

OPINIÓN
**PROFESIONARIO
 TÉCNICO**

que
 ández
 CO



**Aplicaciones
 tamaño
 minúsculo**

La efectividad de las aplica-
 ciones fitosanitarias es en general
 buena, en promedio, sólo el 2%
 de tipo activo que introducimos
 que de la pulverizadora llega
 al control de la maleza, hon-
 cto y ejerce su acción. Hay
 factores que generan una
 pérdida de pérdidas en el cami-
 no ellos podemos destacar: la
 de formulación, factores am-
 bientes, factores humanos (calidad
 de aplicación), maquinaria utilizada
 y de agua entre otros.
 Algunos de estos factores nega-
 tivos podemos reducirlos parcial-
 mente mejorando la calidad de la
 aplicación. Para ello, en Red Sur
 trabajamos a la aplicación de la
 tecnología. Esta disciplina se
 centra en el control y comprensión
 de la materia en tamaños nanomé-
 tros más chicos que lo habitual,
 un nanómetro equivale a 0,001
 milímetros, llevados mediante proce-
 sos físico-químicos donde inter-
 actúan aceites vegetales y agua, los
 cuales son activos de uso habitual y
 que dan eficacia en la producción
 actual.
 Un ejemplo de esto es el herbici-
 da que con la aplicación de la
 tecnología permite reducir a
 la mitad la cantidad de ingrediente
 aplicado por hectárea para
 lograr su acción de control. Ade-
 más gracias a la aplicación de la
 tecnología en su formulación,
 compatible en mezcla con todos
 los aditivos, tiene muy baja volati-
 lidad reduciendo el riesgo de deriva
 en zonas pobladas o cultivos veci-
 nos que no necesitan mucho olor.
 Los beneficios generan una ven-
 taja económica productiva, sino tam-
 bién ambiental. ●

**NEGOCIOS
 GLOBALES**

**Una nueva
 ola de
 inversiones**

**Aumenta el dilema de las
 empresas sobre cómo
 financiar el crecimiento**

Fernando Aftalión (h)
 PARA LA NACIÓN

Mientras sigue tomando fuerza la
 tendencia global a mayores escalas
 productivas e inversión en tecno-
 logía, también aumenta el dilema
 de las empresas en la región sobre
 cómo financiar el crecimiento e in-
 versiones cuando la estructura de
 capital no permite un mayor apa-
 lancamiento o bien prefieren no en-
 deudarse. Al mismo tiempo, según
 Valoral Advisors, de 33 fondos de in-
 versión especializados en el agro en
 2005, se ascendió a 240 por un total
 de US\$ 45 billones, de los cuales el
 11% fue invertido en América del Sur
 para la compra de tierras, *commodi-
 ties* agrícolas y aportes de capital
 privado a empresas.

Sin embargo, el presente *impasse*
 por la caída en las *commodities*, el
 consecuente freno en la apreciación
 en tierras y las mayores dificultades
 para atraer capitales en mercados
 emergentes induce a que los distin-
 tos segmentos de inversores redefi-
 nan sus estrategias. Desde enfocarse
 en otros eslabones, mejorar los vehí-
 culos de inversión hasta aprovechar
 el doble impacto de la corrección
 en las *commodities* y depreciación
 de algunas monedas para entrar en
 forma selectiva.

Además, está aumentando el nú-
 mero de *family offices* y particulares
 que, a diferencia de los fondos, bus-
 can asociarse a empresas de menor
 tamaño, logran una mayor empatía
 por hablar de igual a igual y tienen
 más flexibilidad para armar estruc-
 turas de inversión (incluyendo deu-
 da subordinada). Y más importante,
 creen que la mejor manera de valori-
 zar una empresa es dejando que los
 socios locales sean quienes manejan
 el negocio y no al revés. ●

OPINIÓN

Un salt



El fútbol es aprovech

Víctor Piñey

—PARA LA NACIÓN—

“**P**asé la ma-
 de mi vic-
 del camp-
 go, hoy r-
 alegría es ver a mi país
 en el campo de la agri-
 Desde un video de In-
 frase la dice alguien no
 pático para los hinchas
 de Argentina, o Rei P-
 marcan claramente la
 comunicativa de la CN.
 deração da Agricultura
 ria do Brasil) para su
 Time Agro, donde se
 toda la potencialidad
 negocio de nuestro ve-
 utilizando un ícono de
 vidad potencia en ese
 acción es sólo un eje-
 de la disputa comuni-
 los agronegocios.

En todas las economías
 mente atravesadas por
 roso sector agroindust-
 la Argentina se pueden
 importantes esfuerzos
 tener activos los proce-
 y vuelta de informació-
 hacia los consumidores
 comunidad, lo que en for-
 rica llamamos comuni-