continuación, centró su atención en la actualidad de la Asociación, cuando se estaba a pocos días del cierre del balance 2021/2022, y que estará signado por algunos récords.

“La evolución de productos agrícolas para este ejercicio será de 24,2 millones de toneladas, contra los 24,1 millones de toneladas del período anterior. Sin embargo, lo más importante es que en el presente ciclo la participación de mercado -medida en ACA tomando el promedio de trienios sobre la producción nacional- estará en 19,14 %, mientras que en 2020/2021 fue de 19,03 %”, precisó.

A continuación, brindó otro dato significativo respecto de cómo se compone la originación, donde las Cooperativas son el 53,29 % (12.897.000 toneladas); los CDC el 35,85 % (8.675.000 toneladas) y los Terceros 10,86 % (2.628.000 toneladas). “Comparado con el ejercicio anterior, hay una mayor participación de las Cooperativas y CDC, y por eso es fundamental saber que ACA crece por la originación de nuestras entidades asociadas”, acotó.

Dimensionó aún más el desarrollo alcanzado cuando presentó un cuadro con 30 años de historia, donde en 1992 se acopió un volumen cercano a los 4 millones de toneladas, con una participación del 8,92 % y cuya curva ascendente, debido al trabajo mancomunado con las Cooperativas y a la aparición de los CDC en 1996, alcanza los actuales 24,2 millones de toneladas con una participación de mercado del 19,14 %.

Al avanzar en la actualidad de la entidad de segundo grado, Rubino advirtió que “la operatoria en los puertos es superior al ejercicio anterior en un 25 %, con operatoria más baja en San Lorenzo y Vilelas, debido a la bajante del río Paraná, pero mayor en Quequén y Timbúes, que en el período 2021/2022 trabajó a pleno superando las 2.700.000 toneladas”.

En Insumos Agropecuarios se notó una fuerte suba en la facturación en dólares por incremento de precios, con menores volúmenes distribuidos para fertilizantes y fitosanitarios, siguiendo tendencias de mercado. “En gasoil cumplimos con los objetivos de crecimiento en términos de volumen, tanto en instalaciones de Agroservicios en Cooperativas y CDC, como en los volúmenes distribuidos. Por los problemas de desabastecimiento también conseguimos cupos extras que pudimos colocar a precios diferenciados. El Agroservicio en Puerto Timbúes, que tenía cupos asignados por el proveedor, sirvió para que algunas Cooperativas lo utilicen abasteciendo camiones desde ese lugar”, dijo Rubino.

También dijo: “Otro récord de embarques, tanto en granos como en subproductos, logró la dirección de Comercio Exterior. La incorporación de mayor tonelaje de fazones ayudan a mejorar la logística. Hay que señalar que se trata de un negocio de mucha demanda de capital de trabajo y riesgo, aunque se están obteniendo buenos resultados. En el Plan Estratégico de ACA siempre planeamos que nuestros volúmenes de exportación estén entre el 30 y 35 % de nuestra originación”.

Respecto de la Cooperativa IPA, manifestó que “tal como se ha informado en la gira de marzo y de acuerdo con lo convenido con las Cooperativas asociadas, estamos trabajando en el proceso de fusión de esta entidad con ACA. Esto permitirá la absorción de créditos fiscales de IPA en ACA y optimizará los resultados del conjunto”.

Sobre ACABio adelantó un “muy buen ejercicio, que finalizará con resultados superiores al anterior en términos reales, contribuyendo a ello la mayor demanda de etanol a nivel interno, importantes volúmenes de exportación y mejoras de precios en los

Borgogno: “Trabajar en equipo y dialogar”

El presidente de ACA, Rubén Borgogno, dejó un claro mensaje en el cierre de la 36° Reunión Anual de Gerentes, realizada en la ciudad de Mendoza.

En primer lugar, destacó la sustentabilidad financiera con la que encuentran a ACA estos 100 años de vida. “A pesar de los tiempos difíciles que atravesamos en lo político-económico, ACA sigue en pie, generando excedentes en todos los negocios, apostando por proyectos autosustentables y gozando de una excelente salud financiera, que nos permite anunciar los créditos para infraestructura y de capital de trabajo, además de la bonificación que continuaremos ofreciendo en silos bolsa”, dijo el dirigente cordobés.

Seguidamente habló de “dos magníficas jornadas de formación, diálogo y debate”, para señalar que “no es casual que destaque estas palabras para definir este encuentro, porque considero que justamente son esos aspectos, el diálogo, el debate, junto al trabajo colaborativo, las piezas claves para seguir construyendo el movimiento cooperativo que todos queremos”.

Más adelante, enfatizó: “Para construir, hace falta trabajar en equipo. Y para trabajar en equipo, hace falta dialogar. Vuelvo a lo que planteaba inicialmente sobre la importancia del diálogo como instancia fructífera de acuerdo y cooperación, y aprovecho para resaltar a todos ustedes, gerentes de las Cooperativas, que las puertas de ACA están siempre abiertas y que el diálogo es la voluntad principal de todos los que conformamos la Mesa de nuestra querida entidad. Por eso, cuando lo requieran, cuando lo necesiten, cuando deseen plantear dudas, sugerencias, acuerdos y desacuerdos también, sepan que acá estamos. Y no lo digo en sentido figurado: acá estamos. A una llamada o un café de distancia”.

Enseguida advirtió que lo que más necesita el ecosistema “es que nuestras Cooperativas sean fuertes, decididas, que apuesten al trabajo conjunto para desarrollar negocios y generar competitividad, y nada de eso se puede hace de manera individual. Poco es posible sin el trabajo cooperativo, la trayectoria de estos 100 años de cooperativismo lo demuestran sobradamente”.

Insistió: “Ejemplos de trabajo sinérgico entre Cooperativas tenemos muchos y varios de ellos han sido mencionados en estos dos días de trabajo. Así es como tiene que funcionar esta gran red que es el cooperativismo argentino. Mientras más hacemos juntos, más nos fortalecemos todos. Por eso los invito a continuar trabajando en conjunto para poder seguir creciendo. Sin la consecuencia de las Cooperativas con el movimiento, nada de esto sería posible”.

Hacia el final de su discurso, Borgogno hizo referencia concreta a las presentaciones relativas a la innovación y desarrollo, puntualmente en lo que se refiere a ACA Valores y AL2. “Estas nuevas formas de llevar adelante nuestros negocios demuestran que buscamos siempre estar a la altura de los tiempos que corren. Y en ese aspecto vamos con precaución, pero firmes”.

Concluyó indicando: “Hoy es imperdonable no acompañar las oportunidades que la tecnología nos ofrece. Estudiemos, pensemos, tracemos estrategias previamente, pero no tengamos miedo de amigarnos con las posibilidades de negocio que nos brinda la tecnología. Podemos aprovecharla para generar más beneficios y ser más competitivos”.

últimos meses. La duplicación de la capacidad instalada en planta entró en producción en el mes de marzo último, donde también se terminaron las obras de EPEC para el suministro de energía eléctrica. En el último trimestre del ejercicio se crece fuerte en la producción de etanol. Para el próximo ejercicio deberemos hacer nuevas inversiones".

Tras hablar brevemente de ACA Valores y de AL2, se refirió enseguida a la innovación tecnológica que se viene llevando a cabo en el seno de ACA, donde ya han comenzado a trabajar los Grupos de Innovación Cooperativa (GIC) y de los que participan 41 Cooperativas. También hizo hincapié en las plataformas digitales ACA Mi Campo, ACA Market y de Logística y Agronegocios.

Precisó que para mantener o crecer participación de mercado es preciso "fortalecer la logística en Productos Agrícolas e Insumos, tanto en ACA como en las Cooperativas; seguir mejorando en la participación y presencia en algunas zonas donde podemos crecer, principalmente con infraestructura en el NOA y NEA, sobre la línea del ferrocarril Belgrano; continuar fortaleciendo la pertenencia al ecosistema cooperativo y revisar el Plan Estratégico 2023/2028".

Sustentabilidad del ecosistema cooperativo

El gerente general insistió -como en años anteriores- en la necesidad de seguir poniendo foco en el fortalecimiento de las Cooperativas, situación que se contempla en el Plan Estratégico y fundamentada en dos grandes ejes: la oferta de capacitación y los recursos financieros.

En cuanto a la capacitación y mejora continua, denotó que se continúa haciendo hincapié en el Modelo de Gestión Cooperativa, que se está desarrollando a través de la Fundación Nodos, con cerca de 20 Cooperativas que han participado del mismo y donde en la actualidad existen 12 entidades primarias en proceso de autoevaluación, 15 que han presentado distintas prácticas que pueden ser utilizadas por otras colegas, 3 que están haciendo una revisión de su plan estratégico y 2 en acompañamiento del proceso y la herramienta de gestión.

"Se está pensando en Nodos, para incentivar la adopción de este Modelo de Gestión en todas las Cooperativas, reconocer este trabajo a través de diferentes certificaciones y distintas formas de incentivos. Asimismo, desde Nodos, también se sigue promoviendo el desarrollo de las personas a través de la capacitación; se están impulsando espacios de sinergia entre las organizaciones en busca de mayor competitividad y sostenibilidad; y, por supuesto, que se sigue recreando y difundiendo la cultura cooperativa", remarcó Rubino.

En cuanto a los recursos financieros, volvió a presentar las líneas de crédito de mejora continua de infraestructura en fertilizantes, combustibles y fitosanitarios, y para recomposición de capital de trabajo.

Finalizó señalando que el tradicional viaje de gerentes de Cooperativas a Estados Unidos, por inconvenientes en el visado, se realizará en 2023. Y como novedad, anunció que se pondrá en práctica viajes para jefes de Productos Agrícolas de las Cooperativas. ▫

REUNIÓN ANUAL DE GERENTES

Crecer juntos en **originación y logística**

El diálogo, el debate, junto al trabajo colaborativo, son piezas claves para que el ecosistema cooperativo encuentre más oportunidades y estrategias para seguir creciendo juntos en originación y logística de granos. Este fue el eje principal de la 36° Reunión Anual de Gerentes.

"ACA, junto a sus Cooperativas asociadas, desde hace mucho tiempo se ha transformado en el principal originador de granos de Argentina. Lo es no sólo en volumen, sino también por haber consolidado un desarrollo territorial muy amplio, con presencia en más de 550 localidades de 11 provincias. Este ecosistema cooperativo, conformado por 128 Cooperativas que operan en productos agrícolas y 40.545 productores, cuenta con cerca de 400 plantas de almacenamiento distribuidas estratégicamente, cuatro puertos propios y una participación en Terminal Bahía Blanca, lo que nos da una gran fortaleza respecto al resto del mercado", dijo a La Cooperación el director de Originación y Logística, David Chiurchiu.

Tales datos, como así también la visión y los objetivos propuesto por esa dirección, fueron expuestos en la 36° Reunión Anual de Gerentes, realizada en la ciudad de Mendoza, para luego, junto al gerente de Productos Agrícolas, Ignacio Díaz Hermelo, y el líder de Agronegocios y Logística, Paulo Schiavi, desarrollar el eje central del encuentro que tendió a analizar las "oportunidades y estrategias para crecer juntos".

Esta presentación tuvo su correlato en las comisiones de trabajo que se conformaron y, luego, fue tenida en cuenta por el presidente de ACA, Rubén Borgogno, cuando en el cierre enfatizó que "lo que más necesita el ecosistema es que las Cooperativas sean fuertes, decididas, que apunten al trabajo conjunto para desarrollar negocios y generar competitividad, y nada de eso se puede hacer en forma individual. Poco es posible sin el trabajo cooperativo, la trayectoria de estos 100 años de cooperativismo lo demuestran sobradamente".

Al término del cónclave, La Cooperación dialogó con David Chiurchiu.

¿Cuál es la visión y los objetivos de la Dirección de Originación y Logística que usted dirige?

Nuestra visión es continuar siendo el originador de granos número uno, ofreciendo las mejores opciones de negocios, creciendo en participación, diversificación y consolidando nuestro ecosistema cooperativo.

Asimismo, nuestra dirección tiene cuatro objetivos bien definidos: Fortalecer la relación con nuestras Cooperativas, generando conexiones sustentables, en base a vínculos comerciales confiables y cercanos; consolidar la posición relevante, a través de fuertes vínculos comerciales con industriales, exportadores y consumos; ofrecer negocios integrando granos, logística, insumos, opciones financieras e información; y crecer en la originación en las zonas de baja participación de nuestro ecosistema.

¿Cómo evoluciona la capacidad de almacenaje y qué dispone el ecosistema cooperativo para desarrollar la logística?

La capacidad de almacenaje total ha crecido en los últimos años. También ACA ha crecido a nivel de instalaciones portuarias, ya sea por el nuevo puerto de Timbúes como así también por la última ampliación en puerto Quequén. Además, en los últimos años, ACA y las Cooperativas han crecido en almacenamiento y en la actualidad poseen una capacidad de almacenaje en casi 11 millones de toneladas sobre un total de 64 millones de toneladas de los comerciales. Esto nos da una buena participación y que, como ya destaqué, no es sólo la capacidad sino también la distribución en las localidades donde estamos presentes.

Asimismo, disponemos de 6 centros de logística, 16 operadores de coordinación, casi 400 plantas, 150 destinos, 22.900.000 toneladas que se transportan en camiones, 998.000 toneladas en trenes y 267.000 toneladas en barcazas.

¿Qué factores influyen en la logística?

En primer lugar, el escenario internacional. A ello debe sumarse el retraso en las ventas de productores, que respecto del año pasado estamos casi cinco puntos atrás tanto en maíz como en soja, que equivale a más de 2 millones de toneladas. Este año, los márgenes de la exportación de porotos de soja no fueron positivos y eso hizo que

toda la comercialización vaya al ritmo de la molienda de las fábricas.

La demanda de los productores por el envío directo influye en que nosotros tenemos la necesidad de sacar mercadería de nuestras propias plantas para cumplir con ellos. Esta logística muchas veces compite con los exportadores.

Las entregas en los períodos contractuales. Esto hace que los procesos de entrega sean de 30 y, a veces, de hasta 90 días, situación que no siempre va de la mano de la necesidad de las Cooperativas o de los productores durante el período de cosecha.

Sin lugar a duda, nos afectan los conflictos sindicales; aunque por suerte este año no los ha habido hasta el momento. Sin embargo, este año conspiró en contra el abastecimiento de combustible, repercutiendo en el incremento de los fletes y en los problemas logísticos, porque los camiones que vienen del norte tienen que parar entre cuatro a cinco veces para abastecerse antes de llegar al puerto.

Las condiciones climáticas a veces adelantan o atrasan el período de entrega. Todo esto hace que en algún momento el sector de logística pueda mejorar o empeorar.

La bajante del río Paraná repercutió negativamente hasta hace aproximadamente dos meses, en que se pudo recuperar la altura normal. Estuvimos casi un año con niveles por debajo de los normales y los barcos up river debían cargar menos mercadería, para terminar su completamiento en los puertos del sur bonaerense. Además, la concesión de la Hidrovía del Paraná aún no se ha realizado y el Estado está cobrando por el flujo de mercadería cuando ni siquiera se han mantenido los puntos críticos que existen en su extensión.

Entre otros puntos a tener en cuenta es la logística de soja sustentable, pues ya hay muchas fábricas que compran un gran porcentaje de ella y otros el 100 % de la mercadería bajo condiciones EPA/2BSvs. En esto, nuestro ecosistema debe continuar trabajando con productores y cooperativas, pues es uno de los grandes objetivos que tenemos.

En la Reunión Anual de Gerentes usted realizó un análisis de participación por zonas, ¿Cuáles serían esas zonas y a qué conclusiones arribó?

Hemos dividido las zonas de acuerdo con los diferentes tipos de negocios que se presentan en cuanto a logística. Hemos denominado Zona 1 al área del NOA/NEA, donde se necesita de más desarrollo en infraestructura ligada al ferrocarril, pues son grandes distancias a los

puertos. En las Zonas 2 (Litoral) y 3 (Mediterránea) existe una gran participación del mercado de consumo. En la primera se relaciona más al consumo avícola y en la segunda, tanto a la molinería como al sector del maíz etanolero. La Zona 4 (Núcleo) tiene una gran influencia en la exportación, sobre todo por las fábricas localizadas en el Nodo Up River. Las Zonas 5 (Sudeste de Buenos Aires) y 6 (Sudoeste de Buenos Aires, La Pampa, y sur de Córdoba y San Luis), tienen como característica que están en el hinterland de completamiento de barcos del Nodo Up River, a través de los puertos de Quequén y Bahía Blanca, respectivamente.

Tras un análisis de cada una de las zonas, observamos que tenemos una oportunidad de crecimiento como ACA en el NOA/NEA, como así también en el área de la Zona 6. En ambas regiones podemos crecer de acuerdo a la participación en otras zonas que son bastante más altas (Núcleo y Mediterránea), donde hay mayores locaciones a menores distancia y, por ende, más competencia.

De allí que el trabajo que estamos proponiendo a cada una de las Cooperativas es que puedan medir su propia zona de influencia y la participación, para analizar la posibilidad de crecimiento, con la ayuda de la Asociación.

¿Qué se está haciendo hoy?

Durante la Reunión Anual de Gerentes, la respuesta a esta pregunta fue dada por el gerente de Productos Agrícolas, Ignacio Díaz Hermelo, quien habló del trabajo minucioso que se hace con exportadores, consumos y molinos, a la hora de firmar convenios y donde el volumen no es menor. "Solo en convenios de soja para exportación el número es de más de 2,5 millones de toneladas y cuando nos centramos en consumos y molinos, estamos en más de 1,5 millones de toneladas con maíz y trigo", dijo.

Enseguida acotó: "Tratamos, que los operadores logren el precio más conveniente para cada Cooperativa. También, este trabajo lo hacemos con ACA Exportación, que es una herramienta de originación muy importante. La Asociación muchas veces da negocios que otros exportadores no lo están dando. Lejos es el principal comprador dentro del ecosistema, además de motorizar negocios y brinda beneficios adicionales en sellado y control y entrega".

Más allá de lo indicado, Díaz Hermelo centró su mirada en lo que hacen las mesas comerciales y el rol que el operador de negocios de la Cooperativa.

"Pretendemos que todas las Cooperativas se sientan atendidas por igual por nuestros centros ubicados en Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Bahía Blanca, siempre con el apoyo de nuestras Filiales de Santa Fe, Paraná, Necochea y Pergamino. Para ello, estamos realizando un trabajo interno de nivelación con un plan de capacitación que abarca a 39 operadores de las mesas comerciales de ACA. Y así como estamos homologando las funciones de las mesas comerciales, también estamos precisando las funciones de los operadores para con las Cooperativas", precisó.

Argumentó: "Queremos que ACA, a través de sus mesas comerciales, esté muy cerca de las Cooperativas y así ayudarlas en la originación, asesorarlas para que tengan las mejores alternativas de negocios ¿Por qué se ha estado hablando en este encuentro de capacidad de acopio, de participación y de zonas productivas? Porque para sacar el mayor jugo al negocio hay que conocer íntimamente a las Cooperativas. Cada una tiene una idiosincrasia particular, entonces el operador debe ser un embajador de cada entidad dentro de ACA que y no un pasa-precio. Para ello, el operador debe estar cerca, visitándola, conociendo a sus colegas y su manera de comercializar".

Por otro lado, el funcionario de ACA destacó dentro de las acciones que está realizando la dirección de Originación y Logística es custodiar una herramienta fundamental como el Certificado de Depósito Garantido (CDG) y todo lo que sea créditos al comprador. "Se trata de herramientas valiosas y de excelencia que posee ACA en el mercado y que la distinguen", manifestó.

Denotó, además, la destacada sinergia que se produce entre las direcciones y departamentos de ACA, tomando las sugerencias de las cooperativas en reuniones similares, para realizar experiencias de negocios que las involucran transversalmente y benefician a Cooperativas y productores.

"Otra herramienta es ACA Valores, para tener una nueva oportunidad de negocios para las Cooperativas, al ofrecer operaciones del término más dinámicas y diferentes", destacó Díaz Hermelo.

Hacia el final de su exposición, destacó el Plan de Sustentabilidad. "No es nuevo. Desde hace cuatro años venimos trabajando en las normativas de certificación 2Bsvs/EPA y Huella de Carbono, que llegaron para quedarse. A la fecha tenemos certificadas 31 plantas de Cooperativas, representando casi 700 mil toneladas de soja y 150 mil toneladas de maíz". También abordó el mapeo por zonas y el Plan Grandes Productores.

En síntesis, ¿Qué oportunidades tienen Cooperativas y ACA, y cuáles serían las estrategias que están desarrollando en el llamado "Plan Centenario"?

Si bien en el "Plan Centenario" tenemos muchas acciones, hoy por hoy, algunas de ellas se vienen llevando a cabo prácticamente desde los orígenes de ACA, ya que obviamente no se hubiera desarrollado, junto a sus Cooperativas, como la gran originadora de granos al llegar a estos 100 años de presencia en el mercado.

No obstante, le hemos agregado a todo su accionar, cinco gestiones. En primer lugar, un Plan Sustentable. Entendemos que en un futuro no muy lejano -de hecho, los bancos internacionales nos preguntan qué tipo de mercadería compramos y si es sustentable o no-, aunque hoy se esté discutiendo la prima, producir sustentablemente será una condición de compra. En este sentido, tenemos que ser los primeros en llegar al productor para ayudarle a completar la documentación necesaria y hacerlo amigable con este tipo de práctica. Tenemos mucho para ganar y debemos profundizar este camino.

Segundo, Plan Mapeo. Esto es proponer a las Cooperativas que delimiten su espacio de acción, de acuerdo con el máximo potencial que puedan desarrollar y, en función de ello, precisar la participación de mercado que poseen. Sin duda, esta acción les permitirá conocer un indicador en el cual se pueda reflejar si el desarrollo en la zona de influencia es suficiente o existen posibilidades de seguir creciendo. Nuestro objetivo es poder colaborar con la Cooperativa para desarrollar estrategias que le permitan acrecentar su participación en su hinterland de referencia.

Tercero, nos interesa medir cuánta mercadería queda en postcosecha y compararla contra el acopio de postcosecha de la Cooperativa. Tal acción nos indicará si la participación de lo que queda en el campo es parecida, o es menor o mayor a lo que la entidad comercializa con sus productores en el resto del mercado. De la misma manera, con las ventas forward, queremos saber si estamos participando de ese mercado y así ganar en logística, apreciar la mercadería y acopiar discutiendo algunas condiciones comerciales para la entrega.

Finalmente, Logística y Negocios Digitales. La expansión territorial de ACA con sus Cooperativas es muy importante y, por lo tanto, es crucial estar cerca del productor que, sin duda, va cambiando en su manera de comercializar o se incorporan nuevas generaciones en la gestión de la explotación. Allí tenemos que trabajar fuerte para participar del segmento en los que los productores están más tecnificados y demandan herramientas de vanguardia. Para ellos y para las Cooperativas hemos lanzado una plataforma de Agronegocios y Logística, para ganar tiempo al mercado, pero que en el conjunto nos permite desarrollar una estrategia para crecer juntos. ▫

Agronegocios y Logística

Paulo Schiavi, líder de la plataforma de Agronegocios y Logística, precisó que ya está en funcionamiento y para implementarla -como no es posible hacerlo en conjunto- se están incorporando de a ocho Cooperativas por mes.

Durante su presentación, en primer lugar, habló de algunos aspectos que se vienen detectando en el nuevo productor agropecuario que comercializa en las Cooperativas. "Independientemente de la edad que tenga el productor, notamos que tiene una alta adopción de herramientas tecnológicas, ya sea en un implemento agrícola como en sus técnicas de trabajo y de gestión", advirtió.

Al abordar concretamente el tema de la plataforma destacó Schiavi que cumple los objetivos que están vinculados a facilitar las tareas y aumentar la productividad de los operadores de las Cooperativas como del propio productor.

Precisó: "La plataforma ordena de punta a punta todo el proceso de logística de toda la organización en un solo sitio, administrando todas las operaciones; registrando la geo-posición de origen y las de destino; dibuja la ruta y calcula las distancias; permite monitorear el cumplimiento de los cupos otorgados y optimizar su uso; administra el calendario de solicitudes y cupos; opera con una única base de unidades transportadoras; administra las grillas de fletes del cargador y sugiere la última tarifa; automatiza la confección de cartas de porte y sus intervinientes; emite cartas de porte propias y de productores; descarga confecciones en correcto formato para comunicar; y se comunica con AFIP, STOP, SIL y el pesaje de la Cooperativa".

Finalmente, Schiavi manifestó que para implementar la plataforma la Cooperativa debe designar un referente de logística y realizar un proceso de integración de datos. Una vez efectuado este proceso, se realiza una capacitación.

Simple, fácil y ágil.

aca_market ACAMarketplace

ACAMarket
La tienda online del campo

ECOS REUNIÓN DE GERENTES

ACA Valores desarrolla la cadena de valor de las Cooperativas

Con esta nueva empresa, que integra productos y servicios financieros que complementan la actividad productiva, se acerca el mercado de capitales en tiempo real, a través de las plataformas digitales del ecosistema cooperativo.

La 36° Reunión Anual de Gerentes permitió conocer en detalle que es y cómo opera ACA Valores S.A., empresa que integran la Asociación de Cooperativas Argentinas y La Segunda desde el 9 de marzo de 2020 -próximamente se unirá Avalian-, concretó su primera operación en el Matba-Rofex el 16 de diciembre de 2021.

De esta manera se desea acercar el mercado de capitales en tiempo real, a través de nuestras plataformas digitales, y donde el productor agropecuario asociado, pueda obtener productos y servicios financieros a través de su Cooperativa, operando con ACA Valores S.A., el agente de liquidación y compensación del Grupo Cooperativo.

En la presentación realizada por el gerente general Pablo Perretta, introdujo su presentación comentando que las Cooperativas y sus productores asociados vienen creando y poniendo en práctica ideas que le permitieron desarrollar su actividad productiva de manera eficiente, brindando productos y servicios de calidad por más de 100 años, conformando un ecosistema cooperativo atomizado y diversificado. “Sin embargo -acotó-, a través de la unión de voluntades y de la ayuda mutua, permitió desarrollar negocios no sólo a las Cooperativas y sus asociados, sino que contribuyó sostenidamente a sus comunidades de manera directa e indirecta”.

Precisó a La Cooperación que desde hace algunos años se entendió la necesidad de integrar productos y servicios financieros que complementen la actividad productiva y que, además, “constituyan una opción de valor que permita captar y contener aquellos flujos que genera la actividad del ecosistema, y que salen del mismo”.

¿Por qué se hizo?

Porque de esta manera se desea acercar el mercado de capitales en tiempo real, a través de nuestras plataformas digitales, y donde el productor agropecuario asociado, pueda obtener productos y servicios financieros a través de su Cooperativa, operando con ACA Valores S.A., el agente de liquidación y compensación del Grupo Cooperativo.

¿Qué resuelve?

Señalé que ACA Valores es agente de liquidación y compensación, además de agente de colocación y distribución integral de fondos comunes de inversión, donde Cooperativas y asociados pueden realizar operaciones de cobertura y arbitraje de la producción, financiamiento de insumos y de sus actividades productivas, e invertir su renta o capital de trabajo en productos de renta fija y variable, pudiendo, además, acceder a distintos fondos comunes de inversión, de acuerdo a

sus necesidades de plazo y aversión al riesgo.

¿Cómo lo resuelven?

En primer lugar, constituimos un equipo de trabajo combinando colaboradores de gran trayectoria y experiencia operando los Mercados a Término y jóvenes profesionales para operar todo tipo de activos financieros. Asimismo, contamos con el apoyo de todas las direcciones de ACA y trabajamos en conjunto con los equipos y gerencias de Finanzas, Tecnología de la Información, Legales, Recursos Humanos, Comunicación y Marketing, Administración, Productos Agrícolas, Auditoría Interna y, sobre todo, con las Sucursales de la Asociación.

A la vez, establecimos procesos que nos permitan brindar un servicio y experiencia de usuario acorde a lo que demanda el mercado actual y, sobre todo, enfocado a las Cooperativas y productores.

Para llevar a cabo estos procesos adquirimos dos sistemas, un Administrador de Órdenes a Mercado -OMS (Order Management Sistem), denominado XOMS, y un Sistema de Gestión Bursátil, que permite liquidar y compensar operaciones, denominado Hígyrus.

El XOMS permite, a través de distintas terminales, operar productos de diferentes mercados, pues se encuentran interconectados, y teniendo la posibilidad de escalar el proceso de operaciones en distintas instancias. Posee un cursador de instrucciones que permite solicitar operaciones con la asistencia de nuestra mesa de operaciones, con la operación previa de las mismas y, para aquellos con mayor experiencia y conocimiento, poder ofrecer un acceso directo a los mercados con un DMA (Direct Market Access). El Sistema de Gestión Bursátil Hígyrus, permite liquidar operaciones de los diferentes mercados de forma automática, siendo una solución integral para los procesos operativos, garantizando además el cumplimiento de todas las disposiciones y requisitos normativos. Ambos sistemas trabajan interconectados, como así también con nuestras distintas aplicaciones, plataformas y websites.

ACA Valores y su valor agregado

- Contar con un agente propio del grupo.
- Tener acceso al mercado a través de nuestras plataformas digitales.
- Operar todos los productos del mercado de capitales.
- Poder idear y desarrollar productos que se adapten a nuestro modelo de negocio.
- Desarrollo de estrategias combinadas.
- Sinergia entre las distintas unidades de negocios, las Cooperativas, asociados, terceros y las comunidades.

¿Qué está operando hoy ACA Valores?

Hoy estamos operando derivados agropecuarios, futuros de dólar y renta fija, tanto de cartera propia como de ACA y La Segunda.

A partir del mes de julio vamos a incorporar a las Cooperativas y, a medida que sumemos volúmenes de operaciones y obtengamos integridad en los procesos y en la información, incorporaremos la cadena de valor para operar no solo los derivados agropecuarios y divisas, sino también activos financieros, tanto de renta fija como variable,

un set de fondos comunes de inversión, como así también desarrollar el mercado de financiamiento en sus distintos segmentos, avalado, directo y garantizado.

Para poder desarrollar toda la cadena de valor de las Cooperativas, llegar a todos los productores asociados, terceros y público en general, entendemos que es fundamental el rol que juegan las Cooperativas. De allí que es necesario compartir el negocio, configurando a las Cooperativas como agentes productores, para que sean el canal de acceso a ACA Valores representando una propuesta de valor tangible.

Por otra parte, comenzaremos a realizar la operatoria de futuros y opciones a partir de tener las cuentas habilitadas, y siguiendo el mismo esquema que hasta ahora, donde las Sucursales y Filiales son el canal de ingreso de las operaciones, pero utilizando las nuevas herramientas tecnológicas que no solo nos dan mayor seguridad, sino que además nos permiten seguir en tiempo real el estado de éstas.

También estamos en condiciones de desarrollar los productos de inversión y financiamiento con un esquema compartido, para llegar a todo el ecosistema.

Comprendiendo que el ecosistema es fundamentalmente PyME, y que, además, desde el mercado y la Comisión Nacional de Valores se vienen fomentando los productos de inversión y financiamiento para Cooperativas de producción, encontramos numerosas oportunidades para desarrollar productos especiales tanto para las entidades primarias como las empresas que conforman el Grupo Cooperativo.

¿Cuál es la propuesta de valor?

Nuestro ecosistema cooperativo, resumido en la cuenta corriente cooperativa, nos da la posibilidad de que a través de nuestros desarrollos y aplicaciones digitales sean una oportunidad para realizar operaciones de inversión y financiamiento no sólo para productores agropecuarios, sino también a través de nuestra Billetera Virtual AL2, y así llegar al público en general. ▫

ECOS REUNIÓN DE GERENTES

AL2 cercana al bolsillo **del productor**

La billetera digital del Grupo Cooperativo, que está próxima a su lanzamiento, está pensada para simplificar el día a día al productor agropecuario.

La 36° Reunión Anual de Gerentes, realizada en Mendoza, le brindó un generoso espacio a la presentación de AL2, la billetera digital que, "desde el ecosistema cooperativo, permitirá gestionar ágilmente el capital y potenciar las finanzas", señaló su gerente, Genaro Gozdziewki.

También precisó el funcionario de esta Fintech: "Además de contar con las funcionalidades de cualquier billetera digital, está pensada para simplificar el día a día del productor agropecuario al posibilitar que vincule su Cuenta Corriente Cooperativa (CCC) como un medio de pago y/o de fondeo más. Esto es un diferencial respecto del resto de las billeteras convencionales que existen en el mercado".

Denotó que la denominación de la billetera surgió de una jornada, donde participaron las áreas de Marketing de las cuatro entidades del grupo, y que finalmente el nombre se estableció haciendo énfasis en las iniciales de tres de ellas. Entre risas nos comenta que era imposible encontrar un nombre lógico agregando las cuatro.

¿En qué etapa se encuentra esta herramienta?

Estamos en la etapa de testeo interno, previo a su lanzamiento. Todo el equipo de AL2 posee la aplicación en su celular, para ultimar detalles y corregir errores de diseño, para desembarcar definitivamente en las Cooperativas a partir del mes de septiembre próximo. Durante todo el mes de agosto se van a seguir realizando testeos, donde ya esperamos participar a más personas del ecosistema y comercios.

¿Cómo va a operar el productor con AL2?

En primer lugar, hacemos un acuerdo macro de "Monto a consumir/disponibilizar" con la Cooperativa y ésta lo distribuye en base al análisis de solvencia que hace con el productor. Es importante marcar que la gestión de esto queda en potestad de cada Cooperativa, quienes conocen al productor. Autorizado el asociado, éste podrá realizar compras de diferentes bienes o servicios, pagar impuestos o generar saldos disponibles hasta el monto permitido. Por otro lado, el o los comercios donde adquiera el productor deben estar adheridos a nuestra red de comercio y disponer del QR correspondiente. Sin embargo, si el comercio no está adherido, también se le podrá pagar vía transferencia inmediata al banco o al método de cobro que use el negocio, vía fondeo con la billetera y la CCC. En los primeros meses de salida también estará disponible en el sistema de transferencia 3.0 por lo que se podre pagar en comercios adheridos a otras billeteras, escaneando ese QR con AL2, lo que generará para el usuario un universo muy amplio de bienes y servicios a adquirir con la herramienta. Y todo, desde la Cuenta Corriente Cooperativa.

¿De qué manera el productor podrá acceder a AL2?

Cuando termine la etapa de testeo quedará habilitada una App en las tiendas de Apple y Microsoft con simples pasos, para validar la identidad si se registra como persona física, tras los cuales ya puede operar en forma automática con diferentes proveedores de tecnolo-

gía que contamos nosotros. Si es una persona jurídica, lo que hacemos es validar la identidad del apoderado, solicitándole una documentación mínima que conste que esa persona pertenece a la sociedad y, en cuestión de horas, estará habilitado a operar. El proceso de registro es verdaderamente ágil y seguro.

¿Ese trámite lo debe hacer con la Cooperativa?

Lo puede hacer directamente sin asistir a la Cooperativa. La entidad a la que está asociado, previamente le va a cargar un acuerdo crediticio para que pueda consumir y, una vez que se detecta la carga para generar la cuenta del productor, en AL2 vamos a cruzar datos con el sistema disponibilizado a las cooperativas para que autogestionen los montos y si vemos que el usuario ya tiene el monto asignado, de forma inmediata queda autorizado para operar con la herramienta y utilizar su Cuenta Corriente.

Permítame señalar que existe otro diferencial y atractivo para el productor. Tras un mapeo de diferentes Cooperativas, en promedio, entre que el productor realiza una solicitud de fondos y se hace de ellos, media entre 4 o 5 días hábiles. Nosotros, con AL2 le vamos a permitir que ese disponible sea inmediato. Es decir, cuando tenga saldo en su acuerdo de consumo, lo va a poder utilizar en el momento que así lo desee, sin necesidad de asistir a la Cooperativa. En un contexto inflacionario como el que sufrimos, el dinero se va desvalorizando y por eso es bueno tener inmediatez de fondos. Por otro lado, para la Cooperativa es ampliar el alcance de la Cuenta Corriente Cooperativa y generar más fidelización entre los productores asociados actuales y atraer a nuevos usuarios. Lo consideramos ágil y seguro en todo aspecto. Le decimos al productor que se anime a sumarse ya que se va a encontrar con una aplicación muy intuitiva y sencilla de utilizar, verdaderamente va a lograr una mejora en el manejo de su dinero.

Cuando se proyectó AL2, ¿se pensó en las jóvenes generaciones de productores?

Pensamos en que es un producto para todas las generaciones de productores del ecosistema. Siempre analizamos las posibles barreras de entradas, verdaderamente se le pone mucho énfasis al tema. Consideramos que un punto a prestarle atención era la adopción a la tecnología en un cierto rango etario, y actuamos en consecuencia. Hemos creado un producto muy ágil, sencillo de usar, en pocos pasos el productor ya esta fondeando desde su Cuenta Corriente o directamente pagando en un comercio, por lo que creemos que, si lo comunicamos bien, y el productor se anima a animarse se va a dar cuenta que está hecho para cualquier edad y conocimiento tecnológico. Lógicamente también lo consideramos una herramienta adicional para ofrecer a las nuevas generaciones que demandad más este tipo de servicios, y mantenerlos dentro del ecosistema. ▫

Durante todo el mes de agosto se van a seguir realizando testeos, donde ya esperamos participar a más personas del ecosistema y comercios.

Beneficios de Uso

Cooperativa:

- Ofrecer al asociado servicios vinculados a un desarrollo tecnológico de alta complejidad.
- Herramienta para fidelización y atracción de nuevos productores.
- Ampliación del alcance de la Cuenta Corriente Cooperativa.
- Automatización de procesos. Agiliza/Mejora la gestión.
- Acuerdo de crédito (sin necesidad de autorización/inmediatez). Sin esfuerzo financiero.

Productor:

- Ampliación del alcance de la Cuenta Corriente Cooperativa.
- Inmediatez de fondos/Agilidad en transferencias. Disponibilidad de saldos hasta acuerdo de crédito en cualquier día u horario.
- Facilidad de pagos sin necesidad de efectivo o cheque.
- Pago de servicios e impuestos vía App.
- Ahorro de comisiones bancarias – Mantenimiento.
- Ahorro de impuestos a los débitos y créditos para Personas Físicas.
- Reintegros.
- Control de gastos.

Argentina podría posicionarse en el mercado agroalimentario y de bioenergética mundial

Gustavo Idígoras asistió a la Reunión de Gerentes de ACA 2022 y destacó las oportunidades frente al contexto global. Adelantó que, con una estrategia regional compartida, el país será capaz de crear una cadena regional.

La Reunión de Gerentes de ACA 2022 tuvo como uno de sus principales expositores a Gustavo Idígoras, presidente de la Cámara de la Industria Aceitera de la Argentina y del Centro de Exportadores de Cereales, quien presentó los "Desafíos y oportunidades para la agroindustria argentina en un contexto internacional bélico".

En ese contexto, brindó un pantallazo sobre lo que está sucediendo a nivel mundial y las oportunidades que tiene Argentina y la región para convertirse en importantes actores del mercado internacional.

Idígoras comenzó explicando que el mundo "está viviendo un típico año argentino, de incertidumbre. La perspectiva de todos los gobiernos es llegar a diciembre". Y resaltó: "No saben cómo moverse en una situación de esta naturaleza".

Asimismo, indicó que tienen muchas dificultades no solo en materia inflacionaria sino también en el suministro de alimentos, insumos y de energía; sumado a un conflicto bélico aún incierto.

En ese sentido, el referente compartió con los asistentes su visión desde la agroindustria argentina frente a este escenario internacional.

En primer lugar, explicó que Argentina es un país agroindustrial por definición y "va a seguir siéndolo toda la vida".

En segundo lugar, agregó que el sector agropecuario es el único dador de divisas efectivo del país y permanente y tiene una gran capacidad de crecimiento. El año pasado, Argentina tuvo el 70% de las exportaciones en volumen, pero de cada US$ 10 ingresados al país en término neto, 9 fueron del agro.

Si se excluyera a las economías regionales y encargaran solamente al sector agrícola y agroindustrial, serían 7 de cada US$ 10.

"Por lo tanto, no tiene razón de ser seguir sosteniendo un desarrollo económico y social argentino si la agroindustria no crece, ni tiene capacidad exportadora", manifestó.

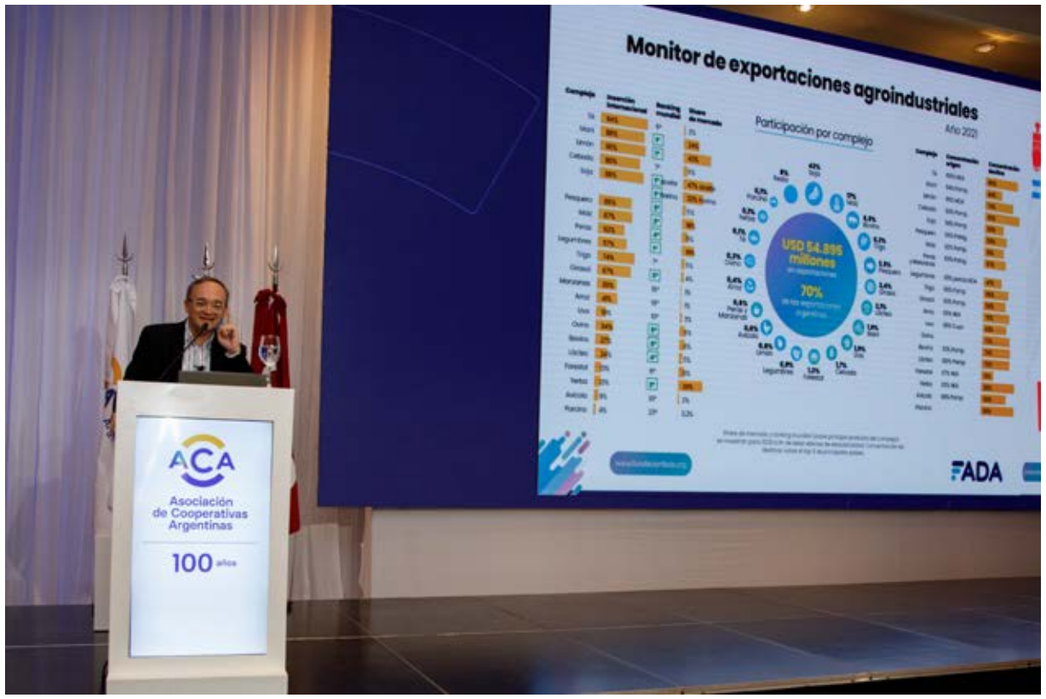
También agregó que el agro depende de su capacidad de crecimiento y de precio, de la forma en la cual se le venden los productos al mundo.

"Tenemos una altísima dependencia de esa inserción internacional. Necesitamos dos cosas: que haya una revalorización de la sociedad argentina y de la política sobre el rol del agro en este sentido. En segundo lugar, vemos que si no tenemos esa capacidad exportadora y no influenciamos en esas políticas públicas, las mismas nos dañan y perjudican", especificó Idígoras.

El mundo hoy

En relación con el contexto mundial, el presidente de la Cámara de la Industria Aceitera afirmó que el mundo está en una retracción del comercio internacional. Explicó que, si bien crece la demanda, hay

REUNIÓN DE GERENTES



una retracción sustentada en la incertidumbre e inflación, lo cual implica una caída del empleo y una serie de problemas sociales. “De esta forma, ningún gobernante en ejercicio quiere perder una elección y lo primero que hace es cerrar las importaciones, hecho que impacta en los flujos de comercio internacional”.

La otra razón que detalló es que el mundo eliminó el concepto de reglas de libre comercio. Según sus palabras, esto no existirá más y el comercio internacional será administrado. “Una de las formas de hacerlo es vía los acuerdos denominados de libre comercio, que básicamente tienen que ver con elegir con quién voy a comercializar, qué tipo de productos y con quién nunca más lo voy a hacer”.

Este año Argentina vende maíz a 100 mercados y algunos tienen la tentación natural de poner restricciones al ingreso de productos. Entonces, al no cumplir reglas, al país le deteriora la capacidad de exportación.

Además, “se está viviendo en el medio de una guerra comercial entre EEUU y China que es el condicionamiento superior de todo esto. Es más, el conflicto bélico es una manifestación de una guerra superior para tratar de ver si salimos de un mundo unipolar y vamos a uno bipolar o multipolar. Esto también condiciona nuestra capacidad de inserción internacional”, especificó.

Creación de una cadena regional

Por otro lado, Idígoras manifestó que se cuenta con un Mercosur “muy debilitado y es la única herramienta para entrar a ese 90% del comercio mundial pero hoy no lo tenemos”. Y agregó que están creciendo las barreras no arancelarias.

Hoy los problemas son los residuos de agroquímicos, de productos veterinarios, de metales pesados; la trazabilidad específica del insumo hasta el producto final.

Eso sumado al conflicto bélico que pone en cuestionamiento las reglas multilaterales y que puede generar algún inconveniente.

“Argentina no tiene conflictos militares y eso es un plus, ya que da seguridad alimentaria. Además, tiene gran capacidad de producción que puede seguir creciendo”, indicó el experto.

La buena noticia que adelantó Idígoras es que, por primera vez, pensando en el 2030, el Mercosur va a significar el 50% del comercio mundial de commodities que circulen y naveguen en todo el mundo.

“Nosotros podríamos empezar a ejercer el poder de manera alimentaria y también bioenergética. ¿Cuál es la única condición? La necesidad de una estrategia regional compartida, de crear una cadena regional agroalimentaria y bioenergética porque el resto del mundo nos va a necesitar”.

También especificó que el mercado pone una condición que es que no se puede producir de la misma manera que antes; o al menos hay que demostrar que se produce diferente y ahí comienza lo que se llama la “transición verde”.

“Lo que implica son nuevas demandas no solo desde el consumidor sino de entidades públicas y privadas que dicen que, si el Mercosur quiere ser líder mundial, deberá producir bajo condiciones que tengan en cuenta el bienestar animal, una fuerte reducción en el uso de antibióticos veterinarios, lo cual nos lleva un replanteo tecnológico de la industria, replanteo del uso de los agroquímicos, entre otras cuestiones”, detalló.

Conflicto bélico

Haciendo una comparación cotidiana, explicó que lo que provocó la guerra “es como si hubiera venido un tsunami climático” e hizo desaparecer el 30% del trigo, el 19% del maíz y el 78% del aceite de girasol.

Dos grandes potencias desaparecieron del mercado, uno sancionado comercialmente, aunque logra escapar y vender a muchos países; y otro invadido donde el invasor destruye también puertos, acopios y sistema productivo porque sabe que es la forma de diezmar cualquier capacidad de reacción.

En ese sentido resaltó que cuando haya un acuerdo de tratado, le va a llevar no menos de 3 años entre levantar las minas de todo el Mar Negro, reestablecer los terminales portuarios y empezar a trabajar toda la logística dentro del territorio.

“Por lo tanto, el mundo necesitará como mínimo ese tiempo, de aprovisionamiento adicional del Mercosur”, adelantó.

Una vez que eso haya sucedido y que llegue el acuerdo de paz en el formato que sea, probablemente EEUU y toda la UE, inyecten recursos extraordinarios jamás vistos al territorio ucraniano para convertirlo en una potencia agroalimentaria. “¿Entonces vamos a esperar que eso suceda o vamos a trabajar previamente para posicionarnos en un mercado que hoy está sediento?”, preguntó a la audiencia.

Respecto a la guerra, lo que causa es una inflación como consecuencia del aumento de los valores de la energía. Probablemente las sanciones hacia Rusia sea el desacople como proveedor de energía. “Por lo tanto, necesitamos que Argentina sea un exportador permanente de gas”, agregó.

En este contexto, ya se están viendo los efectos al corto plazo como la suba de precios internacionales de commodities, la interrupción de instalaciones de producción y transporte en Ucrania y Rusia, las disrupciones y cambios en flujos comerciales por sanciones a Rusia, la suba de precios de energía e insumos agrícolas, la inflación a nivel mundial y aumentos de tasas de interés, las diferentes medidas de intervención sobre mercados: restricciones a exportaciones, y la revisión de alianzas económicas.

“El mundo está inseguro”

La primera gran inseguridad es la alimentaria y en ese sentido hay mayor demanda mundial, riesgo bélico y la necesidad de que cualquier estrategia del país de inserción internacional tenga en cuenta la seguridad alimentaria local también y tiene que ser una condición sin excepción.

La segunda es la seguridad energética y en ese sentido los biocombustibles y bioenergías son actores potencialmente muy importantes en el mundo.

“Nosotros tenemos qué imponernos como nueva condición para dar respuesta a la otra seguridad que es la ambiental”, manifestó el disertante.

Por otro lado, indicó que el mundo está ante un desafío de cambio climático fenomenal, entonces hay que tratar de mantener la seguridad alimentaria y la energética que Argentina es capaz de brindar, en la propia seguridad ambiental.

“De esa manera concentrarnos que Argentina sea parte de la solución. Para que esto suceda, nos van a pedir soja libre de deforestación en todo el territorio nacional para el 2025; maíz y trigo libre de deforestación para el 2026 y que al 2030, probablemente tengamos que certificar cada embarque de trigo, maíz, soja y sus productos, carbono neutro. Tenemos que convencernos de que podemos ser líderes en los tres aspectos”, concluyó Gustavo Idígoras. ▫

ENCUENTRO NACIONAL

Conociendo lo **que nos une**

Se realizó el Encuentro Nacional 2022 y durante dos días 350 asistentes - ingenieros agrónomos, médicos veterinarios y técnicos y encargados de agroinsumos de las cooperativas de ACA- debatieron sobre "el agro en un mundo cambiante"

"El agro en un mundo cambiante, conociendo lo que nos une" fue el lema del Encuentro Nacional 2022 de la Asociación de Cooperativas Argentinas que contó con la participación de 350 asistentes y se llevó a cabo en el Campus Corporativo Núcleo, que se encuentra sobre la autopista Rosario-Buenos Aires y la intersección de la ruta A012. Un encuentro que volvió a reunir a ingenieros agrónomos, médicos veterinarios y técnicos y encargados de agroinsumos de las cooperativas de ACA y los invitó a debatir durante dos días sobre el agro que viene y conocer experiencias y nuevas oportunidades para el sector, poniendo al productor en el foco.

La apertura de la primera jornada estuvo a cargo del ingeniero agrónomo Roberto Rotondaro, coordinador del sistema de capacitación ACER. Tras dar la bienvenida a los asistentes, recordó que en el año del centenario de ACA se lanzó la nueva imagen de la entidad y el lema "Creer en lo que nos une", y propuso que el encuentro se convierta en un momento para "conocernos y saber qué cosas nos unen".

"Esto parece de Perogrullo, pero nos une el campo, el agro, los productores, el arraigo a nuestros lugares, el negocio de agroinsumos. Como dice el lema del encuentro estamos en un mundo que cambia y ese cambio se da a una velocidad cada vez mayor. Nos une este desafío tecnológico que tenemos hacia adelante. Nos unen las nuevas generaciones de productores que están tomando la posta con mayor responsabilidad con lo ambiental, por lo sustentable, con mayor interés por la agricultura digital con todo su potencial y potencialidades. Tenemos que acompañar la dinámica de cambio", resaltó durante el Encuentro Nacional 2022 que se realizó los días 7 y 8 de julio.

Frente a la atenta mirada de los asistentes también se refirió a un enfoque "más social" y destacó: "Nos une un estilo cooperativo, calmo, sin estridencias, en cierta manera humilde, que habitualmente entre los funcionarios de ACA llamamos un estilo de bajo perfil. Nos une el valor de la palabra, tan devaluada en estos tiempos que corren. Nos une la letra C grande de la nueva imagen de ACA. C de confianza, campo, capacitación, coraje, crecimiento, compromiso, cercanía, celebración, cordialidad, colaboración y cooperación".

Tras la apertura llegó el momento de las presentaciones. El primer panel estuvo a cargo del ingeniero agrónomo Cristian Feldkamp, director ejecutivo de CREA, quien desembarcó en el encuentro para compartir "Una mirada hacia el agro que viene".

A pesar de que muchas veces "en Argentina uno se ve tentado de caer en el pesimismo", Feldkamp planteó una mirada optimista sobre el futuro y los tres grandes ejes que atraviesan a la actividad agropecuaria: nuevas generaciones y demandas, institucionalidad y la economía del conocimiento.

Luego el licenciado Juan Manuel Contini, de Eureka, expuso sobre "Oportunidades digitales en un mundo cambiante". En su presentación analizó la sociedad post pandémica y los cambios en las experiencias digitales de los productores en el nuevo contexto. También abordó las necesidades de los productores en la incorporación de las nuevas tecnologías y habló sobre la personalización de las relaciones para inspirar confianza y la adopción digital.

Para hablar de los desafíos que vienen propuso conocer en

profundidad las diferentes generaciones y sus particularidades. Habló de los Baby Boomers (1945–1967), Generación Z (1997–2010), Millennials (1982–1996) y Generación X (1968–1981) y también de los muy diferentes integrantes de la Generación Alfa, los hijos de los “millennials” que ya están aquí. "Los Alfa buscan una mejora de expectativa de la calidad de vida. Van a querer vivir bien y la idea es que le podamos brindar servicios para poder satisfacer esa demanda", destacó Contini.

La fuerza de ACA

El segundo tramo de la jornada contó con la participación de los ingenieros agrónomos Marco Prenna y Diego Soldati, director y subdirector de Insumos Agropecuarios e Industrias de ACA, respectivamente.

"Estuvimos viendo la gran cantidad de herramientas que tenemos para comunicarnos con el productor, cooperativas y ACA. Una red que conformamos y nunca no la tenemos que olvidar. El resto nos viene a potenciar, pero la base es que estemos todos juntos, un triángulo con el productor arriba", sintetizó Prenna y mencionó los cuatro pilares que sostienen esa relación.

En ese sentido, detalló que el primer pilar tiene que ver con el saber hacer. "Lo que nos hizo fuerte en estos 100 años de ACA es lo que hacemos todos los días y en lo que somos buenos", apuntó y agregó que el segundo pilar tiene que ver con los servicios que se brindan, el tercer pilar con la digitalización "donde estamos totalmente lanzados" y el cuarto pilar con la sustentabilidad.

Por su parte, el subdirector de Insumos subrayó que la clave es "cómo estar cada vez más cerca del productor" y dijo que "una de las bases es la integración entre ACA y sus cooperativas, que está dada por las personas y la cercanía".

Como muestra de la proximidad de ACA con los productores habló de la gran dispersión territorial y la presencia en más de 600 localidades a través de sucursales y filiales, puertos, plantas industriales, criaderos de semillas, agroservicios y ferticentros.

"Tenemos un 19% de participación del mercado de granos, en algunas zonas es más elevada y en otras más baja. Con toda la potencia tenemos que hacerla crecer", disparó Soldati e invitó a los asistentes a sumarse a este desafío: "Queremos seguir integrándonos, creemos que la potencia está ahí a través de los grupos ACER (Acción Cooperativa en extensión Rural), plataformas digitales, red de Puma, mesas comerciales buscando cómo armar negocios entre granos, insumos y finanzas y nuestro plan de recompensa: el Sinergia 100".

El último tramo de la jornada reflejó las experiencias con la plataforma digital ACA Mi Campo que llevan adelante en la cooperativa Agropecuaria Ltda. de Carabelas y en la cooperativa rural Ltda. Alfa de Tres Arroyos.

Omar Abejugaray, de la Cooperativa Agropecuaria Ltda. de Carabelas, presentó "Integración de negocios y trazabilidad de alimentos" y relató la experiencia con maíz Flint, desde la semilla hasta la exportación a la Unión Europea. "Producir maíz colorado con un adicional de rentabilidad, producción y trazabilidad", relató sobre el trabajo que llevan adelante en el norte de la provincia de Buenos Aires.

Diego Croce, de la Cooperativa Rural Alfa de Tres Arroyos, explicó cómo están utilizando ACA Mi Campo para siembra y fertilización variable. "Empezamos a trabajar con un lote propio de la cooperativa y con un productor que nunca había hecho variable. Asesorándolo delimitamos el lote, hicimos la ambientación, corregimos lo que fue necesario, y con los objetivos de cada ambiente generamos las prescripciones y salió todo muy bien", mencionó sobre esa primera experiencia que ahora ya se replica con otros productores.

En la Cooperativa Alfa de Tres Arroyos, con las plataformas digital ACA Mi Campo, ya lograron llevar adelante cerca de 90 prescripciones en unos 50 lotes, de fertilización variable la mayoría.

Encuesta y taller

Poner en acción a los participantes del encuentro a través de un taller integrativo y sobre la base de dos preguntas disparadoras fueron los ejes estructurantes de la segunda jornada del encuentro nacional. Para eso, los investigadores Bernardo Piazzardi y Roberto Feeney, de la Universidad Austral, presentaron en primera instancia los resultados principales de una encuesta sobre las necesidades del productor agropecuario argentino, así como sus proyecciones para los próximos cinco años, realizada el año pasado a un universo representativo de productores de diferentes edades a cargo de establecimientos mayores de 300 hectáreas repartidos en cuatro provincias: Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos y Buenos Aires.

La información que se desprende de esta encuesta les permite, según detalló Piazzardi, hacer un “escaneo” de lo que piensan los productores, que son los primeros tomadores de decisiones del sector, respecto al futuro cercano de su negocio, lo que a su vez ayuda a establecer patrones o tendencias más generales para el sector. Esta información es muy valiosa, a su vez, para los actores de la cadena encargados de proveer insumos y servicios a ese primer eslabón de la cadena productiva, que con sus decisiones

arrastran a todo el resto.

La foto del productor del siglo XXI

Los dos especialistas brindaron una “foto” actualizada y precisa del productor promedio de la zona núcleo agropecuaria, en base a los resultados de la encuesta hecha el invierno pasado en cuatro provincias. Según detalló Piazzardi, profesor e investigador del Centro de Agronegocios de la Universidad Austral, este tomador de decisión es cada vez más joven (en promedio, unos 12 o 15 años más joven que un productor estadounidense), con un alto nivel de estudio (el 40% tiene estudios universitarios completos), principalmente no reside en el establecimiento (a diferencia de lo que si ocurre en Estados Unidos) y sabe que las estrategias de negocios del sector están atravesadas por grandes cambios a nivel global, tanto desde lo tecnológico como desde la logística y lo geopolítico.

En ese marco, y a diferencia de algunas décadas atrás, hoy los productores perciben que su principal fortaleza pasa por el manejo de buena información para tomar mejores decisiones de negocios. “Si hasta el año 2000 la clave era el producto y luego fue el marketing, hoy es el manejo de la información. Los datos manejan el negocio”, sintetizó Piazzardi.

El productor de la segunda década del siglo XXI apuesta a crecer, no tiene miedo de invertir y sabe que el modelo de manejo de principio de siglo, que funcionó muy bien durante varios años, hoy se volvió demasiado complejo y caro. “A la hora de enumerar los desafíos de negocios a 5 años la primera preocupación tiene que ver con el rendimiento y productividad, porque el sistema que hasta 2010 era barato y simple, hoy es complejo y caro. Ese sistema exitoso se crackeó y aparecieron muchas resistencias, ¿Cuál es el nuevo sistema? ¿Cómo se acompaña a ese nuevo sistema? Esa es una de las grandes incógnitas del productor de hoy”, dijo Piazzardi. Y como problemas nuevos precisan soluciones nuevas, es en esa brecha que los proveedores de insumos y de servicios como ACA tendrán que poder adaptarse, encontrar nuevas estrategias y seguir brindando soluciones a sus clientes.

“La foto que vemos es la de un productor cada vez más joven que opera campos más grandes, con más formación universitaria y cada vez más analíticos a la hora de tomar decisiones, porque manejan más y mejor información. Buscan soluciones rápidas, están dispuestos a invertir en tecnología, conocimientos y gestión y quieren hacer valer su tiempo” argumentó Feeney.

De la teoría a la práctica: conclusiones de los talleres

Tras la introducción con los datos de la encuesta, llegó la hora del trabajo en grupo: para eso, los asistentes se dividieron en mesas de trabajo y tuvieron una hora para contestar, de forma colectiva, a dos preguntas clave: ¿Qué cambios y tendencias nuevas detectaban en sus ámbitos laborales? ¿Qué estrategias o soluciones pensaban que podían ayudar a enfrentar estos nuevos desafíos?

A la hora de enumerar los cambios que detectaban, la lista fue amplia y diversa, aunque también aparecieron muchas coincidencias: se percibe un gran recambio generacional, que repercute en varios

sentidos ya que por una parte el sector se profesionalizó más, pero por la otra hay "menos sentido de pertenencia" y cierta distancia con los valores cooperativos que caracterizaron a las generaciones familiares anteriores.

Desde una mirada estrictamente de negocios, muchos de los participantes marcaron que creció la competencia tanto de asistencia técnica como comercial, por lo que es clave diferenciarse y ofrecer algún valor basado en el trato humano, la cercanía y la empatía, algo que el productor promedio sigue apreciando mucho. El afianzamiento de un modelo de "agricultura de datos" es claro: los más jóvenes, pero también los más grandes, buscan cada vez más tener información detallada sobre los diferentes aspectos del negocio y acceden a ella cada vez más vía Whatsapp, y son cada vez más receptivos a compartir esos datos si eso se traduce en mejorar la toma de decisiones.

También comienza a afianzarse una tendencia hacia las producciones sustentables como el biocombustible, los biodigestores y el extrusado de soja, así como un modelo de concentración en el cual los pequeños y medianos productores tienden a ser cada vez menos numerosos.

Para responder a estas demandas cada vez más aceleradas y exigentes, el mundo de los proveedores de insumos y servicios deberá hacer su parte: capacitación, especialización, segmentación de clientes y productores y mejores canales de comunicación fueron algunas de las estrategias o soluciones aportadas por los asistentes a la jornada como posibles respuestas a este nuevo productor joven, instruido e informado.

También surgió la necesidad de reforzar la historia y los lazos humanos, profesionales e institucionales que aporta el cooperativismo.

Apostando al futuro

En ese escenario, la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA) tiene para ofrecer, en palabras de su presidente Rubén Borgogno, lo mejor de los dos mundos: la mejor tecnología en insumos y servicios, siempre con rostro humano: "Sin las personas, las ideas no se pueden concretar", dijo el directivo, quien aprovechó que la cooperativa cumple 100 años para repasar algunos de los hitos de la entidad como la producción de semillas de trigo en 1976, las semillas híbridas desde 1988 y la elaboración de fitosanitarios a partir de 1989. "Estuvimos durante la segunda revolución de las Pampas de los años '90 acompañando con semillas, fitosanitarios y fertilizantes para potenciar la producción", resaltó.

En 1999 se sumó el laboratorio de suelos, en 2008 llegó el acuerdo con Bunge y en 2010 fue el turno del súper fosfato. "ACA siempre apostó a los agroinsumos, fue así como pasamos de una facturación de 110 millones de dólares en 2007 a mil millones en el último ejercicio. Somos una de las empresas líderes de Argentina y los números hablan", agregó Borgogno, para quien la institución siempre respondió "con apuestas e inversiones" a mejorar el negocio para clientes y asociados.

"En tiempos difíciles supimos tomar decisiones coyunturales acertadas, porque el agro es un sector que se mueve siempre en un contexto cambiante. A todo ese avance lo pudimos hacer porque siempre estuvimos acompañados de personas, que son ustedes, que somos nosotros mismos", sintetizó sobre el cierre del Encuentro Nacional. ▫

CUIDADO
CON EL USO DE LOS MEDICAMENTOS
Los antiparasitarios
mal empleados
tienen un efecto perjudicial
en la cadena
de carne vacuna.
Sus residuos en la carne
nos restan mercados
y bajan el precio.
Por eso, a la hora de
administrar ivermectina
es importante consultar
con el veterinario,
respetar los periodos de carencia
y nunca mandar el ganado a faena
antes del plazo estipulado.
ES TU RESPONSABILIDAD,
ES LA DE TODOS.
SABER LO QUE CONSUMIMOS
ES VALORAR LO QUE PRODUCIMOS
CARNE ARGENTINA
IPCVA Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina
www.ipcva.com.ar

ESTRATEGIA DIGITAL

ACA Market en constante crecimiento

La tienda online de insumos agropecuarios de ACA evoluciona en facturación, servicios, productos y tecnología. Cooperativas del sur de Buenos Aires, Santa Fe y La Pampa lideran el ranking de mayor participación.

Después de dos ejercicios y medio de labor, ACA Market, fiel a su objetivo de evolucionar en el e-commerce de agroinsumos, exhibe con orgullo operaciones totales por U$S 10.902.570, de los cuales, U$S 7.844.822 corresponden al ejercicio cerrado el pasado 30 de junio.

"La pandemia de Covid aceleró la adopción de esta herramienta digital y de allí que, desde su lanzamiento en febrero de 2020, no ha parado de crecer en facturación. Recuerdo que, en una de las primeras reuniones, cuando se estaba desarrollando esta plataforma, mencionaron que quizás la primera operación la podríamos alcanzar al año de su presentación en sociedad. Sin embargo, al año ya habíamos facturado U$S 1,2 millones. De hecho, la primera operación se realizó a la semana de su puesta en marcha", dijo a La Cooperación el licenciado Matías Bancalari Solá, responsable de ACA Market.

Además, agregó: "Hoy por hoy la plataforma cuenta con 25 Cooperativas adheridas con diferentes rangos de presencia a nivel de comunicación, técnica y comercialización, y de las que una decena opera con asiduidad, con casi 2.000 productores que realizan compras online sobre un registro total de más de 2.700 usuarios".

El responsable de la plataforma destacó otro parámetro. "En el conjunto de la facturación de Cooperativas, algunas de ellas se distinguen por sus importantes montos, por ejemplo, lidera este ranking la Cooperativa La Emancipación de Darregueira y le siguen las Cooperativas Federal Agrícola Ganadera de Maria Susana, Agrícola Ganadera y de Consumo de Freyre, Atreu Co Agropecuaria de Macachín y Agrícola Ganadera de Videla Limitada. A estas entidades las ponemos como ejemplos del modelo ideal sobre cómo deben operar el resto de las colegas".

Enseguida señaló que "requiere capacitar al productor para que pueda comprender cómo funciona la plataforma y todas las incorporaciones que hacemos para brindar más agilidad y eficiencia. Es cierto que hay cierta resistencia porque los hábitos están arraigados, pero lentamente el proceso se va entendiendo y el usuario encuentra los beneficios, por caso la mejor utilización de su tiempo, el acceso a la información, ver los precios de los productos que desea adquirir, tener a la vista las condiciones técnicas y económicas del bien a comprar y hacer la operación desde la comodidad de su hogar".

Bancalari Solá enfatizó que "más allá del ámbito comercial, la plataforma tiene tres pilares: la comunicación, que le permite a la Cooperativa personalizar y convertirse de física en digital; tener una herramienta que es de última tecnología y gratuita; y ofrecer la información técnica de una manera muy simple".

Evolucionar el mercado

¿Las Cooperativas que más trabajan con ACA Market disponen de una o más personas dedicadas exclusivamente al e-commerce?

No requiere de una o más personas dedicadas exclusivamente. Hay que desmitificar este concepto. Sólo se necesita que la Cooperativa decida que esta herramienta le sirve al productor y sea un servicio más que acompañe al resto de

las unidades de negocio. Alguna vez lo señalé: Nosotros no vinimos a revolucionar el mercado sino a evolucionarlo. Este es el concepto que constantemente deseamos trasladar a las Cooperativas, pues el objetivo está en ofrecer nuevas variantes de servicios a los existentes.

¿Cuál es el rango etario de los productores que trabajan con ACA Market?

De acuerdo con las métricas que manejamos el rango es bastante variable. En un principio manejábamos la posibilidad de que esta plataforma la iban a utilizar el sector de + 35 años. Los diferentes datos que recogimos a lo largo de estos casi tres años arrojan un equilibrio en el rango etario. Dentro del grupo de + 60 años, la utilizan un 20 %; en el segmento de + 35 años la usan un 15 % y se da el mismo porcentaje para quienes tienen entre 45 y 60 años.

Mayores servicios

¿Han incorporado mayor tecnología en la plataforma?

Por supuesto. En el último tiempo le generamos a cada Cooperativa usuaria un panel de gestión autónomo, desde donde puede gestionar toda la plataforma de manera independiente del administrador general. Por otro lado, se incorporaron productos en pesos, en aquellas entidades que

Lovera: "ACA Market es una herramienta más de venta"

"El secreto del desarrollo de ACA Market en el seno de la Cooperativa de Maria Susana es el compromiso asumido por la entidad, el trabajo constante y la predisposición de muchos productores a sumarse. Algunos eligen a esta plataforma de e-commerce por las promociones; otros, por la comodidad de hacer las compras sin moverse de su casa o del establecimiento agropecuario. También, la pandemia de Covid facilitó que muchos productores mayores accedieran a este servicio y, después, lo hicieran los agricultores más jóvenes, que están más predispuestos a este cambio en la comercialización. Para nosotros, en definitiva, es una herramienta más de venta", argumentó el ingeniero agrónomo Andrés Lovera.

Si bien el rango de edad de los productores que la usan está entre los 35 y 50 años, los que más la utilizan son los que están en el rango etario de 35 a 40 años. "Iniciamos esta nueva modalidad hace dos años y ahora son unos 80 usuarios que han adoptado a la plataforma, especialmente para la compra de semillas híbridas, en especial maíz. Allí está el grueso de la facturación online", dijo.

El ingeniero Lovera concluyó con palabras de elogio para con Matías y Sofía, porque "permanentemente están predispuestos, como soporte técnico, a ser parte de la solución y hacernos sentir que el fuerte vínculo entre la Cooperativa y ACA se construye diariamente".

están formulando productos propios (nutrición y sanidad animal) y lubricantes y combustibles, para ofrecer a través de ACA Market. Este es un desarrollo muy importante porque otras plataformas son de una sola moneda y la nuestra es bimonetaria (pesos y dólares).

Asimismo, estamos en un proceso muy avanzado con algunas Cooperativas para que la plataforma integre los precios y los stocks de manera automática con los sistemas que ellas disponen, y para que no tengan que cargarlos de forma individual o unitaria. Esto es un cambio absolutamente radical en cuanto a la operatoria, y es un trampolín para otra realización fundamental que es la facturación online, y que, de acuerdo

con los avances, estaría hacia fines de este año.

La billetera virtual AL2 del Grupo Cooperativo ya es una realidad tangible, ¿Estará integrada como medio de pago a ACA Market?

Obviamente que sí. Será otra forma de pago, y también ya está siendo integrada con otras aplicaciones de la Asociación como ACA Mi Campo y, potencialmente, con otras más. Claramente, todo esto tiene que ver con la impronta que tiene ACA en liderar la digitalización del agro.

¿Qué estrategias están llevando a cabo para llegar a más Cooperativas y productores?

Vamos por más. Nuestro objetivo es que el universo de todas las Cooperativas acceda a la plataforma. Claramente esto tiene sus tiempos, no sólo para las entidades sino también para los productores, pues existe una idiosincrasia en cada uno. De allí que la estrategia que vamos desarrollando tiene que ver con el soporte, con el seguimiento y acompañamiento diario, y no con una adhesión unilateral. Lo que nosotros pregonamos tiene que ver con la intención y el entendimiento por parte de la Cooperativa en adoptar una herramienta digital. Después, ACA Market se encarga del seguimiento continuo, del apoyo, la ayuda para realizar las estrategias de comunicación y comerciales. Las entidades primarias deben tener muy claro que nosotros nos transformamos en su propio equipo para desarrollar la plataforma. Hasta ahora esta manera de ser y actuar nos ha dado muchísimas satisfacciones y el resultado económico y social está a la vista con esta constante evolución que venimos teniendo desde febrero de 2020 a la fecha. ACA Market llegó para quedarse y evolucionar, porque no es una cuestión temporal o de moda, sino algo permanente y al servicio de nuestras Cooperativas y productores. ▫

Stadler: "ACA Market es una herramienta de servicio"

Para el subgerente de la Cooperativa "La Emancipación" de Darregueira, Damián Stadler, no hay secretos para estar liderando el ranking de entidades primarias que más facturan con la plataforma ACA Market. "Para nosotros es una herramienta más para sumar servicio a nuestros productores y una manera diferente de trabajar por y para ellos", dijo.

A poco de lanzarse la plataforma, las autoridades de "La Emancipación" no dudaron en adoptarla y un grupo de funcionarios, liderados por Stadler, tomaron el compromiso de hacerla visible. "Para ello tuvimos que capacitar a todos los operadores comerciales y, a la vez, mediante la ayuda del soporte de ACA Market, en las personas de Matías Bancalari y Sofía Arriola, pudimos llevar este nuevo servicio a nuestros productores", acotó.

El rango de edad de los productores que adquieren insumos agropecuarios de manera virtual es muy amplio y va de los 25 a los 70 años, "pero si lo segmentamos, los que más participan tienen entre 30 y 50 años".

"Nosotros abarcamos muchas localidades ubicadas en el sudoeste de Buenos Aires y La Pampa, y desplegamos una gran red de servicios. De los 900 productores a los que les brindamos diariamente servicios, 200 operan asiduamente con la plataforma digital, es decir, el 22 %. Deseamos enfatizar que para que este número siga en aumento, estamos acompañados por el destacado soporte humano y la colaboración permanente del equipo de ACA Market, y que los sentimos como nuestros", afirmó.

MUNDO COOPERATIVO

Guarco presidirá ACI en los próximos cuatro años

En la asamblea realizada en Sevilla, España, obtuvo 445 votos sobre 164 de la australiana Melina Morrison y 160 del francés Jean-Louis Bancel. Había sido elegido en 2017 y continuará ocupando el máximo cargo del cooperativismo mundial por cuatro años más.

Los miembros de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) renovaron el mandato del cooperativista argentino Ariel Guarco para los próximos cuatro años. El pasado lunes 21 de junio fue reelegido como presidente de la ACI con 445 votos, de un total de 769. Las elecciones se celebraron en la Asamblea General de la ACI, en Sevilla, España.

Ariel Guarco lleva desde su juventud involucrado en el ámbito cooperativista, a través de la Cooperativa Eléctrica Limitada de Coronel Pringles, ubicada en el sur de la provincia de Buenos Aires. Desde 2011 viene ocupando el cargo de presidente en la Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR), miembro de la ACI, y entre 2014 y 2018 formó parte del Consejo de Administración de Cooperativas de las Américas. Es miembro del órgano de dirección de ACI desde 2013 y fue elegido presidente de esta organización en noviembre de 2017.

“Me siento honrado por esta reelección como presidente de la ACI. Durante los últimos cuatro años he puesto lo mejor de mí para cumplir aquello a lo cual me comprometí y ofrezco una vez más mi compromiso, mi dedicación y mi entusiasmo para continuar en una nueva etapa donde podamos cristalizar nuevos logros”, señaló Guarco.

Otros candidatos optaban a la presidencia de la ACI. Melina Morrison, que obtuvo 164 votos, nominada por el Business Council of Co-operatives and Mutuals (Australia) y Jean-Louis Bancel, que obtuvo 160 votos, nominado por Coop FR (Francia).

Unos 400 cooperativistas de 60 países se reunieron en Sevilla para asistir a la Asamblea General. En su transcurso se destacó el discurso del presidente de COOPUkraine, un miembro de la ACI de Ucrania. Durante su alocución compartió la situación del movimiento cooperativo en el país y solicitó ayuda del cooperativismo mundial.

Consejo de la ACI

Durante la Asamblea General de la ACI también se eligió un nuevo Consejo de Administración. Veintidós candidatos se presentaron para ocupar los quince puestos del órgano de dirección. Estos fueron los miembros elegidos:

- **Márcio Lópes de Freitas,** Organizacao das Cooperativas Brasileiras (OCB), de Brasil.
- **Krasimir Ignatov,** Central Cooperative Union Bulgaria, de Bulgaria.
- **Alexandra Wilson,** Co-operatives and Mutuals Canada, de Canadá.
- **Zhenhong Cai,** All China Federation of Supply and Marketing Cooperatives (ACFSMC), de China.
- **Maria Eugenia Pérez Zea,** Asociación Colombiana de Cooperativas (Ascoop), de Colombia.
- **Marjaana Saarikoski,** SOK Corporation, de Finlandia.
- **Aditya Yadav,** Indian Farm Forestry Development Cooperative Limited (IFFDC), de India.
- **Bahman Abdollahi,** Iran Chamber of Cooperatives (ICC), de Irán.
- **Giuseppe Attilio Dadda,** Alleanza Cooperative Italiane, de Italia.
- **Toru Nakaya,** Central Union of Agricultural Co-operatives (JA-ZENCHU), de Japón.
- **George Magutu Mwangi,** Kenya Union of Saving & Credit Co-operatives Ltd (KUSCCO), de Kenia.
- **Dato’ Kamarudin Ismail,** Malaysian National Cooperative Movement, de Malasia.
- **Simona Cavazzutti,** Confederación de Cooperativas Rurales de Paraguay (CONCOPAR), de Paraguay.
- **Iñigo Albizuri Landazabal,** Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado (COCETA), de España.
- **Martín Lowery,** National Cooperative Business Association (NCBA CLUSA), de los Estados Unidos.

Las organizaciones sectoriales nominaron a cuatro representantes y estos fueron elegidos formalmente en la Asamblea General. Estos candidatos son, el Dr. Carlos Zarco, de la Organización Internacional de Cooperativas de Salud (IHCO), Blase Lambert de Cooperative Housing International (CHI), Sung-hee Lee, de International Cooperative Agricultural Organization (ICAO) y Shaun Tarbuck de International Cooperative and Mutual Insurance Federation (ICMIF). También se eligió formalmente a la representante de juventud, Ana Aguirre, de España y la representante de equidad de género, Xiomara Nuñez de Cespedes, de la República Dominicana. La Asamblea General de la ACI ratificó a tres vicepresidentes que fueron elegidos por sus asambleas regionales. Estos son High Chief Oriyomi Ayeola de la ACI África, Chandrapal Singh Yadav de la ACI Asia-Pacífico y Susanne Westhausen de Cooperatives Europe. ▫

#1 VOS

SOMOS LÍDERES POR NUESTRA RELACIÓN DE CONFIANZA

Te ofrecemos coberturas exclusivas con la más amplia gama de productos comerciales del país para protegerte durante todo el proceso productivo.

11.000	3.500.000	$600.000.000
Productores Agropecuarios	Hectáreas Aseguradas	En Siniestros Pagos

GRANIZO 4X4

GRUPO ASEGURADOR La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

Nº de inscripción en SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN