

2018

**Uifrä**

UNIÓN DE INDUSTRIALES FIDEEROS  
DE LA REPÚBLICA ARGENTINA





# SOLO CON MULTIDRIVE

## LA TECNOLOGÍA MULTIDRIVE PROPORCIONA UNA MEJOR FLEXIBILIDAD PARA UNA CALIDAD DE PRODUCTO SUPERIOR

Con la nueva tecnología MULTIDRIVE de Pavan se puede obtener una pasta de una calidad inigualable. Estos resultados se logran a través de una serie de características innovadoras que proporcionan una mayor precisión en los parámetros de procesamiento a lo largo de toda la línea de producción con las mejores prestaciones en el proceso de presecado y secado. El producto final se distinguirá no sólo por su flexibilidad, sino también por su estabilidad, su resistencia estructural, su color perfecto y su comportamiento en la cocción.

DESCUBRA MÁS EN  
[www.pavan.com/multidrive](http://www.pavan.com/multidrive)



A COMPANY OF

---

# BLANCO SOBRE NEGRO

## ANUARIO ARGENTINO DE PASTAS SECAS 2018



Pasaje La Nave 1038  
C1424CFD – Ciudad de Buenos Aires  
+54 11 4431-0099/4064  
[www.uifra.org.ar](http://www.uifra.org.ar)

La Unión de Industriales Fideeros de la República Argentina es la Cámara Empresaria que nuclea a los fabricantes de pastas secas a nivel nacional. Es continuadora de una larga tradición gremial empresaria que se remonta a los primeros años del Siglo XX.

Trabajamos con la visión de transformar al sector fideero nacional, a fin de convertirlo en uno de los eslabones más dinámicos y mejor organizados de la cadena triguera argentina.

## AGRADECIMIENTOS

**Sindicato SATIF y Sr. Héctor Vecslir:** por haber colaborado en la investigación para la nota de la sección “Fideeros del ayer”.

**Kantar WorldPanel:** por su colaboración habitual para la realización de la nota sobre mercado interno.

**Damián Di Pace:** por la entrevista exclusiva concedida.

**Establecimiento Fideero Berazategui y Casa Troncoso:** por prestar sus establecimientos para la realización de fotografías.

**Julian Zschocke:** por su amable reflexión sobre la cadena triguera en Argentina.

**Centro de Estudios de la Unión Industrial Argentina:** muy especialmente a su Director, el Lic. Pablo Dragún.

## LA UIFRA LES DA LA BIENVENIDA A LOS NUEVOS SOCIOS



Complejo Industrial  
Alimentario S.R.L.



Cooperativa Los  
Molinos



Casa Troncoso



WAKAS S.A.



Agrícola Magdalena

## STAFF EDITORIAL

El “Anuario Argentino de Pastas Secas 2018” es un desarrollo editorial de la Agencia DYNCOM Comunicación Estratégica.

[www.dyncom.com.ar](http://www.dyncom.com.ar)

### Director

Lic. Pedro M. Gottifredi.

### Traducción y corrección

T.P. María Belén Toranzo.

### Diseño y diagramación

Lighthouse, Taller de Diseño.



# AUTORIDADES



**PRESIDENTE**  
**Sr. Juan Manuel Airolde**



**VICEPRESIDENTE**  
**Sr. Luis Arata**  
Fideera Merlo  
*En reemplazo del Sr. Luis Massuh  
(Molinos Río de la Plata S.A.)*



**SECRETARIO**  
**Sr. Jaime Simón**  
Simón Hnos. S.A.



**TESORERO**  
**Sr. Fabián Menichelli**  
Cinque-Terre S.R.L.



**1er VOCAL**  
**Sr. Alberto Peluffo**  
Establecimiento Fideero  
Berzategui S.R.L.

## VOCAL TITULARES

Sra. Natalia Marini (Fideera San Carlos S.C.A.)  
Sr. Roberto Vanni (Complejo Alimenticio San Salvador S.A.)  
Sr. Daniel Barrera (Molino Las Junturas S.A.)  
Sr. Héctor Artero (Fideera Chivilcoy S.A.)  
Sra. Natalia Fratamico (Fideos Don Antonio S.A.)  
Sr. Aníbal Cárdenes (Cárdenes Hnos. S.A.)

## EQUIPO INSTITUCIONAL



**GERENTE**  
Sr. Daniel Fara



**CALIDAD**  
Sra. Carla Pagano



**SECRETARIA**  
Sra. Adriana Páez

# CONTENIDOS



## 06

### Empezar

Por Juan Airoldes

## 20. La transparencia nos define

La UIFRA puso en práctica un "Protocolo de Transparencia"



## 10

### La huella de Fabián Menichelli al frente de la UIFRA



## 08

### Tenemos un gran desafío por delante.

Fernando Grosso

## 24

### Actividad institucional

**24.** Participación de la UIFRA en la Mesa de Competitividad del Trigo

**25.** Jornadas de la Revolución Molinera

**25.** 45° Jornadas Trigueras en Leones

**26.** World Pasta Day celebrado en San Pablo

**27.** Congreso de delegados de SATIF

**27.** Remodelación de la sede social

**30.** Comité Ejecutivo de COPAL con Etchevehere y Sica

**30.** PLATAFORMA BUY ARGENTINA

**31.** El editor del medio italiano Pastaria de visita en Argentina

**32.** Cámaras amigas

## 34

### Ejes de gestión

**34.** Acceso de MIPYMES a las góndolas

**35.** Paritarias: negociación prolongada y 23% de incremento

**36.** Fuertes reclamos de la UIFRA por las tasas municipales de abasto

**37.** 400 g: la UIFRA se opone y el Mercosur demora una respuesta





# 15

Reintegros, retenciones  
y el laberinto de la  
competitividad

**44** La marca trigo argentino, un desafío para toda la cadena

**48** Las biorefinerías,  
¿una oportunidad para el trigo?



# 52

La mirada de la UIA  
Pablo Dragún



KANTAR WORLD PANEL

# 40

**Pastas secas**  
Crecen los segmentos de  
menor valor



# 64

Ser PyME en una  
Argentina cortoplacista  
Entrevista a Damián Di Pace

**56** Algunas impresiones sobre la Feria SIAL

**58** Misión comercial a Bolivia y Paraguay

**68** Entrevista a Marisa Bircher

**72** Fideeros del ayer: Barrita de Oro

**74** EE.UU. y China reducen aranceles,  
¿una oportunidad?

**78** El Encuentro Federal 2017 en fotos

**82** Ya es obligatoria la declaración  
de alérgenos en el rótulo



# 62

Molinos Río de La Plata  
incorpora la línea de  
pasta larga más grande  
del mundo



# EMPEZAR

## Back to square one? Never!

One thing that our country has always lacked is foresight. State Policies, short and long term ones, and other similar concepts to give us a clear idea about our future have been absent throughout history.

When we heard about the “World’s

Supermarket”, we, undoubtedly, accepted the challenge and got the ball rolling.

Despite the energy prices on the rise, a retarded exchange rate, the violent tax burden, and our precedent as a closed economy for many years, we decided to start our journey with sincere enthusiasm in early 2016.

After this difficult, painful and distressing year for all of us, we are facing, once again, the usual uncertainty resulting from government measures going against what was originally planned.

Nobody doubts about the emergency that our country is going through, and about the need to be even more understanding





**Lic. Juan Manuel Airolde**

34 años, casado, una hija.  
Licenciado en Comunicación de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.  
Hasta el 2012 integró el área de Pastoral Social de la Conferencia Episcopal Argentina.  
Inició su trayectoria en la Industria Fideera como comercial de una pequeña PyME de pastas laminadas.

# Queremos ser la “Italia de Sudamérica”

Si algo le ha faltado a nuestro país es una visión. Políticas de Estado, de largo plazo y otros conceptos similares que nos hablan de una idea clara de la cual hemos carecido permanentemente a lo largo de la historia.

Cuando escuchamos hablar de “Supermercado del Mundo”, sin dudarlo, decidimos aceptar el desafío y poner manos a la obra.

Aún a pesar de los costos energéticos en alza, un tipo de cambio atrasado, la feroz presión tributaria y el antecedente de haber estado cerrados como economía durante muchos años, decidimos emprender un camino con sincero entusiasmo a comienzos de 2016.

Luego de este 2018 tan difícil, amargo y angustiante para todos, nos encontramos, una vez más, con la incertidumbre habitual como resultado de medidas que van a contramano de lo que originalmente se pensó.

Nadie duda de la emergencia por la que atraviesa nuestro país y de la necesidad de ser más comprensivos y solidarios que nunca. Tal es así que ni nosotros ni la agroindustria hemos presentado quejas tras el recorte de reintegros, a pesar de que sabemos que nos corresponden.

Pero cuando se reinstala el impuesto exportador para todos por igual (sin diferenciar por nivel de agregado de valor), volvemos a sentir el “vértigo” de esta “montaña rusa” llamada Argentina.

Lo que el Estado percibe gravando nuestro producto es apenas unos USD 800.000 al año, y podría ser menos si tomamos en cuenta que los envíos podrían disminuir.

La Industria Fideera ha decidido mostrarse al mundo como un proveedor serio y confiable y no tenemos intención de retirarnos una vez más. Queremos ser la “Italia de Sudamérica”, y no queremos renunciar a este sueño.

and supporting than ever. Such is the case that neither we the pasta industry, nor the agro-industry, have complained after the refunds’ cutback, even though we know they belong to us. But the fact that a tax to exports of ARS 3 per every Dollar is being established and equally applied, without differentiating

the level of added value within a chain, seems really difficult to accept. What the State receives by taxing our product is barely around USD 800,000, and could be a smaller amount if we take into account that shipments could decrease. The pasta industry has decided to face

the world as a responsible and reliable supplier, and we have no intention to back away once more. We have requested the removal of the exports tax regarding our products for the end user, and for the regional economies. We want to be the “South American Italy”, and this time, **we mean it.**



## Fernando Grasso

Secretario de Industria  
de la Nación

# Tenemos UN GRAN DESA FIO por delante

Será o no por la ascendencia italiana que tenemos muchos, pero el dato es irrefutable: la Argentina es uno de los países que más consume pastas alimenticias en el mundo. Y está también entre los principales productores, con cerca de 350.000 toneladas anuales. Tenemos dos ventajas, contamos con la materia prima (este año la cosecha de trigo será récord) y con un importante entramado productivo con empresas y marcas reconocidas en la Argentina y en la región. Y tenemos un desafío fundamental: exportar más para acercarnos a la idea de ser el supermercado del mundo.

Estamos atravesando un momento complejo, pero saldremos de esta crisis mejor parados para retomar la senda del crecimiento que traíamos hasta el primer trimestre del 2018. Con un nuevo tipo de cambio y un presupuesto equilibrado por primera vez en muchos años, estamos sentando las bases para un crecimiento sostenido en el tiempo.

La estabilidad macro es una condición necesaria para el desarrollo. Pero tenemos que seguir trabajando en las reformas estructurales que nos van a llevar a una economía mucho más competitiva desde un punto de vista sistémico, más allá del tipo de cambio. A pesar de la coyuntura, seguimos comprometidos con un sendero de reducción de impuestos que se logrará mediante el pacto fiscal y la reforma tributaria.

El plan de infraestructura que estamos llevando adelante nos permitirá continuar con la reducción de la baja de los costos logísticos. Tenemos que tener un Estado inteligente y ágil que acompañe a las empresas en sus proyectos de inversión y generación de empleo. Con el plan de simplificación productiva

### **We have the Challenge to Boost Exports**

By Fernando Grasso, Secretary of the Argentine Ministry of Industry.

May be because of the Italian origin many Argentine people have, or not, but we have an irrefutable datum: Argentina is one of the countries with higher food pasta consumption around the world. And our country is also among the main pasta manufacturers, with around 350,000 annual tons. We have two advantages: we have the raw material (this year the wheat harvest will be a record harvest), and an important productive framework, with renowned

companies and brands within Argentina and the region. Moreover, we have an essential challenge: to export more in order to achieve our aim of being the world's supermarket.

We are going through a very complex time, but we will come out better than before in order to restart the road of growth we were on up to the first term of 2018. With a new exchange rate and a balanced budget for the first time in years, we are laying the foundations for sustained growth.

The stability of the macro-economy is a necessary condition for development. However, we need to go on working in the structural reforms that will

take us to a much more competitive economy from the systemic point of view, beyond the exchange rate. In spite of the circumstances, we are still fully committed to go through a tax reduction path, which will be achieved by the tax agreement with the provincial governments and the tax reform.

The infrastructure plan we are carrying out will allow us to continue with the logistics costs' reduction. We need a smart and agile State that helps the companies in their investment projects and in employment creation. With the production simplification plan we are eliminating bureaucracy and paper formalities, which had



# PÚBLICO + PRIVADO

estamos eliminando burocracia y trámites en papel que ya no tenían sentido y nos permitirá concentrar nuestros esfuerzos en la política productiva, con procesos trazables y medición del impacto de las medidas que llevamos adelante.

Estamos trabajando también en distintas medidas para incorporar herramientas de industria 4.0 en las PyMEs argentinas, la tecnología brinda enormes oportunidades para la mejora de la productividad. La mayor conectividad e información posibilita interconectar los servicios y la industria, impactando en todos los segmentos de las cadenas de valor y dinamizando la producción. Estas son algunas de las reformas estructurales que nos permitirán avanzar hacia una industria fuerte, competitiva y preparada para los desafíos del futuro.

Uno de los pilares para mejorar la competitividad de la industria son las mesas sectoriales en las que Estado nacional y provinciales, cámaras empresarias y sindicatos nos ponemos a trabajar juntos por un proyecto común. Ya lanzamos las mesas automotriz, de energías renovables, madera y muebles y maquinaria agrícola, entre otras. Y esperamos lanzar durante los próximos meses la de alimentos diferenciados.

La industria está presente en todos los motores de crecimiento que tiene la Argentina. Tenemos que aprovechar los segmentos en los que tenemos un mercado relevante como en el caso de los alimentos y las pastas (pero también es el caso de los autos, motos, energías renovables, petróleo y gas, construcción y otros) para fortalecer nuestra estructura productiva con mayor incorporación de tecnología y multiplicar la exportación de bienes con valor agregado. Tenemos un gran desafío por delante, trabajemos juntos y seamos persistentes en la tarea.

---

Trabajemos  
juntos y seamos  
persistentes en  
la tarea

no sense any more, and this will allow us to concentrate our efforts in the production policy, with traceable processes and impact assessment of the measures we are carrying through.

We are also working on several measures to implement 4.0 industry tools in Argentine SME's; technology gives us huge opportunities to improve productivity. More connectivity and information will give us the possibility to interconnect services with the industry, thus having an impact over the segments of the value chains and revitalizing production. These are some of the structural reforms that will allow our country to go forward, towards a strong and

competitive industry, prepared for the challenges of the future.

One of the pillars to improve the industry's competitiveness is formed by the meetings of productive sectors, where the national and the provincial governments, company associations and unions work together towards a project in common. We have already held sectorial meetings with the automotive industry, the renewable energy industry, the wood and furniture sector, and the agricultural machinery industry, among others. Furthermore, we hope we can launch the differential food meeting in a few months.

The industry is present in every engine of growth Argentina has. We need to take advantage of the segments in which we have a relevant market, such as food and pasta (also cars, motorbikes, renewable energies, oil and gas, construction, among others), in order to strengthen our productive structure with a higher degree of technology implementation and to multiply the export of goods with an added value. We have a huge challenge ahead, let's work together and let's be persistent to achieve our goals.



# LA HUELLA

## DE FABIÁN MENICHELLI AL FRENTE DE LA UIFRA

Por Juan Manuel Airoides

Para mí, en lo personal, la inclusión de esta nota tiene un significado muy especial, pues he vivido el período de la presidencia de Fabián (2015-2017) de una forma muy intensa.



### 2015-2017: Remembering Fabián Menichelli's Period as President of the UIFRA

For me, personally, this article has a really special meaning, because I have lived Fabián's period as President in a very intense way. No one but him deserved, in such moment, to be elected President of the institution. Not because he had previously held several other positions within the Executive Board, even the one

of Vice-President, but, mainly, due to his condition of respected colleague, good person and wise leader.

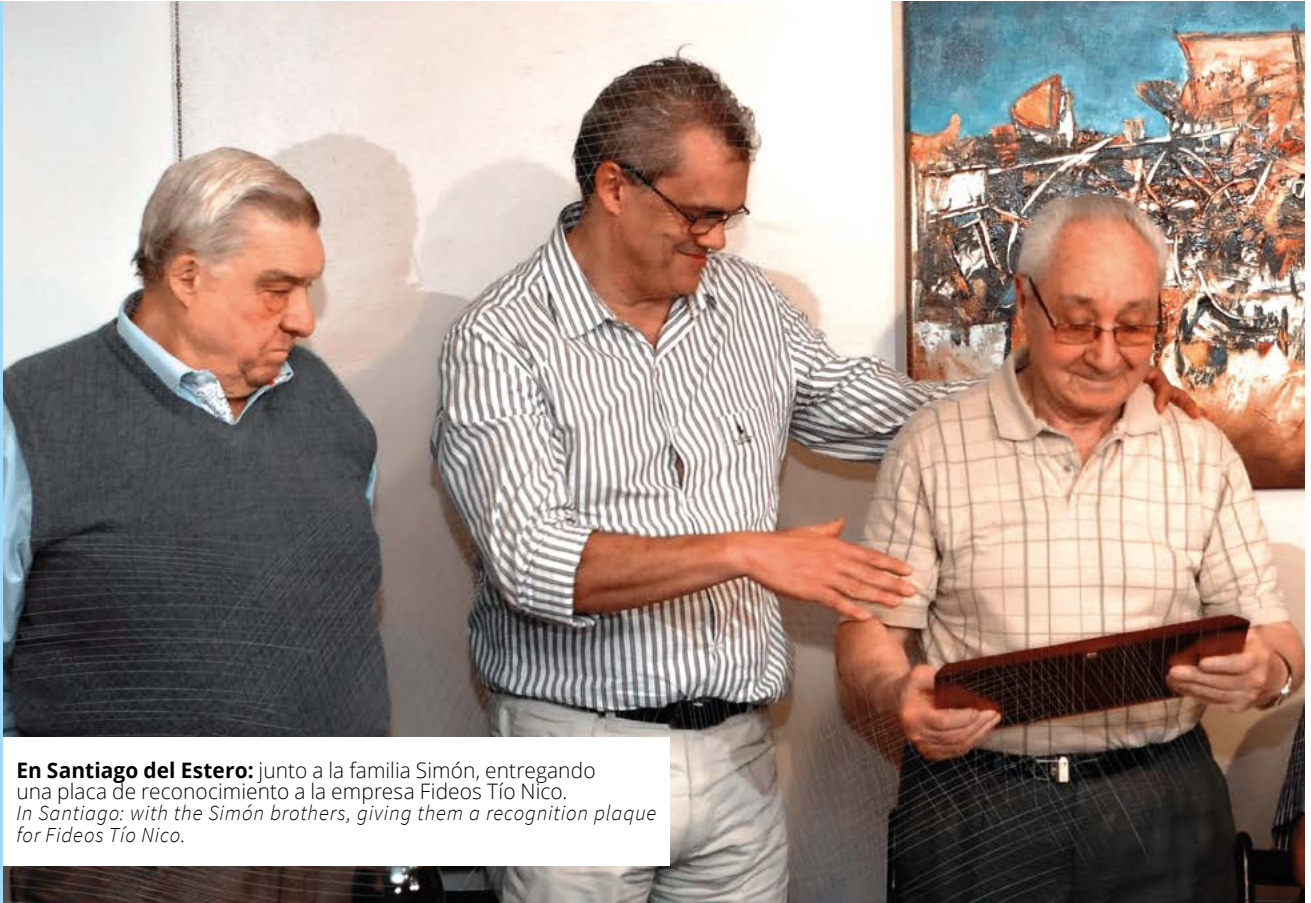
Other facts were also important, such as his outstanding role in the World Pasta Day 2014, in which he made a brilliant opening speech in a moment in which the UIFRA was just starting to reorganize; or his importance in the return of Molinos Río de la Plata to the heart of the Entity in

2013. Then we have the management facts themselves, which I would like to recall.

#### PRICE CRISIS

The tragic situation of low prices in the sector became significantly worse during the years 2015 and 2016. A hostile context appeared (mainly for small and medium-sized companies), which in that moment some people called the "perfect storm".





**En Santiago del Estero:** junto a la familia Simón, entregando una placa de reconocimiento a la empresa Fideos Tío Nico.  
*In Santiago: with the Simón brothers, giving them a recognition plaque for Fideos Tío Nico.*

Nadie más que él se merecía, en ese momento, ocupar ese lugar al frente de la institución. No solo porque había ocupado previamente diversos cargos dentro de la Comisión Directiva, incluso el de Vicepresidente; sino, principalmente, por su condición de respetado colega, buena persona y sabio dirigente.

Otros hechos fueron también importantes, como su rol destacado en el World Pasta Day 2014, en el que pronunció un brillante discurso de apertura en momentos en que la UIFRA recién comenzaba a reorganizarse; o su protagonismo en el retorno de Molinos Río de la Plata al seno de la Entidad, en el año 2013. Luego vinieron los hechos de la gestión, propiamente dichos, los que me gustaría recordar.

#### CRISIS EN EL SECTOR

El drama de la competitividad en el sector se profundizó significativamente durante los años 2015 y 2016. Se configuró un escenario hostil (fundamentalmente para las Pymes), que en ese momento algunos caracterizaron como la "tormenta perfecta".

Recuerdo toda la primera mitad de 2016 discutiendo muy apasionadamente los orígenes de este problema, que demandó por parte de la dirigencia de la UIFRA tanto rigor técnico como equilibrio político.

#### EMBAJADOR DE LA PASTA ARGENTINA

Rusia, Costa Rica y Panamá. Tres países para continuar intentando entender dónde están las claves para el éxito de la Pasta Argentina en los mercados de exportación.

I remember him during the first half of 2016 passionately discussing about the origins of this problem, which required from the UIFRA's leadership both technical exactitude and political balance.

#### ARGENTINE PASTA AMBASSADOR TO THE WORLD

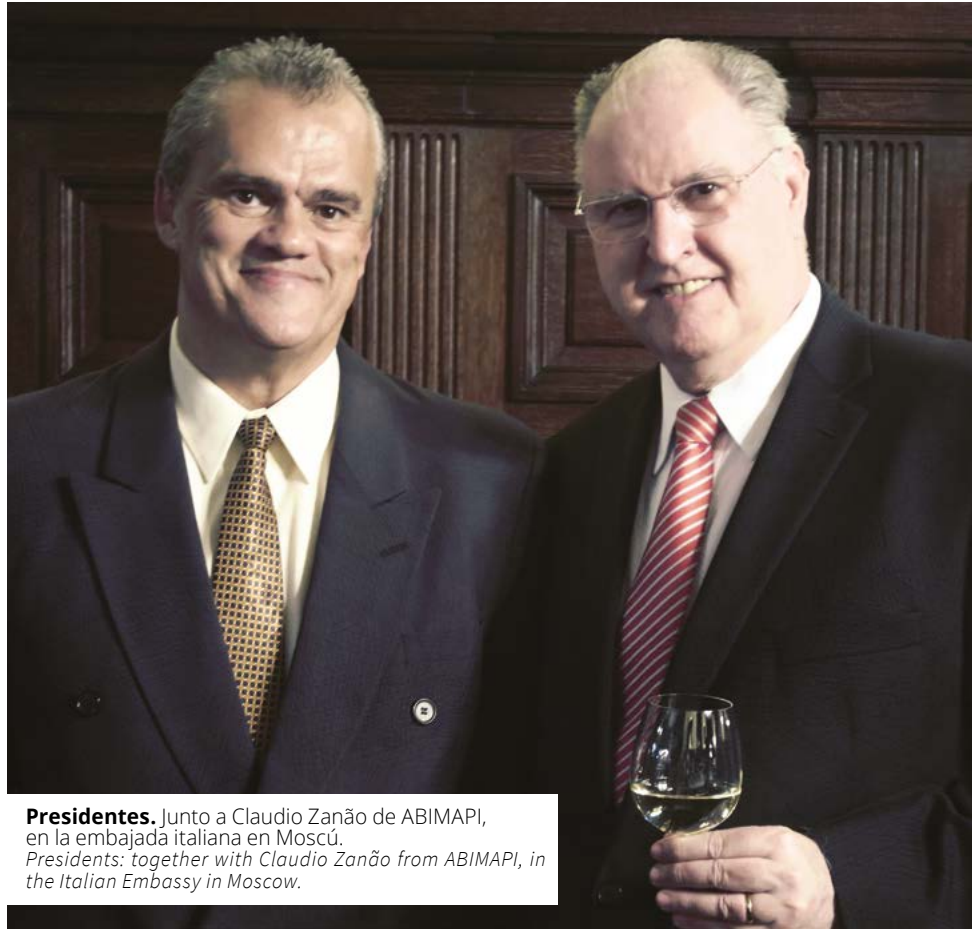
Russia, Costa Rica and Panama. Three countries to continue trying to

understand where are the keys to success for Argentine Pasta in export markets. Fabián started his presidency almost at the same time that there was a change of government in our country. This change characterized itself by a growing tendency towards economic openness, and our sector started going that way. Holding a meeting with a representative of the government of Uzbekistan in Moscow is,

undoubtedly, an experience of contrasts, even for the director of a small company. It needs a high dose of courage and self-confidence. In that same way, Fabián Menichelli became the speaker of a corporate delegation that travelled to Costa Rica and Panama.

#### THE CHAIN VIEWPOINT IS FIRST IMPLEMENTED

Since Fabián's presidency, our



**Presidentes.** Junto a Claudio Zanão de ABIMAPI, en la embajada italiana en Moscú.  
*Presidents: together with Claudio Zanão from ABIMAPI, in the Italian Embassy in Moscow.*

Fabián inició su presidencia casi al mismo tiempo en que se producía en nuestro país el cambio de gobierno. Este cambio se caracterizó por una mayor tendencia a la apertura económica y nuestro sector inició un camino en ese sentido.

Estar reunido con un representante del gobierno Uzbeko en Moscú es, sin duda, una experiencia de contrastes, más aún para un empresario PyME. Se requiere una fuerte dosis de coraje y autoconfianza.

Del mismo modo, Fabián Menichelli fue vocero de la delegación empresaria que viajó a Costa Rica y Panamá.

#### INAUGURA LA MIRADA DE CADENA

A partir de la presidencia de Fabián, nuestro vínculo con la FAIM se hizo mucho más permanente y se incrementó la confianza entre ambas instituciones. Se profundizó nuestro entendimiento de las cuestiones molineras y de la "origina- ción", lo que contribuye a nuestra formación integral como profesionales de esta actividad. Hay algunos hitos de este período que dan cuenta de esto:

- La Entidad ingresó oficialmente en Argentrigo, en carácter de Socio Activo.
- Participamos como disertantes en el Congreso "A Todo Trigo" de la Federación de Acopiadores.
- Coorganizamos la jornada "Sumá Candeal" dónde logramos reunir a más de 100 productores agropecuarios.

relationship with the FAIM (Argentine Federation of the Milling Industry) became much more permanent and trust between both institutions reached a higher level. Our understanding of milling and "origination" issues became higher, and that contributed to our integral training as professionals in this activity. There are some milestones of this period that can give an account on this:

- The UIFRA officially entered Argentrigo, as an Active Partner.
- We participated as speakers in the Congress "A Todo Trigo" of the Stockpilers' Federation.
- We co-organized the Conference "Sumá Candeal" in which more than 100 agricultural producers were present.

#### THE SPLENDOR OF COMMUNICATION CAMPAIGNS

Campaigns in massive communication media were perfected in the context of Fabián's presidency. During such, we made an incursion, for the first time, in the space of a commercial break with a radio jingle, which became massive and popular, inspired in the song "La Felicidad" by Palito Ortega. In 2016, the





## Cuando dos mundos afines se encuentran para ofrecer un servicio completo y confiable

### When two worlds alike meet for a complete and reliable service

**Cusinato Group** a escogido de expandirse junto ha **Cusinato Giovanni**, líder en la producción de **instalaciones de almacenamiento para la pasta y productos granulares**, la empresa **CMB**, desde hace 70 años presente en el **sector de almacenamiento y transporte de harinas, cereales, y derivados**.

Una estrategia que condivide los mismos valores – calidad y know-how – con una gama más amplia de productos, para ofrecer al cliente un **servicio completo y confiable**.

**Cusinato Group** has chosen to expand its business by placing beside **Cusinato Giovanni**, leader in the production of **storage systems for pasta and granular products**, **CMB**, a company that has been in the **storage and conveyance market for milled products, cereals and derivatives** for 70 years.

A strategy sharing the same values – quality and know-how – with a wider range of products so as to offer the client a **complete and reliable service**.

**Cusinato Giovanni S.r.l.s.u.**

Via Monte Pelmo, 8-11  
35018 San Martino di Lupari (PD) - Italy  
Tel. +39 049 9440146 - Fax +39 049 9440174  
info@cusinato.com - www.cusinato.com



**CMB S.r.l.**

Via Anconetta, 16  
36063 Marostica (VI) - Italy  
Tel. +39 0424 780176 - Fax +39 0424 472196  
info@cmb srl.com - www.cmb srl.com





**Amigos.** La presidencia de Fabián relanzó el vínculo con la FAIM.  
*Friends: the presidency of the FAIM gave fresh air to our relationship with such entity.*

### EL ESPLENDOR DE LA ACTIVIDAD COMUNICACIONAL

Las campañas en medios masivos de comunicación se perfeccionaron en el contexto de la presidencia de Fabián. Incursionamos, por primera vez, en el espacio de tanda publicitaria con un jingle radial, que fue masivo y popular, inspirado en la canción de Palito Ortega, “La Felicidad”. En 2016, la campaña pasó a denominarse “Los fideos van con todo”, intentando difundir la multiplicidad de usos; y se sumaron acciones en Internet.

Tampoco nos podemos olvidar del agasajo a miembros de la prensa realizado en el Restaurante Ladesso, con periodistas de la talla de Silvia Naishtadt de Clarín; o el hecho de haber iniciado la saga de los Anuarios en 2016.

El buen manejo de la exposición fue clave durante todo este período. Fueron varias las entrevistas radiales, e incluso televisivas, que Fabián brindó, haciendo valer su estilo claro y franco.

### PARA FINALIZAR

Podría mencionar muchos otros acontecimientos destacados que ocurrieron en este período, como el hermoso Encuentro Federal en Santiago del Estero o logros de gestión, como el reintegro del 6% o la incorporación de las pastas con sémola en las compras que realiza el Estado, etc. Pero lo que más me interesa es homenajear el trabajo silencioso de este querido colega que condujo nuestra Entidad con enorme compromiso, sentido común y sabiduría.

campaign was called “Pasta matches every meal”, with the aim of spreading the news on the multiple uses of pasta; Internet actions were also added. We may not forget about the reception to members of the press in Ladesso Restaurant either, with important journalists as Silvia Naishtadt from Clarín; or the fact that we started with our Yearbooks in 2016.

The correct management of media exposure was a key factor during this period. Fabián gave several radio interviews, and even TV interviews, with his clear and honest style.

### TO CONCLUDE

I could mention a lot of other important events that occurred during this period, such as the beautiful Federal Meeting in

Santiago del Estero, or the management achievements, such as the 6% refund or the inclusion of semolina pasta in State purchases, etc. But the most important thing for me is to honor the silent work of this loved colleague, who led our Entity with huge commitment, common sense and wisdom.



# Reintegros, retenciones y el **laberinto** de la competitividad

Marchas y contramarchas . Incertidumbre y diagnósticos que no se cumplen. La industria transita en este momento por un camino zigzagueante que nos aleja, por ahora, del sueño de ser el "Supermercado del Mundo".



# 46%

Se redujo el reintegro que reciben los fabricantes al exportar

## Energía + Plástico + Trigo

Los insumos de la industria cotizan en dólares

Existe una permanente tensión entre la necesidad de exportación y la falta de competitividad estructural de nuestro país. Tal es así que muchas de las iniciativas que lleva adelante la UIFRA se relacionan con la sensibilización respecto de la necesidad de optimizar las distintas variables vinculadas a ésta.

En los inicios de esta gestión gubernamental, nos tocó presentar un trabajo que exhibía el impacto de los impuestos indirectos en nuestro costo de exportación. Esto fue fundamental para realizar el cálculo de la “Tasa Teórica de Reintegro” correspondiente para nuestro sector, que se desprende del impacto de tributos como los siguientes en la tonelada de pastas secas:

- Impuesto a los débitos y créditos
- Ingresos Brutos
- Sellos y tasas municipales.

Otro factor que en nuestro caso adquiere un peso considerable está relacionado con lo que se denomina fobbing, o sea el valor de mover el producto desde la fábrica hasta la cubierta del barco, incluyendo lo que nos cobra la terminal portuaria y la agencia marítima. A principios de 2018, este valor se ubicaba en torno a los USD 118 por tonelada, sobre una base de 18 toneladas.

Este tipo de costos tiene una fuerte incidencia en un producto como el nuestro, con un valor por tonelada relativamente bajo, el cual este año se ubicó en torno a los USD 542 en promedio, pero que incluso puede ser de menor cuantía.

El ejercicio propuesto por el gobierno en un principio fue interesante. Consistió en estudiar juntos la tasa de reintegro aplicable, así como también la conformación de ese fobbing para intentar bajarlo, eliminando conceptos duplicados y/o distorsivos. A decir verdad, no fue tanto lo que se avanzó en este camino. Pero sería peor lo que vendría después.

### REINTEGROS, SEGUNDO ROUND

Es bastante habitual escuchar hablar de la necesidad de “reglas claras” y de “previsibilidad” como condiciones para un crecimiento sustentable. Esto fue, justamente, lo que no tuvo el sector ni la cadena durante este tiempo. El esquema de reintegros que se alcanzó, fruto de un rico debate técnico, apenas duró 1 año y 8 meses.

La pérdida del 46% de nuestros reintegros a la exportación fue uno de los golpes más duros asestados a nuestra actividad durante el presente año. Implica una modificación de las reglas de juego y una pérdida proyectada anual de alrededor de USD 400.000 solo para la P.A. 190219.



### Refunds, Withholdings, and the Competition Labyrinth

The government has been coming and going during the last years. Uncertainty and unfulfilled diagnoses. The industry is nowadays going through a zigzagging road that is taking us away, for now, from our dream to become the “World’s Supermarket”.

There is a permanent strain between the need to export and the lack of structural competitiveness in our country. Such is the case that several of the initiatives being conducted by the UIFRA are related to the awareness regarding the need to optimize the

different variables linked to it.

At the beginning of this government’s administration, we were asked to issue a report showing the impact of indirect taxes on our export costs. This report was essential in order to calculate the “Refund Theoretical Rate” regarding our sector, which derives from the impact of taxes, such as the following, on the dry pasta ton.

- Tax on debits and credits
- Turnover tax
- Municipal stamps and fees.

Another fact that, in our case, gains significant importance is related with what is called fobbing,

i.e. the cost of moving the product from the factory to the deck of the ship, including the charges of the port terminal and the maritime agency. At the beginning of 2018, this cost was around USD 118 per ton, on an 18-ton basis.

**Photo.** Abstract of a port terminal invoice per container. This cost in Dollars is added to the freight to the port and the cost of the shipping company.

This kind of costs have a strong impact on a product like ours, having a ton value relatively low, which this year was around an average of USD 542, but that may be even lower.



# 7,9%

Es lo que representa la retención de \$3 por dólar

Nº DECRETO	FECHA	% DE REINTEGRO PARA PASTAS SECAS
1341	30/12/2016	6%
767	17/08/2018	3,25%

La baja generalizada de reintegros a la Industria de Alimentos y Bebidas va a representar para el estado un ahorro anualizado de “solo” 400 millones de dólares, un monto que pareciera no justificar la interrupción de lo que se perfilaba como una Política de Estado vinculada a la agregación de valor.

#### EL TIPO DE CAMBIO, UNA OPORTUNIDAD PERDIDA

Luego de una devaluación crítica de casi el 110% en 9 meses, nuestra competitividad, increíblemente, está peor que antes.

Las enormes consecuencias que tiene para nuestra sociedad una tragedia semejante en términos de pérdida del poder adquisitivo e incremento de la pobreza podrían haber sido amortiguadas, en parte, por un hipotético boom exportador generador de trabajo y divisas.

Sin embargo, lo que ha ocurrido va en otra dirección, ya que a partir del día 3/9/18 se han vuelto a implantar las

retenciones a la exportación. Como consecuencia de esto, es el Estado quién se va a hacer con ese diferencial, eliminando cualquier incentivo, dejando a la competitividad de la industria aún peor de lo que estaba con un Dólar a \$20 y reintegros del 6%.

Medidas que, sin duda, están orientadas a captar la renta de los grandes complejos oleaginosos, principalmente de los subproductos de la soja. Se trata, entonces, de acciones tomadas sin el debido análisis del impacto que tiene en la industria alimentaria en general.

This exercise proposed by the government was, at first, interesting. It consisted in studying together the applicable refund rate, as well as the configuration of said fobbing cost, in order to try to reduce it, removing duplicated and/or distortive concepts. Truthfully, we made little progress in such way. But it would be worse later.

Refunds, second round  
It is usual to listen about the need of “clear rules” and of “foreseeability” as conditions for a sustainable growth. This was, exactly, what neither our sector, nor the chain had during this time. The refunds schedule, created after a rich technical debate, lasted barely a year and eight months.

DECREE NO.	DATE	DRY PASTA REFUND %
1341	12/30/2016	6%
767	08/17/2018	3.25%

The loss of 46% of our exports refunds was one of the hardest setbacks our sector had during this year. It implies a change in the rules of the game and an expected annual loss of around USD 400,000, only regarding Tariff Item No. 190219. The generalized reduction of refunds to the Food and Beverages Industry will represent, for the State,

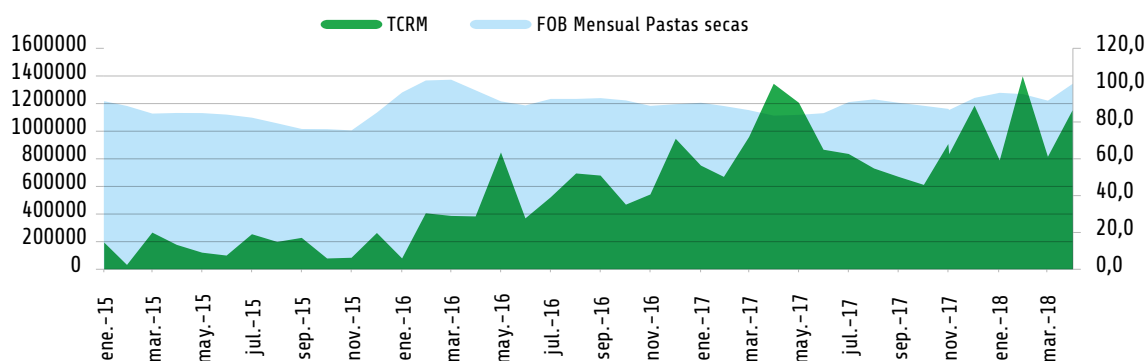
annual savings of “only” 400 million Dollars, an amount that seems not to justify the interruption of what was outlined as a State Policy related to the addition of value.

The exchange rate, a lost opportunity  
After a critical devaluation of almost 110% in 9 months, our competitiveness is incredibly in a worst position than before.

The huge consequences that a tragedy like this has on our society in terms of loss of purchasing power and increase of poverty could have been softened, in part, by a hypothetical exports boom, generating work and foreign currency.

However, what has occurred goes in another

# “TCRM” Y PERFORMANCE EXPORTADORA DE LA INDUSTRIA FIDEERA



El Tipo de Cambio Real Multilateral (TCRM), además de contemplar la evolución del tipo de cambio nominal (TCN) de la moneda nacional, incorpora la evolución de los precios internos. Con lo cual, se transforma en el verdadero indicador de competitividad por tipo de cambio ya que tiene en cuenta el factor de traslado de la devaluación al precio y la competitividad de los países con los que se comercia.

Un TCRM más alto implica una mayor competitividad de la economía en cuestión, por lo cual la relación debería ser directamente proporcional a la evolución de las exportaciones.

El gráfico nos da la pauta de que el tipo de cambio pareciera no ser el factor que más afecta la performance externa de nuestras pastas. Al menos no de forma determinante a lo largo de esta serie de tres años que hemos tomado para construir el gráfico.

Como sabemos, esto podría cambiar debido a la gran volatilidad cambiaria que ha sufrido nuestro país durante el año. Al momento de escribir este artículo, con un dólar en torno a los \$36,50, el índice TCRM al 5/11 se ubicaba en 266,0.

direction, due to the fact that since September 3, 2018 exports withholdings have been re-implemented. As a result, it is the State who will receive said differential amount, thus removing any incentives, and leaving the industry's competitiveness even worse than before with an exchange rate of ARS 20 per Dollar, and 6% refunds.

These measures are, undoubtedly, oriented to capture the income of the big oil complexes, mainly of soy sub-products. It is then about measures taken wiping out everything within the industry, without due planning, and, in short, once more, trapped by the emergencies.

## MRER and export performance of the pasta industry

The Multilateral Real Exchange Rate (MRER), in addition to taking into account the evolution of the nominal exchange rate (NER) of the national currency, includes the evolution of domestic prices. Therefore, it becomes the actual competitiveness index by exchange rate, because it takes into account the transfer factor of the devaluation to price, and the competitiveness of the countries with which we trade.

A higher MRER implies a bigger competitiveness of the economy at issue, thus the relationship should be directly proportional to the evolution of exports.

The graph shows us that the exchange rate seems not to be the cause affecting the foreign performance of our pasta the most. At least not in a decisive way, throughout these three last years that we have considered to draw the graph.

As we know, this could change due to the great exchange rate volatility that our country has suffered throughout the year. When writing this article, with an exchange rate of ARS 40 per Dollar, the MRER Index as of 08/30 was 138.8. A really competitive value, even better than the one we had during the years' records in exports of Argentine products with an added value (2008, 2009, 2010 y 2011).

 *No sólo aplicamos buenas prácticas,  
también las certificamos*

 We do not only apply good practices, we also certify them  
 Não aplicamos apenas boas práticas, também certificamos-nos

## FSSC/ISO 22000



## ISO 14.000



# Cía. **Molinera** del **Sur** S.A.

**LA EMPRESA LÍDER EN MOLIENDA Y EXPORTACIÓN  
DE SÉMOLA TRIGO CANDEAL DE SUDAMÉRICA.**

The leader in milling and durum wheat semolina export company in South America.  
A líder em moagem e exportação de semolina de trigo candeal na América do Sul.

Neuquén 80 | (8000) Bahía Blanca | Pcia. de Buenos Aires | Argentina  
TE: +54-291-4550128 | FAX: +54-291-4550128 | [info@molineradelsur.com.ar](mailto:info@molineradelsur.com.ar)  
Más información en: [www.molineradelsur.com.ar](http://www.molineradelsur.com.ar)







# LA TRANSPAR NOS DEFI

## **Transparency Defines Us**

This year, the UIFRA implemented the “Transparency Protocol”, which gives the sector some tools to fight against those practices that harm the image of the dry pasta category.

On March 8, the Executive Board approved the creation of the Ethics Committee of the UIFRA, a legal framework that seeks to grant

the maximum guarantees when investigating alleged unfair trade practices of pasta-making companies.

Even if the UIFRA was authorized, through its by-laws, to intervene in these kinds of cases, there was a need to agree on the “roadmap” or action protocol. The tool we have now allows us to avoid any kind of discretionary acts and protect both the accusing company, and the presumption of innocence of the accused company.

The Committee’s Functioning  
The Committee is formed by three members, neither of which has an activity within a pasta factory.

- 1) The President of the UIFRA.
- 2) The Manager of the Union.
- 3) A professional Food Engineer.

The process starts whenever a company associated to the UIFRA discovers an irregular situation within the market. In general, this

El 8 de marzo resultó aprobada, en Comisión Directiva, la creación del Comité de Ética de la UIFRA, un marco jurídico que busca brindar las máximas garantías a la hora de investigar presuntos hechos de deslealtad por parte de empresas elaboradoras de pastas.

Si bien la UIFRA estaba autorizada por medio de su estatuto a intervenir en este tipo de casos, faltaba consensuar una "hoja de ruta" o protocolo de acción. La herramienta con la que disponemos ahora permite evitar cualquier tipo de discrecionalidad y proteger tanto al establecimiento denunciante, como así también la presunción de inocencia del establecimiento señalado como infractor.

#### EL FUNCIONAMIENTO DEL COMITÉ

El Comité está compuesto por tres personas, ninguna de las cuales ejerce su actividad dentro de una fábrica de fideos.

1) El Presidente de la UIFRA.

2) El Gerente de la institución.

3) Un profesional Ingeniero en Alimentos.

Todo se inicia cuando un socio de la UIFRA advierte en el mercado alguna situación irregular. En general, esto se suscita a partir de infracciones notorias como puede ser la ausencia de números de registro, lote, fecha de vencimiento o la utilización de leyendas o gramajes no autorizados o incorrectos.

Otras veces, puede ocurrir que el socio acuda con análisis de laboratorio ya efectuados que ponen de manifiesto algún otro tipo de infracción presunta.

Es importante señalar que la UIFRA no está autorizada a realizar investigaciones ni denuncias de oficio. En realidad, se trata de un servicio más que la cámara ofrece, aliviando el peso económico y administrativo que conlleva realizar este tipo de procedimientos.

# RENCIA NE

La UIFRA puso en práctica un "Protocolo de Transparencia", que busca dotar al sector de herramientas para combatir prácticas que dañan la imagen de la categoría

arises as a consequence of evident violations, such as lack of registration numbers, lot, expiration dates or the use of unauthorized or incorrect descriptions or weights in packages. Other times, it may occur that the associated company comes to the UIFRA with a lab analysis already made, which shows another kind of alleged violation.

It is important to mention that the UIFRA is neither authorized to conduct any research, nor

to file complaints on its own initiative. In fact, this is one more service that the UIFRA offers to its member companies, in order to ease the economic and administrative burden that these types of procedures involve.

#### **Procedural Steps**

Once the case is submitted to the UIFRA, the accusing company must fill in a form with all the data available to allow the members of the

Committee to start the procedure.

Depending on the characteristics of the case, the UIFRA shall ask for the assistance of technical experts to be able to establish the authenticity and/or viability of the complaint filed and the possible courses of action. The first person to intervene shall be the Food Engineer, who forms part of the tribunal in a permanent way; The UIFRA may also request additional expert reports, such as lab analysis.

## PASOS PROCESALES

Al presentar el caso ante la UIFRA, el denunciante debe completar una solicitud con la mayor cantidad de datos disponibles, que permitan a los miembros del Comité dar inicio al procedimiento.

Dependiendo de las características del caso, se solicitará en cada momento la asistencia de peritos técnicos que puedan establecer la verosimilitud y/o viabilidad de la presentación realizada y los probables cursos de acción. El primero en intervenir será el profesional ingeniero en alimentos, que forma parte del tribunal de forma permanente; pudiéndose requerir, también, la realización de peritajes adicionales, como por ejemplo análisis de laboratorio.

## PRESERVAR LA CONVIVENCIA

**DENUNCIANTE:** Se preserva su identidad, la cual solo será conocida por los integrantes del Comité.

**DENUNCIADO:** Si la falta cometida no fuera grave, se le otorga un plazo razonable de adecuación.

La presentación de una denuncia ante las autoridades sería el último recurso. Que esto suceda no debería ser lo más habitual, ya que se tienen que dar ciertas condiciones:

- 1) Que la falta denunciada se compruebe.
- 2) Que a pesar de las advertencias, el infractor no se adecúe.
- 3) Que la Comisión Directiva autorice la presentación ante las autoridades.

Como ya se dijo, la identidad del denunciante no será, en ningún momento, revelada. Pero la Comisión Directiva de la UIFRA sí será informada en todo momento, y al detalle, respecto de los avances del proceso, pues es, en definitiva, quién tiene a su cargo la deliberación final.

<b>Casos Presentados en 2018</b>	<b>6</b>
En primer análisis	3
Permanece en seguimiento	1
Denunciados ante el INAL	2

**1** Una situación presuntamente irregular es advertida por un socio.

**2** El socio realiza ante el comité una solicitud de apertura de expediente de investigación.

**3** Si el caso parece viable, el comité iniciará una investigación.

**4** De corroborarse la falta denunciada, se avisará al infractor otorgándole un período para la corrección de la anomalía.

**5** Se realiza una contraprueba.

**6** Si la anomalía persiste, se solicita a la CD un permiso para acudir ante la autoridad.

✓ Los pasos que se van dando son documentados con rigurosidad y se realizan actas por cada sesión del comité.

✓ La Comisión Directiva es informada en cada momento respecto del avance de la investigación.

## Preserve Fellowship

**ACCUSING COMPANY:** Its identity shall be preserved; it shall only be known by the members of the Committee.

**ACCUSED COMPANY:** If the violation is proved and not serious, the Committee shall grant a reasonable term to correct it.

Filing a complaint before the authorities would be the last recourse. This should not be usual,

because some conditions must occur before:

- 1) That the alleged violation is proved.
- 2) That, despite the warnings, the offender does not correct its violation.
- 3) That the Executive Board approves the filling of the complaint before the authorities.

As mentioned before, the identity of the accusing party shall not be, at any time, revealed. But the Executive Board of the UIFRA will be informed,

at every moment, and in detail, as regards the progress of the process, since it is, in the end, who is in charge of the final decision.

**Cases submitted in 2018** \_\_\_\_\_ **6**

Status:

In its first analysis \_\_\_\_\_ 3

In follow-up \_\_\_\_\_ 1

Complaint filed before the INAL

(Argentine Food Institute) \_\_\_\_\_ 2



# FIDEOS LIBRE DE GLUTEN

Respondiendo a la creciente tendencia de consumo de alimentos SIN TACC, **adquirimos la primera línea de producción de pastas sin gluten del país**, que nos permite desarrollar propuestas de calidad que sean **accesibles para todos los consumidores**.



In order to provide high quality affordable products and given the increasing consumer demand for gluten-free products we've acquired **the first gluten-free pasta production line in Argentina**

# ACTIVIDAD INSTITUCIONAL



## PARTICIPACIÓN DE LA UIFRA EN LA MESA DE COMPETITIVIDAD DEL TRIGO

9 DE ENERO

El Ministro de Agroindustria de la Nación, Luis Miguel Etchevehere, convocó a la cadena triguera para definir acciones conjuntas destinadas a impulsar las exportaciones y a mejorar la calidad del cereal.

El Secretario de Agricultura, Luis Urriza, explicó el importante rol del trigo en la rotación de los cultivos y remarcó la necesidad de aumentar la calidad de cereal que se produce en el país, de transparentar el mercado y la de salir decididamente al mundo.

Etchevehere anticipó que orientaría su gestión a temas concretos, por lo cual pidió a los distintos eslabones ser lo más precisos posible en los pedidos que sean dirigidos a su cartera.

En tanto, los diferentes representantes del sector privado le presentaron al funcionario una serie de sugerencias, a saber:

- 1) Realizar un trabajo de difusión respecto de la marca "Trigo Argentino".
- 2) Reconocer que el valor agregado no solo radica en la transformación de la materia prima, sino en atender los distintos requerimientos de los clientes.
- 3) La necesidad de volver a los Mercados Futuros y recuperar el Programa Nacional de Calidad del Trigo.
- 4) La propuesta para realizar un gran Congreso Nacional del Trigo en 2019.

Entre las entidades presentes estuvieron AAPROTRIGO, ARGENTRIGO, FAIM, APYMIMRA, INTA, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, Gobierno de la Provincia de Santa Fe, Bolsas de Cereales, entre otros.

La UIFRA continúa, de esta forma, siendo parte de la mesa de las decisiones en torno a este insumo emblemático.

### **UIFRA's Participation in the Wheat Competitiveness Table**

#### **January 9**

The Argentine Minister of Agro-Industry, Luis Miguel Etchevehere invited the wheat chain members to define joint actions destined to boost exports and improve the cereal quality. The Secretary of Agro-Industry, Luis Urriza, explained the important role of wheat in crops' rotation and emphasized the need to improve the quality of the cereal produced in our country, make the market more transparent, and go out to the world with decisiveness. Etchevehere announced that he would direct

his management towards solving specific issues, thus, he asked the different links of the chain to be the most accurate as possible in their requests to his team.

Whereas, the different representatives of the private sector made the officer a series of suggestions, among which are the following:

- 1) Work on a media campaign regarding the brand "Argentine Wheat".
- 2) Acknowledge the added value that is present in our product, not only in the transformation of the raw material, but also in complying with the different requirements of the customers.
- 3) The need to go back to futures markets and to recover the Wheat Quality National Program.

4) The proposal to organize a Wheat National Congress in 2019.

Among the institutions present at this meeting were: AAPROTRIGO, ARGENTRIGO, FAIM, APYMIMRA, INTA, Government of the Province of Buenos Aires, Government of the Province of Santa Fe, Grains Exchange Markets. The UIFRA continues, this way, being part of the decision-making group regarding this iconic raw material.



## JORNADAS DE LA REVOLUCIÓN MOLINERA

12 AL 15 DE ABRIL

Villa Carlos Paz fue el marco elegido para llevar adelante las denominadas "Jornadas Italianas de la Revolución Molinera y de los Procesos de Trigo", actividad organizada por la Revista Cultura Molinera y la empresa italiana Omas.

Juan Manuel Airolde, a cargo de una de las charlas, presentó un panorama actualizado del sector de las pastas secas y exhibió algunas coincidencias respecto de lo que sucede con la situación de la molinería:

- Sobreoferta de productos.
- Baja rentabilidad.
- Vocación para incrementar las exportaciones.

Algunos fabricantes de pasta locales y molinos harineros integrados a pastificios se hicieron también presentes: Molino San José, Complejo Alimentario, Agrícola Magdalena y Alimentos Mediterráneos. Cabe destacar el nivel técnico de los participantes y la buena sinergia que se produjo entre ellos en todo momento.



## 45º JORNADAS TRIGUERAS EN LEONES

7 Y 8 DE FEBRERO

Leones, la Capital Nacional del Trigo, fue la sede para un nuevo encuentro de la denominada "Mesa Nacional del Trigo".

La UIFRA participó, por primera vez, en este espacio de debate en busca de las políticas de Estado necesarias para el desarrollo de la cadena.

Luis Miguel Etchevehere estuvo presente en las deliberaciones, acompañado por su par de Córdoba, Sergio Busso:

"Venimos con dos campañas de trigo donde el área de siembra marcó un récord de crecimiento, en comparación con los diez ciclos anteriores y vamos por más récords", resaltó Etchevehere, al mismo tiempo que solicitó a los asistentes debatir una agenda constructiva.

Posteriormente, cada uno de los representantes tuvo la oportunidad de exponer la situación de su sector. Juan Manuel Airolde agradeció el hecho de que la Industria Fideera haya sido invitada y tenida en cuenta.

Del encuentro surgió un documento que contiene diecinueve "puntos de acuerdo" que podrían enmarcarse dentro de las llamadas "reformas de segunda generación".

### Mill Revolution Conference

April 12 to 15

Villa Carlos Paz was the city chosen to host the so-called "Italian Conference of the Mill Revolution and Wheat Processes", organized by Magazine Cultura Molinera, and the Italian company Omas. Juan Manuel Airolde was in charge of giving a lecture, and he presented an updated outlook of the dry pasta sector, and showed some coincidences as regards what is happening with the milling situation:

- Over-supply of products.
- Low profitability.
- Desire to increase exports.

Some local pasta manufacturers and flour mills integrated to pasta factories were also present:

Molino San José, Complejo Alimentario, Agrícola Magdalena and Alimentos Mediterráneos. It is worth mentioning the participants' great technical level and the good synergy between them all the time.

### 45º Wheat Conference in Leones

February 7 and 8

Leones, the Argentine Wheat City, was the seat of a new conference, called the "National Wheat Table". The UIFRA participated in this conference for the first time, seeking for agreement on State policies necessary for the development of the wheat chain. Luis Miguel Etchevehere was present in the debate, together with his colleague of Córdoba, Sergio Busso:

"The last two wheat campaigns, the sowing area hit a growth record, compared to the prior ten cycles, and we are working for more", emphasized Etchevehere, also requesting the attendants to discuss on a constructive agenda.

Afterwards, each of the representatives had the opportunity to explain the situation of their sectors. Juan Manuel Airolde, Executive President of the UIFRA, thanked for the invitation and consideration the UIFRA has had regarding this event.

The attendants to the Conference drafted a document which contains nineteen "items on agreement" that could be included within the so-called "second generation reforms".



## ACTIVIDAD INSTITUCIONAL



**1 Fabián Menichelli durante la última actividad internacional de su período como Presidente.**

*Fabián Menichelli during the last international activity of his presidency term.*

**2 La Federación Industrial del Estado de San Pablo fue la sede elegida para el evento.**

*The Industrial Federation of the State of San Pablo was the chosen place to host the event.*

### WORLD PASTA DAY CELEBRADO EN SAN PABLO

23 AL 25 DE OCTUBRE DE 2017

Una de las últimas actividades de Fabián Menichelli al frente de la UIFRA fue asistir al World Pasta Day celebrado en San Pablo a fines de 2017. El evento estuvo organizado por la International Pasta Organisation junto con la Asociación Brasileña ABIMAPI, la cual reúne al conjunto de las industrias del trigo en Brasil. El evento fue celebrado en la sede de la FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) y contó con la presencia de los siguientes disertantes, entre otros:

#### SOCIAL:

**Chefs David Hertz** (Brasil) y **Bruno Serato** (EE.UU.): relataron experiencias de asistencia alimentaria mediante la utilización de pasta.

#### NUTRICIÓN:

**Dra. Sara Baer Sinnott** (EE.UU.)

**Dr. Mauro Fisberg** (Brasil)

**Dr. Elizabeth Wenzel Menezes** (Chile)

**Dra. Glaucia Pastore** (Brasil)

**Dr. Nevin Sanlier** (Turquía)

**Dr. Dan Linetzky Waitzberg** (Brasil)

#### INNOVACIÓN:

**Kantha Shelke** (India)

**Marcelo Katsuki** (Brasil)

### World Pasta Day in San Pablo October 23 to 25, 2017

One of the last activities of Fabián Menichelli as President of the UIFRA was to attend the World Pasta Day celebrated in San Pablo in October 2017. The event was co-organized by the International Pasta Organisation, and the Brazilian Association ABIMAPI, which joins together the wheat industries in Brazil. The event was celebrated in the FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) headquarters, and the following

speakers, among others, were present:

#### SOCIAL:

Chefs David Hertz (Brazil) and Bruno Serato (U.S.): described food aid experiences using pasta.

#### NUTRITION:

Dr. Sara Baer Sinnott (U.S.)

Dr. Mauro Fisberg (Brazil)

Dr. Elizabeth Wenzel Menezes (Chile)

Dr. Glaucia Pastore (Brazil)

Dr. Nevin Sanlier (Turkey)

Dr. Dan Linetzky Waitzberg (Brazil)

#### INNOVATION:

Kantha Shelke (India)

Marcelo Katsuki (Brazil)

### SATIF Delegates' Congress April 17

The Annual Congress of the Delegates of the SATIF Union took place in the Hotel Raúl

---

## CONGRESO DE DELEGADOS DE SATIF

17 DE ABRIL



En el Hotel Raúl Aguirre de Huerta Grande, Córdoba, se celebró el Congreso Anual de Delegados del Sindicato SATIF. Héctor Manazzoni (Pastas Frescas de Buenos Aires), Jorge Cabrera (Cámara de Córdoba) y Juan Manuel Airolde por la UIFRA fueron invitados con el fin de compartir las deliberaciones y responder las preguntas formuladas por los

delegados de distintas seccionales, en un intercambio que se tornó sumamente constructivo.

La UIFRA agradece especialmente a la conducción del SATIF el haber podido ser parte, una vez más, de este importante ejercicio de diálogo maduro que enorgullece a nuestro sector.

---

## REMODELACIÓN DE LA SEDE SOCIAL

5 DE FEBRERO AL 18 DE MARZO

Con una inversión de \$174.275, y aprovechando el receso de verano, se llevó a cabo la modernización del inmueble propiedad de la UIFRA mediante la realización de los siguientes trabajos:

- 1) Pintura integral.
- 2) Reemplazo de todo el cableado de telefonía e Internet.
- 3) Puesta en funcionamiento de una nueva oficina de recepción, optimizando el espacio disponible.
- 4) Reemplazo del equipo de aire acondicionado en la sala de reuniones.

Las obras también incluyeron una mejora en la iluminación, la instalación de un sistema de portero eléctrico y la colocación de placas antihumedad en una de las oficinas. También se dotó al baño de elementos de higiene descartables y se modernizó el sistema de calefacción.

Aguirre, in Huerta Grande. Héctor Manazzoni (Fresh Pasta from Buenos Aires), Jorge Cabrera (Cámara de Córdoba) and Juan Manuel Airolde representing the UIFRA were invited to participate in the debate and answer the questions of the delegates of the different branches, in a really constructive exchange. The UIFRA specially thanks the SATIF's management for their invitation, once more, and for the possibility of being part of this important and mature dialog that makes our sector proud.

### **UIFRA's Office Remodeling February 5 to March 18**

During the summer recess, and with an investment of ARS 174,275, the UIFRA updated its property by performing some of the following works:

- 1) Complete painting.
- 2) Replacement of phone and Internet wiring.
- 3) Creation of a new reception office, optimizing the available space.
- 4) Air conditioning equipment replacement in the meetings' room.

The Works also included a lights improvement, an electronic entry phone installation, and anti-humidity panels' placement in one of the offices. Also, the toilet was provided with disposable hygiene elements, and a balanced draft heater was installed.



Innovations for a **better world.**



# Ecothermatik™.

Reduce el consumo  
de energía térmica  
hasta un 40 %.

El Bühler Ecothermatik™ es el primer  
secador para pasta larga que ahorra energía.  
Disponible ahora hasta 5500 kg/h.

**Con gusto atenderemos su consulta:**  
[pasta@buhlergroup.com](mailto:pasta@buhlergroup.com)



Escanee el código QR para  
más información sobre el Bühler  
Ecothermatik™



# ACTIVIDAD INSTITUCIONAL



**De izquierda a derecha: Daniel Funes de Rioja, Luis Miguel Etchevehere, Osvaldo Capellini, Andrés Murchinson, Guillermo Padilla y Mercedes Nimo.**

*From left to right: Daniel Funes de Rioja, Luis Miguel Etchevehere, Osvaldo Capellini, Andrés Murchinson, Guillermo Padilla and Mercedes Nimo.*

## COMITÉ EJECUTIVO DE COPAL CON ETCHEVEHERE Y SICA

23 DE ABRIL Y 16 DE AGOSTO

El Comité Ejecutivo de COPAL se reunió durante 2018 con los Ministros de Agroindustria, Luis Etchevehere, y de Producción, Dante Sica. De ambas reuniones participó el Presidente Ejecutivo de la UIFRA, Juan Airolde.

Los encuentros fueron de carácter distendido y todos los temas se tocaron de manera honesta y abiertamente.

La UIFRA llevó a estas reuniones dos inquietudes, una para cada Ministro. En lo que respecta a la Agroindustria el planteo giró en torno a las tasas de abasto; mientras que frente a Dante Sica la preocupación expuesta estuvo vinculada a la baja de los reintegros a la exportación.

El problema de la competitividad y el de la logística son sin duda uno de los más acuciantes para la Industria de Alimentos y Bebidas, como así también para el conjunto de los sectores que agregan valor. La presión tributaria parece ser un tema de difícil resolución y esto conspira contra cualquier posibilidad de sostener proyectos exportadores.

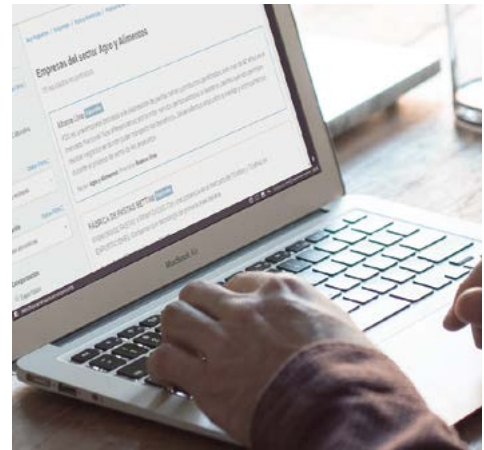
## PLATAFORMA BUY ARGENTINA

La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional lanzó este año la plataforma Buy Argentina, un catálogo de oferta exportable en línea. Éste se difundirá y promocionará por distintos medios en cada feria o actividad en la que nuestro país tenga presencia.

La UIFRA asistió a un conjunto de empresas en la creación de sus perfiles mediante la carga de datos de cada establecimiento. Las empresas participantes fueron las siguientes:

- Cafés La Virginia
- Alimentos Franso
- Molinos Tres Arroyos
- Molino Las Junturas
- Fideos Don Antonio
- Complejo San Salvador
- Establecimiento Fideero Berazategui
- Cinque Terre (Fideos Irene)

La Industria Fideera pasa a formar parte de una importante vidriera similar a la que emplean, con éxito, muchos otros países del mundo.



### COPAL's Executive Committee with Etchevehere and Sica April 23 and August 16

COPAL's Executive Committee held, during 2018, meetings with the Ministers of Agro-Industry Luis Etchevehere, and of Production, Dante Sica. The Executive President of the UIFRA, Juan Airolde was present in both meetings.

The meetings were held in a relaxed atmosphere, and all the issues were discussed

in an honest and open way.

The UIFRA went to the meetings with two concerns, one to be answered by each Minister. As regards the Agro-Industry, the concern presented was around the supplies stores' fees; while the one presented to Dante Sica was the concern related to the cut of the exports refunds.

The competitiveness and the logistics problems are, undoubtedly, the most urgent problems for the Food and Beverages Industry, as well as for the group of the sectors adding

value. The tax burden seems to be an issue of difficult resolution, and this conspires against any possibility of maintaining exports projects.



## EL EDITOR DEL MEDIO ITALIANO PASTARIA DE VISITA EN ARGENTINA

26, 27 Y 28 DE OCTUBRE DE 2017

The Editor of Pastaria visiting Argentina

### 1 Visitando Compañía Molinera del Sur junto a Fabián Weimann.

*Visiting Compañía Molinera del Sur with Fabián Weimann.*



### 2 La UIFRA acompañó a Lorenzo Pini a visitar la planta modelo de Molinos Tres Arroyos.

*The UIFRA joined Lorenzo Pini in his visit to the exemplary plant of Molinos Tres Arroyos.*

### 3 Lorenzo Pini junto a Juan Garberi de Fideos Aitala recorriendo las instalaciones de esta histórica fábrica situada en Olavarría.

*Lorenzo Pini together with Juan Garberi from Fideos Aitala visiting the facilities of the historical factory located in Olavarría.*





# CÁMARAS AMIGAS

Merece un párrafo aparte la excelente relación que hemos sabido cultivar con los queridos dirigentes de otras cámaras del sector farináceo.

**Gustavo Fernández Fugazot**, Centro de Fabricantes de Pastas Frescas de Capital Federal.

**Héctor Manazoni**, Centro de Fabricantes de Pastas Frescas de la Provincia de Buenos Aires.

**Aldo Ferreira**, Federación de Fabricantes de Pastas Frescas.

**Jorge Cabrera**, Cámara de Fabricantes de Pastas Alimenticias de Córdoba.

**Claudia Gómez**, Asociación de Propietarios de Pizzerías y Casas de Empanadas (APPYCE).

**Gustavo Capalvo**, Cámara de Pastas Frescas de Uruguay.



Con todos ellos nos une un especial afecto. Queremos, por último, aprovechar para agradecer especialmente la invitación a participar de la celebración del 79° aniversario del Centro de Fabricantes de Capital, llevada a cabo el día domingo 9 de Septiembre en el Salón Fresno de Parque Norte.

Impresiona advertir el enorme despliegue de organización que llevan adelante de manera impecable cada año, con una nutrida concurrencia de fabricantes de todo el país, proveedores, dirigentes y funcionarios. Se trata, a nuestro parecer, de uno de los eventos sociales más destacados de toda la cadena del trigo a nivel nacional.

## Friends Chambers

The excellent relationship we have developed with the beloved fresh pasta leaders from all over the country deserves a special reference.

Gustavo Fernández Fugazot, Center of Fresh Pasta Manufacturers of the City of Buenos Aires.

Héctor Manazoni, Center of Fresh Pasta Manufacturers of the Province of Buenos Aires.

Aldo Ferreira, Fresh Pasta Manufacturers

Federation.

Jorge Cabrera, Food Pasta Manufacturers Association of Córdoba.

We have special affection for all of them. And it is important to emphasize their progress in their federal and territorial organization, even with the difficulties that they have, taking into account the territorial scattering there exists.

Lastly, we want to thank them, especially, for the invitation to participate in the celebration of the

79th anniversary of the Center of Manufacturers of the City of Buenos Aires that took place on Sunday, September 9 in Salon Fresno in Parque Norte.

We are impressed about the perfect organization of such event every year. The event had a lot of attendants from all over the country, manufacturers, suppliers, union leaders and officers. It is, from our point of view, one of the most distinguished social events of the whole wheat chain, at a national level.

MOLINO



HARINERO

**GRUPO LOMA BLANCA S.A.**

*produciendo  
las mejores  
harinas  
del país*

*Harina 000 - 0000 · Extra Tapera · Semolin (pastas frescas)*



*Premiado por BID  
World Quality Commitments.  
Premio París 2015 a la Calidad,  
la Innovación y la Excelencia*



*Premiado por Business  
Initiative Directions (BID)  
Premio International  
Quality Crown 2014*

**BID**



*Concedidos a Líderes y Expertos en Calidad, Innovación y Excelencia  
por segundo año consecutivo. Londres 2014. París 2015.*

**[www.grupolomablanca.com](http://www.grupolomablanca.com)**

📍 Ruta 24 esq. Av. Corrientes · General Rodríguez

☎ (0237) 465-4629 / 4645 / 4646 / 4747



# EJES DE GESTIÓN

## ACCESO DE MIPYMES A LAS GÓNDOLAS

El día 9 de mayo de 2018 el Congreso Nacional sanciona la nueva “Ley de Defensa de la Competencia”. Dentro de las “Cláusulas transitorias” de esta ley fueron incluidos una serie de artículos que abren una ventana de oportunidad para el debate del comercio minorista en nuestro país.

La citada ley 27.442 pone en cabeza del Ministerio de la Producción la responsabilidad de instruir la creación de una Comisión Redactora para el denominado “Anteproyecto de Ley Para el Fomento a la Competencia Minorista”. Se busca, de esta manera, lograr mejores condiciones para el acceso de las PyMES a las grandes superficies comerciales.

Desde la UIFRA, apoyamos el debate de un marco regulatorio orientado a evitar las distintas situaciones de discrecionalidad y abuso que no han sido solucionadas por ninguna de las iniciativas de adhesión voluntaria o de autorregulación ensayadas durante los últimos veinte años. En este momento se están analizando distintos cursos de acción a fin de coordinar esfuerzos con otras instituciones y fuerzas vivas, en busca de darle mayor fuerza y visibilidad a esta problemática.

### Prácticas desleales

- 1 → Prácticas exclusorias y/o explotativas  
Levantar barreras de entrada
- 2 → Discriminación = Aplicación de condiciones  
desiguales para prestaciones equivalentes.
- 3 → Imposición de condiciones unilaterales o que  
no están relacionadas con la prestación principal.
- 4 → Represalias comerciales.

#### MICRO COMPANIES' ACCESS TO BIG SUPERMARKETS

On May 9, 2018, the Argentine Congress passed the new “Anti-trust Law”. Within its Transitional Provisions, this law includes a series of sections that open a window of opportunity for the debate about retail sales. The aforementioned Law No. 27442 makes the Ministry of Production responsible for ordering the creation of a Drafting Committee in order

to write the “Preliminary Draft of the Bill for the Incentive of Retail Competition”. With this bill, the authorities are seeking better conditions for the access of small and medium-sized companies to the big supermarkets.

The UIFRA supports such debate to create a regulatory frame oriented to avoid discretionary and abusive situations that have not been solved by any of the self-regulation initiatives or of voluntary adhesion during the last twenty years. Nowadays, there are several

options being analyzed, in order to coordinate efforts with other entities, looking to make this problem more visible and strong.





## PARITARIAS: NEGOCIACIÓN PROLONGADA Y 23% DE INCREMENTO

La discusión por los salarios del sector fideero estuvo atravesada, este año, por diversas variables que la hicieron más compleja y dificultosa que otros años. Por cierto, siempre se trató de factores ajenos a las partes, pero, de una u otra forma, cada vez que estábamos próximos a un acuerdo ocurría algún hecho que volvía a alejar las posiciones.

El factor del 15% sugerido desde el gobierno, el riesgo de no homologación eventual, múltiples "saltos" del Dólar y, finalmente, el decreto presidencial del 5% adicional fueron variables de peso que complicaron las conversaciones.

La primera cita con los representantes sindicales tuvo lugar el día 4 de abril. En ese momento veníamos de varios meses de estabilidad cambiaria, con un Dólar a \$20,9. Tras varios saltos a fines de abril, mediados de mayo y junio llegamos al final de la paritaria con valores en torno a los \$29,5; con expectativas totalmente diferentes a las del comienzo.

El acuerdo se cerró en 23%, en 3 cuotas: 12% en mayo, 6% en septiembre y 5% en enero. Agradecemos a los Sindicatos STIPA y SATIF por un proceso que, una vez más, se llevó adelante con absoluta madurez y respeto mutuo.

**Representantes de STIPA y la UIFRA ratificando el acuerdo en el Ministerio de Trabajo.**

*STIPA and UIFRA's representatives ratifying the agreement in the Ministry of Employment.*

**80 DÍAS**  
Duró la discusión  
salarial 2018

*80 days  
Lasted this 2018  
bargaining  
negotiation.*

### **Collective Bargaining Negotiations: Prolonged Negotiation and 23% Increase**

The collective bargaining agreement of the dry pasta sector was interfered, this year, with variables that made it more complex and difficult than years before. Indeed, those variables were always unconnected with the parties, but, in some way, every time the bargaining was near to its end, an event that

separated the parties occurred. The factors of the 15% increase suggested by the Government, the risk of an eventual official disapproval, multiple Dollar increases, and finally, the Presidential Decree of an additional 5% increase were important variables that complicated the bargaining.

The first meeting with the union representatives was held on April 4. At that moment we had had several months with exchange stability, with a Dollar at ARS 20.9.

After several increases towards the end of April, mid-May and June, we reached the end of the negotiations with a Dollar value of ARS 29.5, and with expectations completely different to the ones of the beginning.

The bargaining closed with a 23% increase in three installments: 12% in May, 6% in September, and 5% in January. We thank the Unions STIPA and SATIF for a process that, once more, was carried out with complete maturity and mutual respect.

## EJES DE GESTIÓN

# Fuertes reclamos de la UIFRA por las tasas municipales de abasto

Las ilegales tasas municipales de abasto que proliferan en todo el país, pero especialmente en la Provincia de Buenos Aires, son un eje transversal de preocupación para el conjunto de las industrias alimenticias.

Si bien se sabe que esta práctica es abusiva e ilegal (e incluso inconstitucional), cada empresa está obligada a litigar por separado en cada jurisdicción, volviendo casi impracticables este tipo de acciones.

La UIFRA ha tomado parte activamente en el reclamo a las autoridades y, durante todo 2018, viene llevando adelante acciones coordinadas con la COPAL. Tanto el Ministerio de Agroindustria, como el de la Producción y el ANMAT reconocen que los municipios no están

autorizados a cobrar, pero admiten la dificultad de erradicar la problemática.

Algunos de los lugares dónde se cobra son, entre otros: Ciudad de San Luis, Villa Mercedes (San Luis), Esteban Echeverría, Gral. Roca (Río Negro), Viedma, Ciudad de La Rioja, Merlo, Moreno y José C. Paz.

Cabe destacar también el trabajo que viene realizando la Mesa de Competitividad Logística integrada, entre otros actores, por el Ministerio de Transporte y el Ministerio de la Producción. Allí el tema de los "abastos" ocupa un lugar preponderante y el compromiso es, en primera instancia, erradicarlos de la Provincia de Buenos Aires.

Provincia	Municipio	Provincia	Municipio
Buenos Aires	29	Misiones	2
Río Negro	8	Entre Ríos	2
Chaco	7	San Luis	2
Neuquén	6	Mendoza	2
Santa Fe	6	Santiago del Estero	1
Corrientes	5	Chubut	1
La Pampa	5	Neuquén	1
Santa Cruz	4	Córdoba	1
Jujuy	4	<b>Córdoba</b>	<b>1</b>
Salta	3	<b>Tucumán</b>	<b>1</b>
Formosa	3	<b>La Rioja</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>			<b>95</b>

### **Strong Claims of the UIFRA on Municipal Fees in Provision Markets**

The illegal municipal fees in provision markets are common throughout the whole country, but especially in the Province of Buenos Aires, and are one of the main concerns of the group of food industries.

Even though it is known that these fees are abusive and illegal (and also unconstitutional), each company is forced to go to court in each jurisdiction separately, making these claims almost unfeasible. The UIFRA has taken part, and has been actively claiming the authorities on this matter, and during 2018 has been carrying out actions together with the

COPAL. The Ministry of Agro-Industry, the Ministry of Production and the ANMAT acknowledge that the municipalities are not authorized to collect those fees, but admit that the solution to that problem is really difficult.

Some of the municipalities charging such fees are: Ciudad de San Luis, Villa Mercedes (San Luis), Esteban Echeverría, Gral. Roca (Río Negro), Viedma, Ciudad de La Rioja, Merlo, Moreno and José C. Paz.

We would like to highlight the work of the Logistics Competition Table, formed by, among others, the Ministry of Transportation and the Ministry of Production. The provision fees' matter is a really important issue for said team, and their commitment

is, first of all, to eradicate them from the Province of Buenos Aires.

### **Judgment of the Federal Court of Appeals of La Plata, dated 3/8/2018**

1) The Argentine Food Code and Regulatory Decree No. 815/99 remove the power of control from municipalities.

2) Constitutional hierarchy: municipalities weaken the powers of National Institutions.

3) Fees should be charged according to the provision of a service, and its cost shall be proportional to such service.

4) Freedom of distribution is limited, thus creating a kind of fence or inner customs office.

# Sentencia de la Cámara Federal de La Plata en segunda instancia con fecha 8/3/2018

1) El Código Alimentario Argentino y el decreto reglamentario 815/99 excluyen de la competencia del control a los municipios.  
2) Jerarquía constitucional: el municipio enerva las facultades de Organismos Nacionales.

3) Las tasas se deben corresponder con la prestación de un servicio cuyo valor debe ser proporcional al de la prestación.  
4) Se limita la libre circulación, creando una especie de valla o aduana interior.

## 400 g: la UIFRA se opone y el Mercosur demora una respuesta

Luego de debatir el asunto internamente, la UIFRA ha decidido oponerse a la comercialización de pastas secas en 400 g en todo el territorio nacional. Esto implica, de alguna manera, rechazar la normativa que rige para el Mercosur, en este caso la Resolución 05/17 del Reglamento Técnico sobre Contenidos Netos de Productos Pre envasados.

Mientras que las autoridades de nuestro país no decidan "internalizar" la citada resolución, continuará rigiendo internamente la antigua Res. 206 del año 1993. La comparativa entre ambas normas se encuentra a continuación:

Durante una reunión del Comité de Metrología del Subgrupo de Trabajo 3 celebrada la primera semana de junio en Asunción, la delegación de nuestro país solicitó la desarmonización de esta categoría, es decir, que no rija para nuestro país lo mismo que para el resto de países del Mercosur en lo que respecta a pastas.

Al momento de redactar este artículo, el resto de países miembros aún no había dado una respuesta respecto de si aceptaba o no la solicitud de la Argentina. Otra posibilidad que se tenía en cuenta tenía que ver con la eliminación de los 400 g de los gramajes permitidos por el Mercosur, lo que es visto con buenos ojos a nivel local.

### Resolución 206/93, de la EXSECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

100 g, 200 g, 500 g, 750 g, 1 kg, 2 kg.

### Resolución 05/17 Mercosur

100 g, 200 g, 300 g, 400 g, 500 g, 750 g, 1 kg, 2 kg.

### **400 g: the UIFRA Stands in Opposition and the Mercosur Delays the Answer**

After having discussed the issue internally, the UIFRA has decided to stand in opposition to the sale of dry pasta in a 400 g package within the Argentine territory. This implies, some way, rejecting the regulation in force within the Mercosur, in this case, Resolution 05/17 of the Technical Rules on Net Contents of Pre-Packaged Products.

As long as the Argentine authorities do not decide to take said resolution in, the previous resolution 206 passed in 1993 will continue in force. The comparison between both

regulations is described as follows:

### **Resolution 206/93, EX-SECRETARY OF TRADE AND INDUSTRY**

100 g, 200 g, 500 g, 750 g, 1 kg, 2 kg.

### **Resolution 05/17 Mercosur**

100 g, 200 g, 300 g, 400 g, 500 g, 750 g, 1 kg, 2 kg.

During a meeting of the Metrology Committee of the Working Sub-group 3 held the first week of June in Asunción, the Argentine delegation requested said category not to be in force for our country, as well as for the rest of the

Mercosur countries, as regards pasta.

At the time when this article was written, the rest of the member countries had not given an answer regarding the acceptance or not of Argentina's request. Another possibility the Argentine delegation had in mind was the removal of the 400 g from the weights allowed by the Mercosur, which is has been locally welcomed.



# Presstrapen

La serie de los grupos de cortes para pasta corta,  
plumas y macarrones de corte recto



# VFR & New

La serie de máquinas lava moldes para todas las necesidades



# Sfoglia

Máquinas troqueladoras rápidas,  
robustas y potentes.



**NICCOLAI TRAFILE**

[WWW.NICCOLAI.COM](http://WWW.NICCOLAI.COM)

**Máquinas, moldes, troqueles y accesorios para la producción de Pasta y Snacks  
desde 1843.**



NUESTRA PASIÓN POR LA PASTA  
RECORRE EL MUNDO

# PASTAS SECAS:

## Crecen los segmentos de menor valor

Las pastas no son ajenas al contexto de contracción de consumo y pierden volumen en el último año, no precisamente desde una pérdida de shoppers –de hecho, mantiene su base de clientela estable–, sino debido a que los hogares estiran la recompra de la categoría siendo adquirida una vez menos respecto al año anterior. “Los hogares no resignan la compra de pastas debido a que la categoría forma parte de la dieta de las familias, principalmente en la base de la pirámide; pero sí observamos una recompra menos frecuente cross-pirámide, excepto en la cima” explicaron desde Kantar Worldpanel.

Otro punto en común de la categoría con la canasta total es el crecimiento de las marcas de bajo precio, tendencia que surge como respuesta a la presión en el bolsillo de los hogares, que buscan hacer rendir al máximo su presupuesto optando por estrategias como: cambio de canal de compra, cambio a marcas más baratas, entre otras.

### Dry Pasta: Lower Value Segments Grow

Pasta is not disconnected from the consumption shrinking context, and has lost volume during this last year, not exactly from the loss of shoppers (in fact, it keeps its stable basis of customers), but due to the fact that homes stretch out the period of pasta repurchase; Pasta is purchased one time less than the year before. “Homes do not give up pasta purchases, because the category is part of the diet of families,

mainly at the base of the pyramid; but we do observe a less frequent repurchase cross-pyramid, except for the top”, explained in Kantar Worldpanel.

Another item in common with the food basket as a whole is the growth of the low price brands, trend that appears as an answer to the income pressure homes have; they seek to make the most of their budget, choosing strategies such as: purchase channel change, change to cheaper brands,

among others.

Pasta is one of the categories with smaller penetration dispersion by socio-economic level. It is within the most democratic categories within the sector of dry food, together with tomato-based products, broth, and seasoning powder, oils, and cookies. In the other end, we can find sandwich bread, mini toasts, and sweeteners, categories that do show differences among social classes.



# KANTAR WORLDPANEL

Kantar Worldpanel es el líder mundial en conocimientos sobre el consumidor e insights basados en paneles de consumidores continuos.

Gracias a la combinación de control, conocimiento del mercado, análisis avanzados y soluciones a medida, Kantar Worldpanel inspira decisiones exitosas para fabricantes, marcas, distribuidores, analistas de mercado y organizaciones gubernamentales en todo el mundo.


Con más de 60 años de experiencia, un equipo de 3.500 personas y servicios cubriendo 60 países de manera directa o mediante nuestros socios, Kantar Worldpanel convierte el comportamiento de compra en ventaja competitiva en diversos sectores como consumo masivo, moda, bebés, telecomunicaciones y entretenimiento entre muchos otros.

En Latinoamérica, somos el número uno, con presencia en hogares de 15 países desde México hasta Argentina.

Para más información, por favor visite:

@KantarLatam

Kantar Worldpanel

 [www.kantarworldpanel.com/ar](http://www.kantarworldpanel.com/ar)



## Price Segments:

Price Segments	Price Index (100 = Total Dry Pasta)
Value	Up to 85
Mainstream	85-115
Core Plus	115-170
Premium	170 and more

If we segment the category in four groups according to the Price Index of each of them, we find that the “value” segment is the most important for pasta. 49% of the total volume belongs to this segment, which has a price index below the range of 85 points. The “value” homes are homes from low levels, and are responsible for 7 out of 10 kilos of the segment. We are talking about homes with young housewives, and with children, with a focus on families with

children up to six years of age.

### **Value segment growth:**

In a shrinking market, the cheapest pastas are the only ones growing, since last year; they have surpassed the “mainstream” group in terms of penetration (quantity of purchasing homes), growing in client quantity of low-superior and low-inferior socio-economic levels.

The most important movement within the

La pasta es una de las categorías con la menor dispersión de penetración por nivel socio económico. Está dentro de las categorías más democráticas del sector alimentos secos junto a los tomatados, caldos y saborizadores, aceites y galletitas. En el otro extremo se ubican el pan de molde, las mini tostadas y los edulcorantes, categorías que sí muestran diferencias de llegada por estrato social. Segmentos de precio:

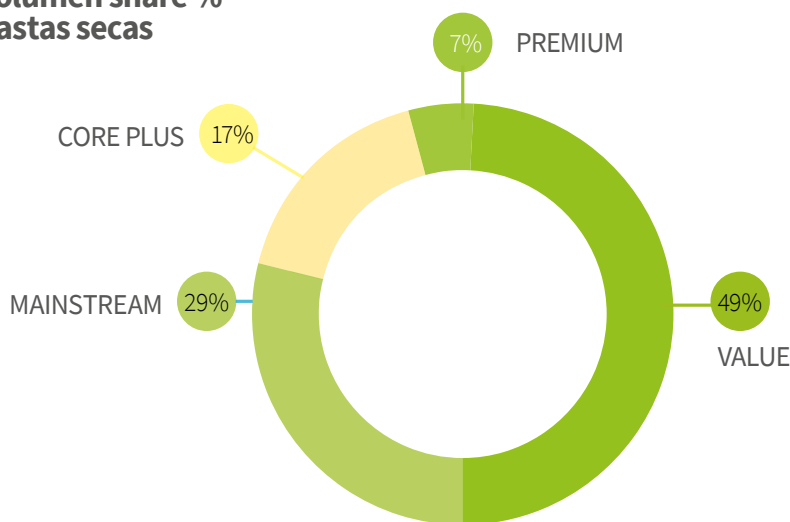
Segmentos de precio	Price Index (100 = Total Pastas Secas)
Value	Hasta 85
Mainstream	85-115
Core Plus	115-170
Premium	170 a más

Si segmentamos la categoría en cuatro grupos de acuerdo al Price Index de cada uno, tenemos que el segmento “value” es el más importante para pastas. El 49% del volumen total pertenece a este segmento, cuyo índice de precio se ubica bajo el rango de los 85 puntos. Los hogares “value” son de niveles bajos y son responsables de 7 de cada 10 kilos del segmento. Hablamos de hogares con amas de casa jóvenes con hijos, destacando a las familias con pequeños de hasta seis años de edad.

### CRECIMIENTO DEL SEGMENTO VALUE:

En un mercado que se contrae, las pastas más económicas son las únicas creciendo; desde fines del año pasado lograron superar al grupo “mainstream” en términos de penetración – cantidad de hogares compradores- sumando clientela de los niveles socio económicos bajo superior y bajo inferior.

### Volumen share % pastas secas



category can be observed in the volume that the “value” segment obtains from the “mainstream”, the second cheapest option of the market. The “value” homes allocate one third of their consumption power exclusively in brands from this segment. 28% of them also purchase some brand from the “mainstream” segment, and 17% purchase one of the “core plus” one. One out of three “value” homes exclusively belong to this segment: do not purchase brands from another price range.

### Dry Pasta Kinds:

The growth of options of a lower average price is also observed by kind of pasta. During the last year, the only variety that managed to grow was the one of small stewing noodles, which have the cheapest average price per kilo in all segments, and grew at every level, except in the low-superior level, in which the “soup” pasta were the only ones that managed to grow.

### Whole Grain World:

Even if the whole grain pasta still represents a small segment, it is shown that, still in basic categories that tend to buy cheaper things, there are opportunities to grow in relation to a value proposal associated to some relevant concept for consumers, in this case, health.

Therefore, whole grain pasta has managed to duplicate its penetration and purchase frequency last year. According to data from our study

El movimiento más importante dentro de la categoría lo observamos en el volumen que obtiene el segmento “value” desde el “mainstream”, la segunda opción más económica del mercado. Los hogares “value” le destinan un tercio de su consumo exclusivamente a marcas de este segmento. Un 28% suma alguna marca de “mainstream” y un 17% adiciona una de “core plus”. Uno de cada 3 hogares “value” son exclusivos a este segmento: no compran marcas de otra banda de precios.

**TIPOS DE PASTAS SECAS:**

El crecimiento de opciones de menor precio medio también se observa por tipos de pastas. En el último año, sólo logró crecer la variedad de guisos cortos, los cuales manejan el precio medio por kilo más bajo de todos los segmentos y lo hizo en todos los niveles excepto en el bajo superior donde fueron los fideos “soperos” los únicos que lograron crecer.

**MUNDO INTEGRAL:**

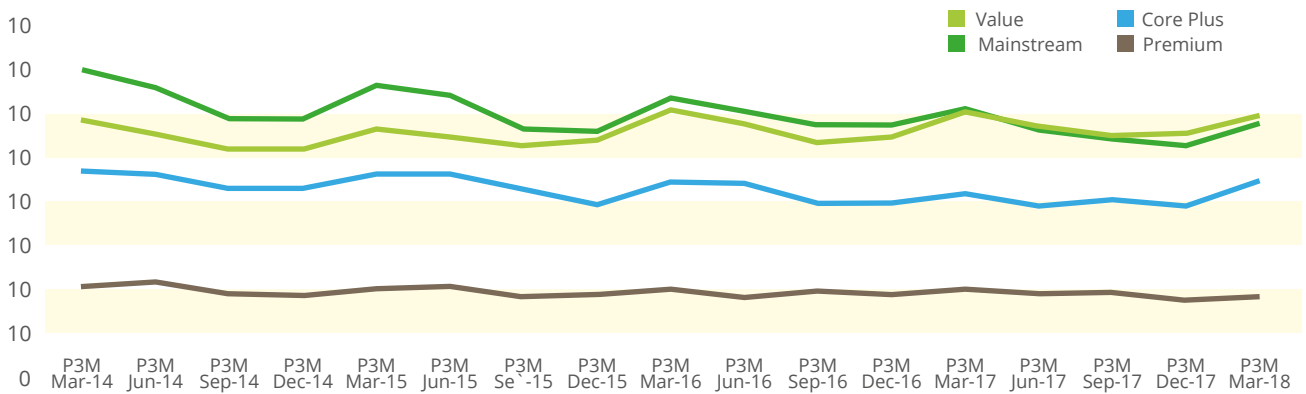
Si bien las pastas integrales aún representan un segmento chico, demuestran que,

aún en categorías básicas que tienden a lo económico, existen oportunidades para crecer desde una propuesta de valor asociada a algún concepto relevante para los consumidores, en este caso lo saludable.

Así, las pastas integrales han logrado duplicar su penetración y frecuencia de compra en el último año. De acuerdo con datos de nuestro estudio Concern Monitor, que segmenta a los hogares en base a su nivel de preocupación en su alimentación, el 29% de los hogares argentinos tienen un alto nivel de preocupación en lo que ingieren y las harinas/hidratos constituyen el cuarto ingrediente que más declaran eliminar de su dieta (luego de las grasas, azúcar y sal/sodio).

Los hogares compradores de pastas integrales son de niveles altos, familias de 4 integrantes con amas de casa de entre 35 y 64 años.

**Penetración de pastas secas**



Concern Monitor, which segments homes based on their level of concern about their health, 29% of Argentine homes have a high level of concern about what they eat, and flours/hydrates are the fourth ingredient that they state they remove from their diet (after fat, sugar, and salt/sodium). Whole grain pasta purchaser homes are from high socio-economic levels, families of 4 members with housewives between 35 and 64 years of age.

**About Kantar Worldpanel**

Kantar Worldpanel is the global expert in

shoppers’ behavior and insights based on continuous consumer panels.

Through the combination of monitoring, advanced analytics and tailored solutions, Kantar Worldpanel inspires successful decisions by brand owners, retailers, market analysts and government organizations globally.


With over 60 years’ experience, a team of 3,500, and services covering 60 countries directly or through partners, Kantar Worldpanel turns purchase behavior into competitive advantage in markets as diverse as FMCG, impulse products, fashion, baby, telecommunications

and entertainment, among many others. In Latin America, Kantar is a leading company, being present at homes in 15 countries, from Mexico to Argentina.

For more information, please visit:  
 @KantarLatam  
 Kantar Worldpanel  
[www.kantarworldpanel.com/ar](http://www.kantarworldpanel.com/ar)



No son muchos los productos con los cuales la Argentina puede atribuirse una verdadera “marca país”. Lo cierto es que la fama internacional la tiene nuestra carne y, de manera muy incipiente, nuestro trigo.

 **The “Argentine Wheat” Brand, a Challenge for the Whole Chain**

There are only a few products with which Argentina may obtain a real “country brand”. The truth is that the international fame is for our meat, and our, currently emerging, wheat.

Since early 2018, the debate on how to transform Argentine Wheat in a brand has been carried out. This possibility makes

each of the links of the national wheat chain enthusiastic, and especially those with an exports profile.

The idea was firstly sketched during the “Wheat Competitiveness Table” that took place on January 9, 2018 in the Miguel Hernández room of the Ministry of Agro-Industry, in which the most renowned members of the activity participated.

The second occasion was during the 4th edition of the “National Wheat Table” held

at Leones, Córdoba, on February 8. There, the topic was included in the “Agreement Document” signed by everyone present. Among the agreements reached, we should mention:

- To organize an International Wheat Congress for 2019.
- To promote the nutrition of the land resource.
- To encourage segregation.
- To promote Agricultural Good Practices.

# LA MARCA TRIGO ARGENTINO

## Un desafío para toda la cadena

Desde principios de 2018 se ha instalado este debate: ¿cómo hacer del Trigo Argentino una marca? Esta posibilidad entusiasma, sin duda, a cada uno de los eslabones que componen la cadena triguera nacional; y, sobre todo, a aquellos con perfil exportador.

La idea se esbozó por primera vez durante el desarrollo de la “Mesa de Competitividad” del trigo celebrada el día 9 de enero de 2018 en el salón Miguel Hernández del Ministerio de Agroindustria, de la que participaron los miembros más destacados de la actividad.

- To fight informality.
- To develop the brand “Argentine Wheat”.

Finally, in order to finish positioning the idea, the topic was present in one of the panels of “A todo Trigo” too. There, the director of the Stockpilers’ Federation, Leandro Pierbattisti, gave a hint of a financing proposal in order to achieve the brand’s positioning worldwide.

### **Brand Attributes for the Industry**

A brand needs attributes. And the wheat attributes that may result more valuable for a flour mill may not be the same as those important for a consumer.

In order to sell the wheat grain, or even flour, the priority will be those parameters of industrial or commercial quality mostly known and used, such as:

- Protein.
- Gluten.

- Ash.
- Flour performance.
- Alveographic W value.
- Hectoliter weight.

Leandro Pierbattisti points out: “The real paradigm change consists in being capable of complying with the specific demands of customers. Working based on exportable surplus is not an adequate strategy.” Other aspects only partially solved in our country, and that may contribute in a decisive

▼ **4° Mesa Nacional del Trigo en la localidad cordobesa de Leones.**

*4th National Wheat Table in Leones, Córdoba.*



La segunda ocasión fue durante la IV edición de la “Mesa Nacional del Trigo” celebrada en la localidad cordobesa de Leones el día 8 de febrero. Allí, el tema formó parte del “Documento de Acuerdos” suscripto por todas las fuerzas vivas que participaron de la jornada. Entre muchos otros consensos alcanzados se destacan:

- Se propone, para 2019, la realización de un Congreso Internacional de Trigo.
- Promover la nutrición del recurso suelo.
- Incentivar la segregación.
- Promover las Buenas Prácticas Agrícolas.
- Combatir la informalidad.
- Desarrollar la marca “Trigo Argentino”.

Finalmente, para terminar de posicionar la idea, el tema estuvo presente en uno de los paneles de “A Todo Trigo”, nada menos. Allí, el referente de “Acopiadores”, Leandro Pierbattisti, esbozó, inclusive, una propuesta de financiamiento para lograr posicionar esta marca en el mundo.

**LOS ATRIBUTOS DE LA MARCA PARA LA INDUSTRIA**

Una marca se construye de atributos. Y los atributos del trigo que pudieran resultar más valiosos para un molino harinero podrían no coincidir con aquellos que resultan importantes para un consumidor.

Para comercializar el grano de trigo o, incluso, la

way to improve the crop’s prestige are:

- 1) Segregation capacity.
- 2) Improvement of phytosanitary conditions (innocuousness).
- 3) Traceability.

**Brand Attributes for Consumers**

For us “pasta makers” the issue can be different. Even though the lab parameters are also essential to obtain

an organoleptically fit product, the truth is that the consumer seeks, in addition, other more intangible attributes.

A responsible use of natural resources, environmental protection, fight against child labor, Corporate Social Responsibility with which production is carried out, or even the fact that the wheat comes from our globally famous Pampas. All of these may be attributes

of a huge value for the consumer and tip the scales in favor of Argentine Pasta “in-store” in any part of the world.

**Quality Standards: a Sine Qua Non Condition**

Further beyond the sophistication level of the message chosen, we should first manage to guarantee, at every link of the chain, the essential part: from the one



▼ **Leandro Pierbattisti, referente de la Federación de Acopiadores.**

*Leandro Pierbattisti, director of the Stockpilers' Federation.*



harina, serán prioritarios aquellos parámetros de calidad industrial o comercial más conocidos y utilizados, como por ejemplo:

- Proteína.
- Gluten.
- Ceniza.
- Rendimiento harinero.
- W alveográfico.
- Peso Hectolítrico.

Leandro Pierbattisti señala al respecto: “El verdadero cambio de paradigma consiste en ser capaz de responder a las demandas específicas de los clientes. **Trabajar a partir de “saldos exportables” no es una estrategia adecuada**”.

Otros aspectos no resueltos por completo en nuestro país y

que podrían contribuir de forma decisiva a mejorar el prestigio del cultivo son:

- 1) Capacidad para segregar.
- 2) Mejora en las condiciones fitosanitarias (inocuidad).
- 3) Trazabilidad.

#### LOS ATRIBUTOS DE LA MARCA PARA LOS CONSUMIDORES

Para nosotros como “fideeros” la cuestión puede ser distinta. Si bien, en definitiva, los parámetros de laboratorio son también fundamentales para la obtención de un producto organolépticamente adecuado, lo cierto es que el consumidor busca, además, atributos más intangibles.

Un uso responsable de los recursos naturales, la protección del medioambiente, la lucha contra el trabajo infantil, la responsabilidad Social Empresaria con la que se lleva adelante la producción o, inclusive, el hecho de que el trigo provenga de nuestras mundialmente famosas Pampas. Todos estos pueden ser atributos de enorme valor para el consumidor e inclinar la balanza a favor de la pasta argentina al “pie de la góndola” en cualquier parte del mundo.

#### NORMAS DE CALIDAD: CONDICIÓN SINE QUA NON

Más allá del nivel de sofisticación del mensaje que se elija, primero debemos lograr asegurar, a lo largo de toda la cadena, lo fundamental: trazabilidad, por un lado, y buenas prácticas por el otro. Estos dos factores aplican en cualquier eslabón de la cadena y se vinculan directamente con la transparencia y la confianza que buscamos generar. Más aún si tenemos la vocación de llegar a mercados más exigentes y a consumidores más informados, que en definitiva son los que pagan un mejor precio por el producto.

Como conclusión, queremos destacar la importancia de haber comenzado a debatir lo que podríamos denominar “problemáticas de segunda generación”, aunque sin dejar de mencionar que este año la vuelta de las retenciones, sin duda, nos ha hecho retroceder nuevamente varios casilleros.

hand, traceability, and good practices on the other. These two factors apply to any link of the chain and are directly related to the transparency and trust we are looking to generate. Even more, if we have the desire to reach more demanding markets and more informed consumers, who, in the end, are the ones who pay a higher price for the product.

As a conclusion, we would like to emphasize the importance of having

started the debate on “second generation problems”, despite the need to mention that this year, with withholdings back on track, we have, undoubtedly, gone back several squares.

Como país clave en la producción global de alimentos, el mundo le atribuye a la Argentina el rol de liderar las áreas respectivas de dicho sector tanto en biotecnología, química, o de maquinaria, como en buenas prácticas.



#### **Julian Zschocke**

Se recibió en Economía e Historia Moderna de la Universidad de St. Andrews en Escocia. Profundizó su conocimiento del agro en la Argentina, formándose con un Posgrado de la Facultad de Agronomía de la UBA, investigando el tema de las biorefinerías de trigo. Actualmente está completando su educación académica en la HEC en París, Francia.



Columnista internacional

# Las biorefinerías, ¿una oportunidad para el trigo?

Además, por sus volúmenes de producción, la exportación ha sido y será importante para la agroindustria.

En este contexto, surge la pregunta sobre cuál es el papel del trigo en este sistema. En comparación con otros granos, por ejemplo la soja o el maíz, se observa que la industria triguera, por su rol en la alimentación básica, tiene una orientación más nacional que internacional, y que, como consecuencia, la presión competitiva para continuar mejorando procesos, invertir en nueva tecnología, o revisar métodos ha sido más baja. De este modo, existe actualmente una recuperación de inversiones necesarias para ser capaz de aprovechar efectivamente el crecimiento continuado de la superficie sembrada del trigo en la Argentina.

Dichas inversiones podrían tener efectos multiplicadores, cambiando el potencial comercial de algunas industrias para mejor y generando un sensible crecimiento del empleo en áreas que durante años estuvieron olvidadas. Por ejemplo, una temática actual es la bioindustria, que presenta una serie de oportunidades, una de las cuales es la biorefinería triguera, que utiliza el almidón de la harina de trigo para producir, además de bioetanol, una significativa variedad de compuestos químicos que tienen aplicación en sectores de las industrias como la de la construcción, la de la elaboración de bebidas y la textil. El otro componente extraído, el gluten, se puede usar para mejorar la harina de baja calidad proteica. Esto es una de varias transformaciones graduales que el sector debería considerar, a fin de identificar cambios de riesgo potencial para el modelo de negocio del trigo. El Grupo Manildra de Australia ha demostrado cómo una diversificación de ese tipo puede aumentar el éxito de una compañía triguera.

El desafío entonces, es el de crecer de manera sostenible, haciendo hincapié en una mayor profesionalización de la industria triguera, buscando satisfacer la demanda del consumidor en la Argentina y en el mundo. La elaboración de productos específicos, y con valor agregado en origen, contribuiría a generar un crecimiento orgánico del sector y en el mediano plazo, resultaría en una menor dependencia de los mercados de commodities.

## **Biorefineries: an opportunity for wheat?**

As a key country in the global food production, the world confers Argentina a leading role in such sector, both in biotechnology, chemistry or equipment, and in good manufacturing practices (GMP). Besides, due to its production volumes, export has been and will be important for the agro-industry.

In this context, the question of which is the role of wheat in this system arises. Comparing it to other grains, for example soy or corn, we can notice that the wheat industry, due to its role in basic nutrition, is more oriented to domestic, rather than international consumption, and, as a result, the competitiveness burden to continue improving its processes, investing in new technology, or revising methods, has been lower. Therefore, there is, nowadays, an investment recovery, necessary to being capable of effectively take advantage of the continuous

growth of the wheat sown area in Argentina.

Such investments may have multiplying effects, changing the commercial potential of some industries for the better, and thus generating an important employment growth in areas that remained forgotten for years. For instance, a contemporary topic is the one of wheat biorefineries, which use starch from wheat flour to produce, in addition to bioethanol, an important variety of chemical compounds that can be applied in sectors such as the construction, beverages' production and textile industries. The other extracted component, gluten, may be used to improve low protein quality flour. This is one of the several gradual transformations that the sector should consider in order to identify potential risk changes for the wheat business model. Malindra Group in Australia has shown how this kind of diversification can increase the success of a wheat company.

The great challenge, then, is to grow in a

sustainable way, putting emphasis on a greater professionalization of the wheat industry, seeking to satisfy the demand of the consumer in Argentina and in the rest of the world. The manufacturing of specific products, with an added value from its origin would contribute to produce an organic growth of the sector and, in the medium-term, would result in a lower dependency of commodities' markets.

### **Profile:**

Julian Zschocke has an undergraduate degree in Economy and Modern History from the University of St. Andrews in Scotland. He has increased his agricultural knowledge in Argentina, studying to obtain a graduate degree at the School of Agriculture of the University of Buenos Aires, and conducting research on the wheat biorefineries' topic. He is currently finishing his education at HEC, in Paris, France.





# **CASS** Complejo Alimenticio **San Salvador** S.A.



/CASStucuman



/CASS\_tucuman [www.complejosansalvador.com.ar](http://www.complejosansalvador.com.ar)

# LA MEJOR TIERRA, EL MEJOR TRIGO, LA MEJOR PASTA

## COMPLEJO ALIMENTICIO SAN SALVADOR S.A.

Desde principios del año 2009 comienzan las obras de un ambicioso proyecto industrial, único en el N.O.A. denominado "Complejo Agroalimenticio San Salvador S.A."

El complejo está emplazado en la provincia de Tucumán (Argentina), sobre la ruta provincial N°302 Km.14 Municipio de Banda del Río Salí, siendo unos de los emprendimientos de mayor envergadura en su tipo en la provincia.

## FÁBRICA DE FIDEOS SECOS

La fábrica de pastas secas cuenta con cinco líneas de producción marca FAVA con capacidad de 6500 kg/hora para pastas cortas, 6000 kg/hora para pastas largas y 1000 kg/hora para pasta nido.

## PRESENTACIONES Y PRODUCTOS

Harinas especiales para la elaboración de pastas alimenticias de óptima calidad.

Harinas específicas para la producción panadera de tipo: "000", "0000" y leudante.

Harinas para mezclas alimenticias en general de tipo Pre Mezclas.

- Pastas cortas guiseros y soperos en presentación de 1/2 kg y 5 kg.
- Pastas largas tallarines y spaghetti en presentación de 1/2 kg y 5 kg.
- Pastas nido spaghetti, tagliatelle y cabello de ángel en presentación de 1/2 kg y 5 kg.

## METROS CUADRADOS CASS

370.788 m2

## METROS CUADRADOS

INSTALADOS	DOTACIÓN
15.640 m2	203 personas

## NUESTRAS MARCAS

La teresina | Bonanza | La providencia

## SAN SALVADOR AGRI-FOOD COMPLEX INC

At the beginning of 2009, work began on an ambitious industrial project, unique in Argentina's Northwestern region, called "San Salvador Agri-Food Complex INC".

Based in the province of Tucumán (Argentina), on provincial road Nr 302, Km14, Municipality of Banda del Río Salí, this complex represents one of the most important entrepreneurial initiatives of its kind within the province.

## DRIED NOODLE PLANT

The dried noodle plant is equipped with two FAVA brand production lines, with a capacity of 6500 kg/hour for short-cut pasta, and 6000 kg/hour for long-cut pasta and 1000 kg/hour for pasta nest.

## PRODUCTS AND AVAILABLE CONTAINERS

Special flours for preparation of high quality edible pastes.

Specific flours for bread-making such as: "000", "0000", and self-rising types.

Flours for edible mixtures in general - Pre-Mixture types.

- Short-cut pasta for stews and soups available in 1/2 kg and 5 kg packages.
- Long-cut pasta - noodles and spaghetti - available in 1/2 kg and 5 kg packages.
- Nest pasta spaghetti, tagliatelle and angel hair in presenting 1/2 kg and 5 kg.

## SQUARE METERS CASS

370.788 m2

## INSTALLED

SQUARED METERS	EMPLOYEES
15.640 m2	203

## OUR BRANDS

La teresina | Bonanza | La providencia

FIDEOS  
**La Providencia**



FIDEOS SEMOLADOS  
**BONANZA**

Municipio de Banda del Río Salí | Tucumán | Argentina | Complejo alimenticio San Salvador S.A.

Ruta Provincial 302 - km14 | C.A. 4000 Tel.: +54 (381) 4516600 / 4294242 | ventas@complejosansalvador.com.ar



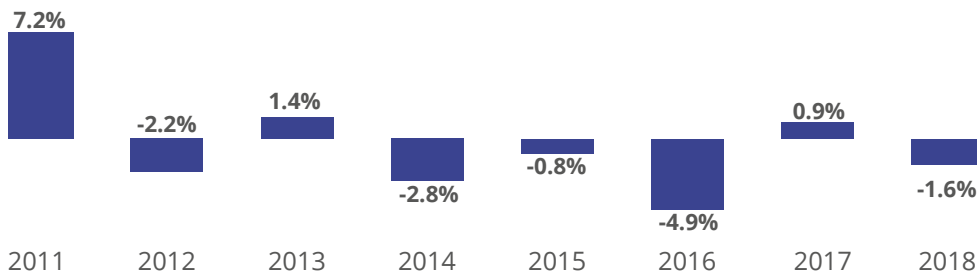
# LA MIRADA DE LA UIA

## **Pablo Dragún**

Investigador de la UIA

Pablo Dragún es Licenciado en Economía por la Universidad de Buenos Aires y cuenta con una Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con especialización en PyMEs de la Universidad de General Sarmiento (UNGS). Actualmente se desempeña como Director del Centro de Estudios de la Unión Industrial Argentina (CEU-UIA). También es Miembro del Consejo de Administración de la OIT y desempeña múltiples tareas como asesor y consultor para una diversidad de organismos públicos y privados, tanto a nivel local, como internacional.





## Evolución interanual de la actividad industrial

Fuente: CEU-UIA en base a datos de cámaras empresariales y organismos del sector público y privado, 2018 estimado.

Al cierre de 2017 observamos un crecimiento económico del 2,9% del producto y del 1% de la actividad industrial, dejando atrás un 2016 de ajuste y restructuración. Si bien el resultado de la actividad manufacturera en 2017 tuvo un resultado positivo, no estuvo exenta de heterogeneidades al interior de los sectores, funcionando con una industria a tres velocidades. En ese sentido es que los sectores vinculados a la construcción (cemento, materiales o acero) crecían fuertemente a tasas superiores al 10%, otros sectores crecían poco (alimentos y bebidas, metalmecánica, automotriz, entre otras) y algunos sectores, vinculados al mercado interno, se contraían (textil-indumentaria, calzado, gráficos, fundamentalmente).

Para 2018 esperábamos que la economía continuara en un esquema similar, con menor tracción de la construcción, pero con el desarrollo del “shale gas” y el “shale oil” en Vaca Muerta y la recuperación de la industria brasileña que traccionaría a algunos sectores, en particular al automotriz. Y los sectores más mercado-internistas con bajas, pero de menor cuantía, aunque con un piso de comparación más bajo.

Sin embargo, el primer semestre presentó un resultado positivo de 0,4%, afectado fundamentalmente por la sequía, el salto cambiario y las altas tasas de interés persistentes en el tiempo, sumado a costos elevados y a la presión tributaria creciente sobre las actividades industriales, que concluyeron en una reducción de la proyección para el 2018, año para el que se esperan caídas del orden del 1,5 y 2%. La recientemente reglamentada Ley de “Compre Argentino” y el desarrollo de proveedores podría traer un poco de aire a las pymes argentinas, pero recién en el mediano y largo plazo.

Otro factor interesante para analizar son los datos de empleo. Si bien el empleo privado presenta módicos incrementos, éstos no son producto del sector industrial, cuyo empleo cayó 2,4% en 2017 y 2,1% en junio de 2018. El sector de las Pastas Alimenticias, frescas y secas, no es la excepción, contrayéndose el nivel de empleo en 2,1% y cerrando el 2017 con 10.542 trabajadores.

### The UIA and its Outlook on 2018 and Ahead

Pablo Dragún, the Economist and researcher of the Argentine Industrial Union (UIA), shares his outlook regarding the industrial dilemma by which the country is going through.

At the end of 2017 we had an economic growth of 2.9% of the GDP, and of 1% of the industrial activity, leaving behind a 2016 of adjustment and restructuring. Even though the result of the manufacturing activity in 2017 had a positive

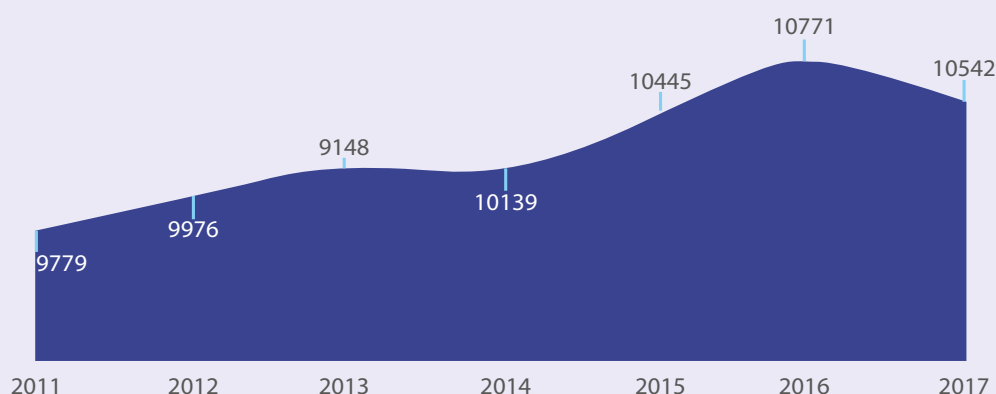
result, it was not free from heterogeneities within the sectors, thus having to work with an industry in three different gears. In such sense, the sectors related to the construction (concrete, materials or steel) grew strongly in rates higher than 10%, other sectors grew slower (food and beverages, metallurgical, automotive industries, among others), and some sectors, linked to the domestic market, shrunk (textile, clothing, footwear, printing industries, mainly).

For 2018 we expected the economy to continue by

the same path, with less traction power from the construction, but with the development of shale gas and shale oil in Vaca Muerta, and the recovery of the Brazilian industry, which would drive some sectors, to a lesser extent, but with a lower basis comparison. However, the first semester had a 0.4% positive result, mainly affected by drought, exchange rate jumps, and high interest rates, persistent in time, in addition to increasing costs and the growing tax burden over industrial activities, which ended in a reduction of the 2018 forecast. For 2018 we expect drops around 1.5 and 2%. The recently regulated

## Puestos de trabajo registrados en elaboración de pastas alimenticias

Fuente: CEU-UIA en base a OEDE MTEySS



De cara al futuro, resulta primordial, primero, que se establezca la macroeconomía, fundamentalmente la cuestión cambiaria y las tasas de interés. Todo apunta a un mayor dinamismo exportador: las manufacturas de origen industrial llevan acumulado, en el año, un crecimiento del 13% y se espera que continúen por ese sendero, con una potencial mejora de Brasil, nuestro principal socio comercial. Para el caso de las manufacturas de origen agropecuario, se espera que con la próxima campaña el crecimiento sea significativo, pero como consecuencia de una muy baja base de comparación fruto de la sequía que afectó la cosecha de soja de la campaña 2017/18.

Para retomar el sendero de crecimiento es necesario articular varias cuestiones: estabilizar el mercado cambiario, reducir las actuales tasas de interés, despejar las dudas respecto del programa financiero y morigerar los efectos de la contracción sobre la actividad productiva, las pymes y los sectores sociales.

Resulta importante promover políticas de largo plazo, de fomento a la exportación para reducir estructuralmente el déficit de cuenta corriente, que el año pasado llegó a 4,8% del PIB. Además, esto debe complementarse con un plan coordinado entre todas las esferas del Gobierno Nacional.

law called "Buy Argentine Products", and the development of suppliers may bring some air to Argentine small and medium-sized companies, but only in the medium and long terms.

Another interesting factor to analyze is the employment data. Even if private employment has had modest increases, these are not from the industrial sector, which had an employment drop of 2.4% in 2017 and 2.1% in June 2018. The Food Pasta sector, including fresh and dry pasta, is not an exception to this; its employment level fell 2.1%, finishing 2017 with 10,542 workers.

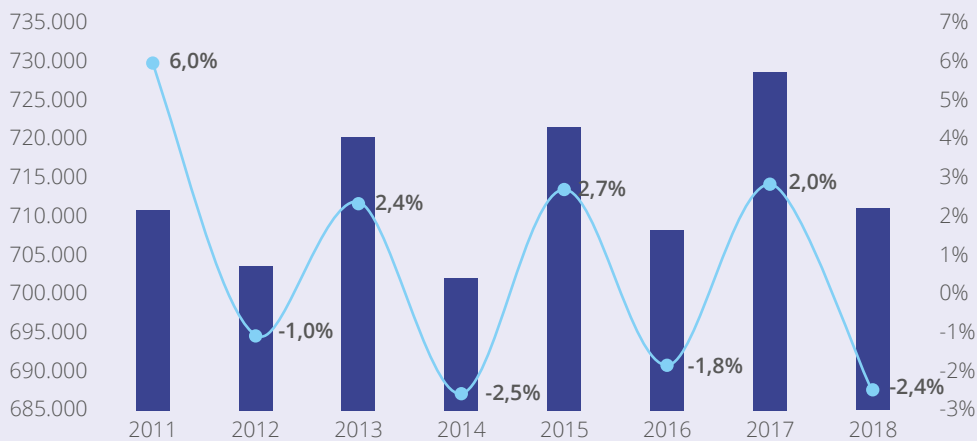
Facing the future, it is essential, first, to stabilize the macro-economy, mainly the exchange rate issue and interest rates. Everything suggests greater exports' dynamism: the industrial goods have accumulated, during the year, a 13% growth, and we expect them to continue the same way, possibly with a recovery from Brazil, our main commercial partner. For the case of agricultural goods, we expect a significant growth with the next campaign, but as a result of a really low basis of comparison, due to the drought that affected the soy crop of the 2017/18 campaign.

In order to go back to the growth track, it is necessary to bring together several challenges: stabilize the exchange market, reduce the current interest rates, clear up doubts as regards the financial program, and control the effects of the contraction of the productive activity, the small and medium-sized companies and the social sectors.

It is really important to promote long-term policies on exports promotion in order to structurally reduce the current account deficit, which last year reached 4.8% of the GDP. Furthermore, this should be complemented with a plan coordinated among

## Evolución anual del PBI en Argentina

(en MM de pesos y /% variación i.a., a precios constantes de 2017)  
Fuente: CEU-UIA en base a INDEC y estimaciones propias. 2018 estimado.



Incrementar los ingresos antes que recortar gastos pareciera ser el camino indicado.

Otro aspecto destacable a tener en cuenta es mejorar la productividad de la economía y reducir los problemas de competitividad estructural que posee el país:

- Problemas de infraestructura.
- Costos laborales no salariales.
- Elevada tributación nacional, provincial y municipal sin una contraprestación.

La reducción del déficit de corto plazo, no debe separarse de una mirada integral, orientada al crecimiento. La articulación de la macro y la microeconomía resulta primordial.

Argentina tiene la obligación de pensar y ejecutar planes a largo plazo que transformen positivamente su estructura productiva en un país con una industria más fuerte y más pujante cuando en el mundo se debate acerca de la cuarta revolución industrial.

all the Argentine Government spheres. Increasing income before cutting off expenses seems to be the appropriate way.

Another significant aspect to take into account is to improve the economy's productivity and reduce the structural competition problems the country has:

- Infrastructure problems.
- Non-wage labor costs.
- High federal, provincial and municipal tax burden, without any compensation.

The short-term deficit reduction shall not be made without an integral outlook, oriented to growth. Coordination between macro and micro-economy is essential.

Argentina has the obligation to think and implement long-term plans to transform their productive structure in a positive way, in a country with a stronger and booming industry, in a moment in which the world is debating on the fourth industrial revolution.

### **Pablo Dragún**

Pablo Dragún has an undergraduate degree in Economy from the University of Buenos Aires, and a master's degree in Economy and Industrial Development, with a major in Small and Medium-Sized Companies from the University of General Sarmiento (UNGS). He currently works as a Director of the Center of Studies of the Argentine Industrial Union (CEU-UIA). He is also a member of the Governing Body of the International Labor Organization (ILO) and performs multiple tasks as advisor and consultant for several private and public bodies, both local and international.





Algunas impresiones sobre la

# FERIA SIAL

 **My opinion on SIAL's Fair**  
By Juan Airolde

SIAL Paris, together with ANUGA in Germany, is one of the most important food fairs around the world. This year, I had the opportunity to visit this fair in the French capital city, so I would like to comment my general outlook about it.

EXHIBITION GROUND: The fair is located in the outskirts of Paris, specifically in a

northern community called Villepinte, near the airport Charles de Gaulle. It is worth mentioning that the trip from the city center to the fair is a little bit long. By train, we do not have to pass by a lot of stations, but the distance between the capital city and Villepinte is long. Moreover, if we travel during the rush hours, we may travel a little bit tight.

SIZE: From my viewpoint, the exhibition ground "Parc Des Expositions" in Paris

is considerably bigger than the grounds belonging to La Rural here in Buenos Aires; and also, its spaces are more open and maximized to the most.

There are eight pavilions, but in one afternoon one only can go through only three of them, or may be two if you do it thoroughly. It is easy to get lost in such a huge space, and also difficult to find what one is looking for.

LATIN AMERICA: This year, our continent





Por Juan Airoides

**SIAL París, junto con ANUGA en Alemania, es una de las ferias de alimentación más importante en el mundo. Este año tuve la posibilidad de acercarme a visitar esta feria en la capital francesa, por lo que me gustaría dejar mis principales impresiones al respecto:**

**PREDIO FERIAL:** Se ubica en las afueras de París, más específicamente en una comuna del norte llamada Villepinte, cerca del aeropuerto Charles de Gaulle.

Vale aclarar que el viaje desde el centro de la ciudad se hace un poco largo. No son demasiadas estaciones, pero el trayecto que las separa es extenso. Además, si viajamos en hora pico es posible que lo hagamos bastante apretados.

Desde mi perspectiva, el predio "Parc Des Expositions" de París no solo es bastante más grande que el de La Rural, sino que además sus espacios son más abiertos y están mejor aprovechados.

Hay unos ocho pabellones. Pero en una tarde solo se podrán recorrer tres, o tal vez dos si uno lo hace con detenimiento. Es muy fácil perderse en esa inmensidad; y un poco difícil también encontrar lo que se busca.

**LATINOAMÉRICA:** Este año, nuestro continente tiene asignado un lugar especial en el

pabellón 8. Allí se ubican los stands nacionales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay y Perú. El stand de nuestro país es, tal vez, un poco monótono en lo que ofrece, pero destaca por su tamaño y su ubicación central.

**CHINA:** De todos los países expositores, me resultó muy llamativa la masiva presencia de expositores chinos. A pesar de no ser China un país tradicionalmente asociado con la industria de alimentos, su presencia es, por lejos, la más significativa y numerosa. Como nota al pie, también me gustaría destacar, el trabajo de España para esta feria, ya que la presencia de este país se hacía notar.

**PASTA:** Dentro del stand argentino resaltaba la presencia de los productos de WAKAS GLUTEN FREE, prolijamente expuestos dentro de una vitrina. Uno de sus responsables me comentó que estaban aprovechando la feria para presentar una nueva línea de pastas. También pude identificar fideos de la marca MULINI de Cooperativa Los Molinos, dentro del espacio reservado para los usuarios del sello "Alimentos Argentinos".

Debo decir que (al menos en lo que hace a mi experiencia dentro de la feria) no me he encontrado con grandes stands dedicados a la pasta. Sí pude ver muy buenos productos y packagings originales, pero había que andar atento para "pescar" cosas interesantes.



Mercedes Nimo, Andrés Murchison y Juan Airoides

has a special place assigned in pavilion no. 8. There, we can find the national stands of Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, Mexico, Paraguay and Peru. Argentina's stand is, perhaps, a little bit flat as regards the products offered, but its size and central location stand out.

**CHINA:** From all the exposing countries, the one that stood out with its massive presence was China. Despite the fact that China is not a country traditionally

associated with the food industry, its presence is, by far, the most important and big. As a footnote, I would also like to highlight Spain's work for this fair; The Spanish presence was prominent.

**PASTA:** Within the Argentine stand, the presence of WAKAS GLUTEN FREE products stood out, meticulously exhibited within a glass cabinet. One of the company representatives told me that they were using the fair to launch a new

line of pasta. I was also able to identify MULINI pasta, from Cooperativa Los Molinos, within a space reserved for users of the seal "Argentine Food".

I must say that (at least regarding my experience within the fair) I have not found great stands devoted only to pasta. I was able to find very good products and original packagings, but one had to be paying a lot of attention in order to "fish" for interesting things.

# MISIÓN COMERCIAL

## a Bolivia y Paraguay



### **Trade Mission to Bolivia and Paraguay**

The Argentine pasta industry has a vision: to turn itself into South America's Italy.

On May 20 to 24, several pasta manufacturers participated in business meetings in Bolivia and Paraguay. The trade mission organized exclusively for the food pasta category was an initiative of the Argentine Investments and International Trade Agency, with the

support of the Ministry of Agro-Industry, the Ministry of Foreign Affairs and Worship, and the UIFRA.

The reasons to choose Bolivia and Paraguay are their closeness, and the possibility to reach these destinations by ground transportation. There are cultural and commercial bonds, as well as a lack of language barriers.

#### **Participating Companies**

Even though it is true that in our country

there are some companies capable of exporting to any country in the world, most of the medium and small-sized companies have barely started to go through the exports road.

The trade mission aimed at motivating small and medium-sized companies manufacturing industrial fresh and dry pasta, offering them a really good opportunity to start their own exports road. The dry pasta companies that answered to such open call were the following:



Del 20 al 24 de mayo, fabricantes fideeros participaron de rondas de negocios en Bolivia y Paraguay. La misión comercial organizada exclusivamente para la categoría de pastas alimenticias fue una iniciativa de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, con apoyo del Ministerio de Agroindustria, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la UIFRA.

Las razones de la elección de Bolivia y Paraguay las encontramos en su proximidad y en la posibilidad de llegar a estos destinos por vía terrestre. Existen lazos culturales y también comerciales, además de la ausencia de barreras idiomáticas.

#### EMPRESAS PARTICIPANTES

Si bien es cierto que el país cuenta con establecimientos capaces de exportar a cualquier parte del mundo, la mayoría de las empresas medianas y pequeñas apenas han comenzado a recorrer el camino exportador.

La misión apuntó a motivar a fabricantes PyME de pastas secas y frescas

industriales, ofreciendo una muy buena oportunidad para iniciarse en el camino exportador. Los establecimientos de pastas secas que respondieron a la convocatoria fueron:

#### **Complejo Industrial Alimentary S.A., Córdoba**

Pastas secas de prensa

#### **Establecimiento Fideero Berazategui, Buenos Aires**

Pastas secas laminadas, fideos dietéticos y sin TACC

#### **Wakas S.A., Buenos Aires**

Pasta secas sin TACC

#### **Molino Tres Arroyos, Buenos Aires**

Pastas secas de prensa

Tres meses luego de finalizada la misión, entrevistamos a algunos de sus integrantes para conocer su impresión y los resultados comerciales obtenidos. Compartimos, a continuación, sus muy interesantes testimonios.

*"Ha sido muy gratificante ver al equipo de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional trabajando junto al personal de cada embajada para que los empresarios tuviésemos la mejor oportunidad para la exportación de nuestros productos.*

*En nuestro caso, no hemos conseguido concretar ventas; sin embargo, creemos que, en el futuro cercano, estaremos en condiciones de intentar nuevamente, ya que las variables que obstaculizan una operación de estas características son difíciles de sortear.*

*Los costos de flete son altos para transportar el tipo de mercadería que comercializamos nosotros, ya que al ser un producto congelado y de bajo costo, el flete impacta directamente en el precio final.*

*Asimismo, aún no se ha desarrollado en algunos países la conciencia de una adecuada cadena de frío y eso hace casi imposible que los productos lleguen a su fecha de vencimiento con las condiciones adecuadas para el consumo humano.*

*No obstante, sigue siendo una opción sumamente atractiva, por la cual estamos trabajando sin descanso, apostando al crecimiento, al desarrollo de nuevos productos y a la incorporación de nuevas tecnologías para volvernos más competitivos".*

#### **Fabio Francesconi**

Pastas Orali

#### **Complejo Industrial Alimentary S.A., Córdoba**

Pressed dry pasta

#### **Establecimiento Fideero Berazategui, Buenos Aires**

Laminated dry pasta, diet and gluten free noodles

#### **Wakas S.A., Buenos Aires**

Gluten free dry pasta

#### **Molino Tres Arroyos, Buenos Aires**

Pressed dry pasta

Three months after the end of the mission, we interviewed some of the members in order to know about their impression and the commercial results obtained. Below, we share some of their interesting testimonies:

#### **Fabio Francesconi, Pastas Orali**

*"It has been really satisfying to see the team of the Argentine Investments and*

*International Trade Agency working together with each embassy's personnel in order for us producers to have the best chance to export our products.*

*In our case, we have not closed any sales; however, we believe that, in the near future, we will be prepared to try again, owing to the fact that the variables obstructing a sales operation like this are difficult to avoid.*

*Freight costs to transport the type of goods we sell are high, and, due to the fact of ours being a frozen product with a low cost, freight*

Para  
acercarnos  
a estos  
mercados es  
fundamental  
entender  
mejor lo que  
producen y  
demandan.

*“Participamos con la expectativa lógica de poder concretar ventas, pero en nuestro caso no cerramos ningún negocio. No obstante, mantenemos el contacto con potenciales compradores y no descartamos que en algún momento pueda surgir una operación.*

*El punto negativo fue la organización. Se había programado viajar primero a Paraguay y después a Bolivia y en la realidad fue al revés. Este cambio repentino afectó las reuniones programadas, principalmente en Bolivia. En Paraguay la Embajada se movió de otra manera y la ronda fue más dinámica.*

*Desde ya, ambos países son una oportunidad por su cercanía y tenemos, en la actualidad, un tipo de cambio que hace más atractiva la incursión. La clave está en el armado de alianzas con otras empresas que fabriquen otro tipo de productos, destinados al mismo tipo de cliente, haciendo de esta forma menos costosa la logística.”*

#### **Javier Lucero**

Wakas

*“Una exportación no se resuelve con un viaje, puede llevar dos o tres años concretar algo. Las condiciones, por el tipo de cambio, son más favorables pero nuestro país es muy inestable: lo que hoy es una ventaja, mañana ya no lo es. En la Argentina no se puede calcular un precio de exportación cuando las reglas de juego cambian todos los días, no es serio. Y de esta forma, socavamos la confianza que tienen sobre nuestro país en el exterior.*

*Por otro lado, nuestra logística terrestre es muy cara y además la única. Y los costos de aduana también hay que considerarlos, sumado a la burocracia que tiene nuestro país.*

*La misión suma, te permite estar en contacto con colegas, relacionarse de otra forma. Bolivia tiene fabricantes consolidados y son consumidores de trigo pan. Allí no se aprecia el trigo candeal como un valor agregado. Paraguay, en cambio, es una oportunidad distinta ya que carecen de una industria alimentaria nacional fuerte y valoran de otra forma los alimentos argentinos”.*

#### **Emiliano Varas**

Alimentary

*impacts directly on the final price. Furthermore, in some countries the conscience about a correct cold chain has not been developed, and that makes almost impossible for the products to reach their expiry dates in adequate conditions for human consumption. Nevertheless, it is still a really attractive option for which we are tirelessly working, betting on growth, on the development of new products and on the inclusion of new technology, in order to become more competitive.”*

#### **Javier Lucero, Wakas**

*“We participated with the logical expectation to close sales, but, in our case, we have not closed any. However, we keep in touch with potential customers and do not reject the idea of a possible sale.*

*The negative aspect was the organization. We would travel first to Paraguay and then to Bolivia, but we ended up doing the other way around. This sudden change affected*

*the meetings scheduled, mainly in Bolivia. In Paraguay the Embassy worked differently and the visit was more dynamic.*

*Obviously, both countries are a big opportunity due to their proximity and because we have, nowadays, a really attractive exchange rate. The key is to build alliances with other companies manufacturing another type of products for the same customer, and thus, the logistics will be less expensive.”*

#### **Emiliano Varas, Alimentary**

*“An export cannot be solved with a trip; it may take two or three years to close a sale. Conditions, due to the exchange rate, are more favorable, but our country is very unstable: what is an advantage today tomorrow is not, anymore. In Argentina you cannot calculate an export price when the rules of the game change every day; that is not serious. And, this way, we sabotage the*

*trust other countries have on us.*

*Additionally, our ground logistics are very expensive, and this is the only thing we have. We have to consider customs costs too, as well as the bureaucracy that our country has.*

*The mission was positive. It gave us the opportunity to be in touch with colleagues, to relate with them in another way. Bolivia has consolidated manufacturers and they are bread wheat consumers. They do not appreciate durum wheat as an added value. Paraguay, however, is a different opportunity because they do not have a strong national food industry, and they value Argentine food from another perspective.”*

*In order to enter those markets it is essential to fully understand what they produce and what they need.*



**CALIDAD QUE TRASCIENDE LAS FRONTERAS.**  
QUALIDADE QUE TRANSCENDE FRONTEIRAS.  
QUALITY THAT TRANSCENDS BORDERS.



**Nuestros productos están en los hogares de Argentina y el mundo porque somos la empresa líder en exportación.**

**Nossos produtos estão em casas Argentina e do mundo porque nós somos a empresa líder na exportação.**

**Our products are in homes Argentina and the world because we are the leading company in export.**



[www.molinos tres arroyos.com.ar](http://www.molinos tres arroyos.com.ar)

Ruta 3 Km 495 | Parque Industrial | Tres Arroyos | BUENOS AIRES  
Tel. 02983 43-2494 | [molinos@molineratresarroyos.com.ar](mailto:molinos@molineratresarroyos.com.ar)





# MOLINOS

RÍO DE LA PLATA INCORPORA LA  
LÍNEA DE PASTA LARGA

# MÁS GRANDE DEL MUNDO

 **Molinos Río de la Plata invests in the biggest long pasta line of the world**

We had the opportunity to meet Mariano Eguía, in charge of the Pasta category of Molinos Río de la Plata, and talk about the investments made by the company.

**Molinos Río de la Plata has increased the capacity of its dry pasta plant in Buenos Aires, in the district of Malvinas Argentinas with an important investment. Could you explain which has been the aim of the company for such a decision?**

The decision contributes to the consolidation of the Luchetti Plant among the most productive pasta hubs in the world. It reflects we are betting on our country, and shows our long-term vision within the food business.

The investments are oriented to impulse the pasta consumption within families in order to increase accessibility, develop innovative products and build beloved brands. Our main objective was to win in economy of scale in a high-productivity center, moving the production closer to the consumption hub (metropolitan area), and, in turn, replace old machinery with cutting-edge

technology, which allows us to assure high quality and service level.

**Which are the prominent aspects of this equipment?**

The equipment has a Swiss origin, it is provided by Buhler. It is a line that consumes 25% less thermal energy than a standard line, due to a heat recovery system used to maintain the drying conditions of the line. The installed capacity is of 6,500 kg/hour. The biggest long pasta lines within the market have a capacity of 6,000 kg/hour, while the short pasta lines exceed 10,000 kg/hour.

Moreover, the company has implemented the use

## Dialogamos con Mariano Eguía, Director de Sabor e Ingredientes de Molinos Río de la Plata, acerca de las inversiones realizadas por la compañía.



### **Molinos Río de la Plata amplió la capacidad de su planta de pastas secas en el partido bonaerense de Malvinas Argentinas realizando una importante inversión. ¿Podría explicarnos cuál ha sido el objetivo de la empresa a partir de esta decisión?**

La decisión contribuye a consolidar la Planta Lucchetti entre los polos de fideos de mayor productividad del mundo. Refleja nuestra apuesta por el país y nuestra visión de largo plazo en el negocio de los alimentos.

Las inversiones están orientadas a impulsar el consumo familiar de fideos para aumentar la accesibilidad, desarrollar productos innovadores y construir marcas queridas. Nuestro principal objetivo fue ganar en economía de escala en un centro de alta productividad, acercando la producción al polo de consumo (zona metropolitana) y, a la vez, reemplazar maquinaria antigua por tecnología de punta, lo que nos permite asegurar la calidad y el nivel de servicio.

### **¿Qué aspectos destacados tiene este equipamiento?**

El equipamiento es de origen suizo, del proveedor Buhler. Es una línea que consume un 25% menos de energía térmica que una línea estándar gracias a un sistema de recuperación de calor que se aprovecha para mantener las condiciones de secado de la línea. La capacidad instalada es de 6.500 kg/h. Las líneas más grandes de pasta larga del mercado están en 6.000 kg/h, no así las de pasta corta que superan los 10.000 kg/h.

Además, se implementó el uso de bolsas para el enfardado, evitando la utilización de hornos de termocontracción, y de robots palletizadores automáticos.

### **¿Porque han elegido a Buhler como proveedor?**

Las líneas previamente adquiridas a Buhler han demostrado ser confiables, con una óptima relación costo/prestación a través de los años. A su vez, brindan una muy buena calidad de servicio ante contingencias.

### **Fue noticia también, la puesta en funcionamiento de un innovador sistema de gestión de depósito.**

Es cierto, hemos inaugurado en Planta Lucchetti un almacén automático de última tecnología de 17.000 posiciones de estiba y 8 vehículos guiados por láser que realizan unas 2.000 misiones por día (in o outs). Desde la conformación del pallet hasta su despacho, en Planta Lucchetti no hay prácticamente intervención manual sobre el producto terminado.

### **Molinos se encuentra entre las empresas que lideran la categoría de pastas secas en la Argentina. ¿Cómo ven el mercado local y como estiman que será en los próximos años?**

En los últimos años, la innovación de Molinos en el mercado de fideos se ha dado a través de lanzamientos en los ejes de salubridad y practicidad. Este año, Matarazzo ha liderado la innovación de la categoría lanzando propuestas diferenciadoras tales como mix de legumbres y libre de gluten, y mejorando la línea de fideos integrales. Creemos que, si bien en la Argentina el mercado puede crecer de la mano de un aumento en el consumo per cápita, también hay lugar para productos de alta calidad, ricos y que están en línea con las tendencias de consumo de alimentos.

of packaging bags, thus avoiding the use of thermal contraction chambers, and also automatic palletizing robots.

#### **Why did you choose Buhler as a supplier?**

The lines we had previously purchased from Buhler have proven to be reliable, with an optimal cost/benefit relationship over the years. In addition, Buhler offers a very good service quality upon contingencies.

We also heard that the company has launched an innovative warehouse management system. Could you please tell us about it?

That is true; We have launched, in the Luchetti Plant, a cutting-edge automatic warehouse system of 17,000 stowing positions and 8 laser-guided vehicles that perform about 2,000 missions per day (in or outs). From pallet construction to dispatch, the Luchetti Plant has almost none human intervention over the finished product.

#### **Molinos is among the leading companies within the dry pasta category in Argentina. Which is your view of the domestic market and which is your forecast for the next years?**

During the last years, Molinos' innovation in

the noodles' market has been implemented through the launch of products based on the concepts of healthfulness and practicality. This year, Matarazzo has led its category as regards innovation by launching differentiating proposals such as legumes mix and gluten free pasta, and improving the whole wheat pasta line. We believe that, even if in Argentina the market can grow hand in hand with an increase in the pasta consumption per capita, there is also room for high-quality tasty products, which are in line with the current food consumption trends.



Ser  
**PYME**  
en una  
**ARGEN  
TINA**  
cortoplacista







**Damián Di Pace**

Comunicador Social

**En su libro plantea que en la Argentina cortoplacista el crecimiento le gana al desarrollo". ¿Podría explicarnos esta definición?**

El Producto Bruto Interno (PBI) de una economía puede crecer. Sin embargo, ese crecimiento de la economía no implica necesariamente un mayor desarrollo.

La Argentina no ofrece condiciones estables para que las PyMEs puedan dar un salto cualitativo y cuantitativo. Es decir, para que el microempresario pase a pequeño y los pequeños puedan convertirse en medianos. Ese proceso de transformación sí garantizaría un desarrollo, porque permitiría una distribución equitativa en todo el sistema productivo del país.

Uno de los principales problemas que tenemos es que el eslabón más pequeño no se puede sostener en los ciclos fluctuantes que tiene la Argentina, generando el cierre de unidades productivas que ya no pueden recuperarse. De hecho, en los últimos siete años la balanza empresaria ha sido deficitaria, dado que han sido más las empresas que cerraron, que las que abrieron y esa situación quita paulatinamente densidad y volumen empresario a nuestro país, acortando poten-

**Dialogamos con Damián Di Pace, comunicador social y autor del libro "Economía PYME", quien desde una perspectiva desarrollista analiza los problemas de fondo que tiene nuestro país.**

cialidad futura para la generación de empleo.

**Las barreras que deben sortear las pymes parecen cada vez más altas, la presión tributaria es una de ellas. ¿Es posible pensar un esquema que sea más equilibrado y justo?**

No tenemos que irnos muy lejos para encontrar países en donde esquemas impositivos diferenciales para PyMEs funcionan y muy bien. En Chile, por cada PyME hay 165 habitantes, y en la Argentina por cada PyME hay 2650 habitantes. Este dato demuestra que la densidad empresaria que perdió la Argentina en los últimos años ha sido muy grande. Este año, el Presidente Piñera generó veintitrés medidas para las PyMEs que garantizan, no sólo mejores condiciones de financiamiento, sino una disminución considerable de la carga tributaria. En el caso de Uruguay, han creado un régimen simplificado de hasta 500 mil Dólares que se lleva entre el 3,3% y el 15% de la facturación de acuerdo a los diferentes tramos evolutivos, ó sea que es un impuesto progresivo para microempresas que garantiza condiciones mucho más equilibradas para su propio desarrollo.



Interview

**Damián Di Pace**  
**"In the Short-Term Argentina, Growth beats Development"**

We interviewed Damián Di Pace, social communication specialist and author of the book "SME Economy" (SME: small and medium-sized companies), who, from an economic development viewpoint, analyzes the underlying problems of our country.

**1. In your book you state that in the short-term Argentina growth beats development. Could you please explain such definition?**

The Gross Domestic Product (GDP) of an economy may grow. However, such growth of the economy does not necessarily imply a greater development.

Argentina does not offer stable conditions for the

SMEs to grow qualitatively and quantitatively: i.e., in order for the micro-entrepreneur to become small and the small one to become medium-sized. This transformation process would guarantee development, because it would allow a fair distribution of all the productive system of the country.

One of the main problems we have is that the smallest link of the chain cannot remain standing in the fluctuating changes of Argentina, thus generating the closure of productive units that cannot recover any more. In fact, during the last seven years, the company scales have been loss-making, due to the fact that there were more companies closing up, than starting up, and that situation gradually takes company density and volume away from our country, thus reducing future potentiality for employment generation.

**2. The barriers that the SMEs have to avoid seem higher and higher; the tax burden is one of them.**

**Is it possible to think in a fair and more balanced scheme?**

We do not have to go very far in order to find countries in which differential tax schemes for SMEs work, and really well. In Chile, for every SME there are 165 inhabitants, and in Argentina, for every SME there are 2650 inhabitants. This data shows that the company density lost by Argentina during the last years has been very high. This year, President Piñera has created twenty three measures for SMEs that guarantee, not only better financing conditions, but also a considerable reduction of the tax burden. In the case of Uruguay, the government has created a simplified regime of up to 500 thousand Dollars, which collects between 3.3% and 15% of invoices, according to the different evolutionary sections, i.e. it is a progressive tax for micro-companies that guarantees much more balanced conditions for its own development.

In our country, the productive business ventures end

# Argentina tiene que ir a un esquema de mayor protección hacia las PyMEs y, a su vez, generar otros formatos de comercialización

En nuestro país, los emprendimientos productivos terminan frustrándose y, quienes se sostienen, muchas veces aletargan su crecimiento para evitar caer en una posición con mayor presión impositiva.

El propio observatorio PyME indica que sacando la presión tributaria a las empresas en sus primeros años de vida o al eslabón de menor facturación, en cinco años la Argentina tendría un millón más de trabajadores y, en esos cinco años, tendríamos resultado fiscal positivo. Por eso, el gran problema Argentino es que pensamos en el corto plazo y no en el mediano y largo.

## Pymes y grandes superficies comerciales: ¿Cómo se llevan?

Efectivamente, las cadenas de supermercados y los hipermercados establecen condiciones de negociación desfavorables para las PyMEs; Existe un abuso de poder. Por otro lado, el grado de inversión que se necesita para sostener un producto en la góndola solo puede ser afrontado por grandes empresas.

La Argentina tiene que ir a un esquema de mayor protección hacia las PyMEs y, a su vez, generar otros formatos de comercialización alternativos en los que puedan insertarse mejor.

La realidad nos marca que, en la actualidad, en los únicos lugares donde puede insertarse la PyME es en los autoservicios nacionales y supermercados chinos. Si no existieran esos canales la situación sería aun más difícil.

## ¿Es realista pensar en la Argentina como el “Supermercado del Mundo”?

Si una empresa productora de alimentos nacional no tiene condiciones apropiadas en el mercado interno y no logra la densidad de volumen que necesita para obtener saldos exportables, es difícil que logre exportar.

Si tenemos en cuenta, además, las condiciones fluctuantes de nuestra economía que mencionamos al principio de la nota, esto conspira contra la confianza de los compradores en el exterior.

up being frustrated, and the ones being capable of maintaining themselves, sometimes become sluggish and slow down their growth in order to avoid a position with higher tax burden.

The SME observatory itself says that, by reducing the tax burden on companies in their first years of life, or on the lowest billing link, in five years, Argentina would have one million more workers, and in such period of time we would have a positive tax result. Therefore, the big Argentine problem is that we think in the short term, not in the medium or long term.

### 3. SMEs and big commercial areas: how do they get along?

Indeed, the chains of supermarkets and hypermarkets establish unfavorable negotiation conditions for SMEs; it is an abuse of power. On the other hand, the grade of investment needed to

maintain a product in the display racks can only be paid by big companies.

Argentina needs to implement a scheme to protect SMEs more, and in turn, generate alternative trading formats in which these companies could insert themselves better.

Reality shows us that, nowadays, the only places in which a SME can be present are in small national supermarkets and in Chinese supermarkets. If those did not exist, the situation would be even more difficult.

### 4. Is it realistic to think in Argentina as the “World’s Supermarket”?

If a national food producing company does not have the appropriate conditions in the domestic market, and it does not achieve the volume density needed to obtain exportable

surplus, it is difficult for it to export.

If we take into account, additionally, the fluctuating conditions of our economy that we mentioned at the beginning of the interview, this conspires against the trust of foreign purchasers.

### 5. Some countries were able to overcome the difficulties and were successful. Which experiences can you take from these countries and which measures do you consider that may be copied in Argentina?

We invite you to share Damián Di Pace’s analysis with us, listening to the answer to this question in the Yearbook’s digital platform at [www.uifra.org.ar/anuarioargentino](http://www.uifra.org.ar/anuarioargentino)

# GRUPO VARAS

CON LA FUERZA DE  
**NUESTRA GENTE**



A cada paso **sumando valor agregado**

TRANSPORTE  
**SANTA TERESA**

 **MOLINOS  
RIOSEGUNDO®**



Nuestras marcas

**FIDELLI**  
PASTA CHERRY

*Capannoli*

**Celestial**

**DONACI**

Malvinas Argentinas 426. Río Segundo, Córdoba. Tel.; +54 3572 42 2840  
[www.molinosriosegundo.com](http://www.molinosriosegundo.com) | [www.ciasa.com.ar](http://www.ciasa.com.ar)



“Aumentar la  
participación  
de las empresas  
argentinas en  
los mercados  
internacionales  
es nuestro  
objetivo”



Entrevista a

# MARISA BIRCHER

Secretaria de Comercio del Ministerio de  
Producción y Trabajo de la Nación

**El Gobierno manifestó en reiteradas oportunidades la necesidad de convertir a la Argentina en el “supermercado del mundo”. ¿Cuáles fueron las medidas de fomento implementadas para comenzar a transformar esta expresión de deseo, en una realidad?**

Este principio expresado por el Presidente es un objetivo que está presente de manera constante en las tareas que lleva adelante el área a mi cargo. Cuando salimos al mundo a negociar la apertura de nuevos mercados, ya sea en negociaciones bilaterales o bien dentro de las negociaciones comerciales del MERCOSUR, priorizamos aquellas actividades o productos que permiten a la Argentina exportar con mayor valor agregado. En las negociaciones del MERCOSUR, los acuerdos de libre comercio contemplan a los productos procesados lo cual permite que las PyMEs accedan en un marco previsible y preferencial.

Semanas atrás, salió a Japón el primer embarque de carne vacuna y ovina de la Patagonia; la reciente apertura del mercado japonés representa un hecho histórico para nuestro país, y es el resultado de un largo trabajo que venimos realizando en los últimos años, donde ha sido fundamental la creación de un vínculo de confianza que permitió avanzar con solidez, cumpliendo los pasos comprometidos. Hay que tener presente que Japón es uno de los



**“Our Aim is to Increase the Participation of Argentine Companies in International Markets”**

**The Government expressed, in several occasions, the need to turn Argentina into the “World’s Supermarket”. Which were the promotion measures taken in order to make this wish real?**

This idea, expressed by the President, is an aim we have constantly present in the work we do in our area. When we go out to the world to

negotiate the opening of new markets, both in bilateral negotiations and in MERCOSUR’s trade negotiations, we prioritize those activities or products that allow Argentina to export with a higher added value.

Several weeks before, the first ship of bovine and ovine meat from Patagonia to Japan set sail. The recent opening of the Japanese market represents a historical fact for our country, and is a result of the long work we have been doing during the last years.

We have to think that Japan is one of the most

important food importers in the world. Japan’s imports of boneless bovine meat (fresh, refrigerated, or frozen) exceeded USD 3,100 million in 2017; and it is one of the strictest markets, demanding high quality products. We may also highlight the signing of the protocol for the sale of meat with bone with China in May.

Argentina has a wide range of products to offer. Every time I have the opportunity to make an official visit, I always draw the attention of the hosts.

# Estamos trabajando decididamente para ofrecer mayores oportunidades a productores

principales importadores de alimentos del mundo, donde las importaciones de carne bovina deshuesada (fresca o refrigerada, y congelada) superaron los USD 3.100 millones de dólares en 2017, y es uno de los mercados más exigentes del mundo, con un público que demanda productos de alta calidad. También puede ser destacada la firma del protocolo de carne con hueso con China, en el mes de mayo, que permitirá aumentar nuestras exportaciones hacia el principal país de destino de la carne argentina, agregando ahora con cortes de mayor valor.

En otras actividades estamos trabajando decididamente para ofrecer mayores oportunidades a productores, como son los casos de las cerezas o nueces pecán, y entre muchos otros sectores con un alto potencial en nuestro país, y de los cuales venimos recibiendo interés de diferentes países.

Por otra parte, es importante resaltar los trabajos que se vienen realizando en las treinta "Mesas de Competitividad", donde articulamos la búsqueda de soluciones y definimos políticas públicas con todos los representantes vinculados a cada una de las producciones, en forma conjunta. Allí participamos todas las áreas del Estado con competencia en las diferentes instancias del proceso productivo, junto a los representantes de todos los eslabones de la cadena. Este ámbito permite exponer de manera clara y directa las problemáticas, buscando con mayor eficiencia las soluciones necesarias, al tener sentado a todos los actores en la misma mesa.

Asimismo, los trabajos que se vienen realizando en materia de desburocratización y transparencia son importantes. El objetivo principal es hacerle más fácil la gestión a los productores, que disminuya la cantidad de trámites y el costo de los mismos, y que ese tiempo pueda ser utilizado en lo que sabe hacer, producir cada vez más y mejores alimentos.

También es necesario seguir aplicando las normativas de buenas prácticas comerciales y productivas, para que los argentinos produzcamos, consumamos y exportemos al mundo alimentos inocuos, que cumplan con estándares requeridos por el mercado nacional e internacional.

Trabajamos intensamente en un sistema de control de alimentos más eficiente, integral y simplificado, abreviando trámites y unificando registros. Mayor y mejor trazabilidad, compatibilización de datos, posibilidades de gestión online.

**Argentina puede ser potencia en la producción de carne y granos para exportación, pero cuándo se trata de productos con mayor valor agregado aparecen enormes dificultades, sobre todo para las PyMEs. ¿Cómo se transforma esta debilidad estructural de nuestra industria?**

Las PyMEs acarrean debilidades estructurales con la consecuente pérdida de competitividad. La desinversión en muchos casos, hace que hoy no estén en condiciones

Furthermore, it is important to emphasize the work we have been doing in the 30 Competitiveness Tables that take place with the Ministry of Agro-Industry. In such, all the areas of the State related to the different stages of the productive process are present, together with representatives of all the links of the chain. These meetings allow the representatives to present, in a clear and direct way, the problems of the chain, seeking the necessary solutions more efficiently.

Moreover, the work being done as regards making the processes less bureaucratic and more transparent are important. The main objective is to make the management easy for producers, reducing the quantity of paperwork, and its cost, for them to use this

time in doing what they know: producing.

It is also necessary to continue applying good practices, within the trade and the productive areas, so that we Argentines can produce, consume and export innocuous food to the world, complying with the standards required by the domestic and international markets.

**Argentina can be a power regarding the production of meat and grains for export, but when we talk about products with more added value huge difficulties appear. How do we transform this structural weakness of our industry?**

Disinvestment today, in several cases, results in a lot of companies not being in good conditions

to produce high quality products to export them to a world in which strictness is growing. When opening markets, the possibility to sell the products in the world appears, and this is a way to boost genuine competitiveness between companies; but the answer is not immediate.

Clearly, we are more competitive in commodities' trade, and shier in trading products with a higher level of added value. In fact, the exports of canned fruit, pets' food, fruit juice, oils as lemon oil, by-products deriving from animals, pasta, pastry and baking products, powdered milk and hard cheeses, among others, have increased.

**The Government has always been very enthusiastic about the possibility to sign**



de llegar con productos de calidad al mundo donde las exigencias son crecientes. Al abrir mercados, se acerca la posibilidad de insertar los productos en el mundo y es una forma de traccionar el trabajo para la construcción de competitividad genuina de las empresas, pero la respuesta no es inmediata.

Desde el área bajo mi gestión actuamos como facilitadores para que los empresarios de las PyMEs participen de ferias internacionales con sus productos. También organizamos rondas de negocios acercando compradores potenciales, pero claramente, somos más competitivos para la comercialización de commodities y más tímidos para comercializar productos con mayor grado de valor agregado. Desde los hechos concretos, han aumentado las exportaciones de conservas de frutas, de alimentos para mascotas, jugos de frutas, aceites como el de limón, de subproductos derivados de origen animal, pastas, productos de panadería y pastelería, de la leche en polvo, de quesos pasta dura, entre otros.

**El Gobierno se mostró siempre muy entusiasta con la posibilidad de cerrar acuerdos de libre comercio, lo que en la práctica resultó complicado. Por el lado de la agroindustria, se mantiene una cuota de desconfianza y la idea parece que no termina de convencer. ¿Cuál es el balance que hacen desde el sector oficial?**

Arrancamos de una situación muy desventajosa. La Argentina y el MERCOSUR se encuentran atrasados en materia de acuerdos comerciales y es nuestra tarea revertir esta situación. En estos años hemos vuelto a incluir en la agenda del MERCOSUR las negociaciones comerciales con terceros países o bloques, logrando establecer una agenda sumamente activa en la materia.

La negociación del tratado de libre comercio entre el MERCOSUR y la Unión Europea se encuentra en su etapa definitiva. Luego de un proceso extenso de más de una década, ambas partes se encuentran trabajando arduamente para llegar a un acuerdo final y haciendo sus mayores esfuerzos por zanjar los últimos obstáculos de la negociación, los cuales son de alta complejidad y requieren el máximo esfuerzo de ambas partes. Este gobierno tiene la visión estratégica y política para concluir exitosamente y a la brevedad la negociación con la Unión Europea.

Paralelamente se está negociando con EFTA, Canadá y Corea del Sur. Adicionalmente se ha iniciado el proceso negociador con Singapur. Por otra parte estamos negociando la profundización de acuerdos preferenciales vigentes como el que Argentina tiene firmado con México, y el acuerdo MERCOSUR-India.

Todas las negociaciones son complejas y llevan tiempo, más cuando desde el MERCOSUR somos 4 países, cada uno con sus particularidades y sensibilidades, y debemos trabajar al interior del bloque para poder llevar una posición común. Confiamos en que a la brevedad comenzaremos a tener los primeros frutos y podremos empezar a cerrar las negociaciones que tenemos en curso.

Claramente nuestro objetivo es lograr un mejor acceso para los principales productos de nuestra oferta exportable y aumentar la participación de las empresas argentinas en los mercados internacionales.

**free-trade agreements, which has been, in practice, complicated. From the Agro-Industry's viewpoint there is still some mistrust, and the idea seems not to convince them completely. Which is the analysis of the official sector?**

We started our government with a very unfavorable situation. Argentina and the MERCOSUR are behind regarding trade agreements, and it is our duty to revert this situation. During the past years we have managed to include, again, trade negotiations with third-party countries or blocs in MERCOSUR's agenda, thus obtaining an extremely active agenda.

The negotiation of the free-trade agreement between the MERCOSUR and the E.U. is in its

defining stage. After a long process of more than a decade, both parties are relentlessly working towards the achievement of a final agreement and making their best efforts in order to solve the last obstacles of the negotiation, which are very complex. This government has the strategic and political vision to conclude successfully, and as soon as possible, the negotiation with the E.U.

At the same time, we are negotiating with the EFTA, with Canada and South Korea. Additionally, we have started a negotiation process with Singapore. From the Agro-Industrial sector, we are looking to obtain better tariff preferences in each market, without neglecting each sector's weaknesses.

Meanwhile, we are negotiating to improve

the Preferential Agreements in force, like the one between Argentina and Mexico, and the MERCOSUR – India agreement.

All the negotiations are complex and take time, even more because the MERCOSUR has four members, each of them with its distinctive features, and weaknesses, and we need to work within the country's team in order to be able to achieve a common standing. We are confident about obtaining the first results shortly.



Fideeros del Ayer: fábricas memorables

# BARRITA DE ORO

Bahía Blanca es una plaza “fideera” histórica. Y aunque hoy en día, increíblemente, ya no queden fábricas en esta ciudad, hubo un tiempo en el que funcionaron allí verdaderas leyendas de esta actividad. “Barrita de Oro” es una de ellas.

 **Unforgettable Pasta Makers**  
“Barrita de Oro”

The “pasta of the moustache”, as known for years, is part of the big history of the Argentine Dry Pasta Industry.

Bahía Blanca is a historic pasta area. Incredibly, even if, nowadays, there are no more pasta factories in the city, there was a time in which several legends of this activity were in operation there. “Barrita de Oro” was one of them.

The story of this factory begins in the early sixties, in a little fresh pasta factory located in 9 de Julio Street in the city center. There, the “5 minutes” noodles were manufactured. When the owner of the store, Mr. Jacobo Vecslir, decided to add dry pasta to his portfolio, he could barely imagine the impressive growth his store would have.

Less than ten years after (in the early seventies), the company had already moved to its facilities in 2148, Avda. Colón. This impressive building, of 7000 covered square meters, still stands out due to its dimensions.

With almost 80 meters front, the facade of the factory occupies almost the complete block. It is impressive how the building stands intact, even today, almost as if it continued with its production.

**MILESTONES**

As a general rule, it is really important to mention a clear option for quality, which differentiated the company in those days. It even had no qualms in competing with Don Vicente for pasta leadership at the top of the laminated pasta market. Truly, the “Establecimiento Modelo Bahía



# Los fideos “del bigotito”, como se los conoció durante muchos años, forman parte de la historia grande de la Industria Fideera nacional

La historia se inicia a principios de los 60 con una pequeña fábrica de pastas frescas ubicada en la calle 9 de Julio, en el centro de la ciudad. Allí se fabricaban los tallarines “5 minutos”. Cuando el dueño del local, el Sr. Jacobo Vecslir, decidió incorporar las pastas secas a su porfolio, apenas podía imaginar el crecimiento impresionante que sobrevendría.

Menos de diez años después (a principios de los 70) la empresa ya se encontraba ubicada en el predio de Avda. Colón 2148. Este impresionante recinto, de 7.000 metros cubiertos, se destaca aún hoy por sus dimensiones.

Con casi 80 metros de frente, la fachada de la fábrica ocupa casi la totalidad de la cuadra. Impresiona ver lo intacta que se encuentra la estructura al día de hoy, casi como si siguiera produciendo.

## LOS HITOS

Como regla general, es muy importante mencionar una clara opción por la calidad que distinguió a la firma y que no tuvo reparo en disputarle terreno al líder Don Vicente, en la cúspide del mercado de fideo laminado.

A decir verdad, el “Establecimiento Modelo Bahía Blanca S.A.” rompe con el estilo “conservador” que caracteriza al

sector fideero en general. Podemos destacar varios hitos que dan testimonio de una mentalidad de avanzada con la cual se llevó adelante la empresa a lo largo de cuatro décadas.

- ▶ Tallarines al huevo King Size: más largos y en cajas de cartón, eran el producto Premium de la marca.
- ▶ Exportaciones a Curitiba, Brasil, en los 80.
- ▶ Publicidad: en TV con Susana Giménez en los 70 y con la modelo Claudia Sánchez en los años 80.

En sus años dorados llegó a emplear alrededor de 150 personas. Contaba con un molino harinero en Coronel Suárez e incluso con su propia avícola de donde obtenía huevos frescos.

## LOS DUROS AÑOS 90

La década del 90 fue, en general, complicada para el conjunto de nuestro sector. La desaparición de la Junta Nacional de Granos modificó la ingeniería financiera a lo largo de la cadena del trigo. Pero a “Barrita de Oro” se le sumó un problema adicional en la primera mitad de este período: el fin del servicio militar obligatorio.

Al ser Bahía Blanca una plaza de fuerte presencia militar, las compras a la empresa por parte del Estado eran habituales. La desaparición de esta fuente de ingresos precipitó los problemas: en el año 1995 la empresa entró en convocatoria de acreedores.

Los últimos años de la década, marcados por la crisis económica y cambios en los canales comerciales, fueron demasiado para esta Pyme modelo. El día 25 de enero del año 2000, cierra sus puertas uno de los emprendimientos fideeros familiares que supo llegar más lejos.

Blanca S.A.” breaks the mold of the traditional style that characterizes the pasta sector in general. We may highlight several facts that give an account on the forward-thinking ideas with which the company operated during more than four decades.

- King size Egg Noodles: longer and in cardboard boxes. They were the premium product of the brand.
- Exports to Curitiba, Brazil, in the 80s.
- Advertising: in Susana Gimenez’ show in the 70s and with the model Claudia Sánchez in the 80s.

In its golden years, the factory employed 150 people. It had a flour mill in Coronel Suarez, and also its own poultry farm for fresh eggs’ supply.

## The hard 90s

The 90s were, in general, a complicated decade for the whole of our sector. The closure of the Grains National Board changed the financial engineering within the whole wheat chain. But “Barrita de Oro” had another big problem during the first half of this period: the end of the mandatory military service. Bahía Blanca was a city with strong military presence,

and pasta purchases to the company by the State were usual. When this source of income disappeared, problems arose: in 1995, the company became insolvent and started reorganization proceedings. Towards the end of the decade, the economic crisis and changes in the trading channels were too much for this model small company. On January 25, 2000, this previously-successful family company closed its doors to the pasta world.





EE.UU. y China reducen aranceles

# UNA OPORTUNIDAD?

Los dos gigantes del comercio mundial, casi al unísono, tomaron medidas que favorecen el ingreso de un cúmulo de productos agroindustriales entre los que se encuentra la pasta. ¿Qué oportunidades reales se abren para nosotros?

Una de las Políticas de Estado que con más fuerza se intenta llevar adelante tiene que ver con la apertura de mercados. Tanto el “Sistema Generalizado de Preferencias” de los EE.UU. como la “Reducción de Aranceles de Importación” de China se promocionaron con entusiasmo oficial previendo que se trataba de una gran oportunidad. Sin embargo, pueden existir matices.

## CHINA

Por medio del Comunicado N°4/2018 la República Popular China dispuso, a partir del 1 de julio de 2018, un ajuste arancelario para 1.449 productos de consumo sobre los cuales el país asiático no cuenta con producción o es un importador neto. 387 de estos artículos son productos agroindustriales.

Dentro de dicho listado se encuentran las principales Posiciones Arancelarias que atañen a nuestro sector, las cuales han pasado de un arancel del 15% al 10%.

1902.11.00: Pastas Alimenticias que contengan huevo.  
1902.19.00: Las demás pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma.  
1902.20.00: Pastas alimenticias rellenas.

Si bien, por un lado, la noticia es positiva, debemos ponernos en contexto. Tomemos la P.A. más popular y habitual en el comercio mundial de pastas, la 19.02.19: en 2017, China importó del mundo por este concepto un valor total de USD 27.600.000. De esto, Italia y Turquía captaron, en conjunto, el 73% aproximadamente.



## U.S.A. and China reducing tariffs: Is this a Big chance for Argentine Pasta?

These two giants of world trade, almost in unison, have taken measures favoring the entry of a group of agro-industrial products, including pasta. Which are the actual opportunities for us?

One of the stronger State Policies being carried out has to do with markets opening. The U.S. Generalized System of Preferences (GSP), as well as China's Imports Tariffs Reduction programs were promoted with official enthusiasm, expecting this to be a great opportunity. However, there may be some shades to this matter.

## CHINA

By Announcement No. 4/2018, the People's Republic of China established an adjustment as from July 1, 2018, to imports tariffs for consumer products, of which this Asian country has no domestic production or imports 100% of a product. 387 of these products are agro-industrial products.

Within such list we may find the Tariffs Items related to our sector, which decreased from 15% to 10%.

1902.11.00: Pasta food containing egg,  
1902.19.00: Other pasta food, uncooked, unfilled, without any other preparation.  
1902.20.00: Filled pasta.

On the one hand, even though the news is positive, we should think about the context. Let's consider the most popular and regular Tariff Item within world

pasta trade, 19.02.19. In 2017, China imported a total value of USD 27,600,000 of products within this item. From this total value, 73% approximately were sold by Italy and Turkey together.

Analyzing this from a different angle, we can realize that China barely achieved the 27th place in the pasta importers' world ranking in 2017; therefore, in short, we are talking about relatively low volumes.

Additionally, the advantages granted through the imports tariff's reduction place us in equal conditions as Italy and Turkey, who pay the same 10% as our country.



## Seca, fresca o congelada: las pastas rellenas argentinas podrían beneficiarse del SGP

### IMPORTACIÓN CHINA DE LA P.A. 19021900

2017			2016		
Origen	Valor USD	Volumen KG	Origen	Valor USD	Volumen KG
Italia	19.284.142	20.110.290	Italia	14.269.401	14.810.002
Turquía	2.263.650	3.143.457	Turquía	1.491.866	1.996.903
Japón	2.040.508	471.741	Corea	1.383.412	882.751
Corea	1.988.129	1.314.443	España	1.133.002	1.091.870
Taiwán	791.276	316.234	Japón	1.008.633	254.309
España	760.217	715.795	Taiwán	576.176	257.193
Grecia	590.930	549.815	Grecia	446.761	254.941
Vietnam	341.204	248.354	Singapur	277.973	154.652
<b>En total</b>	<b>29.136.180</b>	<b>27.685.180</b>	<b>En total</b>	<b>21.604.040</b>	<b>20.389.860</b>

Fuente: Centro de Promoción Argentina en Shanghái.

Mirándolo en perspectiva, nos damos cuenta de que China apenas ocupó el puesto 27° en el ranking mundial de importadores de pastas en 2017, por lo que, en definitiva, estamos hablando de volúmenes relativamente modestos.

Adicionalmente, las ventajas concedidas a través de la reducción de arancel nos colocan en igualdad de condiciones respecto de Italia y Turquía, quienes pagan el mismo 10% que nuestro país.

### ESTADOS UNIDOS

El 13 de febrero del corriente año, la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos aprobó el proyecto de ley para renovar durante tres años, hasta el 31 de diciembre de 2020, el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que había caducado el 31 de diciembre

#### China's Imports of Tariff Item 19021900

2017			2016		
Origin	USD Value	Volume, KG	Origin	USD Value	Volume, KG
Italy	19,284,142	20,110,290	Italy	14,269,401	14,810,002
Turkey	2,263,650	3,143,457	Turkey	1,491,866	1,996,903
Japan	2,040,508	471,741	Korea	1,383,412	882,751
Korea	1,988,129	1,314,443	Spain	1,133,002	1,091,870
Taiwan	791,276	316,234	Japan	1,008,633	254,309
Spain	760,217	715,795	Taiwan	576,176	257,193
Greece	590,930	549,815	Greece	446,761	254,941
Vietnam	341,204	248,354	Singapore	277,973	154,652
<b>Total</b>	<b>29,136,180</b>	<b>27,685,180</b>	<b>Total</b>	<b>21,604,040</b>	<b>20,389,860</b>

Source: Argentine Promotion Center in Shanghai.

#### Imports tariffs comparison of main suppliers

Origin	Tariff	VAT
Italy	10%	16%
Turkey	10%	16%
Japan	10%	16%
Korea	10%	16%
Taiwan	10%	16%
Spain	10%	16%
Greece	10%	16%
Vietnam	0%	16%
Malaysia	0%	16%
Singapore	0%	16%

## COMPARACIÓN DE ARANCELES DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES

Origen	Arancel	I.V.A.
Italia	10%	16%
Turquía	10%	16%
Japón	10%	16%
Corea	10%	16%
Taiwán	10%	16%
España	10%	16%
Grecia	10%	16%
Vietnam	0%	16%
Malasia	0%	16%
Singapur	0%	16%
Australia	0%	16%
Argentina	10%	16%

Fuente: Centro de Promoción Argentina en Shanghái.

de 2017. Mediante el "SGP", el gobierno estadounidense impulsa el comercio con aquellas naciones menos favorecidas, como una forma de contribuir a su desarrollo económico.

Argentina pagará arancel cero para todos los productos incluidos. Para el caso de las pastas, las posiciones (a 8 dígitos) beneficiarias son las siguientes:

**1902.11.40:** Otras pastas al huevo, incluidas aquellas que contengan salsa.

**1902.19.40:** Otras pastas sin cocer ni preparar de otra forma, incluidas aquellas que contengan salsa.

**1902.20.00:** Pastas rellenas.

**1902.30.00:** Otras, incluidas las instantáneas.

**1902.40.00:** Cuscús.

Estas posiciones que acabamos de mencionar no pagarán el arancel del 6,4% que pagan aquellos países no incluidos en el SGP. Pero hay dos cuestiones importantes que debemos atender:

1) Las Posiciones Arancelarias más populares en el comercio internacional de pasta (190219 y 190211) tienen 0% de arancel para todos los países por igual, por lo que el SGP no tiene impacto en ellas.

2) Otras industrias fideeras importantes de la región como México, Perú o Brasil también están incluidas en el SGP.

Teniendo en cuenta que Italia no cuenta con la ventaja arancelaria que otorga el SGP, tal vez las oportunidades puedan venir de la mano de algunos segmentos de nicho (aquellas especialidades en pastas rellenas y/o con huevo, que habitualmente fabrica la industria europea).

Australia	0%	16%
Argentina	10%	16%

Source: Argentine Promotion Center in Shanghai.

### UNITED STATES

On February 13, 2018, the House of Representatives of the United States passed the bill in order to renew the Generalized System of Preferences (GSP) for three years, up to December 31, 2020, which had expired in December 31, 2017. With the GSP, the Government of the U.S. fosters trade with those less benefitted nations, in a way to contribute to their economic development.

Argentina will pay tariff zero for all the products included in the GSP list. In the case of pasta, the benefitted 8-digit tariff items are the following:

**1902.11.40:** Other egg pasta, including those containing sauce.

**1902.19.40:** Other pasta, uncooked, without any other preparation, including those containing sauce.

**1902.20.00:** Filled pasta.

**1902.30.00:** Others, including instant pasta.

**1902.40.00:** Cuscus.

Those tariff items mentioned before will not pay the 6.4% established for those countries not included in the GSP. However, we should take into account two important issues:

1) The most popular Tariff Items in pasta world trade (190219 y 190211) have 0% tariff for all countries, therefore, the GSP has no impact on them.

2) Other important pasta industries within the region, such as Mexico, Peru or Brazil are also included in the GSP.

Taking into account that Italy does not have the tariff advantage granted by the GSP, the opportunities may come from some niche market segments (those filled and/or egg pasta specialties usually manufactured by the European industry).

The U.S. is the leader in the world ranking of importers of our product. In 2017, it imported a total of USD 921 million, with a 35% of Italian participation.

### CHINA 2017

Type	Volume	Value	%Vol.	Share Leader (vol.)	Share Second (vol.)
Pressed-traditional	17,077,893	17,069,105	95%	75.55% Italy	14.40% Turkey
Egg pasta	55,406	136,415	1%	85% Italy	1.5% Turkey
Filled pasta	346,374	797,482	4%	55% Korea	No data

Source: UIFRA with Trademap data.

### U.S.A. 2017

Type	Volume	Value	%Vol.	Share Leader (vol.)	Share Second (vol.)
Pressed-traditional	292,922,206	474,128,652	93%	45% Italy	13.5% Mexico
Egg pasta	10,907,582	25,725,732	3%	47% Italy	18% Canada
Filled pasta	12,334,739	55,139,334	4%	48% Italy	29% Canada

Source: UIFRA with Trademap data.



EE.UU. lidera el ranking mundial de importadores de nuestro producto. Importó pasta seca de prensa en 2017 por un total de 921 millones de Dólares, con un 35% de participación italiana.

**CHINA 2017**

Tipo	Volumen	Valor	%Vol.	Líder del segmento (vol.)	Segundo (vol.)
Prensa tradicional	17.077.893	17.069.105	95%	75,55% Italia	14,40% Turquía
Al huevo	55.406	136.415	1%	85% Italia	1,5% Turquía
Rellena	346.374	797.482	4%	55% Corea	S/D

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.

**EE.UU 2018**

Tipo	Volumen	Valor	%Vol.	Líder del segmento (vol.)	Segundo (vol.)
Prensa tradicional	292.922.206	474.128.652	93%	45% Italia	13,5% México
Al huevo	10.907.582	25.725.732	3%	47% Italia	18% Canadá
Rellena	12.334.739	55.139.334	4%	48% Italia	29% Canadá

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.



Av. Besares (s) 2201, La Banda 4300  
Santiago del Estero, Argentina

+54-385-427-5252  
info@tionico.com

# ENCUENTRO FEDERAL 2017 EN FOTOS

Los días 8 y 9 de noviembre de 2017 se celebró en Buenos Aires nuestro tradicional Encuentro Federal, el cual incorporó, por primera vez, el Seminario de Pastificios 2020. Fueron dos días de intensa actividad social, formativa e institucional con récord de establecimientos presentes.

## **2017's Federal Meeting in Pictures**

On November 8 and 9, 2017 our traditional Federal Meeting was held. This Meeting was the first to include the Pasta Makers Seminar 2020. Two days of intensive social, training and institutional activities, with a record of attendant companies.

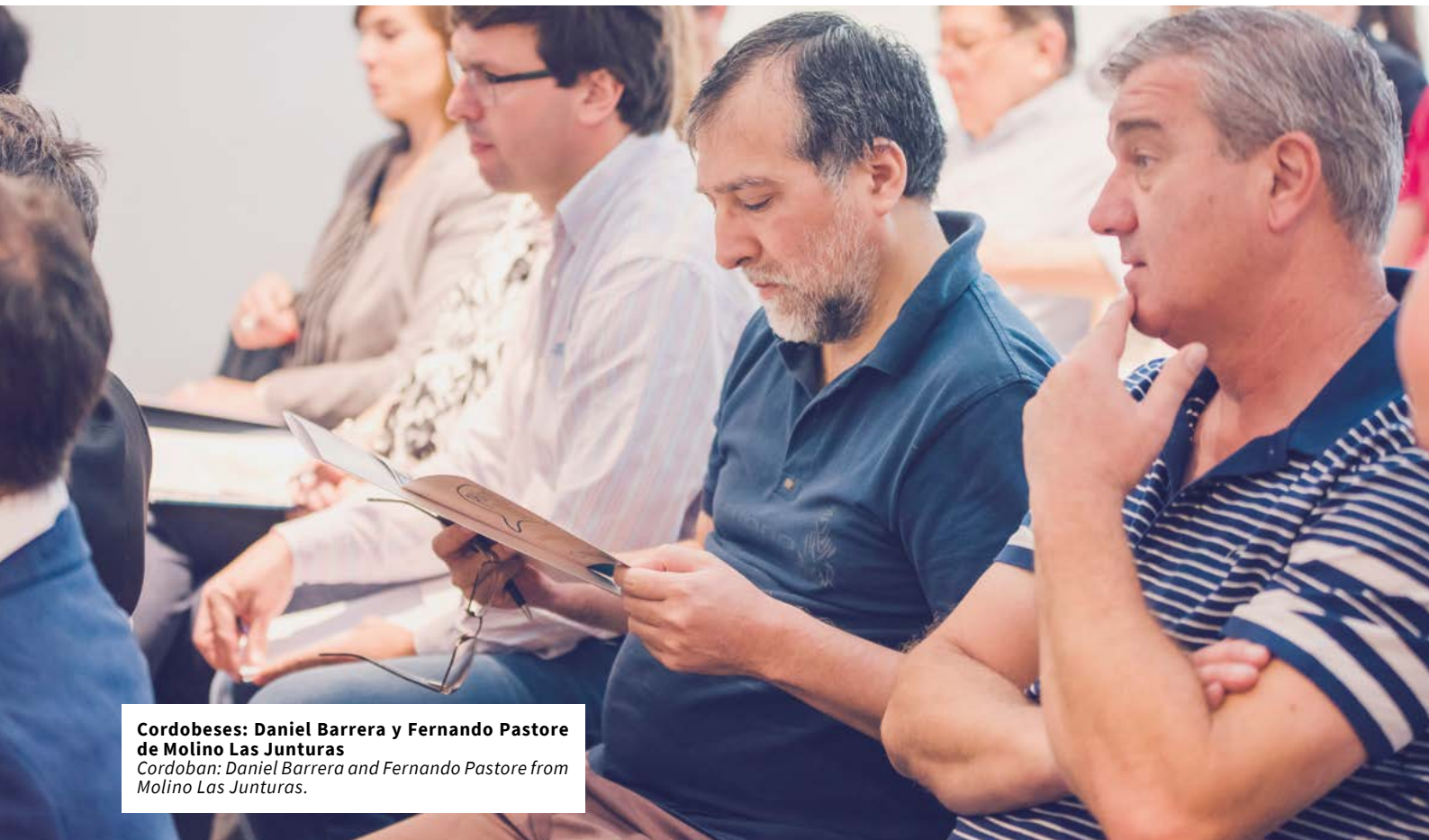


**Bienvenida: representantes de "Cooperativa los Molinos" participaron por primera vez de un Encuentro Federal.**  
*Welcome: representatives of "Cooperativa los Molinos" participated for the first time of a Federal Meeting, presidency term.*



**Apertura: Fabián Menichelli junto a Mercedes Nimo, del Ministerio de Agroindustria.**  
*Opening: Fabián Menichelli together with Mercedes Nimo, from the Ministry of Agro-Industry.*





**Cordobeses: Daniel Barrera y Fernando Pastore de Molino Las Junturas**  
*Cordoban: Daniel Barrera and Fernando Pastore from Molino Las Junturas.*

**“Sabemos que nuestro sector aún está lejos de ser la “Italia de Sudamérica”, pero tenemos todo como para poder lograrlo”**

*“We know that our sector is far from being the ‘Italy of South America’, but we have everything to make it”*

**Fabián Menichelli**  
 Por entonces Presidente de la UIFRA  
*President of the UIFRA at the time.*



**Cadena: Diego Cifarelli transmitió un mensaje optimista sobre el futuro del trigo en nuestro país.**  
*Chain: Diego Cifarelli transmitted an optimistic message about the future of wheat in our country.*



**Clase Magistral: Hernán Breberman de “Tridimage”.**  
*Master class: Hernán Breberman from “Tridimage”.*





**Anuario: durante el Encuentro Federal se presentó el Anuario 2017.**  
*Yearbook: UIFRA's Yearbook 2017 was presented during the Federal Meeting*

**“La UIFRA ha sido una de las primeras cámaras que se acercó al Ministerio a proponernos un trabajo orientado a la calidad”.**

*“The UIFRA was one of the first associations that came to the Ministry to suggest working towards quality”*

**Mercedes Nimo**

Subsecretaria de Alimentos y Bebidas del (por entonces) Ministerio de Agroindustria de la Nación

*Undersecretary of Food and Beverages of the Argentine Ministry of Agro-Industry (at the time).*



**Memoria y balance: fabricantes de todo el país deliberando en la Asamblea.**  
*Annual Report and Financial Statements: pasta manufacturers from all the country discussing the financial statements during the Annual Meeting.*



**Orden del Día: Fabián Menichelli durante la Asamblea de la UIFRA.**  
*Agenda: Fabián Menichelli during the UIFRA's Annual Meeting.*



**“La primera responsabilidad social que ustedes tienen como fabricantes de alimentos es brindar a los consumidores productos inocuos y saludables, así como condiciones de trabajo seguras para sus trabajadores”.**

*“The first social responsibility you have as food manufacturers is to give consumers healthy and innocuous products, as well as safe working conditions to your workers”*

**Lic. Jorge Comesaña**

Docente de Máster Internacional en Tecnologías de los Alimentos (MITA) de la Universidad de Buenos Aires. *Professor of the course of studies of the International Master's Degree in Food Technology of the University of Buenos Aires.*

**“Las aspiraciones de los consumidores cambiaron, ahora buscan entablar una relación con las marcas, vivir una experiencia”.**

*“Aspirations of consumers have changed, they, nowadays, look to start a relationship with brands, to live an experience”.*

**Hernán Braberman**

Director de la Agencia Tridimage  
*Director of Tridimage Agency*



**Tecnópolis: Los fabricantes visitaron la Feria AlimentAr.**  
*Tecnópolis: the pasta manufacturers visited AlimentAr fair.*

# Ya es obligatoria la declaración de alérgenos en el rótulo



**Carla Pagano**  
Ing. en Alimentos

El pasado 9 de octubre venció el plazo para la adecuación de los rótulos de alimentos. La industria fideera se ve directamente alcanzada debido a su utilización intensiva de trigo y huevo.

Mediante la Resolución Conjunta 11-E/2017, publicada en el Boletín Oficial el 9 de Octubre de 2017, se modificó el Artículo 235 séptimo sobre el "Rotulado de alérgenos y sustancias capaces de producir reacciones adversas", del Capítulo V del Código Alimentario Argentino (CAA).

El nuevo artículo se basa en los denominados "ocho grandes grupos", más sulfitos:

1. Trigo, centeno, cebada, avena, o sus cepas híbridas y productos derivados;
2. Crustáceos y productos derivados;
3. Huevos y productos derivados;
4. Pescado y productos derivados;
5. Maní y productos derivados;
6. Soja y productos derivados;
7. Leche y productos derivados;
8. Frutas secas y productos derivados;
9. Dióxido de azufre y sulfitos presentes en concentraciones iguales o mayores a 10 ppm.

Los alérgenos deberán ser declarados a continuación de la lista de ingredientes del rótulo, siempre que ellos o sus

derivados estén presentes en los productos alimenticios envasados, listos para ofrecerlos a los consumidores. Se incluyen requisitos en cuanto al uso de mayúsculas, negritas, tamaño de los caracteres y otros aspectos relacionados.

## TRIGO

**Declaración incorrecta:** CONTIENE CEREALES CON GLUTEN - CONTIENE GLUTEN.

**Escenario I:** trigo entero, partido, hojuelas.

**Declaración adecuada:** CONTIENE TRIGO

**Escenario II:** harina de trigo, almidón de trigo, salvado de trigo, proteína vegetal hidrolizada, etc.

**Declaración adecuada:** CONTIENE DERIVADOS DE TRIGO

Cuando se utiliza la misma maquinaria para la fabricación de productos con distintos ingredientes entre los que se encuentra alguno de los alérgenos, corresponde utilizar la frase "PUEDE CONTENER...", debido a la presencia probable de lo que se denominan "trazas" o vestigios residuales de ingredientes.

Para autorizar el uso de esta frase "PUEDE CONTENER..." la empresa deberá presentar una nota con carácter de declaración jurada que consigne la siguiente frase: 'que aun habiendo aplicado las BPM, existe la posibilidad de contaminación accidental durante el proceso de elaboración debido a...', completando con la correspondiente justificación, quedando a criterio de la Autoridad Sanitaria su autorización.



## Allergen Components Already Mandatory in Food Labels

The term to modify food labels has expired last October 9. The dry pasta industry is directly affected because of its use of wheat and egg.

Joint Resolution 11-E/2017, published in the Official Gazette on October 9, 2017, amended Section 235, subsection 7 on "Labels with Allergens and Substances Capable of Producing Adverse Reactions" in Chapter V of the Argentine Food Code (AFC).

The new section is based on the so-called "eight big groups", plus sulfites:

- 1) Wheat, rye, barley, oats, or their hybrid stumps and by-products;
- 2) Crustacean and by-products;
- 3) Eggs and by-products;
- 4) Fish and by-products;

- 5) Peanuts and by-products;
  - 6) Soy and by-products;
  - 7) Milk and by-products;
  - 8) Dry fruit and by-products;
  - 9) Sulfur dioxide and sulfites present, in concentrations equal to or higher than 10 ppm.
- Allergens should be declared below the ingredients list in food labels, whenever they, or their by-products, are present in the food products packed and ready to be offered to consumers. Requirements on the use of capital letters, bold fonts, font size and other related aspects are also included.

## WHEAT

**Wrong statement:** CONTAINS CEREALS WITH GLUTEN - CONTAINS GLUTEN.

**Scenario I:** whole grain wheat, cracked wheat, flakes.

**Correct statement:** CONTAINS WHEAT INGREDIENTS.

**Scenario II:** wheat flour, wheat starch, wheat bran, hydrolyzed vegetable protein, etc.

**Correct statement:** CONTAINS WHEAT BY-PRODUCTS.

Whenever the same equipment is used for the manufacturing of products with different ingredients among which we may find any of the allergens, the manufacturer shall use the phrase "MAY CONTAIN..." due to the probable presence of so-called "traces" or ingredients' residual remains.

In order to get the use of the phrase "MAY CONTAIN..." authorized for the label, the company shall submit a sworn statement including the following phrase: "even though we have applied the BMP, there is a possibility of accidental contamination during the manufacturing process due to..." and complete it with the due reason. The authorization of this phrase shall be at the Sanitary Authority's whole discretion.





— EL —  
**PRES  
TI  
GIO**  
— DE LA —  
**PASTA**  
ARGENTINA





*Un agradecimiento muy especial a todas las empresas anunciantes, quienes nos permiten seguir adelante con esta apasionante tarea de documentar, año a año, los acontecimientos de nuestro sector.*

*En 2018 hemos vuelto a tener el invaluable apoyo de la industria italiana, hecho que queremos destacar especialmente y que nos anima a pensar que una alianza estratégica a largo plazo es posible.*

*Animamos, una vez más, al fabricante argentino a reconocer a estas empresas amigas de la Industria Fideera Nacional y a considerarlas especialmente a la hora de hacer buenos negocios.*



*We would like to give special thanks to all the advertising companies, which allow us to continue with this fascinating work of documenting, year over year, the events within our sector.*

*In 2018 we have had, once again, the priceless support of the Italian Industry, fact that we would like to highlight in a special way, and that encourages us to think that a strategic alliance on the long term is possible.*

*We encourage, once more, the Argentine pasta manufacturer to get to know these friend companies of the National Dry Pasta Industry, and to consider them to make business with them.*

**Uifra**  
UNIÓN DE INDUSTRIALES FIDEEROS  
DE LA REPÚBLICA ARGENTINA





*Las emociones  
toman  
forma*



**landucci**



SINCE 1925

LANDUCCI SRL - Via Landucci, 1 - 51100 Pistoia - Italy

Tel. +39 0573 532546 - Fax +39 0573 533067

[www.landucci.it](http://www.landucci.it)



---

**BLANCO**  
**SOBRE**  
**NEGRO**