

Los protagonistas 2022

Exponentes de un año para recordar



¿Brasil y Argentina proyectan instalar una moneda común?

Un ajuste al capitalismo para reducir la desigualdad

La nueva agenda de las firmas: repensar la auditoría

Qué son Vuca y Spofs: siglas que sí importan

Ser digital es poder comunicarte de la forma que vos elijas, cuando quieras.

En Itaú podés comunicarte desde el celu, la compu, en persona o como más te guste.

También podés abrir una cuenta por WhatsApp, y hacer transferencias, compras y pagos desde el chat. Eso es ser digital.

Itaú. Hecho con vos.



CARTA DEL DIRECTOR |

Protagonistas del año y la auditoría repensada

Una obsesión claramente perceptible en la opinión pública es el monto y las condiciones de la deuda pública argentina, interna y externa. Con seguridad muchos de los preocupados ignoran que no estamos solos.

Casi todos los países en desarrollo, de medio y bajo ingreso, tienen situaciones similares. Más que el monto de la deuda contraída, inquieta lo que se vislumbra como escenario futuro, por largo tiempo.

“Mal de muchos, consuelo de tontos”, dice el viejo dicho castellano. Pero lo cierto es que los países más pobres con una alta proporción de pobres tienen una inmensa amenaza pendiente.

No es el único tema que debería preocuparnos. Veamos algunos más.

El rol de las empresas

En los últimos tiempos, un fenómeno mundial, al principio inadvertido, ha ido creciendo progresivamente: el aumento de las expectativas sociales sobre el papel de las empresas. En medio de la disrupción social, política y económica, la gente ve cada vez más a las empresas como agentes de estabilidad. De hecho, las empresas son la institución más confiable en Estados Unidos, según el Edelman Trust Barometer.

Al mismo tiempo, hay un consenso creciente respecto de que las empresas deben considerar un grupo ampliado de partes interesadas y que la forma de relacionarse con este grupo es diferente a como lo hicieron en el pasado.

Millones de dólares en peligro

En medio de la evolución del comportamiento de los consumidores y las turbulencias económicas, según un nuevo estudio de Accenture, los métodos de pago que ofrezcan más opciones y control ganarán más adeptos rápidamente.

Según un nuevo informe de Accenture (NYSE: ACN), los bancos que tardan en ofrecer opciones de pago de la nueva generación podrían poner en peligro hasta US\$ 89.000 millones (el 4,6%) de los ingresos mundiales procedentes de los pagos en los próximos tres años).

Aunque los métodos de pago tradicionales siguen dominando el panorama de los pagos

de los consumidores, las ofertas de nueva generación están ganando terreno rápidamente. La encuesta visibilizó un elevado uso de métodos de pago tradicionales como el efectivo (utilizado por el 66% de los encuestados), las tarjetas de débito (64%) y las tarjetas de crédito (48%). Sin embargo, más de la mitad (56%) de los consumidores encuestados utilizan monederos digitales y el 10% aplicaciones de pago de cuenta a cuenta (A2A).

Predicciones sombrías

Un reciente informe de JPMorgan advierte sombrías perspectivas para este año. Hay un descenso generalizado del optimismo registrado otros años entre directivos del mundo empresarial (65% pronostica descenso generalizado de la economía).

Lo curioso es que la malaria afecta a la macroeconomía. En cambio, hay optimismo entre las pequeñas empresas que esperan aumentos en sus beneficios y facturación.

ESG en jaque

Con mayores costos, nuevos mecanismos regulatorios y creciente politización de las sociedades, se está buscando reescribir las reglas del ESG (Ambiente, Sociedad y Gobernanza, según la sigla inglesa).

La tesis cuestionadora dice: ¿cómo es posible que, cuando las empresas dan pérdidas, se mantengan intocables costosos programas que ayudan a mejorar la imagen y la reputación, pero que a la vez agravan la situación económica. (sobre este tema se escuchará mucho más a lo largo del año).

Repensar la auditoría

Uno de los temas centrales de esta edición es sobre cómo repensar y reinventar el tradicional negocio de la auditoría que deben acompañar a sus clientes en medio de la disrupción tecnológica y la demanda por nuevos conocimientos y soluciones novedosas. Pero después de construir firmas capaces de

asesorar en todas las áreas de consulta gerencial, la realidad les ha impuesto un giro necesario: la reinención del antiguo negocio. A un punto que parece irreconocible.

Los clientes de estas firmas necesitan ahora otra clase de apoyo y un rápido aprendizaje de nuevas prácticas. La continuidad del negocio, la gestión de crisis, y muy especialmente la ciberseguridad. La digitalización acelerada trajo grandes ventajas, pero también nuevos riesgos y dificultades.

Estas firmas son la vanguardia en digitalización, robótica a inteligencia artificial. Pero además, han adquirido una nueva especialización: son expertos y conocedores del nuevo escenario en recursos humanos, algo esencial cuando se trata de reclutar y mantener talento.

Sobre todos estos tópicos hablan auditores de primera línea en esta edición de Mercado, que, como cada año, realiza un informe especial sobre esta actividad.

Protagonistas del año

Como ya es tradición, todos los años en esta fecha abordamos el informe especial sobre los protagonistas del año. Son empresas muy especiales, que merecen ser distinguidas porque tienen una estrategia original, respaldada por fuertes convicciones, y cultivan la diversidad.

A primera vista cuesta distinguirlas. Muchas de ellas están en el Ranking de las 1.000 empresas que más venden. Sin excepción, todas ellas tienen una activa presencia en el campo de la sustentabilidad y de la responsabilidad social empresarial. En todas las mediciones sobre reputación, transparencia y ética empresarial, aparecen en muy buenas posiciones. **M**

Diciembre 2022/Enero 2023 |

Director-Editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaria general de Redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Colaboran en este número

María Teresa Lavayén

Nahuel Lezcano

Portada

María Martínez

Diagramación

Diego Gorzalczany

Ilustraciones

María Martínez

Contenidos de Internet

María Teresa Lavayén | mtlavayen@mercado.com.ar

Gerente general

Eduardo Bianco | ebianco@mercado.com.ar

Gerencia de Administración

Alejandra Sánchez | asanchez@mercado.com.ar

Gerencia de Publicidad

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

Línea WhatsApp: +54911 5012 3314

Suscripciones

suscripciones@mercado.com.ar

Línea WhatsApp: +54911 6435 9400

3 Carta del Director

Protagonistas del año y auditoría repensada.

4 Contenidos

6 Opinión

¿Brasil y Argentina proyectan instalar una moneda común?



8 Ideas y debates

Un ajuste al capitalismo para reducir la desigualdad.



14 INFORME

Repensar la auditoría.

32 PORTADA

Los protagonistas 2022. Exponentes de un año para recordar.

90 Colofón

Qué son Vuca y Spofs: siglas que sí importan.

Repensar la auditoría

14 Hace unas décadas había un chiste: "es más aburrido que trabajo de auditor". Hoy, la frasesería ininteligible.

Los cambios han sido vertiginosos y en profundidad. Primero, las grandes firmas de auditoría descubrieron la consultoría gerencial y a ella se dedicaron con entusiasmo.



Los Protagonistas 2022 Exponentes de un año para recordar



32 En el año del mundial, la selección argentina fue una de las grandes protagonistas y las marcas supieron potenciarlo. En tanto, la economía argentina creció 5,2%, de acuerdo al Banco Mundial y parte de este crecimiento se refleja en este informe.

Hacer mejores preguntas.

Buscar mejores respuestas.

Y construir un mundo
de negocios mejor.

En eso creemos en EY.



Un proyecto para el largo plazo

¿Brasil y Argentina proyectan instalar una moneda común?

Anunciarían el inicio de los preparativos para la creación de una moneda común, lo que podría dar lugar al segundo mayor bloque monetario del mundo. El diario Financial

Times conversó con el ministro de economía Sergio Massa.

La nueva moneda, que Brasil sugiere llamar "sur", podría impulsar el comercio regional y reducir la dependencia del dólar estadounidense, según declararon fuentes oficiales. Al principio funcionaría en paralelo con el real brasileño y el peso argentino.

"Habría... una decisión para empezar a estudiar los parámetros necesarios para una moneda común, que incluye desde cuestiones fiscales hasta el tamaño de la economía y el papel de los bancos centrales", dijo el ministro de Economía argentino, Sergio Massa, al *Financial Times*.

"Sería un estudio de los mecanismos de integración comercial", añadió. "No quiero crear falsas expectativas. Es el primer paso de un largo camino que América Latina debe recorrer". Inicialmente un proyecto bilateral, la iniciativa se ofrecerá a otras naciones de América Latina.

"Es Argentina y Brasil invitando al resto de la región", dijo Massa. Una unión monetaria que abarcará toda América Latina representaría alrededor del 5% del PIB mundial, según estimaciones.

La mayor unión monetaria del mundo, el euro, representa alre-

ne de información sobre la existencia de un grupo de trabajo para una moneda común. Señaló que el Ministro de Hacienda, Fernando Haddad, fue coautor de un artículo publicado el año pasado, antes de asumir su cargo actual, en el que proponía la creación de una moneda digital común sudamericana.

El comercio entre Brasil y Argentina está creciendo, con US\$ 26.400 millones en los 11 primeros meses del año pasado, casi 21% más que en el mismo periodo de 2021. Las dos naciones son el motor del blo-

que comercial regional Mercosur, que incluye a Paraguay y Uruguay.

Los argumentos a favor de una nueva moneda común son más obvios para Argentina, donde la inflación anual se acerca al 100% a causa de la impresión de dinero por parte del banco central para financiar el gasto. Durante los tres primeros años de mandato del Presidente Alberto Fernández, la cantidad de dinero en circulación se ha cuadruplicado, según datos del banco central, y el billete de mayor denominación en pesos vale menos de 3



{ El atractivo de una nueva moneda común es más evidente para Argentina, donde la inflación anual se acerca a 100% debido a la impresión de dinero por parte del banco central para financiar gasto. }

dedor del 14% del PBI mundial en dólares. Otros bloques monetarios son el franco CFA, utilizado por algunos países africanos y vinculado al euro, y el dólar del Caribe Oriental.

Sin embargo, se trata de una parte mucho menor de la producción económica mundial. Massa recordó que Europa tardó 35 años en crear el euro. Brasil y Argentina llevan años discutiendo una moneda común, pero las conversaciones no prosperaron por la oposición del Banco Central de Brasil, según un funcionario cercano a las discusiones. Ahora que ambos países están gobernados por líderes de izquierda, el respaldo político es mayor.

Un portavoz del Ministerio de Hacienda brasileño dijo que no dispo-

dólares al tipo de cambio paralelo ampliamente utilizado. Ahora bien, en Brasil preocupa la idea de vincular la mayor economía de América Latina a la de su vecino, siempre volátil.

Argentina ha quedado prácticamente aislada de los mercados internacionales de deuda desde su incumplimiento en 2020 y aún debe más de US\$ 40.000 millones al FMI en concepto de rescate en 2018. Lula estuvo en Argentina para asistir a una cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), integrada por 33 países, que reunirá por primera vez a la nueva camada de líderes de izquierda de la región desde que una oleada de elecciones el año pasado invirtiera la tendencia derechista. **M**



ManpowerGroup®



EL MUNDO DEL TRABAJO EVOLUCIONA CONSTANTEMENTE

Nuevas tecnologías, tendencias, avances y cambios que ponen a prueba nuestra capacidad para adaptarnos.

En ManpowerGroup ofrecemos soluciones innovadoras de fuerza laboral, basadas en tecnología que potencian el éxito de tu negocio.

Ideas y debates |

Creció la brecha entre ricos y pobres

Un ajuste al capitalismo para reducir la desigualdad

La desigualdad de ingresos se viene agravando en el mundo desde los últimos 40 años. Este proceso se debe, entre otras cosas, a que la automatización, la capacidad informática y la globalización han aumentado el valor de los trabajadores del conocimiento.



En los países más poblados del mundo, los que más ganan se llevan una parte cada vez mayor del pastel. Entre 1980 y 2015, la proporción de ingresos antes de impuestos destinados al 1% más rico se duplicó con creces en China e India, y creció 80% en Estados Unidos.

Este agravamiento de la desigual-

dad se debe principalmente a que los trabajadores con más estudios ganan ahora mucho más dinero. La automatización, la capacidad informática y la globalización han aumentado el valor de los trabajadores del conocimiento. Al mismo tiempo, el peso de la clase trabajadora se redujo al debilitarse los sindicatos. Para que los ingresos se

distribuyan de forma más equitativa, hay que ampliar el acceso a las oportunidades educativas o impulsar leyes, como el salario mínimo o la promoción de los sindicatos, para obligar a los empresarios a dar un aumento a los más pobres.

Desigualdad Estados Unidos

Hace tres años y medio, la publica-

ción en inglés del sorpresivo éxito de ventas de Thomas Piketty, *El capital en el siglo XXI*, desató un debate internacional sobre las profundas causas del aumento de la desigualdad. Hoy, la publicación de nuevos informes sobre la desigualdad presenta una lectura no menos aleccionadora: La brecha entre ricos y pobres creció en casi

todas las regiones del mundo en las últimas décadas.

El Informe Mundial sobre la Desigualdad, publicado en 300 páginas por el Laboratorio Mundial sobre la Desigualdad, con sede en la Escuela de Economía de París, muestra que, desde 1980, la desigualdad de ingresos viene aumentando rápidamente en Norteamérica y Asia, creció más moderadamente en Europa y tiene a estabilizarse en niveles muy altos en Oriente Medio, África y Brasil. El informe, bajo la supervisión de Piketty y Lucas Chancel, se basa en los últimos datos recogidos para la Base de Datos Mundial sobre Riqueza e Ingresos, un proyecto masivo dirigido por más de 100 investigadores en más de 70 países. El lado positivo es que la mitad más pobre de la población mun-

se vieran obligados a facilitar más información sobre la renta y la riqueza, afirma. Ahora se cuenta con una imagen más completa de la desigualdad en China, India, Brasil, Sudáfrica, Rusia y Oriente Medio, aunque todavía se necesitarían muchos más datos sobre África y el resto de Sudamérica. En conjunto, todo indica que “la globalización tiende a conducir a un aumento de la desigualdad, pero a velocidades muy diferentes”, dice Piketty. Esto implica que distintas instituciones políticas y diversas medidas conducen a resultados muy diferentes. Mucho se habla del aumento de la desigualdad en EE.UU. y Europa, “pero en cierto modo, la desigualdad es un problema aún mayor en los países pobres y emergentes”, afirma Piketty. El economista alude a las diferencias entre China e

y de transparencia, y constatemos que todavía no tenemos acceso a todas las fuentes de datos que necesitaríamos”, afirma Piketty, quien sostiene que hay fuerzas financieras y políticas que tienen un gran interés en mantener esta información en secreto.

Cuidado con la brecha

El informe revela una gran disparidad en las desigualdades en EE.UU. y Europa. En EE.UU., en 1980 el 1% más rico concentraba el 11% de la renta nacional, porcentaje que aumentó al 20% en 2016. El 50% inferior, por su parte, percibía el 21% de los ingresos en 1980, porcentaje que cayó al 13% el año pasado. Al otro lado del Atlántico, la desigualdad apenas cambió. El 1% más rico de Europa Occidental pasó de controlar el 10% a cerca

ha ayudado en cierta medida, “el techo de cristal sigue firmemente en su sitio”, afirma el informe. Los hombres representan 85% del 1% de los mayores ingresos laborales. El informe pronostica a continuación lo que podría ocurrir con la desigualdad mundial en 2050 en tres escenarios diferentes. En el primero, las tendencias de las tres últimas décadas se repiten durante las tres siguientes, y la desigualdad mundial aumenta moderadamente.

En otro, el mundo sigue la trayectoria de EE.UU. y la desigualdad empeora claramente. Los recientes esfuerzos por reducir los impuestos agravarán aún más la desigualdad en Estados Unidos, añade Piketty. Las predicciones del Laboratorio se hicieron antes de los avances republicanos en

{Desde 1980, el 0,1% de la población más rica percibe tantos ingresos como la mitad más pobre de la población adulta mundial. Hasta 2015, la proporción de ingresos del 1% más rico creció 80% en EE.UU.}

dial ha visto un aumento significativo de sus ingresos en las últimas décadas, sobre todo gracias al crecimiento económico de Asia. Sin embargo, desde 1980, el 0,1% de la población más rica percibe tantos ingresos como la mitad más pobre de la población (adulta) mundial. Y para el grupo de personas entre el 50% inferior y el 1% superior –principalmente los grupos de ingresos bajos y medianos de Norteamérica y Europa– el crecimiento de los ingresos fue escaso o nulo. Esto obedece a un patrón conocido, gracias a la “gráfica del elefante” que trazaron originalmente los economistas Branko Milanovic y Christoph Lakner.

Para Piketty, uno de los aspectos más importantes del nuevo informe es que amplía los datos y la investigación sobre la desigualdad más allá de Occidente. El éxito de El Capital hizo que los gobiernos

India. Ambos países han experimentado un rápido crecimiento económico, y con él un aumento de la desigualdad. Sin embargo, la disparidad de ingresos es mucho mayor en la India. La desigualdad se viene estabilizando un poco en China desde 2006, lo que sugiere una forma alternativa de abordar la globalización y sus efectos sobre la desigualdad, señala Piketty.

Hay, por supuesto, algunas limitaciones en los datos. Piketty también ha criticado al gobierno indio por interrumpir la publicación de los datos del impuesto a la renta durante una década y media; las cifras de ese país y de otros siguen estando desarticuladas. En particular, es difícil obtener una imagen completa de la riqueza por la presencia de paraísos fiscales. “Es una paradoja de la economía globalizada actual que se suponga que estamos en la era de Big Data

del 12% de la renta nacional en el mismo periodo, mientras que el 50% más pobre mantuvo cerca del 23% de la renta total a lo largo de las décadas.

Según el informe, en Estados Unidos se ha producido un “espectacular desplome” de la renta del 50% más pobre que no se repite en otras economías avanzadas, lo que sugiere que la culpa la tienen las políticas. Aunque el 50% inferior ha conseguido un “modesto” aumento de los ingresos después de impuestos, gracias a algún tipo de redistribución a lo largo de los años, ese efecto se vio anulado por el aumento del gasto en salud. El aumento de los “supersalarios” de los directivos y la brecha cada vez mayor entre empresas con grandes salarios y empresas con salarios bajos han agravado la desigualdad. Y aunque la mayor participación femenina en el mercado laboral

la reforma fiscal, que se está centrando en profundos recortes de los impuestos de las empresas y que la gran mayoría de los economistas creen que serán costosos y favorecerán sobre todo a los ricos. “Esta reforma fiscal va a exacerbar la tendencia al aumento de la desigualdad”, afirma Piketty.

El informe afirma que, si el mundo sigue el camino de Europa, la desigualdad global disminuirá, según el informe. Aun así, “hay algunas áreas en las que Europa está haciendo peor las cosas”, afirma Piketty, y cita la competencia entre países por reducir los impuestos que gravan a las empresas. “En cierto modo, todo lo que Trump está haciendo ahora mismo en relación con el impuesto a las sociedades es seguir el ejemplo europeo”.

El economista francés sostiene que en una zona de libre comercio como la UE es indispensable

Ideas y debates |

fijar impuestos comunes para las empresas y los particulares más ricos, porque son quienes más se benefician con la ausencia de aranceles. Esos impuestos aportarían una fuente de ingresos común para pagar bienes públicos como infraestructura y educación. “Son necesarios esos ingresos públicos, de lo contrario la globalización y el libre comercio no pueden funcionar”, afirma. Los acuerdos comerciales deberían incluir un “fuerte componente de justicia fiscal”, como tasas impositivas mínimas sobre los ingresos empresariales. “En este sentido, Europa se está comportando de forma un poco hipócrita, porque en cierto modo es el lugar donde hemos constituido una unión comercial sin que exista una unión fiscal, sin ningún impuesto mínimo sobre las grandes empresas en particular, y eso tiene que cambiar”, concluye.

El informe recomienda también otras políticas para reducir la desigualdad, como impuestos más graduales, impuestos sucesorios en los países donde no existen, un registro financiero mundial para que la gente no pueda ocultar su



añade. Pero el economista insiste en que mantiene el optimismo porque cree que hay mucha gente en el mundo que quiere comprometerse más activamente en la comprensión y la lucha contra la desigualdad. El informe y la base de datos de libre acceso forman parte de un esfuerzo por democra-

individuos que se encuentran en la parte superior de la distribución. Por lo general, el 1% superior. Las estimaciones históricas de la desigualdad en los ingresos máximos se calculan a partir de los registros del impuesto a la renta, y para muchos países estas estimaciones permiten comprender

más rico. A partir de ese momento, y hasta principios de los años 80, la proporción del 1% más rico se redujo sustancialmente (primero de forma rápida, y luego más lentamente en los años 70). A partir de los años 80, la desigualdad en EE.UU. empezó a aumentar y, finalmente, volvió al nivel de

{ Para que los ingresos se distribuyan de forma más equitativa, hay que ampliar el acceso a las oportunidades educativas o impulsar leyes, como el salario mínimo o la promoción de los sindicatos. }

riqueza en paraísos, un acceso más igualitario a la educación, un mejor acceso a empleos bien remunerados mediante salarios mínimos y una mejor representación de los trabajadores en los órganos de toma de decisiones.

En general, el informe busca concitar la atención del público en general, los políticos y las empresas “para que la creciente percepción del aumento de la desigualdad sea suficiente para generar medidas”, afirma Piketty. El Brexit, Donald Trump, el aumento del proteccionismo y el sentimiento contra la inmigración son consecuencias del aumento de la desigualdad,

tizar el conocimiento económico para permitir el cambio.

Desigualdad en el interior de los países ricos

¿Cómo evolucionó la desigualdad en los países de altos ingresos en el último siglo?

Los investigadores conocen mucho mejor la evolución de la desigualdad de ingresos a largo plazo gracias a la reciente difusión de investigaciones sobre la parte correspondiente a los ingresos más altos. La desigualdad en la parte superior de la pirámide de ingresos se mide como la proporción de la recaudación total que va a parar a los

la evolución de la desigualdad a lo largo de más de 100 años. Esto es mucho más tiempo del que ofrecen otras estimaciones de la desigualdad de ingresos (como es el caso de las basadas en datos de encuestas de ingresos).

Dado que los porcentajes de la renta se miden a través de registros fiscales implica que estas estimaciones calculan la desigualdad antes de la redistribución por medio de impuestos y transferencias. Consideremos el caso de EE.UU.. Antes de la Segunda Guerra Mundial, cerca del 18% de todos los ingresos percibidos por los estadounidenses iban a parar al 1%

preguerra. Esta tendencia a largo plazo en forma de U de los porcentajes de ingresos superiores no es exclusiva de EE.UU.. La evolución en otros países de habla inglesa sigue el mismo patrón.

Sin embargo, sería incorrecto pensar que el aumento de la desigualdad de los altos ingresos es un fenómeno universal. En los países europeos igualmente ricos, así como en Japón, la evolución es bastante diferente. La participación de los ricos en la renta disminuyó durante muchas décadas y, al igual que en los países anglófonos, alcanzó su punto más bajo en los años setenta. Sin

embargo, a diferencia de los países anglófonos, la proporción de los ingresos máximos no ??????

Una lección que podemos extraer de esta investigación empírica es que las fuerzas políticas que actúan a nivel nacional son sin duda importantes para la forma en que se distribuyen los ingresos. volvió a los altos niveles anteriores, sino que se mantuvo estable o aumentó modestamente. En este caso, la evolución de la desigualdad de la renta ha seguido una forma de "L". La desigualdad de ingresos en Europa y Japón es mucho menor hoy que a principios del siglo XX.

Una tendencia universal de incremento de la desigualdad estaría en consonancia con la idea de que la desigualdad viene determinada por las fuerzas del mercado mundial y el progreso tecnológico. La realidad de las diferentes tendencias en materia de desigualdad dentro de los países sugiere que los marcos institucionales y políti-

en dónde se establece que a mayor nivel de renta, mayor será el porcentaje de impuestos a pagar sobre la base imponible).

En EE.UU., por ejemplo, se calcula que el 37% de la suma total de los ingresos procedentes del impuesto sobre la renta procede del 1% más rico, mientras que menos del 3% procede del 50% más pobre. La consecuencia de la aplicación de impuestos progresivos es que la desigualdad de los ingresos disponibles (los ingresos que realmente llegan a los bolsillos de la gente) es mucho menor que la de los ingresos antes de impuestos que se tiene en cuenta en la investigación que se centra en los ingresos más altos. Las dos medidas de la renta se definen del siguiente modo:

– El ingreso de bolsillo de los hogares se define como la suma de los ingresos del trabajo (trabajo por cuenta ajena y por cuenta propia) y los ingresos del capital.

– El ingreso disponible de los ho-

En opinión de Reeves, Estados Unidos es ahora una sociedad relativamente "justa" para los mayores de 25 años. Aunque reconoce que persisten diversas formas de discriminación en el trabajo, sostiene que el mercado laboral estadounidense premia cada vez más a las personas por sus aptitudes, y no sólo por su raza, sexo o a quién conocen. El campo de juego para los adultos no está totalmente nivelado, pero se está acercando. El problema, según Reeves, que actualmente es investigador de la Brookings Institution, es lo que ocurre en las primeras etapas de la vida. Los hijos de padres ricos tienen muchas más oportunidades de adquirir competencias que los de padres pobres. Un mercado laboral que valora cada vez más las aptitudes pone en evidencia las desigualdades de la educación. En otras palabras, el juego es limpio, pero el proceso de selección de jugadores está amañado.

considerado y, si van a un colegio público, tienen el doble de probabilidades que el niño medio de vivir cerca de uno que esté entre los cinco mejores. También tienen mejores profesores. Reeves señala un estudio sobre profesores en Luisiana que muestra que el 38% de los profesores de los colegios públicos de los barrios ricos fueron calificados de "muy competentes", frente a sólo el 22% en las zonas más pobres.

La educación superior no hace sino agravar el problema. Mientras que a finales de la década de 2000 casi el 60% de los jóvenes de 25 años procedentes de familias con el 20% más alto de ingresos se graduaron en la universidad, esto sólo ocurre con alrededor del 12% de los hijos del 40% más pobre. Los hijos del 20% más rico tienen más del doble de probabilidades de asistir a una universidad selectiva que los del 40% más pobre. En las instituciones de élite (las escuelas de la Ivy

{En EE.UU., se ha producido un "espectacular desplome" de la renta del 50% más pobre que no se repite en otras economías avanzadas, lo que sugiere que la culpa la tienen las políticas. }

cos de los distintos países también desempeñan un papel en la configuración de la desigualdad de los ingresos. Esto significa que lo más probable es que el aumento de la desigualdad no sea inevitable.

¿Desigualdad antes o después de impuestos?

Es importante subrayar que las formas de medir la desigualdad de los ingresos más altos que analizamos anteriormente se refieren a la desigualdad en la distribución de los ingresos *de bolsillo*. Y los ingresos de bolsillo no son lo mismo que los ingresos *disponibles*, porque la mayoría de la gente paga impuestos y recibe transferencias del gobierno. En muchos países, los gobiernos tienen sistemas fiscales de carácter progresivo (Un impuesto progresivo es un sistema de impuestos

gares es la suma de los ingresos del trabajo (trabajo por cuenta ajena y por cuenta propia), los ingresos del capital, los ingresos de las transferencias –transferencias de la seguridad social (transferencias de seguros vinculados al trabajo, prestaciones universales y prestaciones asistenciales) y las transferencias privadas–, menos los impuestos sobre la renta y las cotizaciones a la seguridad social.

Una reflexión sobre la muerte del sueño americano

El filósofo Richard Reeves saca una cruda conclusión sobre la desigualdad en Estados Unidos. "Estados Unidos tiene un mercado meritocrático, pero una sociedad injusta", escribe en el libro *Dream Hoarders* (Acaparadores de sueños), publicado en 2018.

El libro de Reeves, cuyo título completo es *Dream Hoarders: How the American Upper Middle Class Is Leaving Everyone Else in the Dust, Why That Is a Problem, and What to Do About It*, detalla las muchas formas en que los niños más ricos se ven favorecidos en la educación, y por qué esto conduce inevitablemente a la desigualdad. Empieza por el principio. Los hijos de padres situados en el 20% de ingresos más altos son más sanos y, por tanto, más capaces de aprender. Sus padres hablan más con ellos, aproximadamente tres horas más a la semana. También gastan más en "experiencias enriquecedoras" fuera de la escuela, como viajes, libros y tutores.

Los niños del 20% más favorecido tienen más probabilidades de ir a un colegio privado muy bien

League más la Universidad de Chicago, Stanford, el MIT y Duke), hay más niños procedentes del 1% superior que de todo el 50% inferior

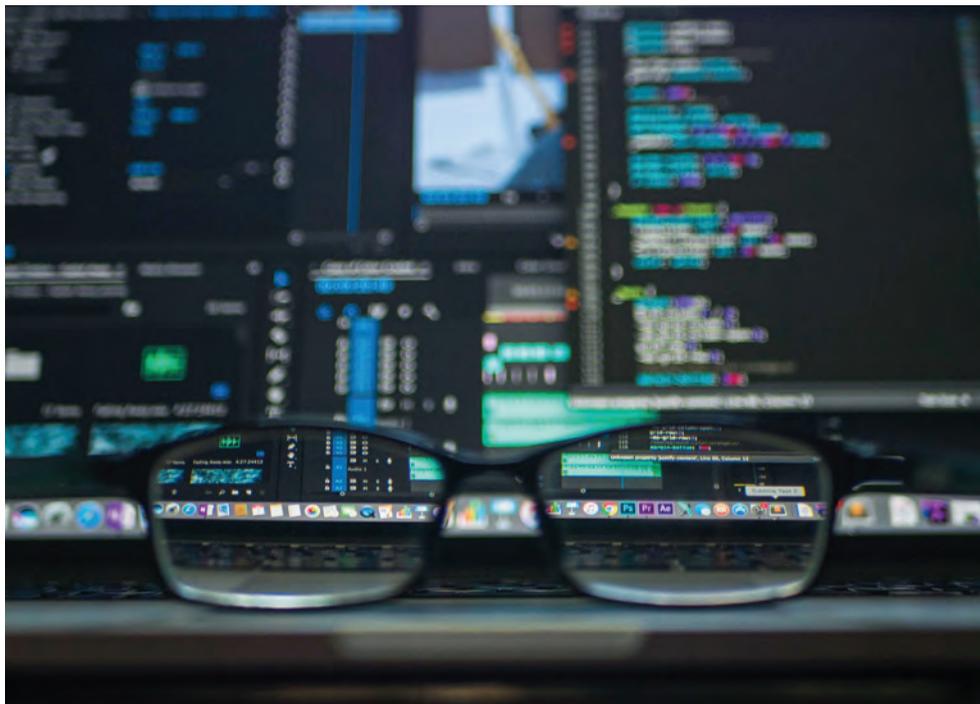
Heredan educación

La educación se hereda, y está reforzando las diferencias de clase. Un estudio basado en una investigación de Reeves y la economista Joanna Venator, muestra la enorme diferencia en el nivel educativo por quintiles de los niños nacidos en EE.UU. entre 1950 y 1968. Casi la mitad de los niños nacidos de padres que se encontraban en el 20% superior de rendimiento educativo permanecieron en el 20% superior (en términos generales, al obtener un título universitario). Por el contrario, menos del 10% de los niños nacidos de un progenitor en el 20% inferior de nivel educati-

Ideas y debates |

vo (que abandonaron los estudios secundarios) consiguieron ascender al quintil superior en términos de nivel educativo. No se dispone de datos más recientes, pero los escasos indicios sugieren que esta desigualdad está empeorando, no mejorando.

Para explicar la injusticia del actual sistema estadounidense, Reeves recurre a un experimento mental del filósofo Bernard Williams. Williams describe una sociedad en la que convertirse en miembro de la "clase guerrera" era algo altamente valorado. Históricamente, sólo los miembros de un grupo de familias ricas podían convertirse en guerreros. Un cambio en las reglas permite a cualquier miembro de la sociedad adquirir este estatus. Pero como convertirse en guerrero implica fuerza, y todas las demás familias están desnutridas, todos los guerreros siguen procediendo de las mismas familias ricas. En apariencia, el cambio de reglas hizo que la so-



una fuerte regulación del mercado laboral, nuestra aspiración debería ser reducir las diferencias en la formación de capital humano en las

que la sobrestimó: pensaban que su país era el que tenía la mayor movilidad, cuando en realidad tenía la menor.

comprar casas en barrios caros. Aunque las sugerencias políticas de Reeves son dignas de interés, quizá no lleguen lo bastante lejos.

{ Si el sueño americano no está ya muerto, se encuentra en estado crítico. Se necesitan medidas agresivas para revivirlo, pero el primer paso es reconocer la gravedad de la situación. }

ciudad fuera más justa. En realidad, no lo hizo. Si cambiamos guerrero por estudiante, Reeves cree que es una buena analogía de la economía estadounidense.

En gran medida, Reeves no culpa a los padres ricos de estas discrepancias. Naturalmente, los padres quieren dar a sus hijos las mejores oportunidades posibles. Este impulso debe celebrarse.

Tampoco cree que debamos alejarnos de un mercado laboral que premia la educación. "Los mercados aumentan la prosperidad, reducen la pobreza, mejoran el bienestar y refuerzan la elección individual", escribe Reeves.

La única opción que queda, en su opinión, es igualar las condiciones educativas de los niños más pobres. "En lugar de intentar rectificar la desigualdad a posteriori, mediante

dos primeras décadas y media de la vida", escribe.

¿Qué desigualdad?

Un obstáculo para conseguir que la gente se sume a estas reformas es que los estadounidenses no son conscientes de que exista un problema. Un estudio reciente realizado por economistas de la Universidad de Harvard reveló que, en comparación con otros cuatro países ricos, son insólitamente ingenuos en sus percepciones de la movilidad intergeneracional.

Los británicos, franceses, italianos y suecos, al ser encuestados sobre la probabilidad de que un niño del 20% de ingresos más bajos llegue al 20% de ingresos más altos, subestimaron la probabilidad de que esto ocurra en su país. Los estadounidenses fueron el único grupo

Si los estadounidenses son capaces de reconocer que existe un problema, Reeves tiene una serie de recomendaciones para abordarlo. Cree que el gobierno debería invertir en programas que ayuden a los padres a evitar embarazos no deseados, aumentar el uso de programas de seguimiento sanitario a domicilio (como en el Reino Unido), incentivar a más de los mejores profesores para que trabajen en escuelas de bajos ingresos e invertir fuertemente en colegios comunitarios. También eliminaría las normativas inmobiliarias que desincentivan la construcción de viviendas baratas en zonas ricas, pondría fin a las admisiones hereditarias en las universidades y eliminaría la deducción fiscal de los intereses hipotecarios, una ley fiscal que ayuda a los más ricos a

Reeves es un moderado nato, y sus recomendaciones parecen orientadas a ganarse a los conservadores en materia fiscal. Para hacer mella de verdad en el problema de la movilidad intergeneracional de Estados Unidos es probable que haya que tomar medidas que incomodarían a los conservadores y a muchos liberales, como integrar las escuelas públicas sin distinción de clase o raza e invertir en amplias intervenciones en la primera infancia para las familias pobres.

Si el sueño americano no está ya muerto, se encuentra en estado crítico. Se necesitan medidas agresivas para revivirlo, pero el primer paso, tanto para los responsables políticos como para el público en general, es reconocer la gravedad de la situación. **M**

Impulsar el crecimiento.
Expandir las fronteras del negocio.
Mejorar la rentabilidad.

» ¿Cuál es tu desafío?



► Auditoria • TAX • BPO • Consultoría • HR • IT • Legales

60 Oficinas a
nivel mundial

+2000
Profesionales

+1000
Clientes

auren

MEMBER OF THE
FORUM OF FIRMS

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

Member of
Antea
Alliance of

www.auren.com

INFORME |

La nueva agenda de las firmas

Repensar la auditoría

Hace unas décadas había un chiste: “es más aburrido que trabajo de auditor”. Hoy, la frase sería ininteligible. Los cambios han sido vertiginosos y en profundidad. Primero, las grandes firmas de auditoría descubrieron la consultoría gerencial y a ella se dedicaron con entusiasmo.



Pero después de construir firmas capaces de asesorar en todas las áreas de consulta gerencial, la realidad les ha impuesto un giro necesario: la reinención del antiguo negocio. A un punto que parece irreconocible.

Puede echarse la culpa a la pandemia, pero lo cierto es que con ella o sin ella, este proceso se hubiera dado igual. Los clientes de estas firmas necesitan ahora otra clase de apoyo y un rápido aprendizaje de nuevas prácticas. La continuidad del negocio, la gestión de crisis, y muy especialmente la ciberseguridad. La digitalización acelerada trajo grandes ventajas, pero también nuevos riesgos y dificultades.

Por si fuera poco, los clientes piden un marco ESG (sigla inglesa por ambiente, sociedad en la que se actúa, y gobierno de la empresa). La gente les reclama esta deuda: defensa del medio ambiente y de la sustentabilidad. Y las firmas auditoras, dentro de sus competencias asisten a sus clientes.

Si a este escenario se suma la situación económica y financiera del país y del planeta, la tarea se multiplica. Estas firmas son la vanguardia en digitalización, robótica a inteligencia artificial. Pero además, han adquirido una nueva especialización: son expertos y conocedores del nuevo escenario en recursos

humanos, algo esencial cuando se trata de reclutar y mantener talento.

Sobre todos estos tópicos hablan auditores de primera línea en esta edición de *Mercado*, que, como cada año, realiza un informe especial sobre esta actividad.

En este informe especial se piden y reproducen opiniones e ideas de destacados protagonistas del sector.

*Por Fabio Nahuel Lezcano
y Miguel Ángel Díez*

Convertirse en socio del cliente

Liderar el proceso de transformación

En estos tiempos de economía digital el futuro ya no es algo lejano, se asoma permanentemente a este presente dinámico para recordar que nada es estático, que todo cambia y que adaptarse a las nuevas realidades es condición esencial para sobrevivir.

Por Néstor García (*)

Lo que está cambiando en forma muy acelerada, impulsado por la tecnología y la inteligencia artificial, es el modelo de negocios y por eso el proceso de adaptación de cada empresa debe hacerse desde una visión amplia entendiendo las expectativas que tienen los consumidores, usuarios, clientes, proveedores y hasta de los propios países donde las empresas desarrollan sus actividades.

En el negocio de la consultoría se han terminado los procesos con los clientes que demandaban largos períodos de tiempo. Ese esquema ya no es viable. Hay menos tiempo para desarrollar grandes planificaciones basadas en mercados que antes se mostraban mucho más estáticos. Ahora los proyectos son de corto plazo, ya no existe como antes la separación de la planificación y la ejecución. Lo que las empresas buscan son servicios eficientes en poco tiempo, dinámicos, y que tengan resultados inmediatos. El concepto es dejar de ser un proveedor de servicios para transformarse en un socio del cliente capaz de poder acompañarlo en cada momento de su evolución.

Hay que refundar la relación de confianza con los clientes en un vínculo más colaborativo y asociativo para poder encarar los nuevos retos con rapidez, adelantándose a los cambios que se avecinan en una economía en constante movimiento. En síntesis, construir una relación que facilite el trabajo conjunto en lugar de la antigua prestación de un servicio unilateral.

Hoy más que nunca el foco debe estar en el cliente, en sus necesidades, preocupaciones y desafíos, y en KPMG lo ubicamos en el cen-



tro de todas las decisiones que tomamos. Y las empresas no pueden tener como único objetivo el resultado económico de sus negocios. Hay una mayor atención y reclamo social de transparencia y responsabilidad con relación a los temas ambientales, sociales y de gobernanza, conocidos como ESG. Entender que el negocio debe ser sostenible y compatible con las expectativas sociales de una mejor calidad de vida. Ser transparente y en ese sentido publicar anualmente el Reporte de Sostenibilidad construye confianza con la gente y esto es esencial para la reputación corporativa.

Experiencia eficiente y única

Las empresas enfrentan el desafío de alinear las operaciones para ofrecer una experiencia eficiente y única. Esta integración permite, además, que la comercialización, las ventas y la atención al cliente sean gestionadas de

forma consistente, y así ofrecer perspectivas conectadas, transmisión de información automatizada y mayor compromiso de los empleados con los nuevos procesos.

Precisamente, desde KPMG venimos creciendo cada año en base a la tecnología y a la innovación, y para ello hemos organizado equipos de profesionales de distintas especialidades y con conocimiento en esas temáticas. Es consolidar nuestro proceso de transformación interna y continuar innovando nuestros servicios para los clientes.

Una encuesta de KPMG realizada a 2.300 CEO de todo el mundo, de los cuales 50 eran de la Argentina, tuvo como una de sus conclusiones que los líderes argentinos reconocieron tener una estrategia agresiva de inversión digital para mantenerse a la vanguardia y admitieron la necesidad de ser más veloces para cambiar la inversión a fin de lograr oportunidades digitales.

Identificaron como principales frenos para avanzar en la transformación digital los siguientes temas: decidir cuáles son las tecnologías adecuadas (68%); gestionar el impacto cultural en la organización (64%); y contar con personas que tengan las habilidades adecuadas para gestionar el despliegue estratégico y operativo (58%). Es decir, debe estar involucrado con todas las áreas que hacen a la innovación tecnológica.

Pero este cambio también tiene riesgos propios del proceso de transformación permanente al que son sometidas las empresas. El más importante es el de los ciberataques que se han ubicado al tope de la agenda empresarial. Según otro estudio de KPMG titulado "Una triple amenaza en las Américas: Perspectivas de Fraude", el 83% de las empresas del continente dijo haber sufrido al menos un ciberataque en el último año y el 77% consideró que este riesgo aumentará en 2023. Los líderes son conscientes de garantizar la continuidad operativa de la organización y por eso deberían administrar las herramientas y procesos de ciberdefensa necesario, así como estar preparado para tomar las decisiones rápidas y certeras ante un ciberataque. Prevenir es la mejor estrategia, pero es igual de importante estar preparado para responder, puesto que los ataques son cada vez más sofisticados y pueden a veces ocurrirles a las empresas más preparadas-

(*) CEO y presidente de KPMG Argentina.

INFORME |

Elementos claves: el cliente y el capital humano

Constante evolución en los modelos de negocios

Un signo de los tiempos es que, en años recientes, se ha presenciado una aceleración de procesos, fundamentalmente basada en la tecnología y el cambio de costumbres de las sociedades.

Como consecuencia, lo que podemos observar es que el ciclo de vida de las empresas, también se ha acelerado.

Santiago Mignone, socio a cargo de PwC Argentina, tiene una visión precisa sobre lo que está pasando y hacia dónde se encamina el proceso.

–En los últimos años hubo un cuestionamiento a los tradicionales modelos de negocios. ¿Es una tendencia que confirma la realidad o un proceso que se ha detenido?

–Los modelos de negocios han vivido históricamente en constante evolución generando la permanente aparición de nuevas empresas y la desaparición de aquellas que no llegaban a adaptarse y/o a satisfacer las necesidades de sus clientes. En los últimos años, lo que hemos estado viviendo es una aceleración en este proceso evolutivo, fundamentalmente basado en la tecnología y el cambio de costumbres de las sociedades. Como consecuencia, lo que podemos observar es que el ciclo de vida de las empresas, también se ha acelerado.

Vemos que los cambios producidos en los últimos años (sobre todo en los últimos dos) son irreversibles y permanentes, pero también que el proceso continúa, dado que no todos han madurado en el mismo sentido y muchos, aún, se encuentran en el proceso de adaptación.

–¿Fue veloz la respuesta de los auditores en dar respuesta al nuevo escenario o se siguió operando, en gran medida, conforme la práctica convencional?

–Los procesos de auditoría venían acompañando la evolución de los modelos de negocios y anticipándose a algunos cambios. Por ejemplo, desde el punto de vista de la infraestructura, la vanguardia de la profesión tenía todo preparado para el trabajo a distancia y de home office desde antes del 2020. También en cuanto al uso de la tecnología aplicada a la auditoría, donde hubo avances



muy significativos. Pero al igual de lo que sucede en las empresas, la auditoría también es un proceso en constante evolución, en el cual las metodologías se van adaptando a los cambios de la realidad y a la aparición de nuevas tecnologías.

–La nueva realidad, ¿supone un cambio significativo en el ámbito del manejo de los Recursos Humanos, tanto en el caso de la firma de auditoría como en el de la empresa cliente?

–En PwC definimos a nuestros recursos humanos como capital humano. Eso es así, dado que entendemos que nuestros talentos son el principal insumo de nuestra operación. Tenemos dos elementos fundamentales en nuestra existencia como empresa, el cliente y el capital humano, ambos son objeto de nuestro propósito como firma: generar confianza en la sociedad y resolver problemas complejos. En nuestra nueva estrategia, definida en el año 2021 para nuestra red de firmas, definimos que la ecuación de servicio (*The New*

Equation), tiene dos factores: confianza y soluciones sostenibles, y para poder cumplir con esa estrategia, tanto las necesidades y requerimientos de nuestros clientes como la calidad de nuestros recursos, son fundamentales.

En la construcción del capital humano ya no es necesario el modelo tradicional de presencialidad y jerarquías, hoy lo único importante es el talento de nuestra gente, no importa dónde esté sentado (si en Buenos Aires o en el interior del país), ni su género, raza o condición física. Por eso nuestra área de servicio de Capital Humano, que hace el reclutamiento y que administra las necesidades de nuestra gente es la más relevante de nuestra firma.

–El signo de la era parece ser la permanente disrupción tecnológica, con su tremenda incidencia sobre la sociedad y la economía global. ¿Se mantendrá esa relevancia de la disrupción?

–Sin dudas los cambios tecnológicos ya son un componente más de nuestra vida. Quien no se adapte será el equivalente a lo que era un analfabeto en el siglo 20. Vamos a seguir viviendo en permanente irrupción de nuevas tecnologías y de cambios en las existentes. Pero lo bueno es que, así como las tecnologías han aparecido en nuestras vidas de manera cada vez más acelerada, lo mismo ocurre con nuestra capacidad de adaptación.

Hoy nos adaptamos a una nueva tecnología con total naturalidad y olvidamos la anterior sin ninguna añoranza. Con lo cual, no es algo que debamos vivir como una pesadilla, sino por el contrario, como un proceso de mejora en nuestras condiciones de vida.

Lo importante es mantenerse cercanos a los cambios y, como país, atentos al desarrollo de las nuevas tecnologías. De lo contrario nos alejaremos de las posibilidades de desarrollo, y en ese juego, las empresas de servicios profesionales, como PwC, tenemos un rol importante que cumplir.



SELECCIÓN CÓMO TE QUIERO



SPONSOR OFICIAL DE LA
SELECCIÓN ARGENTINA



N° de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

INFORME |

Compliance, una función clave

La reputación de una empresa es uno de sus principales activos

En los últimos años, las firmas de auditoría han dedicado creciente atención al campo de la consultoría. ¿Hay riesgo de que disminuya la importancia que siempre tuvo el sector de auditoría? ¿O hay una manera distinta de abordar temas y problemas en este campo?

Sergio Crivelli, *Managing Partner* de BDO en Argentina, contesta estos interrogantes.

–Nuestra firma nació como firma de Auditoría y Asesoramiento Tributario. Con el tiempo hemos desarrollado diversas prácticas de consultoría como Seguridad de Procesos Informáticos, Finanzas Corporativas, Consultoría para el Sector Público, Gestión del Riesgo, *Compliance*, *Forensic* y Tercerización de Servicios Contables, Impositivos y de Payroll.

Hoy la participación de auditoría en nuestros ingresos es de aproximadamente el 30%. Que haya disminuido la participación de auditoría no lo vemos como un riesgo, pues la práctica sigue creciendo. La pérdida de participación en el negocio se debe a que el resto de los servicios crece a mayor ritmo porque son proyectos más grandes y de más valor. A futuro habrá que ver cómo van a convivir los servicios de auditoría con el resto debido al incremento de restricciones por conflictos de intereses y las normas de independencia que son cada día más exigentes.

–La profundidad de los cambios introducidos a partir del 2020, ¿modifican de manera permanente los comportamientos humanos?

–Claramente los cambios introducidos a partir de la pandemia llegaron para quedarse. Hoy estamos trabajando con un sistema híbrido, en el cual el trabajo remoto es mayor al presencial en nuestras oficinas. El uso de la tecnología que permite esta modalidad ya venía desarrollándose y la pandemia aceleró el proceso de cambio.

Esta nueva modalidad también generó un mercado laboral mucho más abierto y sin fronteras. Hoy nosotros contamos con colaboradores situados en todo el país que trabajan 100% de manera remota y a la vez competimos con empresas de otros países que



vienen a buscar talentos a la Argentina para que trabajen desde acá para cualquier parte del mundo. Sin dudas todo esto requiere trabajar en el desarrollo de nuevas formas de liderazgo y crear las condiciones para no perder las ventajas de las relaciones personales tanto en los equipos de trabajo como en la relación con nuestros clientes.

–¿Cómo está hoy la discusión teórica y la aplicación práctica sobre compliance ahora, y para los próximos años?

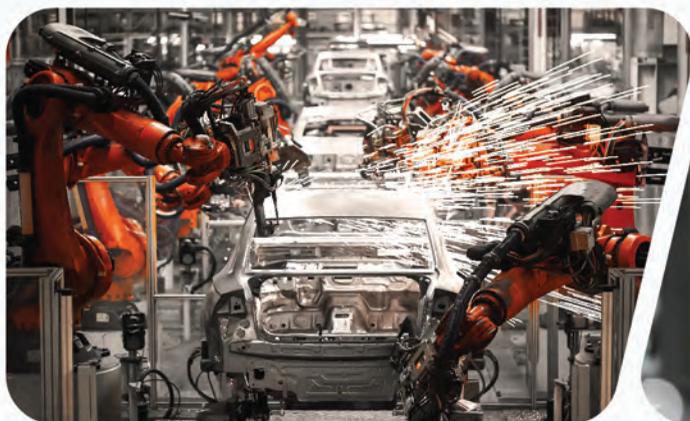
–*Compliance* es una función que se ha desarrollado muchísimo en los últimos años. Hoy vemos que existe una gran oferta de capacitación para los profesionales que quieren desempeñarse en este rol. Cada día vemos que se deben cumplir muchos procesos relacionados con el manejo del riesgo en las empresas que en el pasado no existían.

Esto es producto de la preocupación de todos de prevenir hechos de corrupción, de violar leyes de prevención de lavado de dinero, de violar leyes de privacidad de datos, etc. En definitiva, la reputación de una empresa es uno de sus principales activos y cada día estamos más expuestos porque el mundo se volvió más transparente. Considero que es una práctica que seguirá ganando terreno e importancia a la hora de hacer negocios.

–¿A su entender, cuáles son los temas que puedan hacer diferente a la firma en el mercado y, básicamente, con su competencia?

–Nuestra gran preocupación es no perder nuestra esencia como auditores y consultores con foco en las personas, ya sean nuestros colaboradores o nuestros clientes. Nuestra profesión se transformó en una profesión muy regulada y nos vemos obligados a cumplir con muchos procesos tendientes a evaluar riesgos, independencia y documentar evidencias de manera consistente y oportuna.

Nuestro trabajo está sujeto al control de distintos reguladores y a revisiones internas de calidad de nuestra propia firma. Este contexto hace que muchas veces las personas solo pongan foco en cumplir con estos procesos para no recibir sanciones. Si esto ocurriera correríamos el riesgo de que nuestros colaboradores pierdan el foco en el propósito de la tarea profesional orientado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes y aportar valor con nuestros servicios.



Energía que impulsa a la industria

Estamos presentes en todas las cuencas productivas y llegamos con gas natural a todo el país y la región. Producimos petróleo, GLP, energía eléctrica, renovable y ofrecemos productos y servicios a la industria y estaciones de servicio. Elaboramos combustibles de máxima calidad en la refinería más moderna de Sudamérica.

DESDE HACE MÁS DE 20 AÑOS INVERTIMOS, INNOVAMOS Y CRECEMOS EN EL PAÍS.

PAN-ENERGY.COM

**Pan American
ENERGY**

Energía responsable

INFORME |

La coyuntura jaquea a los equipos gerenciales

La agilidad en la toma de decisiones será crítica

Tal vez porque los orígenes de la firma son distintos a los tradicionales, el líder de San Martín Suárez y Asociados tiene un enfoque con algunas diferencias con sus colegas. Por ejemplo, sobre la disponibilidad de la información en tiempo real.

A los equipos gerenciales se les demanda una velocidad inédita en la resolución de problemas difícil de imaginar años atrás. Además, dice Pablo San Martín, presidente de SMS Latinoamérica, tecnología y digitalización logran cambios en procesos, pero no cambian los modelos de negocios.

–¿Todas las empresas tienen hoy digitalizados sus procesos o todavía queda mucho por avanzar en este terreno?

–Hay una gran necesidad de digitalización de procesos en Argentina. Comparativamente con otros países de la región como Brasil o México, las empresas argentinas están tecnológicamente atrasadas, lo que naturalmente hace que los procesos de digitalización se encuentren también atrasados. Procesos de implementación de OCRs (reconocimiento de caracteres ópticos), RPA (robotización automática de procesos), inteligencia artificial y aun la implementación de tableros de *business intelligence* tienen mucho camino por recorrer y están siendo muy demandados.

–¿Cómo se traslada la experiencia a los clientes para que también puedan aplicar la más drástica transformación en sus negocios?

–Las herramientas tecnológicas son de muy fácil implementación. Prácticamente son herramientas plug and play o con diseños relativamente sencillos. La gran limitación que existe hoy es la capacidad gerencial para poder tomar proyectos nuevos, ya que la coyuntura invade cada minuto de los equipos de liderazgo.

Es un claro ejemplo en el cual lo urgente desplaza a lo importante impidiendo el despliegue de las estrategias en favor de lo táctico. La contratación de consultoras externas para la implementación de procesos de transformación digital es clave en estas circunstan-



cias, porque de lo contrario existe el riesgo de posponer proyectos que contribuyen en forma directa a la mejora de la productividad.

–¿Se está viviendo el fin de la gestión tradicional?

–Pienso que los modelos de gestión permanecen, cambiando simplemente las herramientas que se utilizan. Uno podría pensar que la tecnología irrumpe produciendo cambios mucho más profundos de lo que se producen en la realidad. La tecnología y la digitalización permiten acelerar y multiplicar los procesos transaccionales, pero no modifican los modelos de negocios.

Los líderes siguen liderando equipos de personas, con las mismas certezas y las mismas incertidumbres que en las etapas analógicas o manuales. Simplemente cambian las herramientas que se utilizan y, por lo tanto, se incrementa la velocidad, el volumen y la capacidad de análisis.

–¿Cuáles serán básicamente las transformaciones y los lineamientos principales del nuevo modelo que asoma?

–La disponibilidad de información en tiempo real aporta un grado de conocimiento de lo que está ocurriendo en cada momento dentro de la empresa sin importar áreas funcionales o geografía. Permite anticipar y resolver problemas, muchas veces incluso antes que se generen.

Detectar de manera inmediata una demora en la cadena de suministro permite anticipar falta de stocks mucho antes de que los mismos se produzcan; con lo cual se puede maniobrar de una manera en que no era posible hace un par de décadas atrás. Eso hace que los procesos de análisis sean dinámicos y exige de los equipos gerenciales una velocidad en la toma de decisiones de una manera impensada hace algún tiempo atrás.

La conexión con los clientes, equipo interno y proveedores es de manera inmediata debiendo agilizar los procesos decisivos dentro de la empresa. Pienso que en el futuro la agilidad en la toma de decisiones será crítica para mantener competitividad. Eso exige estructuras matriciales y poco profundas con un gran flujo de comunicación en los equipos de líderes. Una sincronización, propia de las orquestas, donde todos los intérpretes conocen cómo está funcionando el otro grupo de músicos, de manera tal que cualquier falla de sincronización sea compensada de manera inmediata. Si tuviera que elegir un lineamiento principal de las transformaciones que vienen, sería la velocidad en la toma de decisiones



Cultivamos los alimentos
en armonía con la naturaleza
REGENERÁNDOLA
para hoy y el futuro.

INFORME |

Líderes de la transformación

El signo de la era es la disrupción tecnológica

Hace muchos años que las firmas de servicios profesionales vienen adecuando su oferta de servicios como respuesta a los exigentes requerimientos de los nuevos modelos de negocios de sus clientes, principalmente por el efecto comercial de la globalización y de los avances tecnológicos.

Por Fernando Tezanos Pinto (*)

Los constantes cambios que produce el mundo digital viene impulsando y hasta obligando a transformar la mentalidad y forma de trabajar de los líderes empresarios de los negocios tradicionales, ya que afecta y atraviesa directamente su negocio y sector.

Posiblemente el efecto de la pandemia y la guerra de Rusia demoren un poco este proceso y en el corto plazo algunos países se vean obligados a cerrarse un poco pero seguramente sea algo momentáneo.

En Auren vemos que esta tendencia de transformación de los negocios va a continuar para los clientes y estamos preparados para ofrecer una oferta de servicios superadora en la cual el cliente puede encontrar respuestas que cumplan y hasta superen sus expectativas en todos los ámbitos de su negocio.

Frente a este nuevo escenario es clave que la dirección esté comprometida e involucrada con el proceso de transformación digital y demandas del mercado. De esta manera la respuesta puede ser veloz.

Se produce un cambio cultural, incluyendo un cambio de mentalidad orientado a la digitalización y una cultura de trabajo dinámica basada en colaboración, procesos, indicadores y resultados.

Se debe desarrollar una estrategia tecnológica alineada a la estrategia de negocio. En definitiva, este cambio de mentalidad en el equipo de trabajo y su relacionamiento personalizado con el cliente logra mejores resultados y confianza obteniendo de esta manera el reconocimiento de sus clientes y del mercado en general.

Esta nueva realidad trajo un gran cambio también en la capacitación, motivación y logro de resultados, cualitativos y cuantitativos en el área de Gestión de Personas, incluyendo la de socios de la firma.



Actualmente todas las firmas ya pasaron, están o deberían estar en un proceso de cambio cultural en el cual el talento y el propósito son los motores claves para el crecimiento propio y el de sus clientes o mercados.

La transformación dentro de la empresa no es solo tecnológica, sino que también es cultural, basada en tres puntos: las personas, la tecnología y los procesos.

El factor humano, las personas, es el que hace posible y exitosa una estrategia de negocios y ese proceso de transformación. Es fundamental hoy que las firmas incluyan y comprometan a los mandos medios y al personal que forma parte de la organización en la estrategia de crecimiento del negocio. Esto propone procesos internos con buenas prácticas y un diseño y estructura tecnológica abiertos. Las firmas del futuro deberán contar con procesos de innovaciones abiertas y cerradas para lograr mantenerse y crecer.

Este cambio cultural también deberá incluir

los tres factores principales para que una firma sea sostenible en el tiempo: cuidado del medio ambiente, ayuda social y contar con un gobierno corporativo ágil y con buenas prácticas.

El signo de la era parece ser la permanente disrupción tecnológica, con su tremenda incidencia sobre la sociedad y la economía global. Nos encontramos solo al comienzo de los cambios y de un camino algo incierto cuya única constante son la velocidad y la innovación.

Esta disrupción se mantendrá, lleva a unas reglas de juego radicalmente diferentes en la era digital, y nos conduce a una innovación evolutiva hacia donde avanzar. Estamos aún en un vertiginoso proceso de aceleración en el cual los cambios se viven cada año, mientras que antes ocurrían cada década.

Desde el punto de vista del liderazgo, hoy más que nunca es necesario contar con líderes que puedan adaptarse a una transformación constante, ágil y rápida, pero sobre todo humana en la cual la generosidad y el talento van a cumplir un rol esencial para lograr menos rotación y mayor motivación. Brindar a los empleados un panorama de certeza ante un futuro impredecible y una actitud de acompañamiento que permita crecer a quienes forman parte de una firma de servicios profesionales.

(*) *Presidente de Auren Argentina*



Inversión socialmente responsable

Habrà más demanda de servicios para reforzar la ciberseguridad

Para Leandro Justo, socio de Russell Bedford Argentina, la inversión socialmente responsable, es decir, aquella que no solo busca rentabilidad con un enfoque tradicional, tiene cada vez mayor relevancia dentro de los parámetros analizados por los inversores.

Los inversores o fondos de inversión socialmente responsables analizan retornos de inversión de la forma tradicional, o sea, en términos netamente financieros, pero adicionan al análisis criterios ESG que hacen sustentable a la inversión en el tiempo.

–¿Se avizoran cambios significativos en el comportamiento y preferencia de los clientes?

–La profesión y las compañías tienen el gran desafío de continuar incorporando tecnología a sus procesos. La transformación digital como concepto amplio de incorporación de nuevas tecnologías, debe ser bajado a planes concretos de adopción de estas para cada una de las áreas de una compañía. En el caso de las grandes corporaciones, en general vemos que tienen partidas presupuestarias incluidas en el *budget* anual para inversión en transformación digital.

Desde el lado de las compañías, la transformación digital debe formar parte del plan estratégico, dado que es fundamental para ser competitivos. Si bien es difícil medir la tasa de retorno de cada inversión en transformación digital, deben realizarse las mejores estimaciones para tomar decisiones y establecer prioridades, dado que es claro que mejora los procesos, aporta a la eficiencia y reduce costos.

Similares desafíos atravesamos las firmas de auditoría. La incorporación y aplicación de nuevas tecnologías en el trabajo del auditor, permite ahorrar costos que pueden ser trasladables a los clientes para ser competitivos, además de permitir planificar ciertas pruebas de auditoría basadas en herramientas tecnológicas reduciendo así trabajos manuales.

Claro está que la incorporación de tecnología exige también capacitarse para entender y aprovechar las herramientas disponibles, como así también para comprender las



formas en que podrían ser vulneradas, para poder generar un marco de confianza sobre los datos analizados y revisados en cada caso.

–Un tema central será la ciberseguridad. ¿Cómo se prepara su firma y cómo las empresas preparan a sus clientes para actuar en este campo?

–Sin dudas la ciberseguridad es un asunto central. La pandemia empujó a las empresas a la digitalización y a la incorporación de tecnología para comunicarse, compartir información y almacenarla. Algunas compañías estaban más preparadas que otras, tanto desde la infraestructura como desde la seguridad de la información. En la post-pandemia llegó la hora de frenar y ordenar, definir políticas, capacitar al personal, difundir buenas prácticas.

Hemos visto casos de *ransomware* que generan problemas muy significativos a las compañías. Desde nuestra firma recomendamos hacer evaluaciones internas y externas de la infraestructura y de la seguridad informática, y no subestimar este asunto. La capacitación y difusión de buenas prácticas en las organizaciones es fundamental para la prevención. En nuestra firma observamos una creciente demanda de servicios de implementación de sistemas de gestión de la seguridad de la

información y certificación de ISO 27.001, y creemos que la demanda de estos servicios aumentará significativamente en los próximos años.

–No se sabe con certeza si es el nuevo marco conceptual en el territorio del management o si es una moda pasajera. Pero, ustedes. ¿qué recomiendan a sus clientes para actuar en este nuevo enfoque del ESG (ambiente, sociedad y gobernanza, según la traducción de la sigla al castellano)?

–La inversión socialmente responsable, es decir, aquella que no solo busca rentabilidad con un enfoque tradicional, tiene cada vez mayor relevancia dentro de los parámetros analizados por los inversores. Ellos o inversores o fondos de inversión socialmente responsables analizan retornos de inversión de la forma tradicional, o sea, en términos netamente financieros, pero adicionan al análisis criterios ESG que hacen sustentable a la inversión en el tiempo.

En la Argentina, la Comisión Nacional de Valores (CNV) promueve y difunde cada vez más la oferta de productos financieros sostenibles y el registro de bonos verdes y sociales, y fomenta la inversión en este tipo de productos a través de regímenes y paneles especiales.

Considerando estos antecedentes y las tendencias a escala global, recomendamos a nuestros clientes incorporar a su plan estratégico un capítulo de responsabilidad social, ya que esta tendencia será cada vez más significativa y relevante. En el largo plazo estas inversiones aumentan el valor de las compañías, y en el corto plazo será requisito para ser *target* de determinados inversores.

Ahora bien, sería importante contar con políticas de estado que fomenten a las organizaciones a invertir en sustentabilidad, por ejemplo, a través de incentivos fiscales para las compañías que tengan iniciativas en este sentido.



Somos más de **9.000 personas** en Argentina y Brasil que con orgullo y pasión hacemos que **llegue eso que te importa.**



Vinculamos a grandes empresas, pymes, emprendedores y consumidores; **con la mejor tecnología.**



Trabajamos todos los días en el desarrollo de soluciones logísticas para seguir llegando a cada rincón del país de forma simple, segura y sustentable.



Llevamos lo que te importa.



INFORME |

¿Fin de la gestión tradicional?

La cuarta revolución industrial está remodelando el planeta

No todo es soplar y hacer botellas. En el terreno de la digitalización se ha avanzado mucho, pero también es mucho lo que falta andar. Esa es la visión de Raúl J. Yñarra, socio de Baker Tilly Argentina. Para entender lo que viene –dice– son claves los nuevos desarrollos tecnológicos.

Desde la firma, advierten estos desafíos: aceptar el cambio (algo que siempre fue difícil), llegar a niveles alto de conocimiento y competencia, desarrollo de recursos y opciones tecnológicas, costos y otros temas relacionados.

–¿Todas las empresas tienen hoy digitalizados sus procesos o todavía queda mucho por avanzar en este terreno?

–En nuestra opinión y por la experiencia con clientes, todavía queda por avanzar en el terreno de la digitalización.

Se observa que cada día más industrias han sido “tocadas” por la tecnología en sus procesos y para aquellas que aún no hayan pasado por esta etapa, es solo cuestión de tiempo. Tendencias, herramientas, marketing digital, implementar un nuevo *software*, demuestran cómo la digitalización puede brindar nuevos servicios a los clientes y cómo aprovechar la tecnología para hacer que los procesos sean más eficientes.

La necesidad de una transformación digital se vió acentuada por el distanciamiento social en pandemia.

–¿Cómo se traslada la experiencia a los clientes para que también puedan aplicar la más drástica transformación en sus negocios?

–Primero que nada, es importante demostrarles lo necesario de dar este paso para no quedar fuera de mercado en el corto plazo y el motivante de la relación costo/beneficios de la aplicación de esta transformación en el futuro de sus negocios.

Mantenerse cerca de los nuevos desarrollos tecnológicos es clave para comprender lo que se avecina.

Todos los actores de la industria tienen la responsabilidad de mejorar sus habilidades, participar en las conversaciones sobre la disrupción tecnológica y compartir sus expe-



riencias, así como los desafíos que enfrentan. Vemos hoy los siguientes desafíos: aceptar el cambio (algo que siempre fue difícil), llegar a niveles alto de conocimiento y competencia, desarrollo de recursos y opciones tecnológicas, costos y otros temas relacionados. El análisis de las posibles mejores por sector de la empresa es fundamental según nuestra experiencia.

–¿Se está viviendo el fin de la gestión tradicional?

–Podemos decir que la estamos transitando, porque la tecnología es cada vez más necesaria.

La cuarta revolución industrial está remodelando el mundo en el que vivimos. Presenta importantes oportunidades para la auditoría. La disponibilidad cada vez mayor de datos combinada con tecnologías emergentes ofrece nuevas formas para que los profesionales de auditoría mejoren la confianza en su trabajo.

El mundo de la contabilidad y la auditoría se está poniendo al día con la transformación digital que muchas industrias ya han experimentado.

Hay que comprender el impacto de la transformación digital en la profesión.

Los trabajos de manera remota pasan a ocupar una porción importante del mundo laboral.

La “nube” es otro elemento que forma parte de la nueva gestión, con todo lo que ello significa.

–¿Cuáles serán básicamente las transformaciones y los lineamientos principales del nuevo modelo que asoma?

–Títulos como *analytics*, Robótica e Inteligencia Artificial forman parte de toda esta transformación.

Para la profesión de en general, la aparición de nuevas herramientas digitales representa una oportunidad real para atraer a una nueva generación de profesionales.

A través de nuestro compromiso colectivo con la transformación digital podremos avanzar como profesión y continuar cumpliendo el valioso papel social que es nuestro propósito rector, además de crear un futuro emocionante para nuestros profesionales.

Alinear la estrategia a corto, mediano y largo plazo y tomar decisiones tecnológicas es parte de estos lineamientos y confeccionar un buen plan de implementación es una acción clave.

Mejor y en el menor tiempo posible

Junto a los clientes inmersos en el proceso de transformación

La actual revolución tecnológica transforma desde hace unos años las relaciones sociales, la economía y la forma de hacer negocios. La robótica, la inteligencia artificial, el Big Data y el Data Mining dejaron de ser conceptos novedosos para transformarse en realidades en la práctica de las organizaciones y auditores.

Por Silvia Destéfano (*)

Estos conceptos, sumados al uso de internet, los smartphones y el trabajo híbrido, entre otros, forman parte de nuestra vida personal y el mundo de los negocios como nunca antes. La auditoría ha evolucionado para adaptarse al proceso de transformación que vivimos a través de la incorporación de nuevos procesos basados en las nuevas tecnologías. De esa forma, no solo se es más eficiente, sino que también se acompaña el propio camino de los clientes quienes también se encuentran inmersos en un proceso evolutivo.

Esta evolución hacia las nuevas tecnologías exhibida en los procesos de negocios y de auditoría trae consigo una nueva forma de hacer mejor las cosas en el menor tiempo posible. Aunque esa eficiencia a veces sea difícil de conseguir en el primer intento, la experiencia nos enseña que hay que seguir intentando hasta lograrlo.

Cuando hablamos de evolución no hablamos exclusivamente de incorporación de nuevas tecnologías y los procesos asociados a ellas, sino que también merece un apartado especial la evolución en la forma de encarar la auditoría en un dinámico y cambiante entorno de negocios, con altibajos que a veces escapan del control de la organización.

Tradicionalmente el enfoque de la auditoría ha sido focalizarse en los sistemas y modelos contables, la detección de fraudes y los errores que surgen de la revisión de los procesos y transacciones incluidos en ese sistema. Luego, se incorporó también el concepto de imagen fiel de la información financiera, haciendo foco en los riesgos y respuestas de la auditoría para estar en condiciones de emitir estados financieros de calidad, útiles para los usuarios.



¿Es suficiente el enfoque tradicional?

Hoy es importante pensar si ese enfoque tradicional es suficiente y si necesitamos modificar o agregar algún tema adicional como podría ser la revisión de la gestión de los negocios de las organizaciones.

Por ejemplo, podríamos interrogarnos acerca de cómo se está preparando la entidad para sobrevivir al futuro frente a los cambios que se desarrollan dentro del entorno económico, legal y cambiario.

Un análisis más profundo que el que habitualmente se realiza con la revisión del supuesto de empresa en marcha. ¿La entidad está preparada para enfrentarlos y seguir operativa tanto en el corto como en el largo plazo? ¿Cómo los auditores podemos dar nuestro visto bueno de que va a ser factible lograrlo? ¿Podemos emitir recomendaciones al respecto cuidando, por supuesto, nuestra independencia?

La aplicación de un nuevo enfoque resulta

fundamental tanto a escala país como mundial y aportaría un elemento adicional a los usuarios de los estados financieros.

La importancia de esto ha sido demostrada por la pandemia, un factor externo totalmente inesperado que en muchos casos provocó la paralización de operaciones e incluso el cierre de organizaciones, cambios en las modalidades de trabajo y/o la necesidad de continuar siendo eficientes con recursos limitados en el corto plazo.

La nueva forma de hacer negocios también trajo nuevos riesgos relacionados y en eso también debería hacer énfasis el nuevo enfoque de la auditoría. Es importante prestar especial atención a la ciberseguridad, la protección de datos, la automatización de procesos, y la cultura organizacional en relación con estos temas, entre otros.

No exenta de desafíos en este sentido se encuentra también la gestión de recursos humanos más allá de lo complicado que es atraer y mantener talentos, el recurso más importante con el que cuentan las organizaciones. Las universidades deberían preparar a los futuros profesionales bajo este nuevo enfoque orientado a la aplicación de nuevas tecnologías y el asesoramiento en la gestión de negocios en contraposición al modelo tradicional.

La gestión de recursos humanos es fundamental dado que se encuentra inmersa en un proceso dinámico, hoy pensado más en el corto que en el largo plazo.

Hace años que RSM Argentina apuesta por la innovación, lo que marca un gran desafío que nos obliga a pensar continuamente nuevas alternativas para alcanzar cada uno de los objetivos fijados priorizando siempre el ofrecimiento de un servicio de excelencia.

(*) Socia de Auditoría en RSM Argentina

Industrias 4.0

En tecnología, acompañar a los clientes resulta clave

Es un dato revelador: la intensidad del cambio impuesto por la digitalización tiene un impacto cuatro veces mayor que el que significó en su momento la revolución industrial. No hay agenda de un CEO en la que este tema esté ausente.

Una buena recomendación que la firma hace a los clientes: la necesidad de medir el nivel de madurez de la organización, asociado a factores claves, como el valor que la digitalización aporta a la organización y los recursos con que se cuenta.

En entrevista con *Mercado*, Geraldine Giachello, socia de Lisicki Litvin & Asociados, responde a los interrogantes planteados

–¿Todas las empresas tienen hoy digitalizados sus procesos o todavía queda mucho por avanzar en este terreno?

–Antes de avanzar, resulta oportuno detenernos en el concepto de digitalización y automatización de procesos. En muchas oportunidades se utilizan ambos términos de maneras similar, pero en la práctica presentan diferencias.

La digitalización es el proceso de convertir el papel a un formato digital. En cambio, la automatización mejora los procesos, aprovechando dispositivos y *software*, para realizar tareas con la menor intervención humana, llegando a su grado máximo, con la robotización, en la que la intervención humana es llevada al mínimo posible.

Para las empresas, la transformación digital va más allá de lo tecnológico, modificando directamente el modelo de negocio. Es por ello que el grado de avance en la transformación digital depende sin lugar a duda de su acercamiento a la tecnología, la robustez de sus procesos, a la escalabilidad, al mercado, a sus competidores y a la flexibilidad y adaptación al cambio.

Industrias tecnológicas, financieras, seguros, automotrices, entre otras, se encuentran a la vanguardia de esta transformación.

Lo que sin duda podemos afirmar es que el cambio de digitalización no tiene precedentes para todo tipo de industrias, estimándose cuatro veces más importante que la revoluc-



ción industrial, y que la mayoría de las empresas tienen a la digitalización en la primera línea de la agenda del CEO.

Conceptos como industrias 4.0 representan desafíos varios, y el camino por recorrer aún es extenso.

–¿Cómo se traslada la experiencia a los clientes para que también puedan aplicar la más drástica transformación en sus negocios?

–Dado que la transformación digital implica un cambio de mentalidad para la organización, ya que –como vimos– no solo se trata de incorporar tecnología sino que debe ir acompañada de una revisión de los procesos para adaptarlos a las nuevas demandas, el proceso de acompañamiento a los clientes resulta clave.

La experiencia nos demuestra que recorrer juntos el camino de cambios, con equipos multidisciplinarios y colaborativos, es determinante para el éxito del proyecto.

Una de nuestras principales recomendaciones, para nuestros clientes, es medir el nivel de madurez de la organización, asociado a seis factores claves:

¿De dónde surge la decisión de implementar automatizar/robotizar?

¿Qué valor aporta a la organización?

¿Con qué recursos contamos?

¿Cómo nos llevamos con la tecnología?

¿Con qué tipo de líderes contamos?

¿Cuál es el nivel de orden y organización?

Lo que nos permitirá concluir sobre el buen gobierno del proyecto, la selección de los procesos y el tipo de tecnología que necesitamos.

–¿Se está viviendo el fin de la gestión tradicional?

–Lo que estamos viviendo hoy es un cambio en la forma de trabajar y en la forma de pensar el trabajo, impactando directamente en la forma de gestionar las organizaciones.

Si bien la incorporación de la tecnología a los procesos diarios de las organizaciones se estaba llevando a cabo de manera paulatina, no hay duda, que la pandemia aceleró este proceso, llevando a la transformación digital, a un reto presente para todas las industrias y obligando a repensar los modelos de gestión vigentes.

Conceptos como agilidad, colaborativo, inclusivo, sustentables, *flex*, no pueden faltar en el nuevo liderazgo emergente y por lo tanto en la gestión diaria de las organizaciones.

–¿Cuáles serán básicamente las transformaciones y los lineamientos principales del nuevo modelo que asoma?

–La nueva perspectiva demanda diseñar un futuro adaptado a este nuevo paradigma de necesidades sociales y empresariales. Incluyendo procesos, legislaciones, conectividad y cambios de *mindset* que resultarán claves para el nuevo modelo.

Como conclusión, podemos decir que el cambio cultural es tan profundo como el cambio en el uso de la tecnología, asociada tanto a los procesos empresariales, como al uso diario en la vida doméstica de cada uno de nosotros. No hay dudas de que el momento de comenzar es ahora.

(*) Socia de Lisicki Litvin & Asociados.



Somos la evolución de la salud animal

A través de la especialización en biotecnología desarrollamos, producimos y comercializamos soluciones destinadas al cuidado de la salud de los animales.

INFORME |

Aceleración de la disrupción tecnológica

Una estrategia para la transformación

Hay un cambio sustancial en el campo de los recursos humanos. No solo por el teletrabajo y los modelos híbridos. También por la utilización de recursos sin restricciones de horarios o límites geográficos. Pero además por las nuevas habilidades y perfiles que demanda el nuevo escenario.

Para Javier Huici, socio a cargo de Auditoría de EY Argentina, es necesaria una estrategia de transformación de negocio punta a punta, para alinearse a los desafíos y tendencias actuales y futuras.

–En los últimos años hubo un cuestionamiento a los tradicionales modelos de negocios. ¿Es una tendencia que confirma la realidad o un proceso que se ha detenido?

–En los últimos años más que un cuestionamiento a los tradicionales modelos de negocios hubo una adecuación de los mismos a los grandes cambios que comenzaron hace algunos años y se aceleraron con la pandemia, relacionados con la transformación digital, los cambios en el modelo de trabajo y empleo, y la aparición de nuevos productos y servicios que antes no existían. Esta tendencia, que confirma la realidad, es de esperar que persista en el tiempo.

Lo que sí es distinto con respecto a los cambios que ocurrían en el pasado es la velocidad con la que ocurren y lo vertiginoso de las transformaciones, lo cual obliga al Management a un nuevo enfoque de gestión mucho más ágil y flexible.

Adicionalmente, todas las cuestiones vinculadas a la consideración del cambio climático y la sostenibilidad en los negocios es una cuestión que cada vez tomará mayor relevancia.

–¿Fue veloz la respuesta de los auditores en dar respuesta al nuevo escenario o se siguió operando, en gran medida, conforme la práctica convencional?

–La respuesta de nuestros servicios de auditoría como las de todas las soluciones que brinda nuestra firma tuvieron los mismos de-



saños que los que tienen nuestros clientes en sus mercados. La adecuación de nuestros servicios para aprovechar la tecnología, no solo para ser más eficientes sino para incrementar la calidad, fue, en nuestra opinión, muy adecuada, rápida y eficaz.

Esto fue favorecido porque nuestra firma ha liderado el desarrollo de la innovación digital en los servicios de auditoría, disponiendo de toda la metodología, herramientas y la plataforma de documentación de auditoría en forma íntegramente digital, con canales de comunicación seguros con clientes.

Este es uno de los pilares centrales de nuestra estrategia de transformación del negocio,

que consisten en: Impulsar la mentalidad de mejora continua, Centralizar y estandarizar el delivery de servicios, Simplificar nuestra metodología, Elevar lo digital y la innovación, Invertir en el desarrollo del equipo y Optimizar la administración de los trabajos.

–La nueva realidad, ¿supone un cambio significativo en el ámbito del manejo de los Recursos Humanos, tanto en el caso de la firma de auditoría como en el de la empresa cliente?

–Este es sin duda uno de los grandes cambios que vino para quedarse. Por un lado, desde la perspectiva del vínculo empleador–empleado, a partir del teletrabajo, los modelos híbridos, la posibilidad de utilizar recursos sin limitaciones geográficas ni de horarios. Por otra parte, en cuanto a las habilidades de los empleados, ya que el uso de herramientas digitales agrega la necesidad de incorporar recursos de perfiles distintos de los tradicionales (ingenieros, científicos de datos, actuarios, matemáticos, entre otros) y también gestionar los nuevos modelos de trabajo implica para los líderes reforzar las habilidades de delegación y supervisión remota, como así también conocimientos tecnológicos diferenciales.

–El signo de la era parece ser la permanente disrupción tecnológica, con su tremenda incidencia sobre la sociedad y la economía global. ¿Se mantendrá esa relevancia de la disrupción?

–Entendemos que durante los próximos años no solo se mantendrá, sino que se acelerará. Solo hay que pensar que hace 40 años no había ni teléfonos celulares y las comunicaciones por e-mail recién se insinuaban. En 40 años los cambios tecnológicos fueron mayores que en los últimos 5.000.

Es de prever entonces un efecto multiplicador y habrá que estar preparado y ser lo suficientemente flexible ya no solo para competir sino para reinventarse en forma permanente.

Herramientas fundamentales

La innovación está en el centro de la ejecución

Hay una drástica transformación de los negocios. Se asiste a los clientes en ese proceso. La automatización mejora las tareas rutinarias y le da una visión más profunda a los datos. Los clientes obtienen una experiencia con menos carga de trabajo, mayor transparencia y una visión más profunda.

Un equipo de especialistas mantiene una conversación de interpretación de una norma contable compleja junto con conceptos tecnológicos de implementación de herramientas y de adopción de cambios en los procesos. Daniel Kislauskis, socio de Auditoría & Assurance de Deloitte, da cuenta de los profundos cambios que se verifican en las organizaciones.

–¿Todas las empresas tienen hoy digitalizados sus procesos o todavía queda mucho por avanzar en este terreno?

–Depende de cada situación particular. Hoy vemos organizaciones que ya están transitando la digitalización de sus procesos administrativos y contables en distintos estados a través de la optimización funcional de las tecnologías core que poseen o con la incorporación de robótica para reemplazar tareas rutinarias, u otras plataformas colaborativas en la nube, generando ambientes digitales para la ejecución de tareas como cierres contables, elaboración de estados contables, generación de reportes, etc.

Muchas compañías ya exploran tecnologías más disruptivas como la Inteligencia Artificial, en principio aplicadas a los procesos de análisis de datos y otras, producto de un tema de priorización de agenda, planifican su proceso de digitalización para lanzarlo en breve. En definitiva, como mención general, este tema ya está avanzado o en agenda de nuestros clientes para incorporarse a muy corto plazo, aunque queda todavía camino por recorrer.

–¿Cómo se traslada la experiencia a los clientes para que también puedan aplicar la más drástica transformación en sus negocios?

–Producto de las necesidades que identificamos de nuestros clientes, en Deloitte hemos desarrollado un set de servicios asociados a



soluciones tecnológicas con el fin de asistirlos en el proceso de transformación digital de sus procesos administrativos y contables.

–¿Se está viviendo el fin de la gestión tradicional de auditoría?

–Entendemos, por lo dicho anteriormente, que estamos transitando un modelo híbrido que impacta en nuestros procesos de auditoría externa y que muy probablemente deje atrás la auditoría tradicional en el corto plazo. Además de la digitalización de nuestros procesos, tenemos que entender las capacidades digitales de nuestros clientes y combinar ambas generando un proceso de revisión más ágil.

–¿Cuáles serán básicamente las transformaciones y los lineamientos principales del nuevo modelo que asoma?

–En Deloitte incorporamos la innovación en el centro de la ejecución de nuestras auditorías, con automatización que mejora las tareas rutinarias, análisis que proporciona una visión más profunda de los datos, e inteligencia artificial que mejora el descubrimiento humano y la resolución de problemas. Como resultado, nuestros clientes obtienen una experiencia con menos carga de trabajo, mayor

transparencia y una visión más profunda. La innovación y la tecnología son expectativas en un entorno empresarial que cambia constantemente, y esta expectativa también aplica a la profesión de auditoría.

Las plataformas globales de auditoría de Deloitte, *Omnia* y *Levvia*, demuestran nuestro compromiso con la realización de auditorías digitales de alta calidad. El desarrollo, la mejora y la mayor implementación de ambas plataformas continuarán durante los próximos años.

Actualmente, Deloitte cuenta con herramientas de auditoría que, por ejemplo, permiten:

- Comunicación en línea con nuestros clientes, intercambio de información y seguimiento del progreso de la auditoría en tiempo real y con un sistema seguro de acceso.
- Manejo y análisis de cantidades masivas de información contable para permitir evaluaciones de riesgos más completas.
- Dispositivos para conteos de inventarios habilitados para dispositivos móviles.
- Gestión automatizada del proceso de confirmaciones de auditoría.
- Análisis sofisticados de regresiones de datos.
- Análisis integral de riesgos.
- Interfaz con los centros de Deloitte a cargo de prestación de servicios y soporte de evaluaciones de riesgos guiadas.
- Herramienta de revisión y edición de informes estandarizados.
- Traducción de documentos y textos al lenguaje del auditor.

–¿Se avizoran cambios significativos en el comportamiento y preferencia de los clientes?

–Sí, pueden ser que aparezcan, ya que como mencionamos antes, nuestros clientes van a requerir auditorías más ágiles a la altura de sus procesos automatizados. **M**

PORTADA |

Los protagonistas 2022

Exponentes de un año para recordar



El año 2022 no pasó desapercibido. La inflación (94,8%) se convirtió en una protagonista no deseada y sumó incertidumbre en un contexto mundial extremadamente tenso y complejo.

La alegría, en cambio, vino del lado del fútbol. El triunfo de "la Scaloneta", que bordó la tercera estrella a la camiseta del seleccionado nacional masculino, no solo desencadenó una fiesta colectiva ansiada y necesaria, sino que demostró que el trabajo colaborativo y la sinergia grupal son claves para el desempeño de los equipos. En el año del mundial, la selección argentina fue una de los grandes protagonistas y las marcas supieron potenciarlo.

En tanto, la economía argentina creció 5,2%, de acuerdo al Banco Mundial, y parte de este crecimiento se refleja en este informe.

Las inversiones en el sector de energía convencional tuvieron un lugar relevante, así como las destinadas a las energías renovables, que lograron récords de abastecimiento.

Las estrategias y soluciones sustentables conforman una parte importante de los casos recopilados; lo mismo que las acciones de marca empleadora y de gestión del talento, vinculadas a diversidad, desarrollo y propuestas que priorizan el bienestar de las personas.

La colaboración público-privada y el trabajo conjunto entre empresas y universidades o centros de investigación dieron sus frutos y ratifican una sinergia necesaria.

Como es de esperar, el sector de servicios, apalancado en desarrollos tecnológicos de vanguardia, reúne un interesante conjunto de casos de éxito, con la innovación en el centro.

Los protagonistas de 2022 conforman un conjunto ecléctico de ejemplos emblemáticos que, sin afán de exhaustividad, dan cuenta del desempeño positivo de distintos sectores de la economía argentina.

Por Carina Martínez

Laboratorios Bagó

\$1.500 millones de inversión en sus plantas

A finales de 2022, Laboratorios Bagó anunció una inversión de \$1.500 millones en sus plantas, a fin de incorporar tecnología de vanguardia y acelerar el proceso de digitalización industrial. Estas inversiones le permitirán a la compañía incrementar la producción y competitividad, la seguridad y la calidad de sus productos, que hoy se exportan a 50 países.

La incorporación de nuevas tecnologías en las tres plantas productivas que la empresa tiene en el país potenciará la eficiencia, la agilidad así como la confiabilidad de los procesos industriales.

La inversión permitirá, además, aumentar en un 40% la capacidad de producción de su planta farmacéutica ubicada en La Plata, Buenos Aires, para los próximos tres años.

El proceso de transformación digital en Bagó incluye tres etapas. La primera está basada en el fortalecimiento de la infraestructura de sus plantas productivas con actualizaciones y adquisiciones de nuevos equipos de última



generación, como estuchadoras, blisteras y una compresora de origen alemán recientemente obtenidas.

La segunda etapa está enfocada en la digitalización de los datos generados en cada línea productiva, que asegura su trazabilidad y la calidad de la información.

La tercera etapa del proceso incluye la incorporación de aplicaciones digitales inteligentes, que permitirán completar la integración de la información, hacer más eficiente cada etapa del proceso y lograr una toma de decisiones más asertiva.

Mastellone Hnos.

Certifica con Iram el bienestar animal

A finales de 2022, Mastellone Hnos. certificó su sistema de Gestión del Bienestar Animal siguiendo los lineamientos de la ISO 34.700 (ISO, 2016), una de las más avanzadas que existen en la actualidad.

El objetivo es impulsar una actividad lechera en la que los animales sean tratados con res-

Shell

Alcanza niveles récord

Shell Argentina tuvo un rol protagónico en la escena energética en 2022. En el año en que la compañía cumplió su primera década de presencia en la provincia de Neuquén, sus proyectos de desarrollo masivo en la cuenca alcanzaron niveles récord en cantidad de pozos, volúmenes de producción, ventas, exportaciones y otros indicadores.

Con sus cuatro bloques operados en Vaca Muerta en etapa de desarrollo masivo y su participación en tres áreas no operadas, la petrolera tuvo una producción promedio de 45.000 barriles de petróleo diarios (bpd), lo que la consolida como la petrolera privada de mayor producción en la cuenca.

De todas maneras, los volúmenes de producción y exportación de Shell Argentina se encuentran limitados por el cuello de botella en infraestructura de evacuación. Ante esa limitación, la compañía completó en 2022 la construcción del primer oleoducto de *mids-*

ream de inversión privada en la cuenca, con una capacidad de transporte de hasta 120.000 bpd (20.000 m³) y 105 km de extensión, entre sus plantas EPF y CPF en Sierras Blancas y la estación de bombeo de Oldelval en Allen. Con PAE y Pluspetrol como socias en el proyecto, Techint-SIMA como contratistas a cargo de la obra y Oldelval como operadora, el proyecto contribuirá a incrementar la capacidad de evacuación de la zona para las empresas involucradas y otras operadoras.

En paralelo, Shell comenzó a planificar la construcción de una planta EPF de 15.000 bpd y 2 millones de m³ de gas de capacidad de procesamiento en Bajada de Añelo, bloque que opera con YPF como socia.

Además, en junio de 2022, Shell completó el proyecto de electrificación que conecta sus bloques operativos (Sierras Blancas, Cruz de Lorena, Coirón Amargo Sur Oeste), instalaciones de producción y plataformas de pozos

a la red nacional, para reemplazar la energía de los generadores de diésel y gas combustible. El proyecto consistió en más de 60 postes eléctricos que cubren más de 60 km de distancia, además de una subestación eléctrica para distribuir electricidad en todo el campo. Este proyecto reduce las emisiones de carbono de las operaciones en un promedio de alrededor de 30 kt CO₂e / año durante el ciclo de vida de campo de estos bloques.

En 2022, Ricardo Rodríguez asumió como presidente de Shell en Argentina. El ejecutivo cuenta con más de 20 años en la compañía y tiene la meta de consolidar el negocio de cara a 2023, un año en que los más de US\$ 2.000 millones invertidos por la compañía comienzan a brindar resultados financieros, con los que la compañía busca repagar al exterior deudas, compromisos con proveedores, dividendos y servicios intragrupo.

PORTADA |

peto, cuidado y de acuerdo con las normas éticas y de bienestar. Se trata de la primera empresa argentina y de la región en contar con un sello de bienestar animal otorgado por IRAM, posicionándola a escala mundial como pionera en este tipo de certificaciones. “Detrás de la leche obtenida bajo estas acciones existen numerosos beneficios que aportan no solo a la calidad de la materia prima, sino también a la sustentabilidad de la actividad, ya que mejora el bienestar de los animales y el ambiente que los rodea”, comenta Luis Demicheli, gerente de Sistemas de Gestión y Sustentabilidad de Mastellone Hnos. El bienestar animal es un concepto amplio que se centra en analizar y proteger el estado físico y emocional de los animales, que varían de acuerdo con el entorno en que se desarrollan a lo largo de la vida. La Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA) considera que un animal se encuentra en un estado satisfactorio de bienestar cuando está sano, cómodo y bien alimentado, puede expresar su comportamiento innato y no sufre dolor, miedo o estrés (WOAH, 2008).

“El compromiso asumido por Mastellone Hnos. en la gestión del bienestar animal implica un esfuerzo operacional enorme, ya que también involucra a todos sus proveedores independientes. En IRAM estamos muy satisfechos de acompañarlos en este gran desafío a través del desarrollo del servicio de certificación específicamente diseñado para brindarle confianza a sus consumidores”, afirmó Guillermo Curi, director de Certificación de IRAM. Los cinco principios que guían el bienestar animal son “Libre de hambre y sed”, “Libre de incomodidad física”, “Libre de miedo y ansiedad”, “Libre de dolor y enfermedad” y “Libre para expresar su comportamiento natural”. A partir de ello, Mastellone Hnos. desarrolló un sistema de gestión que cuenta con un Protocolo de Evaluación del Bienestar Animal en establecimientos lecheros que, a través de un relevamiento, sirve como guía para mejorar y gestionar las condiciones óptimas de confort y salud de los animales. Este compromiso de trabajo tiene como objetivo que la totalidad de los animales involucrados en la producción de leche se desarrollen y vivan en adecuadas condiciones de bienestar.

En el marco del desarrollo de este sello, la firma incorporó un área responsable y especializada la cual llevó adelante el relevamiento de los tambos necesarios para poder obtener esta certificación. Esto también estuvo acompañado de capacitaciones y jornadas

de actualización para productores en distintos puntos del país y, con el fin de educar en temas específicos de bienestar. La leche que utiliza Mastellone Hnos. para elaborar productos depende de aproximadamente 200.000 vacas adultas y 300.000 animales de otras categorías como terneras y vaquillonas que se encuentran distribuidas en aproximadamente 600 establecimientos remitentes ubicados en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, La Pampa, San Luis y Río Negro. El trabajo se realiza de manera conjunta con los productores quienes, de ser necesario, podrán contar con financiamientos para implementar los cambios requeridos. Además de los beneficios aportados a los ani-

males, una gestión respetuosa y sustentable del ganado permite mejores rindes y un producto de más alta calidad.

Naturgy

Inversiones en San Antonio de Areco

En noviembre, Naturgy comunicó la puesta en servicio de dos nuevas plantas reguladoras de alimentación a la localidad cabecera de municipio en reemplazo de las existentes: “Planta reguladora San Antonio de Areco 1 (SAA1)”, ubicada sobre la Ruta Provincial N° 41, en un predio propio de la distribuidora,



Nucleus – Bayton Group

Nuevas soluciones de gestión

Para Bayton Group, 2022 fue un año de crecimiento impulsado por el servicio hacia sectores especializados, con importantes desafíos dado un contexto internacional complicado y la situación económica que atraviesa el país. Aun así, fue posible mantener el foco en la estrategia a largo plazo profundizando inversiones y alcanzando un sólido crecimiento. Es el caso de Nucleus, empresa que ofrece soluciones tecnológicas para Recursos Humanos y acompaña a las organizaciones en sus procesos de transformación digital y cultural.

En 2022, la compañía invirtió en el desarrollo y nuevas implementaciones de los servicios que comercializa: gestión de personal, liquidación de haberes, gestión de novedades, de talento, de documentos electrónicos y recibos digitales, con la aplicación de firma

digital y electrónica, mediante su servicio de registro exclusivo.

Entre las acciones más importantes del año en materia de innovación, se destaca el acondicionamiento de Nucleus Doc, plataforma de envío de documentación electrónica con firma digital. Otras acciones impulsadas fueron la automatización de la interface con la plataforma AFIP para la integración con el libro de sueldo digital y la actualización de la tecnología del liquidador de haberes, con el objetivo de mejorar la *performance* de liquidaciones, que pasó de una a tres liquidaciones por segundo. En materia de negocios, más de 40 empresas han adquirido la plataforma y se consolidó el Programa de Alianzas con nuevas empresas, que ha logrado potenciar su porfolio de productos con el aporte tecnológico de Nucleus.



Experiencia y compromiso
respaldan la calidad de las
soluciones que brindamos.

It all adds up to The New Equation.

Conocé más en [pwc.com.ar](https://www.pwc.com.ar)

 @PwC_Argentina  /PwCArentina  /PwCArentina  /PwCArentina  /pwcargentina

© 2023 Price Waterhouse & Co. S.R.L. Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., PwC Legal S.R.L. y PwC Servicios de Argentina S.R.L.
Todos los derechos reservados.



PORTADA |

y "Planta reguladora San Antonio de Areco 2 (SAA2)", en la plazoleta Eva Perón, en espacio público cedido por el municipio. Asimismo, anunció la construcción de una nueva obra de infraestructura que, en conjunto, permitirá garantizar el abastecimiento, crecimiento y fiabilidad del sistema de Alta Presión de la localidad, además de consolidar el actual servicio a los clientes existentes. Entre las tres obras Naturgy invertirá aproximadamente US\$ 700.000.

La puesta en funcionamiento de las nuevas plantas reguladoras, ambas con nuevo causal de diseño y, adicionalmente, el nuevo ramal de vinculación de Alta Presión que se

está construyendo, paralelo al existente, posibilitarán aumentar la capacidad de regulación, ajustándola a la demanda actual del área de influencia.

La infraestructura de Alta Presión de gas natural de Naturgy, en la localidad de San Antonio de Areco, abarca 9.272 metros y permite abastecer de gas natural a casi 6.500 usuarios, de los cuales el 95% son residenciales. Desde el año 1992 la licenciataria hoy denominada Naturgy BAN S.A. brinda su servicio de distribución de gas natural por redes. Es la segunda distribuidora de gas de la República Argentina por volumen de ventas, con cerca de 1.630.000 clientes residenciales, 48.200

comerciales y 1.300 industrias, 400 estaciones de GNC y tres subdistribuidoras. La extensión de las redes de gas natural asciende a 27.000 kilómetros.

Newsan

Motos eléctricas y exportación de truchas a Japón

El año pasado (2022) no pasó desapercibido para Newsan y sumó hitos destacables en sus distintas unidades de negocios: Electrónica

Itaú

Cuenta Chat: crece 50% su base total de clientes

Banco Itaú presentó en septiembre los resultados de su producto Cuenta Chat, una solución para realizar operaciones bancarias de forma 100% digital, con foco en la inclusión financiera.

Desde su lanzamiento, Cuenta Chat logró obtener más de 375.000 nuevas cuentas activas. La solución evolucionó en un 50% las funcionalidades a partir de la escucha de las opiniones de sus clientes.

El perfil de los nuevos clientes que se sumaron a través de Cuenta Chat es muy diverso; predominan monotributistas, emprendedores, personas con trabajos temporales, estudiantes. Más de un 70% de los clientes tiene entre 18 y 29 años, 53% mujeres y 47% varones, repartidos 28% en Buenos Aires, 2,5% en CABA, 9,6% en Mendoza, 8,5% en Salta, 6,8% en Jujuy, y 6,5% en Tucumán. Asimismo, Cuenta Chat posee hoy un alto índice de satisfacción por parte de los usuarios que se ve reflejado en un NPS de 65 puntos. Por otra parte, se observa un crecimiento destacado fuera del AMBA, donde se concentra hoy el 35% de sus clientes.

Con esta solución es posible realizar transferencias, consultar saldos y movimientos, recargar la SUBE y el celular, pagar servicios, comprar en forma digital con una tarjeta de débito virtual, generar una orden de extracción de efectivo sin tarjeta para retirar plata de la red Banelco, pagar con QR. Próximamente, también se podrá invertir en fondos comunes de inversión todos los días las 24 hs. Por esta solución, en mayo, Itaú Argentina fue seleccionado como ganador del Premio



País Plata por Argentina, en la categoría "Innovación disruptiva en servicios financieros", en la 7ª edición de los Premios a los Innovadores Financieros en las Américas 2022, que se entregaron durante la Conferencia Fintech Americas Miami 2022, en el Hotel Fontainebleau de Miami Beach. En esta edición, la selección fue realizada entre más de 100 nominaciones de 15 países y de los principales bancos de la región.

"A lo largo de 2022, Itaú Argentina continuó evolucionando y acelerando su transformación digital –indicó Guillermo Jecic, director de Banca Minorista y TI, Itaú Argentina–. El ecosistema es cada vez más competitivo y la innovación es la única salida para ofrecer mejores alternativas diferenciadoras que permitan aprovechar las oportunidades que den el contexto y la demanda de nuestros clien-

tes. Respecto a nuestro modelo de relacionamiento y atención, el enfoque híbrido llegó para quedarse; hoy visitan las sucursales un tercio del volumen de personas que habitualmente lo hacían y su digitalización se ha multiplicado por tres. Las empresas clientes del banco cada vez más utilizan nuestras APIs y digitalizan sus operaciones aunque valoran muchísimo el vínculo con su ejecutivo de negocios. Llamamos a este modelo de "figital", en el cual conviven servicios que el banco puede ofrecer de manera presencial o virtual, con un cliente cada vez más digital, acostumbrado a alternar entre todos los canales disponibles. La clave es cultural y está atravesada por ejes que seguirán siendo nuestro ADN durante 2023: la centralidad en el cliente, la transformación digital y la gestión de los datos".



de consumo y electrodomésticos, Movilidad y Exportación de alimentos (Newsan Food). En su negocio *core* (TV, aires acondicionados, celulares y pequeños electrodomésticos), el Mundial dio un impulso considerable y la compañía sostuvo su liderazgo.

En cuanto a Movilidad, continuó con su política de expansión y diversificación e ingresó al mercado motos eléctricas y a combustión, tras una inversión de US\$ 2 millones.

Desde el lanzamiento de la unidad de negocios de movilidad, el objetivo de Newsan fue acompañar los cambios de hábito en materia de transporte, garantizando un entorno más limpio y sustentable. La compañía desembarcó en el segmento a través de Philco, una de las marcas de tecnología y consumo líderes en el país, y la emblemática Siam. Esta última fue fundada en el año 1911 y produjo tanto el mítico automóvil Siam Di Tella, como

las clásicas motonetas de nombre homónimo en su fábrica de Monte Chingolo, Lanús, Provincia de Buenos Aires. Es en esta misma fábrica donde hoy se fabrica la primera moto eléctrica del porfolio: el Siam N4, el primer *scooter* eléctrico fabricado por la compañía, una alternativa que no emite gases ni contribuye a la contaminación sonora. En paralelo, Newsan participa del mercado de movilidad urbana a través de bicicletas y monopatines eléctricos con las marcas Philco y Battle.

Por su parte, Newsan Food, la unidad de negocios que tras nueve años de operaciones logró posicionar a la compañía como la principal exportadora de pesca, en junio 2022 anunció la primera exportación a Japón de trucha arcoiris, en el marco de su proyecto de acuicultura sustentable. Tal como relatan desde la compañía, el embarque al país asiático fue el resultado de un trabajo conjunto

entre los equipos de Salmon Trout y Newsan, así como del compromiso de las autoridades nacionales y de las provincias de Río Negro y Neuquén. El proyecto se desarrolló en la Cuenca del Limay (provincias de Neuquén y Río Negro), en aguas libres de enfermedades, certificadas por Senasa y la Organización Mundial de Sanidad Animal.

La trucha arcoiris es criada por pequeños y medianos productores desde hace 35 años; es una especie "asilvestrada" y totalmente incorporada al ecosistema de la región. El proyecto estuvo liderado técnicamente por el Ing. PhD Gabriel Morales (investigador de Conicet) y ejecutado en armonía con el ambiente y con el bienestar de los peces; entre otros factores, se asegura una densidad equivalente a 99% agua y 1% peces. En este proceso, no fue necesario recurrir a antiparasitarios o antibióticos. La excelente calidad ambiental y sanitaria de las aguas, sumado a una crianza responsable, permitieron obtener un producto de calidad única muy valorado en los mercados internacionales.

El proyecto de cultivo de trucha arcoiris que Newsan Food desarrolló en sociedad con Salmon Trout implicó una inversión de US\$ 22 millones y tiene como objetivo alcanzar un volumen de 13.000 toneladas en sus primeros cinco años, apuntando no solo a la exportación sino también al mercado interno, para sustituir al salmón que hoy se importa en su totalidad desde Chile. Asimismo, implicó la generación gradual de 250 nuevos puestos de trabajo en los cultivos y también la construcción de una nueva planta de proceso en

Biogénesis Bagó

Adquiere la línea de productos hormonales de Hipra

Biogénesis Bagó, especializada en biotecnología y salud animal, adquirió en noviembre las licencias de Hipra, que se suman a las soluciones propias en productos hormonales y las innovadoras en minerales inyectables. De esta manera, se convierte en uno de los líderes globales en reproducción para bovinos, porcinos y pequeños rumiantes.

La compra de la empresa con más de 50 años de experiencia en el mercado y con 40 filiales propias le permitirá reforzar su portafolio –sumando productos complementarios– y llegar a 30 nuevos mercados, a partir de la consolidación de su presencia en Medio Oriente, norte de África y Latinoamérica, y del comienzo de

sus operaciones comerciales en Europa.

Esteban Turic, CEO de Biogénesis Bagó, afirmó: "así como Biogénesis Bagó es un referente global en vacunas contra la fiebre aftosa, ahora está en camino a transformarse también en líder en soluciones para la reproducción animal tanto por los productos que ofrece como por el servicio de soporte técnico a productores y veterinarios, lo cual contribuye al desarrollo sustentable de la ganadería en los principales mercados del mundo".

Las dos firmas alcanzaron un acuerdo para la compraventa de la línea de productos hormonales entre los que se destacan las marcas Gestavet, Gestavet Prost, Gestavet GnRH, Go-

naser y Esponjavet que ya forman parte del portafolio de Biogénesis Bagó.

Las compañías iniciaron el proceso de transferencia de las titularidades de las licencias de comercialización y fabricación, un proceso que se prevé culminar durante 2023.

Para Biogénesis Bagó, las herramientas y tecnologías para favorecer la reproducción animal son claves para contribuir a mejorar la eficiencia en distintos sistemas productivos, la genética y la calidad en los productos finales. Asimismo, este nuevo hito da soporte a su estrategia de expansión a escala global, a través de la cual busca ubicarse entre las 20 principales compañías de salud animal para 2026.

PORTADA |

Bariloche, lo cual permitió a su vez el embarque de productos frescos a distintos mercados del mundo.

Como otro hito 2022, la compañía dio inicio a su plan de regionalización, cuyo principal objetivo es llevar los conocimientos y su propio ecosistema a diferentes países de Iberoamérica, buscando consolidar y profundizar el liderazgo de sus negocios *core*. De cara a 2023 Newsan espera resultados muy satisfactorios, tanto en lo productivo como en lo comercial, con nuevas inversiones en el país y continuando con un crecimiento sostenido, con las propias marcas, a través de alianzas internacionales y mediante el desarrollo de nuevas categorías de negocio.

Adecco Argentina

“El CV que no se ve”

Adecco Argentina presentó en 2022 su campaña “El CV que no se ve”, que se desarrolló con una serie de herramientas y actividades en el marco del lanzamiento del micrositio www.elcvquenoseve.com. Allí, las personas encontrarán un traductor de habilidades blandas que luego podrán plasmar en un CV o en una entrevista de trabajo. Es decir, esta herramienta permite colocar alguna situación o experiencia de vida y desde el sitio obtener el concepto profesional de habilidad blanda al cual pertenece. Por ejemplo: si una persona se encarga de la logística de las compras en el hogar, podrá manejar *stocks* y realizar presupuestos. Esto determina que

la persona cumple puntualmente con plazos establecidos para que nunca falte nada en el hogar. Es responsable, sabe hacer un análisis de mercado y hacer rendir mejor su presupuesto.

Hoy es importante que, por ejemplo, las personas que recién ingresan al mundo del trabajo sepan que, aunque no cuenten con una amplia experiencia de trabajo, pueden aportar conocimientos desde otros aspectos. La finalidad de este traductor es poner en valor todas las experiencias de vida que pueden dejar enseñanzas y luego profesionalizarse en el mundo laboral como habilidades blandas, hoy consideradas claves para el futuro laboral.

“Las habilidades blandas se centran en quiénes son las personas, en lugar de en qué están capacitadas. Sirven para representar su enfoque de vida y trabajo. Esencialmente,

Camuzzi

Obras para conectar más ciudades

La llegada del gas natural a las ciudades es un hecho ansiosamente esperado por las personas que las habitan. En este sentido, 2022, año del 30 aniversario de Camuzzi en el país, vino con buenas nuevas para algunas poblaciones de la provincia de Buenos Aires. En el mes de abril, tras una inversión de \$1.300 millones, la compañía habilitó formalmente una obra que permitirá abastecer de gas natural a unas 4.500 familias de la localidad bonaerense de General Villegas. El proyecto contempló la incorporación de 53 kilómetros de cañería, dos estaciones reguladoras de presión (ERP) y la reconversión de todos los artefactos que se encontraban instalados en los distintos hogares de la ciudad, a fin de que puedan ser utilizados con el nuevo fluido, proceso que culminó en mayo. A su vez, en el mes de noviembre, la compañía anunció el inicio de la obra del gasoducto que le permitirá a la ciudad de América, conectarse al sistema troncal de distribución de gas natural; un proyecto que demandará \$2.700 de inversión.

Esta obra contempla la ejecución de 72 kilómetros de gasoducto de 6 pulgadas de diámetro, entre Trenque Lauquen y América, y la instalación de dos estaciones reguladoras de presión, que permitirán disminuir la presión de transporte del fluido hasta los niveles operativos de rigor, para su posterior distribución a través de la red existente. Estas estaciones

reguladoras estarán además vinculadas por un ramal de 6 pulgadas de diámetro, de casi 5 kilómetros de extensión.

La obra está a cargo de la empresa Bahisa y se prevé su habilitación antes del invierno 2023. Actualmente América, al igual que Carlos Tejedor, Berutti, González Moreno, Tres Algarrobos y Urdampilleta, se abastece a través de camiones de transporte de GNC, que cargan gas natural en una planta que Camuzzi posee en la ciudad de Pehuajó, para su posterior traslado y descarga en cada una de las mencionadas ciudades.

Esta dinámica, técnicamente denominada “gasoducto virtual”, fue oportunamente una solución para el abastecimiento energético

de la zona, dada la ubicación de dichas ciudades y los consumos de gas que se registraban por aquel entonces. Sin embargo, tras el crecimiento del consumo evidenciado en los últimos años, el sistema llegó al límite de su capacidad, imposibilitando la incorporación de nuevos usuarios al servicio.

La habilitación de esta obra permitirá que América pueda incorporar nuevos usuarios al servicio de gas natural por redes, pero también Carlos Tejedor, González Moreno; Berutti, Urdampilleta y Tres Algarrobos, dado que el cese en el uso de camiones de transporte de GNC para esta ciudad le agregará capacidad logística y operativa al resto.



A close-up photograph of a male worker in profile, wearing a white hard hat with a blue logo, safety glasses, and a dark jacket. He is focused on adjusting a yellow gas meter with a circular gauge. The background is a blurred industrial setting with yellow equipment.

LA PASIÓN TE PUEDE LLEVAR MUY LEJOS. A NOSOTROS, A CONVERTIRNOS EN LA DISTRIBUIDORA DE GAS MÁS GRANDE DE LA ARGENTINA.

Más de dos millones de usuarios hoy cuentan con gas natural. ¿Cómo lo logramos? Trabajando con pasión y con la vocación de servicio que nos une y nos compromete a llevar cada día nuestra energía a miles de hogares, comercios e industrias en siete provincias del país.

Así trabajamos en **Camuzzi** para brindarte lo mejor de nosotros.

PORTADA |

son las habilidades de las personas, de su personalidad, de su experiencia y capacidad de comunicación. Aspectos que deben aparecer en toda fuerza laboral para que, a largo plazo, la organización a la que pertenezcan alcance el éxito," sostiene Mayra Lecadito, jefa de Servicio de Adecco Argentina.

El microsítio continúa estando disponible, de forma gratuita, para que las personas puedan capitalizar aquellas habilidades blandas que obtuvieron a través de sus distintas experiencias de vida en su CV o a la hora de tener una entrevista laboral.

L'Oréal

De pie contra el acoso callejero

Durante la semana del 25 de agosto, Grupo L'Oréal, junto a su marca L'Oréal Paris, "se puso de pie en Latinoamérica" en contra del acoso callejero, interviniendo en simultáneo los espacios más emblemáticos de la región, en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Perú y Uruguay, mediante el programa *Stand Up* "Contra el Acoso Callejero". En el



caso de la Argentina, la intervención se llevó adelante en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, sobre cuya fachada se realizó una imponente proyección audiovisual, para concientizar y llamar a la ciudadanía a la acción.

De acuerdo con la encuesta internacional llevada a cabo entre L'Oréal Paris e Ipsos en 2021, el 80% de las mujeres han atravesado situaciones de acoso en el espacio público; en Argentina, la cifra asciende a 90%. Sin embargo,

dentro de ese porcentaje, solo el 25% dijo que alguien le había ofrecido ayuda. En este contexto, la compañía continúa movilizando a la opinión pública y a diversos agentes de cambio a sumar esfuerzos para generar un movimiento que ponga fin al acoso callejero.

De acuerdo a la encuesta global elaborada por Ipsos, el Programa de L'Oréal Paris resulta altamente eficaz y genera un impacto positivo en la sociedad, ya que el 97% de las personas que recibieron la capacitación se sienten más se-

Total Energies, Wintershall Dea y PAE

El proyecto de desarrollo de gas más austral del mundo

El consorcio conformado por Total Energies, a través de su filial Total Austral, Wintershall DEA y Pan American Energy (PAE), anunció en septiembre la inversión de unos US\$ 700 millones para el desarrollo del proyecto Fénix, ubicado a 60 km de Tierra del Fuego.

El proyecto comprenderá la perforación de tres pozos horizontales, desde una nueva plataforma ubicada aproximadamente a 70 kilómetros de la costa, donde la profundidad de agua es de 70 metros. El gas producido será transportado a través de un nuevo gasoducto de 35 km hasta la plataforma Vega Pléyade, y procesado en tierra en las instalaciones de Río Cullen y Cañadón Alfa. Luego, ingresará al Gasoducto San Martín.

Fénix es un proyecto de gas natural de gran envergadura, que aportará importantes volúmenes de gas natural durante más de 15 años al suministro energético del país. Una vez puesto en producción, lo cual está previsto para principios de 2025, Fénix producirá 10 millones de metros cúbicos diarios de gas natural. Esto representa cerca del 10% de la

producción actual de gas del país y permitirá reducir las importaciones de gas natural y gas natural licuado.

"El desarrollo de Fénix representa un pilar relevante para la creciente producción nacional de gas y contribuirá a que Argentina cubra su creciente demanda y compense importaciones. Además, con las considerables inversiones y el efecto en la cadena de suministro, Fénix también supondrá creación de valor para la provincia de Tierra del Fuego", explicó Manfred Böckmann, *Managing Director* de Wintershall Dea Argentina.

A su vez, David Mendelson, vicepresidente senior de Total Energies Exploration para las Américas señaló: "Con el primer gas a menos de dos años y medio de FID (decisión final de inversión), el proyecto Fénix contribuirá a mantener nuestros niveles de producción en Tierra del Fuego y asegurar el suministro al mercado de gas argentino. Con una intensidad de carbono de 9 kg CO₂/boe, el proyecto se beneficiará de las tecnologías de la compañía para reducir la intensidad de carbono,

como la instalación de parques eólicos y sistemas de recuperación de calor".

Por su parte, Danny Massacese, *Upstream Managing Director* de Pan American Energy, sostuvo: "esta inversión que pondremos en marcha con el consorcio CMA-1 para el desarrollo de Fénix tendrá un doble efecto positivo para el país, ya que permitirá el incremento de la producción de hidrocarburos y a su vez reducirá las importaciones de GNL, generando un impacto positivo en la balanza comercial y un mayor crecimiento de la actividad económica del país".

Fénix forma parte de la concesión CMA-1, en la que Wintershall Dea y Total Energies (operador) tienen cada una una participación del 37,5%, mientras que Pan American Energy posee el 25% restante. En la actualidad, los cuatro yacimientos de gas Cañadón Alfa, Aries, Carina y Vega Pléyade producen en CMA-1, suministrando ya el 16% de la demanda de gas natural de Argentina.

Adecco

Hacemos que el futuro
del trabajo funcione
para todas las personas

[Adecco.com.ar](https://www.adecco.com.ar)
0800-333-Adecco



PORTADA |

guras y con más herramientas para intervenir en situaciones de acoso en el espacio público. A lo largo del año, en Argentina la marca invitó a *influencers* a sumarse a la campaña y difundir la capacitación con sus comunidades para que cada vez sean más las personas que cuenten con herramientas para intervenir frente a situaciones de acoso callejero. Además, L'Oréal Paris ofreció capacitaciones, junto a Fundación Pescar, para seguir amplificando este programa que busca desnaturalizar la cultura del acoso y comprometer a toda la ciudadanía a actuar ante este tipo de violencia de género que es tan habitual y está tan extendida en el mundo entero.

En Argentina, la difusión de este programa y su metodología de intervención también incluye la mención de la línea 144, de atención ante situaciones de violencia de género, que funciona las 24 h, todos los días y en todo el país.

Stand Up "Contra el Acoso Callejero, en asociación con la ONG internacional Right To Be (antes Hollaback!), se lanzó en marzo de 2020, con el objetivo de capacitar a 1,5 millones de personas a escala global para 2023 sobre cómo pueden intervenir de manera segura ante situaciones de acoso en espacios públicos, utilizando la metodología de las 5D: Distraer, Delegar, Documentar, Dar asistencia y Dirigirse al acosador.

Cervecería y Maltería Quilmes

Cebada Gauchada, su primer producto social

En diciembre, Cervecería y Maltería Quilmes presentó Cebada Gauchada, su primer producto social, que tiene como objetivo generar un impacto positivo en la alimentación de las personas. La cebada es el ingrediente principal de su cerveza, un grano ance-

tral, con gran poder nutritivo, fuente de fibra y proteína vegetal, que también puede ser utilizado en las comidas y se adapta a diferentes recetas. Es, en especial, muy rindidor ya que una taza rinde cinco porciones.

Se trata de un producto social porque, con cada compra de Gauchada, se hará llegar cebada perlada a organizaciones de la sociedad civil que son parte de la red de Valor, la plataforma mediante la cual la compañía busca contribuir a reducir la inequidad, trabajando en los pilares de nutrición, educación y empleabilidad. Para concretar las entregas de cebada, la compañía articula con Nilus, un



Jobint

Unión que conforma la HR Tech más importante de la región

En mayo de 2022, unas 10 marcas líderes, incluidas Bumeran, Zonajobs, Laborum, Multitabajos, Konzerta, Hiring Room y Selecta, se unieron para integrar Jobint, la nueva empresa referente en reclutamiento y selección de personal de la región que cuenta con Riverwood Capital como su principal inversor. Luego de haberse independizado de Navent, los portales de empleo, el *software* de reclutamiento Hiring Room y las plataformas tecnológicas de selección de talento Selecta y Staffing se unificaron bajo la nueva marca *holding*.

Federico Barni, con 17 años de trayectoria en Navent, asumió como CEO de la nueva empresa conformada.

"Con más de 300 millones de personas trabajando o buscando empleo y la aceleración en la adopción de la tecnología en Latinoamé-

rica, las compañías en la región están cada vez más focalizadas en atraer, contratar y desarrollar talento a gran escala utilizando canales digitales y *software*", explica Francisco Álvarez Demalde, *Co-Founder* y *Managing Partner* de Riverwood Capital.

Jobint cuenta con más de 70.000 ofertas de empleo activas, unas 10 millones de visitas por mes, 20.000 compañías buscando talento y presencia en siete países. Mediante los sitios de clasificados *online* de empleo de Jobint las personas pueden encontrar el trabajo que les gusta y las empresas atraer el talento ideal para sus operaciones en la región: Bumeran (Argentina), Zonajobs (Argentina), Bumeran (Perú), Laborum (Chile), Multitabajos (Ecuador) y Konzerta (Panamá).

Hiring Room es uno de los principales *software* de reclutamiento que eligen los equi-

pos de RR.HH. en Latinoamérica para llevar adelante sus búsquedas, su difusión, la gestión y el seguimiento de los candidatos. Cuenta con más de 1.000 clientes en la región y presencia en 10 países. Durante 2021, sus ventas crecieron en un 70% y planea seguir invirtiendo en su plataforma tecnológica y en su expansión.

Selecta, por su parte, es una plataforma que, gracias a su tecnología, une a especialistas en reclutamiento de recursos humanos con la base más grande de candidatos de Latinoamérica. Reúne los servicios y la tecnología de Jobint en un solo producto: "*recruiting on demand*". En 2021 realizó más de 2.000 procesos de selección en la región, logrando tasas de éxito mayores al 95% y una duración media de 45 días. En el último año, tuvo un crecimiento del 180% en sus ventas.

negocio social que desarrolla tecnología para impulsar la economía colaborativa, la organización de grupos de compra comunitaria y el rescate de productos en riesgo de desperdicio. Además, junto a nutricionistas de Nilus, la compañía capacitará en nutrición y cocina a referentes de las organizaciones de la sociedad civil para acercarlos formas de aprovechar y cocinar la cebada.

Durante el año que cerró, Cervecería y Maltería Quilmes avanzó en distintas acciones vinculadas a su estrategia sustentable, en sentido amplio. Como ejemplo, a finales de septiembre, junto a Charly Alberti presentó 27, una plataforma que propone el desarrollo de productos innovadores con prácti-

cas sustentables. El primer lanzamiento de esta nueva plataforma es 27 Eazy, una cerveza lupulada hecha con malta de agricultura regenerativa. En su elaboración, apoya el proyecto de 23 productores que suman 570 hectáreas de la provincia de Buenos Aires, garantizándoles la compra de su cosecha a largo plazo. La apuesta hacia la agricultura regenerativa se enmarca en el compromiso que asumió Cervecería y Maltería Quilmes, cuando anunció, unas semanas antes de este lanzamiento, su objetivo de lograr la neutralidad de carbono en 2040, desde el campo hasta la botella.

La compañía ya venía transitando el camino hacia la carbono neutralidad con diferen-

tes proyectos, como la construcción del Parque Eólico Budweiser, en Achiras, Córdoba, mediante un contrato a 20 años con Central Puerto, el trabajo junto a más de 1.200 productores agropecuarios para impulsar buenas prácticas agronómicas que permiten restaurar la salud del suelo, como la agricultura regenerativa y orgánica, así como el desarrollo de nuevas variedades de cebada con adaptación al cambio climático que permiten reducir el consumo de energía y agua en su Maltería Verde. Además, el 60% del portafolio de *packaging* retornable apuesta a la economía circular y busca acelerar soluciones digitales como la aplicación Vale para canjear envases retornables.

Sancor Seguros

Múltiples galardones en 2022

El Premio Prestigio Seguros cuenta con distintas categorías en las que el público, los ejecutivos del sector y los productores asesores de seguros (PAS) votan a las firmas del mercado. En este marco, las empresas de Grupo Sancor Seguros estuvieron entre las grandes protagonistas.

Por un lado, Sancor Seguros trepó al podio al obtener premios por el Atributo Visión Estratégica, otorgado de acuerdo al relevamiento realizado en el segmento corporativo, y el Primer Puesto del Prestigio Productores, siendo la aseguradora más valorada por el canal de PAS a escala nacional. Además, alcanzó el tercer lugar en Prestigio Público, que surge de la medición realizada sobre el público (asegurado o no) acerca de la percepción de las compañías del sector.

Por otra parte, Prevención ART (líder del mercado con una participación superior al 20%) se ubicó en el primer puesto en el rubro Riesgos del Trabajo, y Prevención Retiro quedó en cuarto lugar en su ramo, en ambos casos por votación de los PAS.

También, a finales de año, Sancor Seguros obtuvo el primer puesto en la categoría Seguros de los premios Conciencia, por su "Concurso de Audiolibros Sobre *Grooming* y *Cyberbullying*".

A través de su Programa PreveClub –en el marco del cual fue lanzado el concurso de audiolibros–, promueve el autocuidado y las experiencias seguras en niños y niñas, educando y generando contenido y acciones que faciliten herramientas a las familias para



construir entornos físicos y digitales más seguros y saludables.

Por otra parte, Grupo Sancor Seguros inauguró en marzo Espacio de Diálogo Interreligioso (EDI), en Sunchales, Santa Fe, donde se encuentra su casa central. Se trata de una iniciativa que busca fomentar los lazos entre diferentes religiones y con la comunidad, un espacio emblema del respeto a la diversidad, para construir puentes como garantía de convivencia pacífica entre todos los seres humanos. Durante el evento de inauguración, se dio a conocer un mensaje del Papa Francisco, que fue grabado y enviado por el Sumo Pontífice especialmente para la ocasión.

En otro ámbito, con un avance de obra del

80%, el pasado 22 de septiembre Sancor Seguros presentó su flamante edificio ubicado en Luján de Cuyo (Mendoza), donde próximamente concentrará su operación regional. Compuesto de una planta baja y cuatro pisos, se posiciona como el edificio corporativo más importante de esta región argentina por su gran escala, exigente arquitectura, alta tecnología, ubicación estratégica y entorno natural. Se trata de una estructura de 18.000 m² construidos y con capacidad para 1.200 puestos de trabajo que la aseguradora está llevando adelante en sociedad con Grupo Presidente. El proyecto forma parte de un desarrollo inmobiliario en Palmares Valley y el final de obra está previsto para marzo de 2023.

PORTADA |

A su vez, sumó eficiencia de recorridos y rutas en su flota logística, con aumento de capacidad productiva en regiones donde existe mayor demanda, vehículos eléctricos y camiones ultralivianos, y co-creó de iniciativas como Sumá Nativas, para la restauración de biodiversidad en Potrerillos, Mendoza, como integrante del primer Fondo de Agua del país para contribuir a la seguridad hídrica del Río Mendoza.

Por otra parte, la compañía anunció en noviembre una inversión de US\$ 31 millones en un nuevo centro de distribución en Rosario, que podrá almacenar unos 7.500 *pallets* y se prevé finalizado en octubre de este año. De esta manera, se duplicará la capacidad de abastecimiento de los cuatro centros que hoy en conjunto pueden almacenar 3.800 *pallets*. Su construcción es parte de la expansión de la compañía en la provincia y se suma al centro de distribución inaugurado en marzo junto a Liderma SA en Santo Tomé, que demandó una inversión de US\$ 8,2 millones.

Danone

Firma un acuerdo de transferencia tecnológica con Conicet

A comienzos de 2022, la filial argentina de la compañía francesa Danone firmó con Conicet un convenio de transferencia de tecnología. Se trata de un acuerdo público-privado mediante el cual en la línea Yogurísimo de Danone se incorporó la tecnología de la cepa probiótica "Lactobacillus rhamnosus CRL1505" desarrollada por Conicet, que refuerza el sistema inmune para prevenir o afrontar infecciones respiratorias e intestinales. La cepa forma parte de la colección de cultivos del instituto de Conicet-Centro de Referencia para Lactobacilos (Cerela) con sede en Tucumán; un referente nacional e internacional en el estudio de bacterias lácticas y pionero en transferencia de tecnología. La responsable técnica del proyecto, la doctora María Pía Taranto, investigadora princi-



pal de Conicet, indicó que el desarrollo de la investigación lleva ya 20 años y comenzó con el fin de mejorar la salud nutricional de los niños, en un contexto de alta desnutrición, particularmente en el norte argentino.

Danone es la única compañía en Argentina en contar con un portafolio de yogures con probióticos, microorganismos vivos que, administrados en cantidad suficiente, tienen efectos beneficiosos para la salud, según la

Farmacity

En su 25 aniversario, fortalece su propósito

En el marco de su 25 aniversario, Farmacity decidió repensar su negocio para potenciar las nuevas oportunidades con el objetivo de generar experiencias de servicios alrededor de la salud, la belleza y la alimentación saludable y mejorar la calidad de vida de las personas.

El presidente de la compañía, Alejandro Gorodisch, destacó que "frente a los problemas que enfrentamos en el mundo, que van desde la falta de acceso a bienes y servicios de una parte importante de la sociedad, hasta la emergencia climática que amenaza la vida en nuestro planeta, tenemos que pensar cómo reformular nuestro modelo de negocio para contribuir con la regeneración del entramado social y del medio ambiente. Farmacity ha sido un actor clave en la creación de empleo formal y de calidad y queremos continuar en ese camino, buscando ahora nuevos modelos de negocio y formas asociativas, para llegar a impactar en los sectores sociales que más lo necesitan, y al mismo tiempo proponer formas de consumo más amigables con el medio ambiente".

Como ejemplo del renovado propósito de Farmacity, la compañía destaca la adaptación de su modelo de negocio para atender las necesidades de los barrios populares, tal como está sucediendo en el Barrio Fraga, (CABA), actualmente en etapa de ejecución. Otra referencia en el ámbito del impacto social ha sido el desarrollo del programa "Look que Transforma", que brinda capacitación gratuita en belleza y cuidado personal para mujeres que se encuentran bajo régimen de prisión domiciliaria, que han sido liberadas recientemente o familiares de las personas liberadas. A partir de la articulación público-privada, el programa busca contribuir, con la formación profesional, al empoderamiento, el emprendedorismo y la inserción sociolaboral de colectivos que se encuentran en especial situación de vulnerabilidad. En forma complementaria, Sebastián Miranda, CEO de la empresa, subrayó que la compañía está ayudando al desarrollo y crecimiento de 70 pymes argentinas con las que se han desarrollado 15 marcas propias que abarcan más de 2.500 productos.

La compañía está generando nuevas oportunidades de crecimiento a través de modelos asociativos para integrarse de una forma más virtuosa en la cadena de valor donde opera. De esta manera, por ejemplo, está llegando a Uruguay junto a un socio local.

Además, mediante asociaciones con otros actores del sector farmacéutico, aporta su *know how* y su fuerza comercial para contribuir a mejorar la experiencia de servicio de las farmacias.

Como último ejemplo de innovación en el modelo de negocios, la empresa se asoció con The Food Market para abrir los primeros cinco locales de una propuesta especializada en alimentación saludable en los barrios de Núñez, Belgrano, Villa Crespo, Caballito y Palermo, de CABA.

La firma está presente en 15 provincias y CABA a través de más de 300 tiendas propias y cuenta con 7.300 colaboradores, entre ellos, más de 700 profesionales farmacéuticos y profesionales de la salud.

BLANQUEO

Nuevo paradigma global:
intercambio de información

Asesorate con especialistas

AUDITORÍA | IMPUESTOS | CONSULTORÍA |
PAYROLL & OUTSOURCING

www.rsm.global/argentina



THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
AUDIT | TAX | CONSULTING



RSM

PORTADA |

OMS. Sus líneas Activia y Actimel también cuentan con probióticos, de otras cepas, que contribuyen a la salud de las personas, en distintos aspectos.

El producto, aprobado por Anmat, pasó por rigurosos ensayos de laboratorio, estudios y contrastación con pares científicos, lo cual avala el resultado.

“Estudios científicos y tecnológicos que comenzaron hace más de 20 años han demostrado que esta cepa es capaz de estimular el sistema inmunológico, aumentando la respuesta inmune local y sistémica, optimizando así las defensas naturales. De esta manera, el organismo se encuentra en mejores condiciones inmunológicas para prevenir o afrontar infecciones respiratorias e intestinales generadas tanto por virus como por bacterias”, explicó María Pía Taranto.

“Estamos orgullosos de haber concretado este proyecto en alianza con Conicet y llevar el desarrollo científico a millones de hogares. Danone está presente en el país desde hace 28 años siendo la única compañía en Argentina en ofrecer yogures con probióticos. Esta asociación con el sistema científico argentino reafirma nuestro compromiso con la salubridad y calidad de todo nuestro portafolio”, destacó Mariano Helou, gerente general de lácteos Danone, en aquel momento.

Por su parte, el ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación, Daniel Filmus, destacó que la firma del acuerdo “significa un claro ejemplo de articulación público-privada, mediante el cual la inversión pública en investigación posibilita un desarrollo que el sector privado puede escalar y que, además, produce trabajo y mejoras en la calidad de la alimentación de las chicas y chicos”.

Desde Conicet, su presidenta, Ana María Franchi, indicó que, “la colaboración público-privada es fundamental. Nuestros investigadores e investigadoras desarrollan tecnologías, productos y, junto a las empresas, trabajando con respeto mutuo, podemos llevarlo a la gente”. Asimismo, hizo énfasis en la inversión estatal que se realiza para llegar a este tipo de desarrollos y sostuvo “el fin de la ciencia y la tecnología, y de Conicet en particular, es mejorar la calidad de vida de las personas”.

En la actualidad y luego de un trabajo conjunto de tres años entre Danone y Conicet, la línea completa de Yogurísimo (en todas sus presentaciones) cuenta con la cepa mencionada en su contenido y el logo de Conicet en sus envases.

Coca-Cola

Ocho décadas en Argentina

Con origen en Atlanta, Estados Unidos, en 1886, Coca-Cola inició rápidamente su expansión global. En 1942, llegó a Argentina y comenzó su distribución de la mano de Reginald Lee, una empresa familiar que hoy sigue siendo embotelladora de todas sus marcas y está incorporando el liderazgo de la tercera generación.

“Llegamos al país ofreciendo una nueva bebida para refrescar a los argentinos, que distribuíamos junto a Reginald Lee con 15 triciclos

y cuatro camiones –cuenta Iliana Reza González, VP de Operaciones Zona Sur de Franquicias de Coca-Cola Latinoamérica–. Ocho décadas después tenemos en el país 264.000 clientes, el 90% de ellos pequeños almacenes o kioscos atendidos por mujeres, que en su mayoría representan el principal ingreso familiar. Invertimos en los últimos cinco años US\$ 1.000 millones, porque en Argentina solo vemos oportunidades, y vamos a seguir creciendo por muchos años más”.

La ejecutiva también destacó la transformación de la empresa, que pasó de elaborar un solo producto a convertirse en la Compañía Integral de Bebidas que hoy ofrece un portafolio con más de 80 opciones, así como el



Roche

Licencias parentales

Durante 2022, el laboratorio Roche impulsó alianzas y acciones en conjunto con otras organizaciones, con el objetivo de alcanzar un sistema de salud centrado en el paciente. En este marco presentó Transformar Salud, uno de sus programas de iniciativas que creó junto con Fundación Garrahan, con la idea de promover la transformación digital, la innovación en los procesos y la sostenibilidad del sistema de salud.

En cuanto a gestión interna del talento, comenzó a implementar el programa de licencias parentales, que amplió el período de licencia paga de tres a cinco meses tanto para las madres como para los padres, ya sea ante el nacimiento o adopción de un hijo o una hija.

Por otro lado, aquellos colaboradores con

parto múltiple o nacimiento con discapacidad cuentan con un mes adicional de licencia, y aquellos con una pérdida gestacional también, para poder recuperarse física y emocionalmente.

Las licencias parentales forman parte de los cinco pilares en los que Roche se apoya para mejorar el estilo de vida de quienes conforman la empresa: nutrición, salud, balance familia-trabajo, deporte e integración. Además, se incluyó un día libre para realizar controles anuales e incentiva los controles de prevención para el cáncer de mama en hombres y mujeres.

También en 2022, la compañía lanzó una campaña para que sus colaboradoras puedan realizarse el test de HPV y prevenir así el cáncer de cuello uterino.

trabajo en conjunto con los cuatro socios embotelladores que componen el Sistema Coca-Cola: Reginald Lee, Arca Continental, Andina y Femsa.

Hitos de Argentina

- Coca-Cola Argentina genera más de 12.000 empleos directos y 160.000 indirectos.
- Compra anualmente más de 42.000 toneladas de jugos de fruta a productores locales, y junto al INTA trabaja para acompañar a los productores de cítricos, proteger sus cultivos y mejorar sus rindes.
- En 2013, comenzó el proyecto de conservación de agua junto con la ONG Avina, en Córdoba y Mendoza. Dos años después, junto a The Nature Conservancy, se inició el proyecto de Fondo de Agua en Chubut, y también junto a ellos se apoyan los Fondos de Agua en Mendoza.
- En el último año, junto a AySA y la ONG Sumando, se llevaron adelante proyectos para brindar acceso a agua en el Partido de Tigre.
- En 1990, al mismo tiempo que en Alemania y Holanda, se lanzó la botella retornable, que hoy representa el 35% de las ventas de la compañía en el país.
- Desde hace más de una década se apoyan procesos de gestión integral de residuos con reciclaje inclusivo, a través de la plataforma regional Latitud R. Además, trabaja junto a Reciclar S.A. y Alpek para seguir consolidando la circularidad de los envases.
- Mediante la implementación de los programas Estemos Abiertos (2020) y Sigamos Abiertos (2021), junto a UKRA y Fundación Incotedes, respectivamente, se dio apoyo económico y a través de capacitaciones a más de 25.000 kioscos, almacenes y auto-servicios del país y con una inversión de más de \$800 millones.
- Con ProgramON, junto a la asociación civil Chicos.net (2020), capacita a jóvenes de manera gratuita y *online* y ha incorporado nuevas capacitaciones a partir de la experiencia compartida con los jóvenes participantes: para facilitar la búsqueda del primer empleo, para emprender y para convertirse en *testers*.
- Con Emprender Coca-Cola, 80 chicos y chicas egresados de ProgramON Emprendidos que cuentan con emprendimientos recibieron una *notebook*. Hay 10 finalistas que actualmente están recibiendo mentorías que les permitan alcanzar sus objetivos de negocio y compitiendo por capital semilla.

Por otra parte, durante octubre de 2022, se llevó adelante en Argentina el quinto *Tour* del

Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA, presentado por Coca-Cola. El trofeo original de oro macizo que la FIFA entrega al equipo ganador de la Copa Mundial visitó el país el 25 de octubre, y fue levantado nuevamente por los campeones de la selección Argentina de los años 78 y 86, quienes participaron en la conferencia de prensa de bienvenida, realizada en el predio de la AFA en Ezeiza. El *Tour* incluyó distintas actividades, que permitieron a las personas ver la copa exhibida en La Rural, sacarse fotos y participar de actividades.

Unilever

Impulso a la agricultura regenerativa

En 2022, Unilever presentó productos y llevó adelante acciones alineadas con los compromisos de sustentabilidad que la firma comunicó en 2021. Estos compromisos tienen tres pilares: mejorar la salud del planeta; mejorar la salud, la autoestima y el bienestar de las personas; y contribuir a un mundo más justo y socialmente inclusivo.

En cuanto a “mejorar la salud del planeta”, la compañía anunció, a finales de 2022, su compromiso con la agricultura regenerativa. Esto implica un trabajo colaborativo con el INTA para la incorporación de prácticas regenera-

tivas en la producción de los vegetales que se utilizan, por ejemplo, para fabricar productos de la marca Knorr. El objetivo es cuidar la salud del suelo, respetando la biodiversidad, la calidad del agua, la resiliencia climática, y generar un impacto positivo en la manera en que se produce y en las comunidades de la zona. Las prácticas regenerativas apuestan a ir más allá de la sustentabilidad, ya que no alcanza con minimizar el impacto sobre el medio, sino que urge mejorarlo.

Además, la empresa avanzó en estrategias de ahorro de recursos como agua y energía en sus plantas industriales, en la mejora del porfolio, reconvirtiendo las formulaciones a opciones biodegradables, y en aumentar el volumen de los envases hechos con plástico reciclado. Un ejemplo de ello fue el lanzamiento, en octubre, de Dove Real Poder de las Plantas, una línea natural en la que más del 95% de los ingredientes provienen de plantas. Y también, la presentación de los envases de crema y gatillos de Cif, hechos 100% de plástico reciclado que ayudan a dejar de introducir al mercado 2.600 toneladas de plástico virgen al año.

En cuanto al pilar “mejorar la salud, la autoestima y el bienestar de las personas”, la compañía impulsa acciones a través de sus marcas. Por ejemplo, Dove trabaja hace más de 15 años en promover la belleza positiva, brindando talleres de autoestima a niñas, niños y jóvenes. Además, con ONU Mujeres partici-

ArcelorMittal Acindar

Con PCR, invierte en energía renovable

En abril de 2022, la empresa siderúrgica ArcelorMittal Acindar y Petroquímica Comodoro Rivadavia anunciaron una inversión conjunta por US\$ 140 millones, en el Parque Eólico San Luis Norte. Este desarrollo permitirá sumar al sistema una capacidad de 76,5 MW. “ArcelorMittal a escala global, está decidida a liderar la descarbonización de la producción de acero. A escala local, nos hemos propuesto un ambicioso plan de reducción de emisiones de dióxido de carbono para 2030”, explicó Everton Negresio, CEO de la compañía. Cinco meses más adelante, en septiembre, ambas compañías comunicaron una inversión adicional de US\$ 70 millones en el mismo parque eólico. De esta manera, el monto total de la inversión prevista alcanzó los US\$ 210 millones.

La ampliación del proyecto tiene como finalidad adicionar una capacidad de 36 MW eólicos a los 76,5 MW que ya se encuentran en ejecución. Para ello, a las 17 turbinas con tecnología Vestas ya programadas, se sumarán otras ocho. Además, en el mismo predio, se prevé instalar paneles de generación solar por una capacidad de 18 Mw.

Ambas inversiones permitirán disponer de una capacidad total de 112,5 MW y posibilitarán que ArcelorMittal Acindar alcance, para el segundo semestre de 2023, un abastecimiento superior al 30% de su demanda eléctrica por medio de fuentes renovables. Su planta en La Tablada, Provincia de Buenos Aires, fue la primera de la industria siderúrgica argentina en ser abastecida 100% con energías limpias.



pa en el capítulo argentino de *Unstereotype Alliance* para impulsar un cambio positivo y terminar con los estereotipos dañinos de género en la industria publicitaria.

Por último, en relación al pilar “contribuir con un mundo más justo y socialmente inclusivo”, lleva adelante el programa Mujeres en Acción, una articulación público-privada que busca reconocer, empoderar y visibilizar a las mujeres que trabajan en los comedores sociales, capacitándolas sobre diversas temá-

ticas como manipulación de alimentos, hábitos de higiene y nutrición. En 2022 alcanzó a más de 2.100 mujeres del país.

También en 2022 llevó a cabo, por tercer año consecutivo, el programa UniPyME, que brinda acompañamiento, capacitación, asesoramiento y acceso a herramientas a través de un enfoque integral a las más de 3.900 pymes que forman parte.

Arcos Dorados

McDonald's: primer local 100% de atención digital

Arcos Dorados, la franquicia que opera la marca McDonald's en 20 países de América Latina y el Caribe, anunció en julio su primer local 100% de atención digital de Latinoamérica, ubicado en el sector de embarques del Aeropuerto Internacional de Ezeiza, en Provincia de Buenos Aires.

El proyecto fue desarrollado por ADvance, la fábrica digital de McDonald's. En este restaurante, las personas se encontrarán con un *lobby* adaptado para realizar el pedido solamente a través de los kioscos digitales, o bien mediante la App de McDonald's. Si es desde la app, los clientes podrán realizar el pedido, retirarlo y consumirlo en cualquier área disponible del aeropuerto.

“Este proyecto es parte del proceso de transformación e innovación que desarrollamos desde ADvance en Arcos Dorados, cuya propuesta es ofrecer mejores experiencias de consumo, *aggiornadas* a lo que hoy esperan los consumidores: mejor servicio, más rápido y adaptado a sus necesidades”, indica Mag-

Telecom

Evoluciona Personal Pay y avanza en la red 5G DSS

En enero de 2022, Personal anunció la evolución de su billetera digital Personal Pay, de la mano de soluciones digitales financieras. Esta plataforma digital permite pagar, ahorrar y gestionar el dinero de forma eficiente y segura. A través de ella, los usuarios pueden ingresar dinero a su cuenta por medio de transferencias o en efectivo desde centros habilitados, sumar saldo a su línea de celular (independientemente de la compañía que posean), realizar recargas a sus tarjetas de transporte y pagos de servicios, enviar y recibir dinero a través de un código QR interoperable, que se lanzó en octubre de 2022. También pueden acceder a una gama de descuentos y beneficios.

Además, todos los usuarios cuentan con la posibilidad de acceder a la tarjeta prepagada Visa Personal Pay internacional.

Con el objetivo de continuar impulsando la inclusión financiera, en su primer año de vida, Personal Pay alcanzó más de 700.000 clientes suscriptos y logró hacerse un lugar en el mercado *fintech*, en franco crecimiento en el país y la región.

Por otra parte, la compañía continuó trabajando en el despliegue de 5G bajo la modalidad *Dynamic Spectrum Sharing* (DSS), con antenas móviles habilitadas en Buenos Aires, Rosario, la Costa Atlántica, Córdoba, Santa Fe, Corrientes, Posadas y Paraná, entre otras localidades. Los clientes de Personal que poseen terminales aptos y se encuentren cercanos a los sitios habilitados ya pueden experimentar los primeros diferenciales de la quinta generación de tecnología móvil. 5G representa un cambio tecnológico exponencial: además de una nueva experiencia

de conectividad, será el pilar de la transformación digital de las industrias y un factor de competitividad para el desarrollo de la economía de los países. En una demostración durante las Jornadas Internacionales de ATVC, Telecom presentó en un entorno real algunas experiencias de uso concreto de nuevos servicios que se verán posibilitados a partir de la disponibilidad de las redes 5G. Junto a su *partner* Nokia, realizó una experiencia en entorno de metaverso en tres áreas, así como una introducción sobre casos de asistencia a personas mediante robótica con inteligencia artificial, junto a Huawei. Además, se presentó Johnny 5, un robot operado por inteligencia artificial en la nube conectado por la red de 5G en la banda de 3.5Ghz, utilizando un bloque de 100 Mhz en uso temporal para la prueba.

El objetivo de estas pruebas es tener un camino ya recorrido en materia de gestión de redes de quinta generación mientras se aguardan las definiciones regulatorias imprescindibles para la completa prestación de los servicios.

**SABEMOS QUE NECESITAMOS ENERGÍA
PARA CRECER. POR ESO, EXPLORAMOS
Y DESARROLLAMOS NUEVOS RECURSOS
PARA NUESTRO PAÍS.**



Usamos la innovación y la tecnología para operar de manera responsable, contribuyendo al desarrollo de la comunidad y limitando los impactos en el medio ambiente.





dalena Gonzalez Victorica, *Chief Technology Officer* de Arcos Dorados.

Además, en 2022 la marca renovó con AFA su acuerdo como *sponsor* digital de la selección argentina por otros cuatro años, lo que le ha permitido seguir realizando acciones vinculadas al fútbol y a todas las selecciones nacionales, en un año clave.

En este marco, lanzó productos especiales como la Grand Tasty Turbo Bacon y las Selecciones Mundialistas (en la previa del Mundial con tres propuestas: McArgentina, McFrancia y McJapón). Para celebrar la obtención del título mundial, desarrolló la propuesta McCampeones.

A lo largo del año, la compañía inauguró dos locales sustentables, uno en Guaymallén (Mendoza) y otro en Tigre (Buenos Aires). Estas aperturas se suman a otras remodelaciones y refacciones de locales en el país.

También, dio a conocer la plataforma de ESG "Cambiando un poco, cambiamos mucho". Se

trata de la presentación de diversas propuestas sustentables que se suman a su política de RSE. Además, en este espacio, los clientes pueden compartir sus experiencias e ideas para que nuestro negocio continúe por un cambio de cuidado ambiental.

BBVA

Presenta Openpay y suma más de \$20.000 millones en financiación sostenible

BBVA presentó en noviembre la plataforma de pagos Openpay destinada a ampliar el acceso a los pagos electrónicos de comercios, emprendedores y empresas en la Argentina. Con una inversión de US\$ 11 millones y

una estructura de 35 empleados, el servicio es ofrecido en todas las sucursales de BBVA. Openpay es una *fintech* con reconocida experiencia en el procesamiento de pagos que opera en México, Perú y Colombia, y ahora también en Argentina. Ofrece a sus clientes la posibilidad de cobrar sus ventas con tarjetas de crédito, débito y prepagas a través de tres herramientas: *link* de pagos, código QR y lector de tarjetas inalámbrico desde el celular y ofrecer pagos en cuotas. El cliente puede realizar sus ventas de forma presencial u *online*. Además, puede elegir el plazo en el que quiere cobrar sus ventas y por lo tanto, las comisiones del servicio. Openpay no aplica comisión por mantenimiento o permanencia, sino que se aplican por cada operación que realiza el cliente.

Los fondos se acreditan en el plazo elegido en una cuenta digital, vinculada a una CVU, y el cliente cuenta con la posibilidad de transferirlos sin cargo a su cuenta bancaria u otra cuenta digital, sea propia o de un tercero.

El servicio se disponibiliza a través de una app que se instala en un dispositivo y también desde la web, para la visualización de un panel de control de ventas e información adicional sobre la actividad del cliente.

Por otra parte, en línea con su objetivo de impulsar negocios sustentables, BBVA en Argentina ha movilizado más de \$20.416 millones, entre enero y noviembre de 2022, en financiación sostenible destinada a acción climática e inclusión financiera, cumpliendo un 183% el presupuesto establecido en el año.

"El crecimiento experimentado este año en la movilización de financiación sostenible que BBVA tuvo en todas sus áreas de negocio demuestra que la sostenibilidad es rentable, es negocio y es una oportunidad para BBVA", sostuvo Oscar Gemignani, gerente de Sostenibilidad y *Partners* de BBVA.

En Banca Minorista se movilizaron \$8.900 millones con un cumplimiento presupuestario anual del 154%. La financiación sostenible se destinó, entre otros proyectos, al primer supermercado que trabaja 100% en la eliminación del plástico; a eficiencia energética con productos *invertir* y movilidad sustentable con financiamiento de monopatines y bicicletas.

La Banca de Empresas alcanzó 43 acuerdos movilizando \$2.900 millones, con un cumplimiento presupuestario anual del 210%. La financiación fue destinada a mejora de infraestructura de clínicas, escuelas, universidades, mejoramiento de rutas y caminos, tendido de fibra óptica y electricidad; en movilidad se finan-

Mirgor

Adquiere Outokumpu Fortinox

A finales de año, Mirgor dio a conocer la compra de la compañía Outokumpu Fortinox SA. Fortinox es la filial local de Outokumpu en Argentina y continuará operando como distribuidor exclusivo de los productos de Outokumpu en Argentina, Paraguay y Bolivia.

La firma tiene como actividad principal la importación y comercialización de distintos tipos de acero, principalmente inoxidable, con un centro de servicios de corte y pulido de acero en una planta industrial ubicada en la localidad bonaerense de Garín.

Asimismo, posee máquinas de corte de últi-

ma tecnología y los procesos y protocolos se adaptan a las necesidades de cada cliente.

Esta adquisición le aportará a Mirgor un alto valor estratégico ya que las aleaciones de metales se vinculan a industrias en auge como la electromovilidad, las cuales demandan cada vez más materiales con propiedades de seguridad superiores. En consecuencia, constituye una operación orientada a acompañar fuertemente a necesidades futuras de socios estratégicos de la compañía en la industria automotriz y de tecnología.

ció la compra de rodados eléctricos e híbridos; en energía, la adquisición de paneles solares, equipamiento de eficiencia energética, biomasa, eólica; y en agro sustentable, se financiaron proyectos de instalación de biocombustibles y generación de energías alternativas.

En tanto que la Banca Corporativa y de Inversión alcanzó 25 acuerdos que movilizaron \$8.616 millones, con un cumplimiento presupuestario anual del 198%. La financiación fue destinada a la construcción de parques eólicos, exportación de medicamentos a poblaciones desfavorecidas, importación de un turbogenerador para generación de energía limpia y de *solar trackers*; compra de vidrio reciclado para la producción de botellas; transporte, tratamiento y reciclado de residuos, reducción de desechos; limpieza del Riachuelo, entre otros destinos.

Movistar y Metrotel

Acuerdo para mejorar la conectividad

En el mes de octubre, Movistar y Metrotel anunciaron la firma de un acuerdo que conectará a los clientes de Movistar con la última milla de fibra al hogar en diversos ba-

rrios de Ciudad de Buenos Aires. El acuerdo contempla la compartición de infraestructura entre las dos compañías para llegar con mayor velocidad y eficiencia a los clientes, a través de una oferta integrada de servicios de telecomunicaciones, entre ellos, banda ancha ultrarrápida y voz por IP. En esta primera etapa, los clientes Movistar de determinados barrios de CABA contarán con hasta 1 GB de ancho de banda.

A través de un modelo colaborativo –escalable a otras regiones–, cada actor suma sus capacidades para acelerar el acceso de los ciudadanos al universo digital. Quienes hoy tienen Internet por tecnología XDSL en sus hogares podrán acceder a una red de fibra óptica de última generación en los barrios alcanzados en esta alianza.

La comunidad tiene a su alcance servicios fijos y móviles, con una variedad de propuestas que enriquecen la conectividad como el *cuádruple play*, que combina prestaciones de telefonía fija y móvil, banda ancha y servicios de TV, además de nuevos productos y servicios, como así también a ofertas más competitivas.

Los accesos a través de una combinación de tecnologías permiten asegurar en el tiempo el creciente ancho de banda que requiere la vida cotidiana de los distintos sectores socia-

les y económicos, especialmente a partir de la mayor demanda que recayó sobre las redes con la llegada de la pandemia.

Viterra

Líder en exportación

Durante 2022 Viterra se convirtió en el 1er agroexportador de la Argentina con cerca de US\$ 8.000 millones de exportaciones anuales, lo cual representa el 20% de las exportaciones del complejo oleaginoso.

Además, como parte de su política de sustentabilidad, las plantas de Viterra y Renova comenzaron a trabajar con energía renovable, a través de un convenio de abastecimiento por cinco años con Pampa Energía e YPF Luz. Hoy utiliza más del 60% de energía eólica en Renova Timbúes y Quequén y, para 2023, se continuará con esta transformación energética, incrementando el uso de este recurso sustentable a un 80%, y sumando también a las plantas de Daireaux, Quequén, Puerto Galván y Renova San Lorenzo.

Para 2027, la compañía calcula un ahorro total de 540.000 MWh de energía no renovable, lo que equivale al consumo de aproximadamente 35.000 hogares y una disminución de

TGS

Inversiones en Vaca Muerta para extender su gasoducto

Transportadora de Gas del Sur (TGS) comunicó en agosto el inicio de obra para extender 32 km el Gasoducto Vaca Muerta Tramo Norte desde la zona Los Toldos I hacia El Trapial, que es operado por Chevron. Así, alcanzará 182 kilómetros de red de gasoductos de captación.

Esta extensión, que demandará una inversión de US\$ 60 millones, permitirá inyectar más gas producido en Vaca Muerta al sistema nacional de transporte (podrá evacuar hasta 17 millones de metros cúbicos diarios adicionales).

En 2018, TGS invirtió unos US\$ 300 millones en Vaca Muerta para la construcción de los gasoductos Vaca Muerta Norte y Vaca Muerta Sur de 150 kilómetros. Luego, el gas es acondicionado en la planta construida en Tratayén e inyectado a los sistemas troncales de transporte de gas natural.

Además, este año la empresa duplicó la ca-

pacidad de recepción de condensados y estabilización de gasolina natural en su planta Tratayén y proyecta continuar realizando ampliaciones para los próximos años 2023 y 2024.

TGS transporta alrededor del 60% del gas que se consume en el país, a través de más de 9.200 km de gasoductos; el gasoducto más extenso de América Latina.



PORTADA |

162.000 toneladas de CO₂, según los datos suministrados por Cammesa, la compañía que administra el mercado eléctrico mayorista del país.

En 2021, Viterra fue una de las 13 empresas del sector en firmar el acuerdo de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26) para terminar con la deforestación y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con nuestra cadena de suministro.

Viterra opera en la Argentina desde 1981 y genera empleo para más de 3.000 personas en forma directa y más de 6.000 en forma indirecta en 80 ciudades y localidades del país. Sus actividades se desarrollan a través de 26 plantas de acopio distribuidas a lo largo y ancho de la región Pampeana; tres puertos –Galván, Quequén y Timbúes– donde embarcan granos y subproductos, y numerosas oficinas donde desempeñan su actividad comercial.

Arredo

“Cuidar Cuidando”

La compañía especializada en artículos de decoración y blanquería para el hogar ha venido avanzando a grandes pasos en políticas internas de gestión del talento, que se enmarcan en el respeto por los derechos humanos y el fomento de una sociedad inclusiva y diversa. En ese ejercicio de reflexión y exploración,



en el último trimestre de 2022, Arredo diseñó “Cuidar Cuidando”, un programa integral de políticas internas sin sesgo de género, que promueve el derecho universal de cuidar y recibir cuidado, fomenta la corresponsabilidad entre géneros, favorece la conciliación entre el ámbito laboral y familiar y no hace distinciones entre personas gestantes y no gestantes o entre nacimientos y adopciones. El programa otorga 180 días optativos de licencia para las personas que trabajan en Arredo y que elijan *maternar* o *paternar*, sin distinción de género. Esto quiere decir que, a los 90 días de licencias contemplados por

Ley 20.744 de Contrato de Trabajo, el programa Cuidar Cuidando permite a las personas gestantes sumar 90 días corridos, alcanzando 180 días de licencia y percibiendo su salario completo. Además, permite que las personas no gestantes tengan derecho al mismo beneficio.

Asimismo, contempla todas las etapas y situaciones de cuidado, desde la preparación del hogar hasta la llegada de quien se integra a la familia (infante o adolescente), su nutrición, el acompañamiento en situaciones difíciles, la atención de personas a cargo, entre otras. También se consideran charlas de

Santander

Apuesta a la educación

A lo largo de 2022, Santander trabajó en alianza con diversas instituciones educativas, que permitieron a las personas adquirir formación y capacidades.

En febrero, la iniciativa Universidades de Santander y la Escuela de Innovación del ITBA lanzaron la convocatoria de 500 becas de estudio que contemplan la bonificación del 94% del valor del programa *Full Stack Developer*, el primer programa intensivo de Talento Joven de la Escuela de Innovación del ITBA.

Las becas surgieron de un análisis realizado entre más de 70 empresas, que reveló que la demanda de jóvenes con capacidades técnicas es muy alta y valorada. El programa es totalmente *online*, dura 17 semanas y tiene como requisito haber finalizado el colegio secundario.

Por otra parte, en junio, Santander y Harvard Business Publishing comunicaron la disposición de 5.000 becas para aprender competencias claves en entornos profesionales. Las Becas Santander *Skills | Business for all* – Harvard Business Publishing ofrecen a los participantes las herramientas necesarias para profundizar en los contenidos de los tres cursos disponibles: *Business Fundamentals* (aspectos esenciales de marketing, finanzas, negociación y experiencia de cliente), *Early Career Readiness* (habilidades de trabajo en equipo, muy adaptado a perfiles en etapas tempranas de su carrera) y *Managing yourself* (práctica de toma de decisiones, gestión del tiempo e influencia).

La convocatoria estuvo dirigida a residentes de 13 países, incluida Argentina. Los cursos

son 100% *online*, accesibles para todos los públicos y tienen una duración de 9 semanas. El programa Santander Universidades cuenta con 25 años de trayectoria. La entidad ha destinado un total de más de € 2.000 millones y ha concedido más de 630.000 becas y ayudas desde su puesta en marcha.

En cuanto al fomento de la cultura, en mayo, Fundación Santander Argentina lanzó su programa educativo 2022 con una oferta de talleres de formación artística *online* y presencial que acerca el arte contemporáneo a toda la comunidad.

La oferta de cursos cortos gratuitos busca expandir las reflexiones presentes en Anfibios, el nuevo proyecto de *site-specific* que se expone actualmente en su sede de Av. Paseo Colón 1380.

BIENESTAR ES
CONTAR CON

GALENO

Planes Médicos y Seguros



PLANES MÉDICOS

Todas las coberturas y la mayor infraestructura sanatorial propia - Sanatorios de la Trinidad



SEGUROS PATRIMONIALES

Autos y Flotas, Motos, Hogar, Caucción, Integrales de Comercio y de Consorcio, Todo Riesgo Operativo, Agro, Técnico, Responsabilidad Civil, Incendio, Robo



SEGUROS DE PERSONAS

Vida Colectivo (obligatorios y optativos), Accidentes Personales, Vida Saldo Deudor, Sepelio



ART

Cobertura integral en el ámbito laboral, cuidando la salud del trabajo



GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

N° de inscripción en SSN
0878

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

PORTADA |

concientización y acompañamiento psicológico, nutricional y económico, así como descuentos en fertilidad asistida y preservación de óvulos, ayuda para gastos de cuidado, entre otros.

El programa se enmarca en la Estrategia de Sustentabilidad, basada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, que se formalizó en 2022. El mismo incluye distintos focos.

Diversidad y colaboradores: busca consolidar una cultura interna basada en el cuidado, el respeto y el bienestar de las personas, a través del Plan de Igualdad. Además de Cuidar Cuidando, cuenta con un Protocolo de Actua-

ción frente a casos de Violencia Doméstica y Acoso Sexual Laboral y un Protocolo para el Libre Desarrollo de la Identidad de Género de personas travestis, transexuales, transgénero y no binarias (TTTNB), el cual también acompaña a las infancias TTTNB.

Productos con conciencia ambiental y social: la firma desarrolla productos a partir de nuevas materialidades más amigables con el planeta. Recientemente, lanzó la Línea Fibra Cáñamo, que desde su raíz involucra la innovación y la conciencia ambiental. Además, a través de la Línea Nativa, incorpora proveedores sociales a su cadena de valor. Junto a las organizaciones Warmi, Niwok y Los Naranjos, ofrece produc-

tos que transmiten historias, cuya confección genera trabajo en comunidades regionales.

Reducción, reciclaje y reutilización: la compañía lleva a cabo propuestas innovadoras para la reutilización de descartes textiles. Dona retazos de tela a organizaciones de la sociedad civil, que nutren sus proyectos de costura con impacto social. Además, eliminó más de un millón de *packagings* de PVC de las sábanas, equivalentes a 1.800 volquetes, y reemplazó el vinilo de la cartelería de vidriera de las tiendas, por papel reciclable.

Puma

Abre la tienda más grande de Latinoamérica

El año 2022 fue particularmente activo para Puma Argentina, la marca de origen alemán especializada en indumentaria, calzado y elementos deportivos. En el mes de septiembre, inició un proyecto para ampliar la capacidad productiva de su fábrica de La Rioja con la meta de alcanzar un nuevo récord histórico de producción de 5 millones de pares de zapatillas. El proyecto de ampliación estará terminado a mediados de 2023, año en que se prevé la producción de unas 3,5 millones de pares de zapatillas, y se espera que en dos años se llegue al objetivo de producción. Este nuevo proyecto de crecimiento implica la modificación y ampliación del espacio físico de la planta, que requerirá una inversión aproximada de US\$ 7 millones.

Específicamente, la inversión estará destinada a la adquisición de maquinarias, así como la construcción de un depósito acorde con el nuevo volumen de productos que se van a fabricar.

Actualmente, cerca del 80% del calzado comercializado localmente es producido en La Rioja. De las 1.300 personas empleadas por la compañía, 780 se concentran en esta planta. Este proyecto implica la generación de 500 nuevos puestos de trabajo, 100 ya sumadas en 2022 y 400 estimadas para el final de la obra.

Otro hito de Puma Argentina, en 2022, fue la inauguración en Unicenter (Provincia de Buenos Aires) de la tienda más grande de Latinoamérica, en el mes de octubre. Esta novedad se da en el marco de un plan de inversiones en *Retail*, de \$550 millones, el cual incluye di-

versas reformas y ampliaciones de los Puma Stores, como los de Barracas, Soleil, Dot y Mar del Plata, y otras previstas a futuro en su local de Mendoza y el *outlet* en Quilmes.

La tienda cuenta con 1.005 m² y su ampliación supuso la incorporación de 15 colaboradores al *staff* de la marca, llegando a un total de 31. Este proyecto implicó una inversión de \$220 millones.

Unicenter Flagship Store cuenta con un nuevo desarrollo de soportes digitales que reduce el uso de materiales gráficos en más de un 60%. Además, sus maniqués, perchas y bolsas son 100% fabricados en base a materiales reciclados.

Unicenter es la primera tienda a escala global de Puma que cuenta con un área de *eCom* para facilitar la compra de sus clientes y también incluye "*Click & Collect*", un sistema que

permite hacer el retiro de los productos por sus *lockers*. A su vez, ofrece nuevos elementos tecnológicos para brindar más información sobre sus productos y un *Photo Experience* para que las personas puedan conocer más de la marca y sus embajadores.

También es de destacar, en 2022, la apuesta fuerte al entretenimiento a partir de una alianza de Puma con el Movistar Arena, el miniestadio cubierto emplazado en el barrio porteño de Villa Crespo. Con una infraestructura y tecnología de vanguardia, el Arena se posicionó como uno de los centros de espectáculos preferidos por el público y de los artistas. Puma entendió este concepto y redobló la apuesta a través del Puma Lounge, que cuenta con butacas, mesas, servicio de *catering* y una barra de tragos.



Massalin Particulares

Hacia “un mundo libre de humo”

Durante 2022, Massalin comunicó su avance hacia la meta de “construir un mundo libre de humo”, un desafío que Philip Morris Internacional (PMI), la principal tabacalera del mundo, asumió hace 15 años. El objetivo es ir abandonando la producción de los cigarrillos clásicos y redireccionar el negocio hacia nuevos dispositivos, basados en desarrollos tecnológicos de vanguardia.

“Tenemos un propósito, que es el de liderar una profunda transformación del negocio. Este objetivo ha marcado todos los esfuerzos e inversiones que realizamos en ciencia, tecnología y desarrollo para así ofrecerle a los más de 1.100 millones de fumadores en el mundo, alternativas para suplantar a los cigarrillos convencionales”, indicó Matías O’Farrell, vicepresidente de Massalin Particulares.

PMI ha destinado más de US\$ 9.000 millones en I+D para el estudio y desarrollo de productos libres de combustión y cuenta con un equipo de más de 900 científicos.

“Este proceso nos permitió alcanzar hoy un producto con los más altos estándares de calidad, que representa un salto importante respecto al cigarrillo convencional. Nuestras alternativas libres de humo calientan el tabaco en lugar de quemarlo y permite así reducir en un 95% las sustancias químicas nocivas que se generan en la combustión. Este tipo de productos están disponibles en 70 países y para 2025 planeamos que lleguen a 100 mercados y que constituyan la fuente de más del 50% de nuestros ingresos netos”, explicó el ejecutivo. Iqos, su producto insignia (aún no disponible en Argentina), fue lanzado por PMI en 2014.

En este proceso de transformación, la sostenibilidad, de manera integrada al negocio, es central. En este sentido, Massalin Particulares se ha convertido el año pasado en la primera empresa en Argentina en lograr la certificación que otorga la *Alliance for Water Stewardship* (AWS), una membresía global que busca promover el uso responsable y sustentable del agua.



Carrefour

40 aniversario y un nuevo centro de distribución

En 2022, Carrefour festejó sus cuatro décadas de presencia en Argentina, un recorrido que llevó a la compañía a pasar de 300 a 17.000 personas en sus equipos y así emplear a uno de cada 2.500 habitantes de Argentina.

Carrefour está presente en 22 provincias con más de 600 sucursales en sus diversos formatos: 82 Hipermercados, 95 Markets, 430 Express, y 13 Maxis.

Por otra parte, en el marco de su plan de ex-

pansión del formato Carrefour Express y Carrefour Maxi, la firma inauguró en octubre un nuevo centro de distribución en Tortuguitas, en el partido bonaerense de Malvinas Argentinas. La construcción de este espacio, de unos 15.000 metros cuadrados, implicó una inversión de \$170 millones y habilitó más de 90 puestos de trabajo.

El nuevo centro de distribución incorpora la tecnología *Voice Picking*, una herramienta que guía a los trabajadores y las trabajadoras en el proceso de preparación de pedidos mediante comandos auditivos. Gracias a esta innovación, las personas podrán utilizar las dos manos en el proceso de armado de pedidos logrando así aumentar la productividad, mejorar la operación y reducir errores. También, brinda la posibilidad de operar un

ManpowerGroup

15 años de trabajo por la inclusión

En 2022 ManpowerGroup, compañía especializada en soluciones de capital humano, celebró la diversidad en la 15° edición del evento “Construyendo Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”, en el que reconoció a 38 organizaciones “Socias en la Inclusión” por haberse sumado activamente al objetivo de promover la inclusión y la diversidad en el mundo del trabajo. Del evento formaron parte Marian Moretti, actriz y activista trans, como conductora Daniela Aza, comunicadora social referente en temas de discapacidad y diversidad en un espacio de reflexión desde la experiencia y Todos Hacemos Música, ONG que promueve la inclusión de las personas con discapacidad a través de experiencias musicales. ManpowerGroup invita a sus clien-

tes a evaluar a los candidatos no solo por su perfil sino también considerando la posibilidad de ofrecer oportunidades de empleo y de formación a personas con discapacidad, jóvenes de bajos recursos, refugiados, mujeres en proceso de reinserción laboral, adultos mayores e integrantes del colectivo LGBTQI+. A su vez, reconoce a las organizaciones que apuestan a procesos integrales de selección y evaluación, capacitación y sensibilización para avanzar en el desarrollo de una cultura organizacional donde la diversidad se constituye en un valor en sí mismo. Desde el lanzamiento de esta iniciativa en 2008, 2.300 personas han conseguido un empleo y más de 370 organizaciones han sido reconocidas como “Socias en la Inclusión”.

PORTADA |

pedido multitienda de hasta tres sucursales al mismo tiempo.

Todas las tareas y funciones de seguridad con las que cuenta el espacio están digitalizadas por intermedio de una aplicación, que envía en el momento y *online* los reportes a las diferentes terminales de trabajo donde se encuentran las autoridades de la compañía. El centro tiene una capacidad de recibir a 50 proveedores y despachar entre 20 y 30 camiones por día. Además, utiliza iluminación con eficiencia energética y *racks* reciclados en la construcción del lugar.

Por otra parte, la compañía de origen francés fue evolucionando hacia una operación más digital, sustentable e inclusiva.

Por un lado, se fortaleció su canal de venta digital, que recibe más de 155.000 visitas en promedio por día. En un camino que se dirige hacia la omnicanalidad y la cercanía, cuenta con más de 312 tiendas que operan con algún modelo de *e-commerce* y 209 tiendas *pick up*. Además, avanzó en su estrategia de sustentabilidad, que incluye alimentación y nutrición, preservación del medio ambiente, diversidad e inclusión y RSE. En particular, se posicionó en términos de transición alimentaria, ya que ha logrado un surtido saludable con más de 200 productos que desarrolla junto a productores locales y regionales, que incluye opciones orgánicas, agroecológicas, vegetarianas,

veganas, sin gluten, reducidas en lactosa, bajas en sodio y sin azúcar agregada.

Genneia

Un año de inversiones

En 2022, año de su décimo aniversario, Genneia invirtió un total de US\$ 60 millones destinados a la construcción del Parque Solar Sierras de Ullum. Además, anunció inversiones para el desarrollo de dos nuevos centros

de generación: el Parque Solar Tocota III, en San Juan, y el Parque Eólico La Elbita, en Buenos Aires, por un total de US\$ 210 millones. Para financiar la construcción de Tocota III y La Elbita, Genneia colocó con éxito dos obligaciones negociables en el mercado local con calificación de bono verde.

Estas nuevas inversiones, además de generar más trabajo argentino y un mayor ahorro de divisas netas para el país, permiten que la energía solar y eólica aumenten su protagonismo en la matriz energética. De este modo, la compañía se perfila para superar 1 GW de



Prisma Medios de Pago

QR interoperable e inversiones en *analytics*

Los pagos digitales son también los grandes protagonistas de 2022 (y vienen siéndolo ya en los últimos tres años). En este sentido, Payway, la plataforma de medios de pago y servicios para el comercio que Prisma dio a conocer en 2021 como parte de su transformación digital, lanzó en octubre "el QR más completo del mercado".

El nuevo QR interoperable incluye todas las billeteras y todos los medios de pago electrónicos existentes. Además, permite cobrar en cuotas con planes gubernamentales "Ahora". La solución simplifica toda la operación del comercio ya que es un sistema abierto. Esto quiere decir que funciona con todas las billeteras, a través de pagos con transferencias inmediatas, y con tarjetas de crédito, débito y prepagas cargadas en las billeteras habilitadas.

Entre las billeteras habilitadas para el pago

con tarjeta de crédito, débito y prepagas se encuentran Modo, Cuenta DNI, BNA+ y App Carrefour. Entre las disponibles para pagar con dinero en la cuenta bancaria o virtual se encuentran Ualá, Yacaré, Moni, Mercado Pago, Personal Pay y Vale Pay.

Los comercios pueden exponer el QR de Payway imprimiéndolo desde el portal *mi Payway* para exhibirlo en su local o generándolo en las terminales inteligentes, o desde la app. Se opera de una forma muy sencilla: luego de colocar el monto desde el dispositivo que desee el vendedor (app, portal o POS), el comercio elige la opción de cobro con el QR de Payway y, luego, el cliente lo escanea con su billetera preferida y selecciona la tarjeta o dinero en cuenta.

Todas las transacciones se visualizan en la terminal inteligente y en el portal *Mi Payway*, desde el cual el comercio puede hacer un se-

guimiento de las ventas y autogestionar lo que necesita.

Además del QR, Payway ofrece distintas soluciones que incluyen homologación de los sistemas de los comercios para ventas con medios electrónicos y digitales de pago, terminales inteligentes, venta *online*, *link* de pagos, *gateway* de pagos, débitos automáticos y venta telefónica.

Otro foco de Prisma Medios de Pagos de 2022 es su proceso de modernización e innovación de su área de *Data Analytics & CRM* para el que se está invirtiendo más \$700 millones.

A partir de distintas soluciones tecnológicas se automatiza el análisis de datos para que tanto la compañía como sus clientes puedan tomar mejores decisiones basadas en información.



Lisicki Litvin & Asociados

Más de 34 años de experiencia
En la prestación de Servicios Profesionales



Impuestos



Auditoría



Consultoría



Servicios Legales

BUENOS AIRES

25 de Mayo 555,
Piso 13, (1002ABK)

(+54) 11 48916800
(+54) 11 43133035

ZONA NORTE (GBA)

Dr. Luis García 695,
Piso 8, Tigre, (B1648AEC)

(+54) 11 48916800

CORRIENTES

9 de Julio 1272,
Piso 8, (W3400AYV)

(+54) 379 4432266

ROSARIO

Madres de Plaza de Mayo 3020,
Piso 5, Torre Nordlink, (S2013SWJ)

(+54) 341 4461795

MENDOZA

Av. Pedro Molina 547,
(M5500GAF)

(+54) 261 4231187

SAN LUIS (Corresponsal)

Pasaje Salta 1372,
(C5700)

(+54) 266 15 4363956

RIO NEGRO -VACA MUERTA-

Alianza c/Estudio Rizza
Villegas 780, Cipolletti, (R8324KUP)

(+54) 299 4774000

ASUNCIÓN -PARAGUAY-

Av. Aviadores del Chaco 2050,
Piso 8, Asunción, (1816)

(+54) 11 48916800

CÓRDOBA

Humberto Primo 650,
Piso 15, Of. 1501, Torre Capitalinas, (X5000FAN)

(+54) 341 4468300 / 341 4461795

SALTA

Alianza c/Estudio Campastro
España 77, (A4400ANA)

(+54) 387 4312312

PORTADA |

capacidad instalada, un hito nunca alcanzado en el país.

Luego de una década de actividad, la empresa lideró nuevamente la generación de energías renovables en Argentina, alcanzando el 20% del mercado total, conformado por un 23% de generación de energía eólica y 8% de la energía solar instalada a escala nacional. Su equipo gestiona 236 aerogeneradores y 283.320 paneles solares provenientes de los ocho parques. De este modo, la compañía generó un total de energía renovable, solar y eólica, de 3.424.595 MWh, equivalentes al consumo de más de 900.000 hogares, y evitó la emisión de más de 1,5 millones de toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera. En su actividad, Genneia acompaña a grandes empresas en la neutralización de su huella de carbono y en la incorporación de soluciones energéticas renovables. Los Certificados de Reducción de Emisiones, (CER), se usan específicamente para cancelar (*offset*) las emisiones que la empresa no puede evitar. Una compañía interesada en compensar su huella de carbono lo que hace, primero, es medir y tratar de reducir todo lo que pueda, por ejemplo, comprando energía renovable. Durante 2022, Genneia lo aplicó tanto a su propia sede administrativa, como en eventos tales como Argentina Impacta, Córdoba Open ATP 250, el Coloquio de IDEA, ARLOG y ArteBA.

También en 2022, la compañía firmó nuevos

acuerdos con industrias, para la provisión de energías renovables. El Mercado a Término de Energía Eléctrica de Fuentes Renovables (MATER) es donde se realiza la compra y venta de energía renovable entre privados. Los contratos de suministro a largo plazo (PPA) permiten a los grandes consumidores del sistema cumplir con los requisitos de la Ley 27.191—que exige que para 2025 el 20% de la energía eléctrica que consumen provenga de fuentes renovables— y con sus propios objetivos de transición energética y carbono neutralidad. Durante 2022, la compañía celebró acuerdos con Mondelez International, Saint Gobain, Mercedes-Benz Argentina y Aeropuertos Argentina 2000 sumando así, más de 20 clientes dentro de su cartera.

Bristol Myers Squibb

Un tratamiento innovador para pacientes con cáncer

En 2022, Bristol Myers Squibb Argentina lanzó en el país el primer tratamiento de inmunoterapia neoadyuvante para pacientes con cáncer de pulmón, que reduce el riesgo de recurrencia de la enfermedad, progresión o muerte en un 37%.

Asimismo, se prepara para traer nuevas alter-

nativas terapéuticas en el área de Oncología y Hematología, que continuarán ubicando a Argentina en un lugar excepcional en la agenda de innovación, y convirtiendo además a Bristol Myers Squibb Argentina en una de las compañías con mayores ventas en el país, según el ranking elaborado por *Mercado*.

En agosto de 2022, Silvana Kurkdjian, quien 20 años atrás ingresó a la compañía en rol de pasante, asumió como gerenta general. Bajo su liderazgo se gestionó exitosamente el lanzamiento en el país del tratamiento mencionado, y se estiman proyecciones para el futuro cercano que ya implican una inversión de US\$ 160 millones en el país, a realizarse en los próximos cinco años. También, se prevé el desarrollo de 18 nuevas moléculas en 77 estudios clínicos que involucran a más de 1.200 investigadores, 250 sitios y 3.000 pacientes en la región.

Un dato a destacar es el espacio de trabajo seguro, diverso e inclusivo que ofrece la compañía, al poner en práctica políticas claras para generar un cambio en la industria. Esto se refleja, por ejemplo, en su comité directivo, conformado por un 80% de mujeres. El efecto se traduce en múltiples galardones, entre ellos el reconocimiento de Bristol Myers Squibb como uno de los Mejores Lugares Para Trabajar para talento LGBTQI+ por Equidad AR.

Henkel

Loctite duplica su negocio

Tras 50 años de innovación, Loctite, la principal marca de tecnologías adhesivas de Henkel, duplicó su negocio en Argentina y superó el billón de dólares en ventas a escala mundial.

La empresa alemana cerró el año publicando los resultados del tercer trimestre de 2022, que registró un crecimiento orgánico de las ventas de +18,6%, en mercados emergentes como Argentina, que fue liderado por la unidad de negocios de *Adhesive Technologies*, con un crecimiento orgánico de las ventas de +16,8% a escala mundial y nominal de +22,6%.

En Argentina, además de duplicar el negocio enfocado en el mantenimiento y reparación industrial y automotriz, la compañía consolidó su presencia en el mercado con la par-

ticipación en el sector del automovilismo y la generación de alianzas con referentes de este segmento.

En 2022, realizó un desembolso de más de \$120 millones para optimizar su producción local de tecnologías adhesivas, con el fin de atender principalmente el crecimiento de la industria automotriz y metalúrgica en el país. Henkel es el principal productor de adhesivos del mundo. Brinda sus soluciones en todos los sectores manufactureros y a una gran variedad de industrias, como electrónica, automotriz, minería, *packaging*, productos de consumo, así como reparación y mantenimiento industrial. En Argentina, está presente en todas las actividades económicas que releva el índice de producción industrial manufacturero, como proveedor y productor de

tecnologías adhesivas de Loctite y resto de sus marcas de soluciones químicas.

Uno de los objetivos de la unidad de negocio *Adhesive Technologies* es hacer posible la sostenibilidad para clientes, así como optimizar la huella de las propias operaciones.

A escala local, la planta productiva de Chilcoy tiene activos tratamientos de residuos biosólidos por lombricultura, procesos de recuperación de residuos industriales no especiales, y utiliza energía solar para medición de niveles de materias primas. Con esto ha logrado reducir un 20% el consumo de agua y hasta un 63% los residuos (kilogramos por tonelada), a la vez que supera los 5.000 días sin accidentes laborales.



Tu vida nos inspira

A **innovar** junto a los mejores.

A **crear valor en equipo** para traspasar barreras.

A ofrecer nuevas respuestas terapéuticas y productos de **máxima calidad**.

Este es nuestro compromiso para cuidar tu salud y el bienestar de tu familia.

PORTADA |

Natura

Monetiza los impactos sociales y ambientales

Si bien monetizar el desempeño económico y financiero de una compañía puede ser relativamente sencillo, hacer lo propio con los impactos sociales y ambientales, no lo es. Para lograrlo, con el fin de impulsar decisiones relacionadas con la sustentabilidad en función de datos de impacto, Natura comunicó en junio de 2022 el IP&L (o Modelo de Ganancias y Pérdidas Integradas).

Este modelo para la gestión integrada de los desafíos ambientales, sociales y económicos busca medir en valores monetarios los efectos positivos y negativos del negocio sobre el capital humano, social y natural. La monetización permite una mayor capacidad para relacionar resultados y compararlos con información financiera o económica. Además, provee una visión integral del valor social entregado por una empresa a lo largo de su cadena de valor. Se trata de un desarrollo sin precedentes que está vinculado con la estrategia de la compañía.

Así, a partir de una medición real de la sostenibilidad de una empresa, que refleja contribuciones negativas y positivas a la sociedad, se puede informar la estrategia corporativa y los procesos de toma de decisiones.

Este indicador permitió a Natura saber, por



ejemplo, que en el último año se generó un retorno neto de US\$ 1,5 en beneficios para la sociedad por cada US\$ 1 de ingresos, y que el valor generado para la sociedad por las operaciones en la Amazonía fue de US\$ 59 millones. El IP&L y su metodología se hicieron públicos para animar a otras compañías a dar este paso y utilizar marcos de impacto más avanzados y relevantes que los del pasado. Además, Natura se propuso compartir la aplicación de IP&L con otras empresas y organizaciones, de forma que la metodología se debata y perfeccione colectivamente. Los resultados del IP&L respaldarán futuras decisiones empresariales y ayudarán a la empresa a aumentar el impacto positivo que pretenden dejar en las personas y en el mundo.

BSG

Llega a Paraguay con sus máster franquicias

La empresa argentina de moda & lifestyle Blue Star Group (BSG), que cuenta con las marcas Todomoda e Isadora, comunicó en noviembre dos aperturas en Paraguay, con las que lanza su modelo de máster franquicias. La acción se enmarca en su plan de expansión que aspira a llegar a 1.600 tiendas en 2028.

Además, en Argentina, la compañía programa una inversión de \$400 millones para du-

Grupo Piero

Presenta Bitali, su división de confort y bienestar

Grupo Piero, empresa argentina con más de 60 años de trayectoria, ahora busca ser más que una fábrica de colchones y almohadas, y bajo la premisa "vivir mejor es posible" su división de confort y bienestar se llamará Bitali. "Bitali llega para consolidar el liderazgo en la industria de colchones, diversificarse y aportar una visión estratégica a su portafolio de marcas en las que cuatro de cada diez argentinos descansan: Piero, Cannon, Suavestar, Gani y Suavegom. Cada una de ellas, apuesta a un perfil de consumidor mediante una propuesta exclusiva y diferenciada, cubriendo así las diferentes necesidades de cada persona", indican desde la compañía.

No solo estas marcas quedan bajo el para-

guas de Bitali, también Oh!MyBed y HiFlex, además de una capacidad de producción de 2,2 millones de colchones al año entre las cinco plantas de fabricación; una espumadora de última generación, la más importante en Sudamérica; una planta de almohadas de fibra *world-class*, y los canales de distribución de venta directa e indirecta.

"Para cumplir el objetivo propuesto de ser un agente de transformación, la compañía apunta a innovar en forma permanente y así brindar productos, servicios y soluciones, diseñadas para un mejor descanso –indicó Javier Arriola, CEO de Bitali–. Teniendo en cuenta que pasamos un tercio de nuestra vida durmiendo, el descanso implica más que

un colchón y almohadas: también es una experiencia que hace al bienestar y la vitalidad de las personas. Queremos continuar el camino de expansión a nuevos negocios y que las personas, a través de nuestras soluciones, encuentren su equilibrio", sostuvo el ejecutivo. El foco no está únicamente puesto en fortalecer el liderazgo en el mercado local, sino también expandirse en el internacional. De esta manera, la empresa dará continuidad a la estrategia de negocio que se está llevando a cabo desde 2019, que busca convertirla en referentes locales y llevar sus marcas a otros países, algo que ya están logrando en Uruguay, donde comercializa las marcas Piero y Cannon.



plicar la producción en Buenos Aires, incorporando una planta industrial de 1.000 m² que se suman al edificio ya existente, lo que significa la creación de nuevos puestos de trabajo. También prevé la apertura de una

nueva planta en el Parque Industrial de La Rioja, destinada a la producción exclusiva de artículos textiles.

Paraguay es el primer país en que la firma opera bajo un modelo de franquicias, con

partners estratégicos. Este nuevo formato busca generar implementaciones sólidas con socios que tengan buen conocimiento del mercado, con foco en promover una experiencia con su comunidad de clientes, adaptada a cada país. Con diferencia de tres días, dos tiendas Isadora se abrieron en diciembre, en Asunción y en Mariano Roque Alonso. El objetivo es lograr 30 aperturas en dicho país, en los próximos años.

El modelo de máster franquicias da lugar a que toda la normativa de procesos y sistemas esté alineada con casa matriz, en Argentina. Para esto, la tecnología resulta una aliada clave ya que permite la conexión de las máster franquicias alrededor del mundo, detectando en tiempo real los comportamientos del mercado y potenciando el negocio y la conexión emocional con el *target* de cada una de las marcas.

Con algoritmos de *machine learning*, se logra predecir el futuro de un nuevo producto a 24 horas de su lanzamiento, con 80% de aserti-

BASF

Inaugura un Centro de Desarrollo Tecnológico en Rojas

Tras una inversión de \$188 millones, BASF inauguró un nuevo Centro de Desarrollo Tecnológico en Rojas, Provincia de Buenos Aires, en el mes de abril. El centro se dedicará a innovar en semillas, productos y tecnologías para la protección de los cultivos y soluciones digitales. Allí se realizarán trabajos de investigación y desarrollo que conecten soluciones para ofrecer un mayor valor agregado al productor, tanto para Argentina como para los distintos países donde actúa.

El establecimiento se desarrolla sobre un campo de 65 hectáreas, con 1.100 m² de oficinas y un laboratorio con altos estándares en medidas de bioseguridad para la investigación y el desarrollo de semillas y fitosanitarios.

“La apertura de este nuevo centro demuestra el compromiso de BASF en Argentina, un país estratégico para la producción de alimentos en el mundo, y consecuentemente para nosotros por la relevancia de su industria agrícola y la capacidad de innovación de sus productores. Estamos reforzando nuestra presencia con una inversión que nos permitirá llevar adelante proyectos de investigación y desarrollo de soluciones conectadas a las necesidades del productor, aportando el conocimiento local, regional y global, conjun-



tamente con la experiencia del agricultor”, afirmó Gustavo Portis, director de la división Soluciones para la Agricultura de BASF.

El centro suma un ambiente agrícola más a su red de investigación y desarrollo en Argentina, y se incorpora a la red de centros que BASF ya posee en Tucumán, Presidencia Roque Sáenz Peña, en Chaco; Tandil, en Provincia de Buenos Aires, y San Jerónimo, en Provincia de Santa Fe.

“El Centro de Desarrollo Tecnológico de Rojas es la primera estación de BASF en el mundo

que ya nace integrada para conectar nuestras soluciones al productor en todos los eslabones de sus sistemas de producción a lo largo de la campaña. Desde el inicio, fue pensado y diseñado para que las semillas y fitosanitarios, las maquinarias y las soluciones digitales, los proyectos de investigación y el uso de los recursos del campo estén conectados entre sí. Tiene la particularidad de que todas las soluciones se investigan y desarrollan a la vez y en forma conjunta”, explicó el ejecutivo.

PORTADA |

vidad. Esta y otras herramientas hacen que cada país tenga un rápido entendimiento del comportamiento de su negocio, reduciendo significativamente los riesgos con gran eficiencia operativa y financiera.

En el primer estadio de expansión global, BSG tiene la meta de lograr una presencia sólida en 12 países de América Latina y actualmente se encuentra en la búsqueda de nuevos socios para llegar a Colombia, Panamá, Costa Rica y Ecuador.

Blue Star Group es la compañía de venta de accesorios más grande de Latinoamérica y tiene más de 830 tiendas distribuidas en Argentina, Chile, México, Perú y Brasil.

Puma Energy

Lanza sus locales Súper 7

En el marco de su plan de expansión en el país, la petrolera Puma Energy anunció en el mes de octubre un plan de renovación de sus más de 400 estaciones de servicio. La misma incluye la instalación de tiendas de conveniencia Súper 7, la asociación con reconocidas cadenas y el lanzamiento de la app de Puma Pris. El plan contempló la instalación de 60 locales en distintos puntos del país antes de fin de año (2022). Mediante un modelo de franquici-



cia, se ofrecen variedad de productos, promociones especiales en categorías de café, comidas rápidas, bebidas y *snacks*.

Las primeras Súper 7 se abrieron en las estaciones de servicio de Pilar, Morón, Don Torcuato, Martínez, San Justo, Quilmes, Chascomús y Quequén. Le siguieron las aperturas de Santo Tomé, Guernica, Chajarí, Bahía Blanca, Bariloche, Mar del Plata, Carlos Paz, La Horqueta y Nordelta. A estas se suman Rosario, Ramallo, Tandil, San Pedro, Venado Tuerto, Granadero Baigorria, Merlo, Villa María, Necochea, San Juan, Cañuelas, Santa Rosa, entre otras.

Como servicios extra, en las Súper 7 de Chas-

comús y La Horqueta se ofrece una gama de productos de Dean & Dennys y en Nordelta se puede encontrar un punto de venta de la fiambrería y quesería Valenti. En otras estaciones, se encuentran locales de cadenas globales como Burger King y Starbucks.

A su vez, mediante la nueva *app* Puma Pris cada visitante puede sumar puntos para canjear por descuentos en combustibles. Este programa de beneficios permite obtener un *voucher* de bienvenida para ser utilizado a partir de la segunda carga y un 5% de descuento todos los días en naftas e ion diésel. Por otra parte, en la búsqueda de la eficien-

Randstad

Contrataciones récord

Con más de 850 búsquedas abiertas actualmente, la consultora en servicios de recursos humanos Randstad cerró 2022 con un pico récord de 37.000 contrataciones, cubriendo búsquedas de sus empresas clientes, tanto para posiciones temporarias como permanentes. La compañía indicó que las oportunidades laborales se dieron tanto en posiciones operativas como de mandos medios, jefaturas, gerencias y dirección, y los rubros con mayor movimiento fueron Telecomunicaciones, Banca, Seguros y Finanzas, Industria, *Utilities & Energía*, Servicios Públicos, Logística, Transporte & Correos, *Retail*, Agro, Alimentos y Bebidas, Salud y Laboratorios, Tecnología y *Fintech*. Haciendo un repaso de los puestos más demandados a escala nacional, el rubro IT siguió a la cabeza, con búsquedas de perfiles de desarrolladores Java, .Net, Fullstack, Backend y Frontend, Devops y Scrum Master;

expertos en data science; especialistas en infraestructura, seguridad informática y *testing* y desarrolladores *mobile*.

En cuanto a las profesiones con mayor demanda, se destacaron las búsquedas de ingenieros para Producción; Mantenimiento, Logística y *Supply Chain*; Operaciones; Compras; Comercio Exterior; Seguridad e Higiene; Calidad y Automatización. También se registró una demanda sostenida de profesionales provenientes de las carreras de Administración de Empresas, Economía y Contador Público, además de todas las carreras vinculadas a disciplinas STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés).

El crecimiento permanente de los canales de comercialización virtuales continuó impulsando la demanda perfiles como gerente de *e-commerce*, *account managers*, especialistas en *User Experience* y marketing digital,

analistas de datos, atención al cliente y logística, así como diseñadores web, expertos en SEO, SEM y redes sociales.

Por su parte, la industria demandó mayormente técnicos mecánicos, eléctricos y electromecánicos; choferes; soldadores; matriceros; operarios y foguistas. Y las áreas de venta y promoción requirieron vendedores; repositorios; personal de promoción; operadores de call center y representantes comerciales. Con el récord de contrataciones en 2022 y el inicio de 2023 que ya muestra un crecimiento del 30% interanual en las búsquedas, Randstad prevé que el mercado laboral en Argentina se mantendrá con una demanda sostenida, el segmento de profesionales seguirá con pleno empleo y muchos de los cuellos de botella en los segmentos en los que hay escasez de talento se harán aún más críticos.



**Un salto de calidad,
un salto en compañía.**

▶ AUDITORÍA ▶ IMPUESTOS ▶ OUTSOURCING & PAYROLL ▶ CONSULTORÍA



www.bdoargentina.com

Becher y Asociados S.R.L., una sociedad argentina de responsabilidad limitada, es miembro de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido, y forma parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas. BDO es el nombre comercial de la red BDO y de cada una de las empresas asociadas de BDO. Copyright © Enero, 2022. BDO en Argentina. Todos los derechos reservados. Publicado en Argentina.



PORTADA |

cia energética y de tener operaciones más responsables con el medio ambiente, la empresa está instalando paneles solares en varias de las estaciones de servicio.

Toyota

Cumple 25 años en el país y es líder en ventas

El año que pasó estuvo cargado de festejos para la marca japonesa. A las bodas de plata de Toyota Argentina, se suma el haberse posicionado como líder en ventas en el mercado argentino por segundo año consecutivo, la automotriz que más produce y exporta desde 2016, y un nuevo récord histórico en cantidad de unidades producidas anualmente: 165.815. Debido a este crecimiento, a finales de 2022 la empresa anunció que producirá en tres turnos (24 horas de lunes a viernes), para aumentar la cantidad de unidades anuales de Hilux y SW4 que son exportadas en aproximadamente un 80% a 22 países de América y el Caribe. Con inversiones de alrededor de US\$ 60 millones, este nuevo objetivo implica la generación de 2.000 nuevos empleos directos y aumento significativo en toda la cadena de valor. Actualmente la empresa cuenta con más de 8.000 empleados directos. En 2022, se patentaron 85.377 vehículos Toyota en el país, lo cual representa un 20,9%



de participación en el mercado. Además, la marca lideró las ventas de vehículos electricificados en 2022, con el 85,7% del mercado. Hilux, por su parte, encabeza el segmento de *pick ups* medianas desde hace 18 años y fue el tercer vehículo más vendido del año, con 24.638 unidades.

En otros segmentos, lideró con sus modelos Etios, Corolla y SW4. El Corolla Cross se posicionó como el SUV más vendido del país con 12.690 unidades comercializadas.

A lo largo de los últimos años, Toyota logró consolidar su camino de transformación hacia una compañía de movilidad, con el objetivo de ampliar y flexibilizar las soluciones que ofrece a sus clientes. Algunos ejemplos son la plataforma de alquiler de vehículos Kinto,

que duplicó su flota el último año; T-Service, el nuevo canal de atención de posventa orientado a vehículos que se encuentran fuera de garantía, y el relanzamiento de la plataforma digital toyotausados.com.ar que logra integrar en un mismo lugar todos los servicios de Usados Certificados.

La operación de Toyota en Argentina se caracteriza por una estrategia de sustentabilidad basada sobre los pilares ESG: ambiental, social y de gobernanza. Un ejemplo en este sentido es que la planta industrial de Zárate funciona con energía eléctrica 100% renovable.

En 2022, el año de su 25 aniversario de la producción en el país, el director comercial de la región, Gustavo Salinas, tomó la posición de presidente de Toyota Argentina.

Los Grobo

Nuevos silos y semillas de marca propia

Con más de 35 años de experiencia en el sector agropecuario, Grupo Los Grobo es líder en la provisión de insumos, servicios, comercialización de granos y conocimientos dentro de la cadena alimentaria. La compañía cuenta con un plan de expansión de tres a cinco años dentro de la Argentina que contempla un progresivo crecimiento de la superficie sembrada, la apertura de nuevas sucursales para venta de insumos y originar más granos para su comercialización. Durante 2022, abrió dos centros de acopio, uno en San Andrés de Giles y otro en Lobería, donde ya están instalados con una sucursal comercial desde hace más de 10 años. La planta de acopio San Andrés de Giles está ubicada en el límite entre las localidades de San Antonio de Areco

y San Andrés de Giles, sobre RP 41 Km. 270. Tiene una capacidad instalada de 33.000 toneladas y un amplio depósito para agroinsumos. La planta de acopio de Lobería está ubicada en el kilómetro 50 de la Ruta Nacional 227 y cuenta con 3.000 toneladas de capacidad instalada. Con estas nuevas aperturas, la compañía suma 16 plantas de acopio, ubicadas en distintos puntos estratégicos del país. Además durante 2022, Los Grobo inauguró cuatro nuevas sucursales, localizadas en Bolívar, América (Provincia de Buenos Aires), Laboulaye (Córdoba) e Intendente Alvear (La Pampa).

La compañía cuenta con 256.000 hectáreas trabajadas y durante el último año ha logrado 2,5 millones de toneladas acopiadas.

En el transcurso de 2022 lanzó marcas propias de semillas como el trigo Grobo Limay, de las que se vendieron 11.000 bolsas solo en su primera campaña promocional. Se trata de una variedad de ciclo largo, con moderado requerimiento de frío, de alto potencial de rendimiento para los mejores ambientes productivos en las principales zonas trigueras del país. También adelantó su próximo lanzamiento, la variedad Grobo Juramento, un material con un alto potencial de rinde para el mercado del trigo. Durante 2022 el primer híbrido de Los Grobo Agropecuaria en el mercado, Maíz Grobo 1923 BTGR, ingresó en su tercera campaña comercial.

Topper

Récord de producción

Durante 2022, la marca de artículos deportivos Topper registró cifras récord. En términos de producción, alcanzó los 4,5 millones de pares de calzado y consolidó su línea de indumentaria propia que, si bien comenzó a producirse a fines de 2021, logró sus objetivos durante el primer trimestre de este año. Además, prevé llegar a producir 700.000 prendas para 2023.

De acuerdo a datos de la compañía, Topper posee aproximadamente el 20% de participación en el mercado deportivo en calzado, es decir que una de cada cinco zapatillas que se venden en Argentina son de la marca.

La mayor parte de los productos se fabrican en el país y, debido al aumento del volumen



de producción, potencia el crecimiento de proveedores y fabricantes de materias primas nacionales.

Durante el mes de noviembre del año pasado, la compañía celebró además el aniversario número 50 de su planta ubicada en la localidad de Aguilares, Provincia de Tucumán. La planta está ubicada en la ruta 38 km 725, es la fábrica más grande de calzado del país y desde 2021 comenzó con la producción de indumentaria deportiva propia de la marca. Como parte de su aniversario llevó a cabo la plantación de 1.000 árboles junto a sus empleados.

Por otra parte, en diciembre, Topper inauguró dos locales en Montevideo, Uruguay. Esto representa el puntapié inicial de un plan de expansión que prevé el desarrollo del canal *online* para 2023 y la inauguración de nuevos locales en las principales ciudades de este país, incluyendo el formato *outlet*.

Avon

Vuelve su clásica caminata

En 2022, tras dos años de pausa debido a la pandemia, volvió la Caminata Avon para Ganarle al Cáncer de Mama, organizada por Fundación Avon, con el objetivo de promover la detección temprana del cáncer de mama; la principal causa de muerte oncológica en mujeres, y que detectado a tiempo es curable en más de 90% de los casos.

En su 16va edición, las inscripciones fueron agotadas en tiempo récord y más de 10.000 personas, con sus camisetas rosas, hicieron el recorrido por el barrio de Núñez. La Caminata es el evento más convocante por la detección temprana del cáncer de mama en Argentina y fue declarada de interés sociosanitario por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires. Su importancia no se debe solo a la cantidad de participantes, sino al lugar que tiene para diferentes organizaciones y empresas. Contó con el auspicio de instituciones y organismos de Gobierno como LALCEC, ONU Mujeres, Unión Europea, Dirección General de la Mujer del Gobierno de la Ciudad, Instituto Nacional del Cáncer, Sociedad Argentina de Mastología y la participación de organizaciones referentes en cáncer de mama como MACMA, Sostén, Enlazadas, Fundación Proyecto Mujer y Wikicáncer. Además, más de 40 empresas se sumaron como *sponsors* o *media partners*, entre ellas Diagnóstico Maipú, Swiss Medical,

Medicus, Roche, Novartis, Nestlé, Gatorade, Infobae, Essen, GA.MA y Activita.

La convocatoria estuvo plasmada en el mensaje #YoCaminoPor, por medio del cual Fundación Avon invitó a contar por qué o por quién se participaba. Además cada Caminata cuenta con un momento icónico llamado el "Pase de lazo" en el cual una persona que ya atravesó la enfermedad, le pasa el lazo a otra que en este momento la está atravesando, buscando transmitir que no está sola.

La caminata se caracteriza por la emoción de

sus participantes, que se mezcla con abrazos, gritos de aliento y aplausos. Mediante el acompañamiento, busca el llamado a la acción y difundir la importancia de la mamografía, el estudio por excelencia para la detección temprana. Por este motivo, el día de la caminata, se realizó a su vez la entrega de una donación de unos \$30,8 millones a LALCEC para la realización de mamografías gratuitas en el Mamógrafo Avon-LALCEC, que también estuvo en el predio durante la jornada. El mamógrafo recorre el país desde 1999 realizando mamografías gratuitas a mujeres en edad de riesgo (a partir de los 40) y sin cobertura médica de acceso a dicho estudio.



PORTADA |

Cencosud Argentina

Suma inversiones y lanza Cencosud Media

En 2022, Cencosud Argentina sumó nuevas inversiones en el marco de su plan de remodelaciones y lanzó en el país su unidad de negocios de *retail media*.

En mayo, tras un desembolso de \$547 millones, Jumbo Argentina culminó la renovación de su espacio en el *Shopping Unicenter*. La obra forma parte de un plan de reforma, de cara a 2023, que alcanza el 100% de las tiendas, entre las que se cuentan las de Veá y Disco. Los trabajos realizados incluyeron tanto remodelaciones edilicias como mejoras en el *layout*. En cuanto a tecnología, se realizaron inversiones en la línea de cajas *self-checkouts*, también el sitio de *e-commerce* y en la app de Jumbo+. El plan de reformas contempló el ahorro de energía para frío alimentario, iluminación Led en el salón de ventas y la renovación del espacio Viví Saludable, el programa 360° de Jumbo que promueve una alimentación saludable y el bienestar general a través de diferentes productos que acompañan las elecciones o necesidades nutricionales de cada persona. En este sentido, se sumaron categorías amigables con el entorno en alimentos, productos de limpieza y cosmética.

El local de Unicenter es uno de los más concurridos de la marca. Allí, a finales de 2021, Cencosud inauguró un local Easy, uno de los cuatro que el grupo abrió durante aquel año.



El plan de mejoramiento y renovación alcanzó también al centro comercial Unicenter, el más grande del país, con 220.000 metros cuadrados, que recibe a más de un millón y medio de personas por mes. Entre otras novedades, en el primer nivel se inauguró un local de 6.000 m² (Landmark) que ofrece productos de rubros como iluminación y decoración; en el nivel 2, en un espacio que se orientará al deporte y tiempo libre, abrió el local de Puma más grande de Latinoamérica. Y en el tercero, en Electro, una tienda Megatone. El patio de comidas también fue rediseñado y se sumaron nuevas propuestas gastronómicas.

Por otra parte, en noviembre, Cencosud Argentina lanzó su unidad de negocios de *retail media*, Cencosud Media, que operaba en países de la región desde 2021. El servicio pone a disposición el ecosistema físico y digital de

los *retailers* junto con el conocimiento que tienen del cliente, para ofrecer a las marcas campañas de marketing 360° de alto valor. Desde la unidad de *Retail Media*, la compañía es capaz de generar modelos de inversión óptimos para conectar a las marcas (*partners*) con sus audiencias de un modo más efectivo, a través de métricas de marketing avanzadas que les permiten acercarse y conocer a sus clientes; entender hábitos y tendencias y realizar mediciones relevantes para la toma de decisiones en base al conocimiento de más de 8 millones de clientes.

Los equipos de *Digital Commerce*, *Advanced Analytics* y Fidelidad de Cencosud desarrollaron esta propuesta, pionera en la Argentina, que combinan los datos y algoritmos de analítica avanzada, tecnología, media y casos de negocio, con el objetivo de acercar

Amanco Wavin

Presenta un sistema de tuberías insonorizadas

En la actualidad se estima que más de la mitad de la población mundial reside en áreas urbanas. La contaminación causada por los sonidos, incluso los productos en los interiores de los hogares, es un efecto colateral que puede afectar física y mentalmente a las personas, además de causar problemas de estrés e insomnio.

Un reciente estudio de Voices!, en la ciudad de Buenos Aires, determinó que 8 de cada 10 residentes refieren haber padecido algún efecto adverso a causa del ruido.

Con más de 30 años de experiencia y luego

de más de cien mil horas invertidas en probar el nivel del ruido producidos en las tuberías, en 2022, Amanco Wavin lanzó Wavin AS+, uno de los sistemas más innovadores del mercado para lograr la reducción máxima del sonido a través de una fácil instalación. Se trata de un nuevo sistema de tuberías insonorizadas *premium* para desagües sanitarios y pluviales que disminuye drásticamente el ruido producido en las tuberías, por ejemplo, cuando un vecino utiliza el baño.

El producto cuenta con características que facilitan su instalación: el sistema de unión

por *O'ring* autolubricado integrado y la espiga con bisel ondulado reducen un 50% la fuerza de empuje necesaria al momento de instalar. También cuenta con una guía de rotación angular que permite alinear los accesorios en la dirección correcta y un *grip* de agarre que evita que el accesorio se resbale al momento de la instalación. Su mayor diferencial es una composición de material única y un espesor de pared que ofrece una mejor absorción acústica. Además, ofrece 50 años de garantía.



☼ Brindamos por usar 100% energía eléctrica renovable



¡AL PLANETA, SALUD!



**RUMBO A LA
CARBONO NEUTRALIDAD**



**CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES**

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

PORTADA |

las oportunidades, las propuestas de valor y los servicios de dichas marcas, a sus clientes de forma efectiva, ágil y dinámica, a partir de haber identificado los intereses de cada uno de ellos.

De los 8 millones de clientes de Cencosud Argentina, 6,3 millones son parte del programa de fidelidad. A partir de ahí se genera una inmensa cantidad de información mensual: 4,6 millones de visitas, 9,3 millones de transacciones y más de 57.000 productos distintos vendidos por mes.

Por otra parte, a escala global, Grupo Cencosud dio a conocer, en el mes de mayo, la compra del 67% de The Fresh Market Holdings, Inc. al asociarse con Apollo Global Management en Estados Unidos, tras un desembolso de US\$ 676 millones en efectivo. The Fresh Market es un supermercado de especialidades *premium* que compete en la industria minorista de alimentos en Estados Unidos y ofrece una variedad de productos frescos de alta calidad y una oferta de comidas preparadas en sus tiendas.

Quick

El primer súper autónomo del país

El año 2022 marcó el inicio del camino de QUICK, el primer súper autónomo de la Argentina. El sistema se basa en una app que permite a las personas entrar al local, esca-

near los códigos de barra de los productos, pagar desde la misma app con tarjetas de débito, crédito o Mercado Pago e irse del local sin haber perdido tiempo en colas. Para ello se utilizan sistemas de inteligencia artificial, combinados con tecnología de visión computarizada, que ayudan a optimizar y automatizar el control de las ventas, el *stock* y las reposiciones.

La tecnología fue creada integralmente por ingenieros y programadores argentinos que trabajaron en su desarrollo y lograron tiendas inteligentes a la altura de las que comienzan a operar en varios países del mundo. Dicha tecnología permite crear o transformar tiendas de proximidad en autónomas que funcionan 24 h los 365 días del año, con mix de productos personalizados y a bajo costo. El objetivo es instalar mini mercados, muy cerca de donde la gente vive, trabaja, estudia o se divierte, como condominios, barrios cerrados, edificios residenciales, oficinas, empresas, gimnasios, *coworkings*, colegios, universidades, clínicas y centros de salud.

Hoy, la firma cuenta con tres supermercados autónomos en la Ciudad de Buenos Aires (Puerto Madero, Microcentro y Palermo), los *markets* de las Link Tower en Puerto Madero y del Barrio Los Alisos de Nordelta y tres kioscos autónomos en oficinas (Grupo Alas, Puma y Dexter). Además, en Buenos Aires cuenta con un *dark store* de 1.000 m², desde donde se abastecen los pedidos realizados a través de las plataformas Rappi y Pedidos Ya en las zo-

nas de Microcentro, Recoleta y Puerto Madero. En los últimos meses el proyecto se expandió a Estados Unidos, donde la marca logró recientemente cerrar un acuerdo con el Hotel Hilton Hampton Inn Fort Lauderdale y con el complejo de oficinas *The Crexent Business Centers*, en la ciudad de Davie, ambos en Florida.

Domaine Bousquet

Una bodega Empresa B

Domaine Bousquet nació como bodega orgánica pionera de Gualtallary, Valle de Uco, al final de la década de los 1990. Un *terroir* virgen que fue puesto en valor por la Familia Bousquet.

Allí se desarrolla una viticultura sustentable orgánica, con procesos microbiológicos que generan un ambiente más rico, y actúan como un refugio de biodiversidad para distintas especies de la zona.

La bodega está rodeada por más de 300 hectáreas de viñedos orgánicos certificados. En 2021, logró la certificación ROC (*Regenerative Organic Certified*) y se convirtió en la única bodega fuera de EE.UU. en obtenerla. En 2022, avanzó en esta línea y logró dos importantes certificaciones: la biodinámica de Demeter y, en diciembre, la de Empresa B Corp. Para poder lograr esta certificación se cumplieron estrictos estándares verificados de

Gador

Premio a la investigación

En 2022, el laboratorio farmacéutico argentino Gador y un equipo de investigación de Conicet fueron galardonados por la *American Heart Association*, por el estudio de una posible solución para prevenir y tratar la hipertensión elevada en embarazos. Se trata de un trabajo científico sobre la utilización del ácido tióctico para prevenir la preeclampsia, que aún no tiene tratamiento ni método preventivo.

La compañía está llevando adelante el proyecto de una nueva planta que estará lista para finales de 2023, que demanda una inversión superior a los US\$ 10,5 millones. Actualmente se está avanzando con la construcción y compra de equipamientos. En los últimos cinco años, invirtió cerca de US\$ 60 millones para ampliar su capacidad productiva y tam-

bién para mejorarla, incorporando nuevas tecnologías y construyendo nuevas plantas, como fue la Planta de Activos de Alta Potencia. Sus ventas netas del último año rondaron los US\$ 400 millones.

Otro de los hitos más importantes del laboratorio en 2022 fue la consolidación de la triple terapia para fibrosis quística, que fue lanzada al mercado en octubre de 2021. Se trata del único laboratorio en producir este medicamento en Argentina y, tras la actualización reciente, logró alcanzar a pacientes pediátricos a partir de los 6 años sin restricción de peso. Esto permitió a los pacientes acceder a una opción nacional, de alta calidad y a un valor inferior al de la terapia que ingresa al país por la vía del uso compasivo, que tiene

un alto precio en dólares.

En los últimos cinco años Gador creció un 17,5% en unidades vendidas, convirtiéndose en el segundo laboratorio del país dentro del mercado de ventas bajo receta (que representa el 7% del mercado total). Elabora más de 2 billones de comprimidos por año y provee 39 millones de unidades promedio por año.

La compañía vende actualmente cerca de 3,5 millones de medicamentos por mes y cuenta con más de 800 registros activos en el mundo. Su portafolio de productos más importante se encuentra en Argentina, pero tiene una fuerte presencia en territorios de relevancia comercial con diferentes áreas terapéuticas. Emplea a 1.300 personas entre su casa matriz y sus subsidiarias en Chile, Uruguay, Perú, Colombia, Paraguay, Brasil y Ecuador.

desempeño social, ambiental, transparencia y responsabilidad.

La compañía cuenta con 220 empleados de tiempo completo y vinos exportados en más de 60 países.

PepsiCo

Una línea de botellas 100% recicladas

Los lanzamientos destacados de PepsiCo durante 2022 se realizaron en el marco de PepsiCo Positive (pep+), la estrategia global de la compañía para transformar el negocio, de principio a fin. Esta estrategia cuenta con tres grandes pilares.

Agricultura positiva: trabajar en la difusión de prácticas regenerativas para restaurar la tierra, obtener cultivos e ingredientes de forma sostenible, y mejorar los ingresos de las personas en la cadena de suministro agrícola.

Cadena de valor positiva: fabricar, vender y distribuir los productos de una manera más sostenible, fomentando una economía circular e inclusiva.



Elecciones positivas: inspirar a las personas a través de las marcas de PepsiCo a tomar decisiones que generen más sonrisas en ellos y en el planeta.

En este sentido, la compañía global de alimentos y bebidas anunció en abril de 2022 el lanzamiento en el país de la nueva botella de Pepsi 100% reciclada y 100% reciclable. Así, todas las botellas de Pepsi de 500 ml en sus variedades Regular y Black y de 7up Regular y Sin Azúcar son realizadas a partir de otras botellas. El lanzamiento se enmarca dentro del pilar de *Cadena de valor positiva* de pep+. En el mismo mes, la compañía llevó a cabo el lanzamiento de Gatorade Sin Azúcar en Argentina, un lanzamiento que amplía el portafolio de la marca que, como todos los productos de Gatorade, está respaldado por el Gatorade Sports Science Institute (GSSI). El lanzamiento se enmarca dentro del pilar de *Elecciones positivas* de pep+.

A su vez, en julio, la firma publicó los avances en el cumplimiento de las metas de PepsiCo Positive (pep+). En *Agricultura positiva*, se adoptaron prácticas agrícolas regenerativas en casi 140.000 hectáreas. En cuanto a *Cadena de valor positiva*, el 43% de las colaboradoras de PepsiCo ocupan puestos gerenciales. Y en *Elecciones positivas*, se logró reducir las grasas saturadas del 75% de la cartera de alimentos.

Día

En su 25 aniversario, presenta Envío Express

De cara a su vigésimo quinto aniversario en Argentina, la cadena se marcó como objetivo acelerar el negocio para impulsar su crecimiento con la ambición de liderar el comercio de proximidad. En ese marco, anunció a fines de 2021 un plan de inversión, expansión y creación de empleo por más de US\$ 100 millones. La ejecución de este plan durante 2022 llevó a la remodelación del 50% del parque de tiendas bajo un nuevo concepto, que ofrece espacio más amplio, luminoso, con una renovada propuesta de productos frescos que ha mejorado la experiencia de los clientes que pueden hacer una compra completa.

La nueva propuesta de valor de Día incluye más de 1.000 referencias de marca propia, producidas por más de 200 pymes locales, que constituyeron un 31% en el carrito de compras de los argentinos.

Por otra parte, en julio de 2022, la cadena lanzó, en CABA, Envío Express, un servicio que permite hacer el pedido de hasta 15 unidades



de manera *online* y en menos de 60 minutos recibirlo en donde decidan. Día es la única franquiciadora de supermer-

cados del país. Las franquicias son un motor de crecimiento para la compañía y llegaron a conformar el 73% de su red de tiendas.

PORTADA |

Holcim

EcoPlanet: soluciones de bajo carbono

Holcim dio a conocer en julio su nueva identidad y propósito en Argentina. Como especialista en soluciones de construcción sostenibles, la compañía se compromete a tener un papel fundamental en la aceleración de la transición de este mundo hacia un futuro inclusivo y con cero emisiones netas. El nuevo logotipo se basa en un símbolo de infinito con Holcim en el centro conectando todas las dimensiones de la construcción. La compañía refleja una oferta global comprometiéndose con la construcción sostenible y una visión hacia la economía circular que va más allá del negocio tradicional.

Esta identidad y propósito acompañan la nueva "Estrategia 2025 – Acelerar el crecimiento".

Al convertirse en una empresa con cero emisiones netas, Holcim desarrolla su estrategia en torno a la sostenibilidad e impulsa la economía circular. Una muestra de ello es la presentación de EcoPlanet, en el mes de septiembre. Se trata de una línea de soluciones innovadoras de bajo carbono para la construcción, compuesta por los productos Maestro, Fuerte y Agrovial. Este cemento ofrece una huella de carbono al menos 50 veces menor con un rendimiento igual o superior y se

suma a la gama de soluciones de construcción verde, alineada con los más altos estándares mundiales de certificaciones de construcción sostenible, desde BREEAM hasta LEED.

Ya en 2021, Holcim Argentina había lanzado el hormigón ecológico "ECOPact", que tiene un 30% menos de huella de carbono. En menos de un año, Argentina logró ser el país con mayor penetración de este producto entre los 70 países en los que el grupo está presente. Hoy, el 50% del hormigón que vende Holcim Argentina es "ECOPact". El producto se elabora en la Planta Norte de hormigón elaborado de Holcim en Córdoba, la cual recibió, a principios de 2022, la certificación "Plata" por parte del *Concrete Sustainability Council* (CSC). Esto fue un hito para la industria de la construcción argentina ya que se convirtió en la primera planta de hormigón del país en obtener dicha certificación y con la capacidad de despachar hormigón sostenible certificado "ECOPact".

Por otra parte, la compañía ingresó de lleno en el mercado de los impermeabilizantes al comprar Firestone Building, empresa especializada en recubrimiento de techos, con presencia en el país de la marca de membranas líquidas GacoFlex TechoProtect.

En los últimos años, la firma invirtió US\$ 120 millones en la planta de Córdoba, Malagueño, con una nueva línea integral de producción, que tiene una capacidad para absorber un crecimiento de 40% del mercado, duplicando la capacidad de producción.

Por su parte, Geocycle, una empresa de Hol-

cim, brinda soluciones circulares a sus clientes y es líder en la gestión sustentable y aprovechamiento energético de residuos.

Openbank

Comienza sus operaciones en el país

Openbank, el banco digital respaldado por Santander, inició sus operaciones en Argentina en el mes de febrero de 2022. Argentina es el primer destino de Openbank fuera de Europa y el primer mercado con operación propia en América Latina.

En un año de intensa actividad, logró materializar una propuesta sólida.

La tarjeta de débito Open es la primera tarjeta transparente que resguarda los datos personales y tiene funcionalidades como *card control* y el encendido / apagado por tipo de operación o ubicación geográfica. Además, se completó la oferta con la posibilidad de hacer plazos fijos y pagar servicios a través de Pago mis Cuentas.

Unos meses después del lanzamiento, en octubre, la compañía inauguró Openhouse, un espacio en Palermo Hollywood, que busca ser un punto de encuentro con los clientes y con la comunidad en general. Allí, además de contar con un equipo del banco para atender dudas y consultas, se incluye una agenda de actividades gratuitas dictadas por expertos

Galicia

Lanza Fima Sustentable ASG

A mediados de 2022, Banco Galicia dio a conocer su primer fondo común de inversión de impacto, #FimaSustentableASG, una iniciativa que permite a los inversores optar por activos ASG que contemplan aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza. La operatoria se puede realizar por distintos canales: *Online Banking*, *Office Banking* y App de 4 a 16 horas y el rescate se acredita a las 72 horas hábiles. La clasificación del fondo es de renta fija en pesos y las personas interesadas deberán tener un perfil de inversión moderado a arriesgado.

Además, la entidad trabajó en diversas iniciativas, como el programa "Potenciamos tu talento", junto a 30 universidades y ONG, que

acompaña a más de 600 jóvenes con el programa de becas universitarias y continuó con Escalar Impacto, una iniciativa para acompañar a empresas de triple impacto a potenciar sus *pitches* de inversión.

Por su parte, Buenos Negocios se consolidó con su propuesta de valor para pymes, comercios y emprendedores, mediante un abanico de servicios y herramientas. De esta manera, ha logrado que más de 35.000 emprendedores, comercios y pymes asistieran a eventos realizados en distintos puntos del país.

Además, con el fin de innovar en la interacción digital de los clientes y expandir la mirada de los negocios a nuevos sectores y tecnologías, en septiembre lanzó Nave, junto a

Naranja X. Se trata de una plataforma digital que brinda a los comercios de cualquier tamaño, la posibilidad de tener todas las soluciones de cobro y pago en un mismo lugar, simplificando su gestión, y ayudándolos a vender más con estadísticas y datos.

Por otra parte, Grupo Financiero Galicia presentó Galicia Ventures, el Programa de Innovación para apoyar a *startups* de América Latina de alto potencial, a través de alianzas e inversión, con foco en los sectores *Fintech*, *Agtech*, *Insurtech*, tanto B2C como B2B, apalancadas en tecnologías como Web3, DeFi, *Big Data*, *Blockchain*, inteligencia artificial y ciberseguridad.

**Conocimiento
Confianza
Eficacia**

Cuente con nosotros



Latinoamérica

Auditoría
Asesoramiento impositivo
Consultoría
Tercerización
Tecnología
Sustentabilidad



Red SMS Latinoamérica

Estamos en 21 países
y estamos cerca.

www.smslatam.com

PORTADA |

en finanzas personales, arte, tecnología, sustentabilidad, innovación y tendencias, que son transmitidas por *streaming*. Openhouse cuenta, además, con tres cajeros automáticos, un dato significativo ya que se trata de una zona carente de este servicio.

Quales Group

Pone en práctica la semana laboral de cuatro días

Quales Group, la empresa con foco en implementar tecnologías de datos, logró reducir su carga laboral de 40 a 32 horas, manteniendo los niveles salariales a las más de 150 personas que conforman su equipo de trabajo. La iniciativa comenzó a ejecutarse de forma

escalonada en agosto de 2022: inició algunos meses con semanas de 36 horas cada una y luego se adoptó el modelo de 32.

Tal como explican desde la compañía, el nivel de *engagement* del equipo creció significativamente con la cultura de la empresa. Hubo mejoras en la productividad y una disminución del *burnout* y el ausentismo. A su vez, optimizó los tiempos de atracción de talentos y ayudó a bajar la rotación.

Al momento de efectuar su implementación, desde Quales Group se analizaron en profundidad las lecciones aprendidas de experiencias similares en países como España, Islandia y Dinamarca. Incluso, se conversó con referentes de empresas españolas que contaron sus vivencias.

Para implementar el beneficio, se tomaron en cuenta aspectos relacionados a la comunicación, la coordinación de equipos y el involu-

cramiento de todas las partes.

A su vez, el plan quedó asociado a indicadores que miden constantemente la evolución de la decisión. Así se demostró que no solo mejoraron indicadores relacionados a las personas, sino que en el mediano plazo suma rentabilidad a la empresa.

Whirlpool

Nueva planta en Pilar

En octubre de 2022, Whirlpool inauguró una nueva planta productiva en Pilar, la más moderna de la firma en el mundo, que demandó una inversión total de US\$ 52 millones. La planta permitirá crear más de 1.000 puestos de empleos, entre directos e indirectos, y también fortalecerá el desarrollo de pymes

Google Argentina

Novedades en su 15 aniversario

"2022 fue un año especial para Google Argentina: la oficina local cumplió 15 años poniendo la tecnología al alcance de las personas y las organizaciones en el país. Para celebrar este aniversario, hicimos una serie de anuncios que refuerzan el compromiso que asumimos allá por 2007", destaca su director general para Argentina, Víctor Valle.

"Desde nuestra llegada al país, fuimos testigos de cómo muchas personas y empresas de distintos tamaños tuvieron la capacidad de adaptarse a los cambios y encontrar en la tecnología un vehículo para impulsar sus carreras, sus negocios, y proyectarse al futuro. Algunas de estas historias fueron publicadas en nuestro Reporte de Impacto Local que reveló que, solo en 2021, nuestras herramientas tecnológicas permitieron a las empresas argentinas generar beneficios económicos por \$248.000 millones", indica.

Con foco en seguir desarrollando el talento local, la compañía entregó 3.000 becas educativas para sus "Certificados de Carrera", a jóvenes sin acceso a un título universitario, de escasos recursos económicos y de comunidades subrepresentadas. El programa tuvo más de 1.600 jóvenes graduados en formación de herramientas digitales con el programa "Crecé con Google para Jóvenes".

Por otra parte, se agregaron en Google Maps a más de 150 prestadores turísticos, en cola-



boración con el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, y se introdujeron más de 80 nuevas ubicaciones en Street View de Argentina. A su vez, se extendió y actualizó la funcionalidad que permite obtener información del transporte público en Córdoba, Mar del Plata, Rosario, Bariloche, Bahía Blanca y La Plata.

Otro hito del año se refiere a la incorporación en Malba de la herramienta Google Arts and Culture. Desde noviembre de 2022, comenzó la digitalización de más de 70 obras de la colección del museo para disponibilizarlas

próximamente de forma *online* y gratuita. De esta forma se incluyen más de 20 instituciones locales en la plataforma.

Otro anuncio de Google que impactó durante el año pasado fue la llegada del cable submarino Firmina, para 2023, que permitirá mejorar notablemente la conectividad del país. Junto con el cable submarino internacional Tannat, operativo desde 2020, Firmina duplicará la capacidad potencialmente accesible de los cables submarinos en la Argentina y ambos tendrán un impacto en la economía local de US\$ 23.700 millones en el PBI.



M⁺innovación

En **Mirgor Innovación** trabajamos con el compromiso de superarnos día a día, innovando en procesos, tecnologías e ideas y adaptándonos a los desafíos que presenta el futuro.

- Tecnología
- Soluciones
- Sostenibilidad



PORTADA |

locales que pasen a integrar la cadena de valor en Pilar.

Allí se fabricarán 300.000 lavarropas de alta capacidad de carga frontal al año, de los cuales 200.000 se exportarán a países de la región. Esto le permitirá convertirse en la mayor empresa exportadora de electrodomésticos de Argentina.

Adicionalmente, la planta acompañará la iniciativa Cero Emisiones de Gases de Efecto Invernadero a la cual Whirlpool adhirió en 2021, con el foco en operaciones, productos y prácticas sustentables.

Con más de 30 años de presencia en el país, la compañía participa en el segmento de línea blanca con sus marcas Whirlpool, Ariston, KitchenAid y Eslabón de Lujo.

Solfrut

Crecimiento, premios y apuesta a la producción de pistacho

Solfrut es una empresa productora de alimentos que forma parte de Grupo Phrónesis, un grupo agroindustrial de capitales argentinos que desde hace 30 años se especializa en la producción, elaboración y comercialización de alimentos para el mercado local e internacional.

La compañía tiene cuatro divisiones: agro, aceites, vinos y alimentos, e integra tres fincas olivícolas, un viñedo, una bodega, una industria productora de alimentos saludables y la planta de elaboración de aceite de oliva de



calidad extra (AOVE) con proceso integrado más importante de América Latina.

En 2022, invirtió más de US\$ 14 millones para duplicar la capacidad de su bodega y triplicar la de su planta de aceite en San Juan, y completó la implantación de 560 hectáreas de pistacho, mediante un innovador modelo agrónomo desarrollado junto con la Universidad de Davis, en California. Además, su marca de aceite de oliva extra Virgen OlioVita recibió 28 premios nacionales e internacionales, que representan 40% más de los obtenidos en 2021. Solfrut Agro invierte de manera sostenida en investigación agronómica aplicada, modernos sistemas de cultivo, riego, poda y cosecha e innovadores esquemas de implantación que hicieron posible transformar zonas semidesérticas en hectáreas productivas sustentables que hoy son referentes de la nueva olivicultura y vitivinicultura de la región cuyana.

Solfrut aceites, elabora y comercializa Aove para su marca OlioVita (50% del fraccionado)

y para las marcas blancas de las principales cadenas de supermercados de la región (el 50% restante del fraccionado). Con una producción de más de 3 millones de litros abastece de graneles al mercado interno y de los principales mercados de Estados Unidos, América Latina y Europa.

La empresa lleva invertido un total de US\$ 100 millones. A futuro, además de consolidar su producción de Aove y la exportación de vinos de uva fina, apuesta a ingresar fuertemente en el mercado productor y exportador de pistacho, para el cual considera que el microclima y el suelo de San Juan ofrecen características ideales. La empresa ya lleva implantadas 560 ha de un total planificado a 2025 de 1.000 ha.

Como parte de su estrategia de sustentabilidad se cumplieron las expectativas planteadas para el manejo de la energía limpia en su planta de alimentos de San Juan, que hoy provee el 70% de la energía operativa me-

Ualá

Más inversiones en su quinto aniversario

En octubre de 2022, Ualá celebró su quinto aniversario con el anuncio de una inversión de US\$ 150 millones para los próximos 18 meses en América Latina.

La firma, que nació con el objetivo de incluir financieramente y expandir los servicios financieros en la región, ya está presente en Argentina, México y Colombia y, hoy cuenta con más de 5 millones de clientes. Durante el año pasado, avanzó en la adquisición de compañías locales, como la plataforma de e-commerce Empretienda, la empresa especializada en soluciones de "compre ahora, pague

después" (*Buy Now, Pay Later*) Ceibo Créditos y, producto de la aprobación del BCRA, el primer banco digital de la Argentina Wilobank. Por su parte, en México, se encuentra en proceso de adquisición del banco ABC Capital –sujeta a aprobación de los reguladores locales– mientras que en Colombia cuenta con una licencia de Compañía de Financiamiento. Ualá ha otorgando más de 2 millones de créditos entre préstamos personales o para comercios y "cuotificaciones". Además, ofrece la posibilidad de realizar inversiones, con el acceso a la compra-venta de dólar Mep, Ce-

dears y un Fondo Común de Inversión –administrados por la ALyC Ualintec Capital– y, también, a cripto –a través de Uanex–.

A su vez, su unidad de negocios para comercios Ualá Bis tuvo un crecimiento destacado. La propuesta ofrece la posibilidad de cobrar a través de QR, mPOS, *link* de pago o integración con tiendas *online*, con acreditación inmediata y comisiones más bajas. Todas las transacciones –compras con tarjetas o con QR, pago de servicios, recargas y cobros con Ualá Bis– acumulan puntos en el programa de beneficios Ualá+.

A futuro, busca lograr un margen neto positivo en Argentina, expandirse en la región y sumar más de 25 millones de personas usuarias en los próximos años.

diente paneles fotovoltaicos. También lleva adelante un plan de reconversión solar de sus estaciones de bombeo en las fincas.

Royal Canin

Bodas de plata en Argentina

En 2022 Royal Canin Argentina celebró sus 25 años de producción nacional. La historia comenzó con la adquisición de una planta local en 1997 en la localidad de Virrey del Pino, Provincia de Buenos Aires y, desde allí, comenzó un camino de inversiones para consolidar su crecimiento.

Entre las más relevantes de estos 25 años, se destacan la construcción de una nueva molinera, líneas de empaque de última tecnología, la incorporación de una nueva línea de extrusión y un laboratorio de calidad propio de alta complejidad.

De esta manera, con una capacidad productiva que se fue incrementando a lo largo de los años, no solo logró abastecer el mercado interno sino también exportar a otros países de Latinoamérica, como Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia.

En este año de aniversario además se consiguió la primera exportación a México, sumando así un nuevo destino para sus productos. Desde 2019, la planta produce utilizando 100% de energía renovable proveniente de los campos eólicos del sur del país.

Tiendanube

Pago Nube y Evolución

El camino de Tiendanube inició con la motivación de reducir las barreras a la hora de emprender, a través de una plataforma integral que abriera las puertas del mundo *online* a

las pymes, emprendimientos y marcas de todos los tamaños. Al cierre de 2022, son más de 100.000 las tiendas en Latinoamérica que utilizan Tiendanube para vender *online* y potenciar sus negocios en Argentina, Brasil, México y, desde noviembre 2022, en Colombia. El año pasado, la compañía llevó adelante inversiones y lanzamientos que la posicionan como protagonista.

En septiembre, tras un desembolso de US\$ 6 millones, lanzó Tiendanube Evolución, una nueva unidad de negocio pensada para aquellas medianas y grandes marcas que ya dieron sus primeros pasos en el ecosistema y se encuentran en proceso de expansión. Se trata de un conjunto de soluciones personalizadas y servicios seleccionados a medida de cada compañía por expertos en comercio electrónico y economía digital, que tiene como objetivo acelerar y potenciar el crecimiento del segmento en Argentina.

A su vez, en octubre, presentó Pago Nube,

Grupo Arcor

Abre una fábrica en Angola

A partir de la asociación con Grupo Webcor, una empresa agroindustrial con fuerte presencia y conocimiento del mercado angolano, Grupo Arcor inauguró en junio 2022 Dulcería Nacional, la mayor planta industrial en Luanda, Angola, especializada en la elaboración de chocolates, golosinas y galletas.

El proyecto requirió de una inversión de US\$ 45 millones, para la construcción de una nave industrial de 12.000 m² con equipamiento de última tecnología y estándares de calidad. Actualmente, el complejo cuenta con una dotación de 150 colaboradores provenientes de Argentina, Brasil, Italia y Angola.

Para este desembarco, Grupo Arcor adaptó los productos de marcas con trayectoria y reconocidas a escala local, como Bon o Bon, chupetines Sambapito, caramelos Arcor y galletas Mercí, Serranitas, Triunfo y Maná, a las características y preferencias de los consumidores angolanos.

Actualmente la elaboración de Bon o Bon cuenta con una capacidad de 3.700 toneladas anuales, en tanto la producción de galletas dulces y saladas, de 7.000. A esto, se sumará en breve la fabricación de golosinas, con una capacidad prevista de 5.000 toneladas.

Asimismo, desde las plantas de Grupo Arcor en Argentina se exportarán productos semie-



laborados y materias primas.

"Angola siempre fue un mercado importante para Arcor. Exportamos a este destino desde hace 30 años y este paso nos va a permitir tener presencia industrial en la región y profundizar la internalización del grupo, que actualmente tiene 45 plantas en cinco países y exporta a más de 100 mercados", indicó Luis Pagani, presidente de Grupo Arcor.

La compañía proyecta diversificar la oferta de productos en aquel mercado y, en un futuro,

abastecer a toda África subsahariana, principalmente Sudáfrica, Mozambique, Congo, Namibia, Zambia y Botsuana.

Para dar a conocer esta noticia, Arcor lanzó su primer corto documental "Atravesando Fronteras, de Argentina a Angola", que cuenta el desafío de instalar la primera fábrica en África a través de sus protagonistas poniendo el acento en las personas, sus historias, sentimientos y expectativas.

PORTADA |

una solución propia de pagos para las tiendas *online*, que requirió una inversión de US\$ 28 millones. Pago Nube pone a disposición una plataforma accesible, sin arancel por adhesión ni costos fijos mensuales, a lo que se suma el costo cero por transacción en Tien danube, que se bonifica con el uso de Pago Nube como método de pago.

En noviembre, la compañía desembarcó en Colombia, tras una inversión de US\$ 10 millones y con el objetivo de impactar a los más de 5,7 millones emprendimientos y pymes del país.

Mondelēz International

Energía renovable en su planta de Pacheco

En el marco de su estrategia de sustentabilidad Mondelez International firmó en febrero un contrato por cinco años con Genneia, la empresa especializada en generación de energías renovables en Argentina, que permitirá abastecer a la planta de Pacheco (Provincia de Buenos Aires) y la planta de Villa Mercedes (San Luis) con energía eléctrica limpia, eólica y solar. Este contrato implica que la planta de Pacheco recibirá al año 10.974 MWh provenientes de los parques eólicos Rawson, Villalonga, Pomona, Chubut Norte y el Parque Solar Sierras de Ullum.

De esta manera, Genneia abastecerá a las plantas en un 100% de energía verde durante cinco años. La energía eléctrica representa cerca del 50% del consumo energético de la compañía. La iniciativa permitirá que la fábrica que produce anualmente galletitas y bañados pueda reducir 7.416 toneladas de dióxido de carbono contaminantes a la atmósfera.

En resultados concretos, Mondelez dejará de emitir el dióxido de carbono equivalente al que absorben 325.000 árboles. A su vez, esta reducción permitirá evitar el semejante al CO₂ que emiten 9.000 autos.

En este mismo sentido, durante la primera mitad de 2022, la compañía de consumo masivo redujo un 25% el uso de agua comparado con el mismo período de 2021, y disminuyó el consumo de energía en un 3%, el equivalente a lo que consumen 1.320 casas. Este nuevo acuerdo se enmarca dentro de la estrategia global de impacto en la que la compañía trabaja a través de dos grandes pi-



lares estratégicos: *Mindful Snacking* y *Snacking Sustentable* y va en camino de cumplir con sus objetivos de impacto para 2025.

Martín Antola, presidente de Mondelez International para Cono Sur, aseguró que la decisión se sustenta en la puesta en práctica de un camino hacia una gestión más sustentable. Además, las partes interesadas –particularmente los inversores– consideran de manera creciente los criterios ASG (Ambiente, Sociedad y Gobernanza) a la hora de elegir dónde colocar su dinero, lo cual impulsa a las compañías a avanzar en este sentido.

En la planta Pacheco (Provincia de Buenos Aires), se producen galletas y bañados, y en Villa Mercedes (Provincia de San Luis) se elaboran bebidas en polvo y postres para preparar. Mondelez International es una compañía

mundial de *snacks*, líder en chocolates, galletas, chicles, caramelos, bebidas en polvo y premezclas. Tiene presencia en 150 países y, en Argentina, fabrica y comercializa marcas como Oreo, Club Social, Cerealitas, Terrabusi, Pepitos, Express, Milka, Cadbury, Shot, Tita, Rhodesia, Beldent, Bubbaloo, Halls, Tang, Clight y Royal, entre otras.

AWS

Oficinas y nuevos servicios en Argentina

A principios de año, Amazon Web Services inauguró sus oficinas en Argentina, aumen-

Naranja X

Logra la neutralidad de carbono

En 2022, Naranja X llevó adelante iniciativas que la posicionaron como la primera *fnitech* carbono neutral del país.

El objetivo de la estrategia de carbono neutralidad es la mitigación. Es decir, reducir la huella año a año, con foco en las energías renovables, ya que el consumo energético de la compañía representa un 60% de sus emisiones. A través de su parque fotovoltaico, con 216 paneles solares en el edificio corporativo de Córdoba, logró reducir en un año el 5% de la energía proveniente de fuentes no renovables y generar hasta 117 MWh de energías limpias.

Asimismo, consiguió neutralizar la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance directo e indirecto, que resultaron de

su medición anual, gracias a equipos interdisciplinarios que lideraron la iniciativa. La eficiencia en el uso de recursos e insumos se logró con la reducción de hasta 45% del consumo de papel en 2022 y en la gestión de residuos, se trabajó en alianza con cooperativas de recuperadores, consultoras estratégicas y organizaciones de la sociedad civil.

Desde hace un año, la compañía compensa el 100% de las emisiones que no se pueden mitigar y para lograrlo, eligió la agricultura y ganadería regenerativas. De manera conjunta con la plataforma Ruuts, se transformaron las 5.448 toneladas de dióxido de carbono emitidas por la empresa en 2021 en impacto ambiental, social y económico positivo.



**TODO PARA CUIDAR A LAS SELECCIONES DE HOCKEY
Y A LAS LEONAS Y LEONES DE TU EMPRESA**

Sponsor oficial
de Los Leones
y Las Leonas



CONFEDERACIÓN
ARGENTINA DE HOCKEY

 **SanCorSalud**

Medicina Privada

PORTADA |

tando así su presencia y compromiso a largo plazo con los distintos *stakeholders* en el país. Empresas de diferentes tamaños y verticales, como el sector financiero con Banco Santander y Supervielle, confiaron en la vertical de nube de Amazon para proporcionar a sus usuarios la infraestructura necesaria para acceder a más funciones bancarias a distancia como pagos, transferencias y depósitos. Además, también contribuyó con el desarrollo de las pymes en Argentina, logrando que pudieran tener a disposición las mismas herramientas a las que acceden las grandes compañías y sin la necesidad de adquirir un *hardware* de almacenamiento fijo.

Al mismo tiempo, brindó servicios a organismos del sector público como el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la Municipalidad de Córdoba. Esta logró modernizar sus sistemas con una disponibilidad del 99% y con un ahorro del 90%. Ahora, si un ciudadano pretende realizar una obra, el permiso se hace de manera *online*. Esto permitió también censar a 10.000 chicos de escuelas públicas de Córdoba para saber dónde y cómo vivían para conocer su estado de salud y ayudarlos de ser necesario.

Desde noviembre de 2022 comenzó a operar en Buenos Aires la primera AWS Local Zones de la región. Esta infraestructura, que coloca los servicios de computación, almacenamiento, bases de datos y otros servicios de AWS cerca de grandes centros de población, industria y tecnología de la información, permite implementar aplicaciones que requieren una latencia de un solo dígito de milisegundo para los usuarios finales o los centros de datos *on-premise*.

Uali

Su valuación crece 250% en un año

Gracias a la conjunción de robótica, inteligencia artificial e internet de las cosas (IoT), la *startup* tecnológica argentina Uali ofrece análisis preventivo y predictivo en el segmento de la industria energética, tomando información de campo y transformando esos datos en información precisa.

Por medio de drones se realiza un reconocimiento de la zona de operaciones, con el objetivo de encontrar anomalías. Los dispositivos de IoT procesan la información tomada en cada recorrido lo que permite prevenir y abordar de manera ágil y eficiente aquellos desvíos en las operaciones de los clientes, como ser derrames de petróleo, detección y cuantificación de fugas de gases (con especial énfasis en metano) y relevamiento de estado de mantenimiento de activos.

Estos monitoreos preventivos permiten adelantarse a posibles situaciones de contaminación, evitando tanto pérdidas económicas como el impacto sobre el ambiente, que en la mayoría de las ocasiones es irreversible.

Uali trabaja junto a las mayores compañías globales del sector de la energía, para ayudarlas en su transición hacia un futuro más sustentable y mejorar la competitividad de los proyectos de energías renovables, y aquellas que acompañan la transición energética. La compañía tiene oficinas en Argentina, Reino Unido y España.

En 2022, recibió una inversión pre Serie A de US\$ 1,6 millones de parte del Gobierno de Gran Bretaña, fondos privados y Globant. Cuenta con más de 30 colaboradores y este

ingreso de capital le permitirá duplicar su *staff* para el año próximo. Además comenzará a brindar servicios en plazas como Bolivia, Perú, México y EE.UU.

La empresa tiene una valuación actual de US\$ 13,5 millones, que representa un crecimiento del 250% desde el año pasado.

Por su innovación, fue una de las 50 *startups* elegidas para el *South Summit 2022* y la única *startup* tecnológica argentina con foco en el sector energético seleccionada para participar en la cumbre del G20 de 2022 en Indonesia. Allí recibió el premio a la *startup* más innovadora dentro del sector Energías Verdes y Renovables del Digital Innovation Network. Luego de competir con otras ocho compañías con ideas trascendentales y de distintas latitudes, los organizadores premiaron a Uali con el primer puesto dentro de la vertical.

Sanofi

Una alianza con perspectiva socioambiental

La compañía farmacéutica de origen francés, con presencia en la región desde hace más de 60 años y en Argentina desde hace más de 40, en 2022 presentó MedicAcción, junto a Droguería del Sud, a beneficio del Programa de Reciclado y Medio Ambiente de Fundación Garrahan.

La iniciativa es pionera en el reciclado de los capuchones de los dispositivos para la administración de insulina, que apunta a disminuir la contaminación medioambiental por residuos plásticos, mediante su correcta disposición para el reciclado.

Visma Latinoamérica

Rápido posicionamiento en ERP

2022 fue un año de salto cuali-cuantitativo para Visma Latinoamérica, bajo el liderazgo de Álvaro Capobianco.

La compañía noruega de *software* es líder en Europa de soluciones de ERP (*Enterprise Resource Planning*). En la región, está presente desde 2019 y ha logrado instalarse en el segmento de soluciones en la nube para gestión de talentos.

Con el objetivo de ingresar al sustancioso mercado ERP en Latinoamérica, estableció

un plan de adquisiciones que, solo en 2022, incluyó la compra en Argentina de dos empresas de *software* de gestión empresarial de amplia trayectoria. En marzo, adquirió Calipso, una compañía pionera en el país en soluciones de ERP y CRM (*Customer Relationship Management*). Y solo un mes y medio más tarde tomó posesión de Contagram, una solución en la nube para la gestión de pequeñas empresas.

La consolidación en este segmento de nego-

cio se acentuó aún más en enero de 2023, al adquirir Xubio, una *startup* argentina especializada en ERP para empresas pequeñas y medianas, que en poco más de cinco años logró posicionarse como líder de este segmento.

De esta manera, la compañía ha logrado ampliar su porfolio y brindar más soluciones en la nube para contabilidad, facturación, ventas, pagos, compras, inventarios y control de producción.

A su vez, mismo en 2022, Visma adquirió la empresa peruana de *software* para gestión de talento Mandü, que le permite crecer también en su negocio *core* en la región.

Los contenedores exclusivos para depositar los capuchones pueden encontrarse en más de 20 farmacias de AMBA. En la web de Sanofi, se puede acceder a más información sobre el programa y el mapa que geolocaliza las farmacias adheridas junto a un video explicativo.

Se estima que anualmente en nuestro país se descartan unos 20 millones de lapiceras de insulina.

Nestlé

Alcanza la neutralidad en plásticos

Para 2022, Nestlé Argentina tenía el objetivo de alcanzar el 100% de neutralidad en plásticos y lo ha logrado. De esta manera, se ha convertido en la primera empresa del país en obtener la Declaración de la Verificación de "Plástico Neutral" con base en su "Análisis del Ciclo de Vida (ACV)", verificado con la norma ISO 14064-3:2019, en cumplimiento con los requisitos de la norma ISO 14044:2006

Esto significa que recolecta y recicla la misma cantidad y el tipo de plástico equivalente al que coloca en el mercado. La compañía reco-

lectó 7.500 toneladas de plástico, que luego se transforman en nuevos materiales. El trabajo se realiza con más de cinco empresas recicladoras distribuidas en el país, 10 municipios y dos programas propios de reciclaje con las marcas Nescafé Dolce Gusto y Purina Care. El plástico de las cápsulas de café y las bolsas de alimento para mascotas se recolectan y transforman en madera plástica, y el café de las cápsulas se transforma en compost.

La compañía tiene el objetivo de que más del 95% de sus envases plásticos sean diseñados para ser reciclados para 2025, con el compromiso de llegar al 100% en el futuro.

Para maximizar el impacto y hacer sinergia con otros actores, la compañía lleva a cabo diferentes alianzas estratégicas. Un ejemplo de ellas es el acuerdo realizado con Red de Economía Circular del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que impulsa la recolección de los envases post consumo para que sean reciclados. Gracias a este acuerdo, se recolectan cápsulas plásticas, de aluminio y bolsas de alimento para mascotas en diferentes puntos verdes fijos y móviles para ser reciclados, a cargo de Nestlé. Además, junto con Tetra Pak, trabaja con Cempre, para elevar las tasas de reciclaje en los municipios en los que la compañía está presente. Por último, se unió a Latitud R, que tiene el objetivo de enfrentar los desa-

ños respecto al manejo de residuos, potenciar el impacto del reciclaje inclusivo y desarrollar la economía circular en América Latina.

MSD Salud Animal

Año de lanzamientos

En 2022, MSD Salud Animal presentó un portafolio de medicamentos y productos destacados. Phagein es un nuevo aditivo alimentario en polvo enriquecido con bacteriófagos que ayuda a mejorar la salud intestinal de los terneros, que es de uso alternativo al de antibióticos. Suanovil es un antibiótico de amplio espectro inyectable que combina dos antibióticos, la Espiramicina y la Estreptomicina, cuya acción es efectiva contra la actividad bacteriana y microorganismos. Es efectivo contra la mastitis, neumoenteritis, diarreas, metritis, queratoconjuntivitis, pietín, entre otras. ShutOut es un mejorado sellador de pezones creado para prevenir nuevas infecciones intramarias durante el período seco.

A la vez, la unidad de negocio de Ganadería de MSD Salud Animal siguió profundizando la penetración en Argentina del uso de tecnologías para el monitoreo y trazabilidad del ganado vacuno, con Allflex. A través de colla-

Philips Domestic Appliances

Lanzamientos como empresa independiente

Luego de escindirse de la firma Royal Philips en 2021, Philips Domestic Appliances comenzó 2022 como una nueva empresa independiente; manteniendo la marca que lleva consigo una trayectoria de 85 años en el país, pero enfocada 100% en electrodomésticos de cocina, de café, cuidado del hogar y cuidado de la ropa.

En Argentina es líder en preparación de alimentos y sus planes en el país durante 2022 estuvieron enfocados en el desarrollo de nuevas categorías de productos y la fabricación local de electrodomésticos, con especial foco en las *Airfryers* (freidoras de aire) y cafeteras.

Durante 2022 se amplió el portafolio de producción local, al que se incorporó licuadoras y licuadoras de mano, e ingresó en la categoría de batidoras planetarias.

Otro de los productos estrella que se lanzó el año pasado es la Cafetera Espresso EP1220

completamente automática, que permite moler los granos de café en el momento, o bien introducir café ya molido. De esta manera, se obtiene un café personalizado y de calidad profesional en casa.

Por último, en el último trimestre lanzó la in-

novación más importante del año: la Airfryer XL Conectada y la app de recetas NutriU. El lanzamiento de la Airfryer XL ya había sido un éxito; Airfryer es la marca del segmento más vendida en Argentina.



PORTADA |

res, la inteligencia animal hoy es una realidad y está permitiendo efectivizar la toma de decisiones de los negocios como también sobre la salud de las vacas.

Por otra parte, para consolidar su estrategia integrada, la firma presentó el primer Club de Salud Neonatal que permite trabajar con los médicos veterinarios especialistas para lograr consensos sobre el manejo de las etapas tempranas de las terneras. El diferencial es su mirada holística para entender el proceso completo y tratar las enfermedades de manera preventiva.

En Porcicultura, puso a disposición de los productores locales el dispositivo intradérmico y sin agujas Idal, el método de vacunación para cerdos más avanzado en la actualidad. Es repensar la gestión de la vacunación, que no solo aborda el bienestar y la productividad de los animales y los trabajadores, sino también la rentabilidad a más largo plazo y la sustentabilidad.

A su vez, se presentó la vacuna Porcilis EPL que es de muy fácil administración y con una sola dosis brinda protección contra tres enfermedades claves como mal rojo, parvovirus y leptospirosis hasta 12 meses, y Porcilis Ileitis, la

primera vacuna inyectable del mundo contra *Lawsonia Intracellularis*, de dosis única y con eficacia de, al menos, 20 semanas.

El equipo de Avicultura lanzó el servicio de monitoreo de soporte a distancia. Se lleva adelante mediante lentes inteligentes, que permiten que el cliente y expertos remotos de la compañía establezcan contacto y así estar presentes en las plantas de incubación y en otras áreas productivas para dar soporte en todos los procesos. Gracias a esta tecnología, se puede acceder a asesoramientos de especialistas de distintas partes del mundo. Con el objetivo de fortalecer alianzas y posicionarse como socios estratégicos, se formó *Poultry Innovation Club* Región Sur, un proyecto orientado a CEO y directores de las principales empresas de producción avícola de Argentina y Chile. El evento inaugural fue en Ámsterdam, Países Bajos, y contó con la presencia de 22 ejecutivos de las principales empresas productoras de pollo de ambos países. También en el sector de soluciones médicas, el equipo presentó Innovax ND-ILT que ofrece triple protección contra enfermedad de Newcastle, laringotraqueitis infecciosa y enfermedad de Marek. Se trata de una vacu-

na viva recombinante con vector HVT, que se puede aplicar in Ovo o subcutánea al primer día de edad y ofrece protección a largo plazo contra estas tres enfermedades.

Megatone

Consolida un año de aperturas

Megatone.net, la cadena de electrodomésticos oriunda de Santa Fe, con más de 70 años de trayectoria en el rubro de *retail*, abrió en diciembre un local de 450 m² en el sector Electro, nivel 3, de Unicenter, con el que culmina un año de expansión y crecimiento. La empresa inauguró durante el último año sucursales en las principales ciudades: Buenos Aires, Posadas, Tucumán, Mendoza, Rosario, San Juan, Salta, entre otras.

En sus locales, no ofrece solo productos sino también servicios, como préstamos de dinero de más de \$250.000, pago de impuestos y servicios, retiro de dinero al igual que en un cajero automático pero sin costo, y giros nacionales e internacionales a más de 180 países. Además, la firma amplió la propuesta comer-

Asus

Vuelve a producir en la Argentina

Tras una inversión de US\$ 20 millones, y en colaboración con sus *partners* estratégicos PC Arts y Newsan, la mayor marca internacional de Taiwán anunció en septiembre la apertura de un nuevo capítulo de producción nacional de *notebooks* Asus. La compañía había producido en Argentina entre los años 2011 y 2016.

Esta nueva etapa ya tiene como resultado la disponibilidad de equipos en el mercado, con facilidades de compra en cuotas gracias a los planes Ahora 12/18/24. Todos los modelos de *notebooks* producidos en Argentina están equipados con la serie de procesadores Core de 11va generación de Intel y sistema operativo Windows 11.

El desempeño 2022 de la compañía fabricante de computadoras y *hardware* Asus fue notable en términos del negocio, ya que ha podido cerrar el período casi duplicando el *market share* versus 2021. Además, registró un incremento en la demanda de *notebooks* para los segmentos Educativo, *Gamer* y de Creadores de Contenido.



Por otra parte, gracias a un acuerdo firmado con el Comando Conjunto Antártico y otras empresas líderes del sector, la compañía articuló la donación de 25 computadoras Asus para equipar un Aula Digital Tecno-Robótica en la escuela más austral del país, la N°38 "Presidente Raúl Ricardo Alfonsín", ubicada en la Base Esperanza. Así, los 19 alumnos de

entre 3 y 21 años que cursan sus estudios en dicha institución podrán contar, a partir del ciclo lectivo 2023, con equipos y *software* de última generación. El aula será una instalación permanente en la escuela, que se irá actualizando para servir a las necesidades de las nuevas generaciones de estudiantes.

- ENVÍOS PARA ECOMMERCE
- LOGÍSTICA INVERSA
- COBERTURA NACIONAL



Simplificamos la logística de tu negocio online!

R.N.P.S.P. Nº2

ELEGÍ LA PLATAFORMA QUE POTENCIA TUS VENTAS

Grandes empresas, PyMEs y Emprendedores gestionan y realizan sus envíos a todo el país con **OCA**.

Integrá tu eCommerce a nuestra plataforma y hacé crecer tu negocio.

Conocé más en www.oca.com.ar



PORTADA |



cial hacia todos los segmentos del mercado, con su Venta Telefónica 0810-444-6342 y su e-commerce Megatone.net con el que consolida el desarrollo de su propio marketplace. Con 158 vendedores y más de 15.000 productos activos, logra destacar y diferenciarse del mercado y hacer crecer sus operaciones en un 243% interanual.

A su vez, la compañía implementó un formato de cercanía, Megatone Express, que llega a todas las pequeñas localidades. Actualmente cuentan con más de 500 multi servicios distribuidos en el país para que las personas puedan acceder a los beneficios que tienen las grandes ciudades.

Para acompañar este crecimiento Megatone.net incrementó su personal un 27%.

DF Entertainment

Shows en vivo, un año récord

Además del Mundial de Catar, si algo caracterizó a 2022 fue la explosión de propuestas artísticas que agotaron localidades en horas. El deseo pospandémico de reunirse y disfrutar se notó claramente en las cifras extraordinarias de entradas a recitales vendidas y el éxito de las propuestas.

En este contexto, 2022 marcó un año histórico para DF Entertainment.

Además del récord de los 10 River de Coldplay, la productora fue responsable de los

dos festivales más relevantes de la escena actual. Lollapalooza, que lleva adelante desde 2014 y que incluyó shows de Foo Fighters, Miley Cyrus, The Strokes, A\$AP Rocky, Doja Cat y Martin Garrix. Y Primavera Sound, que tuvo una excelente primera edición en el país, con Arctic Monkeys, Travis Scott, Björk, Jack White, Lorde, Charli XCX, Father John Misty, Hernán Cattaneo, Interpol, Phoebe Bridgers, y Mitski, por nombrar solo algunos de los artistas y bandas que formaron parte de este festival de una semana de duración. Además, la firma produjo los recitales de estrellas veneradas por los fans como Harry Styles, Metallica, Dua Lipa, Guns N' Roses, Maroon 5, Rosalía, Kiss, C. Tangana, Demi Lovato, Måneskin, entre muchos otros. Para el año entrante, ya se anunciaron los shows de Lollapalooza 2023 –con Drake, Billie Eilish, Blink-182, Tame Impala, Rosalía y Lil Nas X como *headliners*–, The Weeknd, Imagine Dragons, Big Time Rush, LP, entre otros.

Grupo San Cristóbal

Estrena imagen corporativa

En 2022 Grupo San Cristóbal renovó su marca con foco en la integración y sinergia de todas sus unidades de negocio.

En materia de inclusión y diversidad este año el grupo estableció una alianza con Fundación Compromiso para apoyar e impulsar "Potrero Digital" y "Picadito Digital", dos iniciativas que tienen como objetivos formar en habilidades digitales a alrededor de mil jóvenes en situación de vulnerabilidad para que puedan conseguir empleo, y atender la escasez de perfiles en el sector tecnológico. La compañía es el principal *sponsor*, colaborando con mil becas para ambos programas. Además, en 2022, Circulantes, el *podcast* sobre movilidad sustentable y segura de Grupo San Cristóbal, desarrolló su tercera temporada, y la Cámara de Diputados de la provincia de Santa Fe lo declaró de "Interés Provincial" por su contribución a la movilidad en las ciudades.

Por otra parte, la compañía incorporó en todos sus centros médicos el servicio de Háblalo, la aplicación para brindar servicios a las personas con discapacidad en su comunicación. La alianza surge a partir del programa "Hacedores por la Comunidad", que tiene como finalidad acompañar el compromiso solidario de los miembros de la empresa y orientar la inversión social que realiza el grupo a proyectos

Pulenta Estate

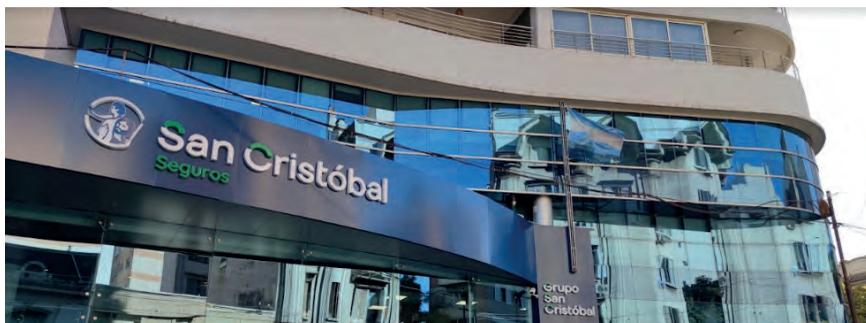
Oro para su bodega

La bodega mendocina Pulenta Estate obtuvo el oro en la sección Arquitectura y Paisajes, en el marco *Best of Mendoza's Wine Tourism Awards*, el premio que convoca a las mejores bodegas del mundo. Este premio destaca a la bodega por las características de su diseño arquitectónico y el diseño de sus parques, jardines y vistas panorámicas.

Pulenta Estate, ubicada en Alto Agrelo, Luján de Cuyo, fue fundada en 2002 por Eduardo y Hugo Pulenta, dos hermanos miembros de una de las familias más tradicionales de la vitivinicultura argentina, que han definido su misión como "la producción de series limitadas de grandes vinos, elaborados con orgullo en Argentina". Una familia con más de

100 años de historia en la industria, ya cuenta con la 4ª generación trabajando en el *terroir* familiar.

La política y los criterios de sustentabilidad de la bodega se desarrollan a través de un modelo de gestión de impacto que promueve el cuidado del medio ambiente y sus recursos, así como el respeto por las personas y la comunidad. En este proceso Pulenta Estate continúa su camino de certificaciones sustentables tanto nacionales e internacionales. Actualmente, la bodega cuenta con certificación Global GAP, reconocida internacionalmente y dedicada a las Buenas Prácticas de Agricultura, y Sustentabilidad de Bodegas de Argentina ISO 22000



que se vinculen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contemplando la diversidad, inclusión y perspectiva de género.

Dentro de la estrategia de la compañía para alcanzar la carbono neutralidad, se llevó adelante, en conjunto con "Hacedores", la plantación de árboles nativos en la Reserva de Pampa de Achala en las Sierras de Córdoba. En línea con esto, el grupo midió, por tercera vez, su huella de carbono corporativa contemplando 31 sucursales de Argentina y Montevideo. Además, se invirtió el 50% del aporte que se realizó para la medición en proyectos locales de mitigación y adaptación al cambio climático que generen un triple impacto: ambiental, social y económico.

Amérian

30° aniversario de una propuesta de vanguardia

Amérian, la cadena de hoteles argentina más grande del Cono Sur, celebró en septiembre

de 2022 su 30° aniversario.

La historia de Amérian comenzó en 1992, cuando el ingeniero Martín Amengual inauguró el primer hotel 4 estrellas de la ciudad de Córdoba. Con el propósito de brindar un servicio de excelencia con estándares internacionales pero adaptado a las idiosincrasias locales, inició el camino de la que se convertiría en la primera cadena argentina de hoteles con expansión en el país y el cono sur.

En el año 2003, abrió su primer hotel bajo el sistema de franquicias, estableciendo una nueva modalidad en el sector hotelero argentino y lanzó su nuevo formato de hoteles 3 estrellas bajo la marca Mérit, que garantiza la calidad de la estadia pero con servicios limitados, a un precio más competitivo.

En 2012, la empresa presentó una nueva modalidad de inversión: el formato de *condo-hotel*. De este modo, cualquier persona puede acceder a la inversión hotelera con la compra de una unidad condómina, obteniendo una ganancia mayor a un alquiler tradicional.

Por otra parte, en 2018, inauguró Academia Amérian, una plataforma virtual que permi-

te a todos los colaboradores de la cadena acceder a cursos en recepción, *housekeeping*, mantenimiento, entre otros.

Alprestamo

Expansión regional

Alprestamo es un *marketplace* de productos financieros que lleva cinco años en el mercado, alcanzó 2,8 millones de usuarios y posee más de 70 clientes integrados a su servicio. Es una compañía de capitales nacionales cuyo crecimiento consistió en reinversión de su propio capital, hasta que el Directorio tomó la decisión estratégica de cerrar su primera ronda de inversión dentro de un programa de emisión de acciones por US\$ 2,5 millones, con un valor de la compañía de US\$ 25 millones. Este apalancamiento produjo un salto cualitativo en materia de servicios, expansión territorial e incorporación de talento.

Actualmente, Alprestamo mantiene operaciones en Argentina con 1,8 millones de usuarios, Uruguay con 250.000 usuarios, y en 2022 tuvo un gran impulso en México, con 620.000 usuarios. Recientemente, inició operaciones en Colombia donde, en pocos meses, alcanzó a 141.000 personas. La plataforma registra 350.000 documentos dentro de los cuales 110.000 lo hacen por primera vez a través de redes sociales o buscadores. Por su parte, durante 2022, a los *lenders* y bancos adheridos, Alprestamo colocó en el mercado alrededor de 15.000 créditos por mes y 5.000 tarjetas de crédito, con una tasa de aprobación del 33% y un aproximado de

Alsea Cono Sur

Más tiendas y nuevas tecnologías

Alsea, la firma de origen mexicano que opera las marcas Burger King y Starbucks, cerró 2022 con inauguraciones, más puestos de trabajo y nuevas propuestas. "2022 fue un año que abrió puertas –afirma Santiago Farinati, director general de Alsea Cono Sur–. La compañía realizó en Argentina, Chile y Uruguay una inversión de más de US\$ 46,5 millones para la apertura de tiendas, remodelaciones y tecnología, que se tradujo en la generación de 1.000 nuevos puestos de trabajo y más oportunidades de negocio en la región". Como cierre de 2022, Alsea Cono Sur alcanzó un hito con el desembarco de Domino's

Pizza en Uruguay, tras una inversión de unos US\$ 1,8 millones en tres locales. El primero abrió en 2022 y otros dos se inaugurarán en los próximos meses de 2023.

Además, incorporó a su oferta productos *plant based*. Por ejemplo, en 2022, Burger King Argentina se impuso como la primera cadena de comida rápida en ofrecer cinco opciones vegetales en su menú. Esta acción se enmarca en el programa más amplio que vienen implementando desde 2015 "Comida Real Para Gente Real", que busca que todos los ingredientes de su menú sean libres de conservantes, colorantes y aromatizantes artificiales.

Por su parte, en julio de 2022, Starbucks Chile inauguró la primera tienda certificada como *Greener Store* de América Latina, que fue diseñada para usar un 50% menos agua y producir un 20% menos de emisiones de carbono. Esta tienda modelo representó el puntapié inicial para continuar construyendo nuevas tiendas bajo los estándares de este esquema en el transcurso de 2023 en los tres países de la región.

A finales de septiembre, en reunión con el presidente Alberto Fernández, los máximos ejecutivos de la compañía anunciaron la inversión de unos US\$ 30 millones, para abrir y remodelar locales de ambas marcas, y la creación de unos 600 nuevos puestos de trabajo directos que se suman a los 1.000 generados durante 2022.

PORTADA |

2,6 millones de *leads*. Esto implicó un acumulado, desde el inicio de operaciones, equivalente a 350.000 préstamos otorgados indirectamente que representan US\$ 52 millones, aproximadamente.

Además, solo en 2022, triplicó su planta, de 12 a 38 talentos. Parte de los esfuerzos de Alprestamo se orientan a trabajar en la inclusión financiera y, a través de su *blog* con más de 70 artículos por mes sobre manejo de la economía familiar y personal, a la educación financiera.

Los planes 2023 incluyen el desembarco en Brasil, Perú y Chile.

Grupo Rapet

Primer alambre de PET reciclado

Grupo Rapet es una empresa dedicada al reciclado de plástico, que surgió a partir de que su fundador, Rodrigo Miles, adquirió una planta abandonada de molienda de PET en Mercedes, Provincia de Buenos Aires. Allí, desde 2015, se recicla plástico PET en un volumen que hoy alcanza las 4.800 toneladas (30% más que en 2021) y que la posiciona como la tercera fábrica recicladora de plástico PET de Argentina.

En 2022, Grupo Rapet invirtió en la adquisición de una línea completa para la producción de alambre de plástico PET, que promete revolucionar el mercado. Hoy, la compañía

se encuentra en pleno desarrollo del primer alambre de PET reciclado para uso en el agro, mobiliario y cercos, que será fabricado íntegramente a partir de plástico reciclado. Este alambre posee una cantidad de ventajas, respecto del alambre metálico tradicional: es seis veces más liviano, es igualmente resistente, es medioambientalmente amigable, es más económico, no se oxida, no lastima los cueros de los animales y se procesa de la misma forma que el alambre metálico.

Actualmente, Rapet recicla cerca de 600 toneladas de botellas por mes (esto es equivalente a una cancha de fútbol profesional por 1 metro de alto de botellas aplastadas, por día), que se transforman en escamas (resina) utilizadas en diferentes industrias. Las escamas de PET son el resultado de la molienda, lavado y secado del PET, y se utilizan, por ejemplo, para la fabricación de nuevas botellas, textiles, bandejas para comida, resinas, pinturas, zunchos y cerdas para cepillos y escobillones. Las botellas son adquiridas principalmente a cooperativas, pero también a municipalidades y empresas de distintos puntos del país.

Concebida como una empresa de triple impacto, además de su principal función como recicladora, en 2021 lanzó un programa de contratación de *sesentenarios* en la comunidad de Mercedes, para incorporarlos al mercado laboral, y actualmente cuenta con más de 40 colaboradores directos. También participa del proyecto de inclusión sociolaboral para la población migrante en la industria del

reciclaje y la economía circular, liderado por un equipo de mujeres de Fundación Nobleza Obliga, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM – Naciones Unidas). Su objetivo para 2025 es llegar a reciclar 1.000 toneladas por mes y concretar el proyecto de "basura 0", es decir, no enviar nada a disposición final.

FPT Industrial

Celebra 10 años en Argentina

FPT Industrial es una empresa perteneciente a Iveco Group dedicada al diseño, la producción y la venta de sistemas de propulsión y transmisión para vehículos comerciales y todoterrenos, aplicaciones marinas y de generación de energía.

En Argentina, la planta se encuentra en Córdoba donde produce las versiones de motores pesados Cursor 9, 10, 11 y 13, junto con la gama mediana NEF, especialmente pensada para el transporte y la agricultura. En 2022, la fábrica cordobesa celebró una década de producción ininterrumpida y alcanzó el hito de más de 150.000 motores fabricados en el país y más de 100.000 equipos exportados. Los comienzos de la fábrica se remontan a 2012, cuando la marca produjo los primeros motores en el país. En ese momento, realizó inversiones en la nave industrial para fabricar

Flybondi

Duplica la cantidad de aeronaves

En el marco de un plan de crecimiento pausado a fines de 2021, la compañía aérea *low cost* Flybondi ha logrado incrementar su flota de cinco a 11 aviones, el año pasado (2022), a los cuales se sumó uno más en enero 2023. En paralelo, generó la incorporación de 500 personas empleadas, que ya hoy suman un total de 1.060 en el país.

Por su parte, las frecuencias aumentaron en un 80% en todas las rutas nacionales e internacionales, y se incorporaron cuatro destinos de cabotaje: Ushuaia, Puerto Madryn, El Calafate y Comodoro Rivadavia.

En la actualidad, la compañía vuela a 17 destinos nacionales y tres internacionales y, a partir del 2 de marzo, volverá a conectar las ciudades de Córdoba y Salta, con una fre-

cuencia de tres vuelos semanales. Sus vuelos tienen una ocupación de 94%.

De cara a 2023 y como parte de este plan de

crecimiento lanzó una búsqueda de por lo menos cinco aviones Boeing 737-800 para sumar durante este año.





¡VIAJÁ POR TU PAÍS!

Recorré Córdoba y hospédate en los mejores hoteles



Howard Johnson La Cañada,
Córdoba Capital



Howard Johnson Río Cuarto



Howard Johnson Villa María



Howard Johnson Río Ceballos



Howard Johnson Sierras
de Alta Gracia



Howard Johnson Villa Carlos Paz



Howard Johnson Piedras Moras,
Río Tercero



Howard Johnson San Francisco



Howard Johnson Villa Gral. Belgrano

CONSULTÁ PROMOCIONES CON NUESTRA CENTRAL DE RESERVAS

— VISITÁ NUESTROS 40 HOTELES —
WWW.HOJOAR.COM

WhatsApp icon +54 9 11 2277 4650/4656

Email icon RESERVAS@HOJOAR.COM

PORTADA |



la primera línea de motores de la serie Cursor. Al año siguiente se sumaron los motores medianos NEF en una propia línea independiente y en 2014, llegó el proceso de mecanizado de bloques y tapas de cilindro.

Asimismo la fábrica forma parte de la compañía global y está estandarizado con una gestión regional latinoamericana que se relaciona constantemente con el resto de las plantas de Europa, China y sus distribuidores.

Visa

Innovaciones en el marco del mundial

2022 fue el año del Mundial de Fútbol y Visa tuvo un rol activo como el socio oficial de tecnología de pagos de la Copa Mundial de la FIFA. A través de promociones, la compañía junto con sus *partners* ayudó a 150 clientes argentinos a cumplir el sueño de viajar a Catar. Además, ofreció experiencias a clientes en los estadios que constaban de hacer un *tour* entrando a los vestuarios, ir al centro de la can-

cha y ver la entrada en calor desde atrás de los carteles de publicidad.

Previo al comienzo del mundial, lanzó la nueva versión Fútbol Financiero, un videojuego gratuito para que los aficionados puedan pulir sus habilidades financieras en la cancha virtual mediante preguntas diseñadas para ayudar a los jugadores a tomar decisiones inteligentes y bien fundadas en lo que respecta a administración de su dinero.

También, impulsó junto a Crypto.com la iniciativa Visa *Masters of Movement* que combinó fútbol, arte y tecnología en dos acciones. Por un lado, convirtió jugadas icónicas en piezas de arte digitales (NFT) que fueron inspirados en goles emblemáticos anotados por cinco futbolistas legendarios. En el caso de Argentina, fue seleccionado el gol de Maxi Rodríguez en el partido contra México en la Copa Mundial de la FIFA Alemania 2006.

Por otro, esta experiencia tuvo su parte física en el FIFA Fan Festival en Doha, por la que pasaron más de 100.000 visitantes con más de 18.000 jugadores que eligieron participar en la cancha digital para crear un arte digital in-

pirado en sus propios movimientos. Esta experiencia les permitió “entrar” en una cancha LED digital equipada con tecnología de seguimiento que capturaba sus movimientos y los de la pelota, para transformarlos en arte digital, que luego les fue enviado por *mail* como recuerdo. Además de intentar meter un gol y mostrar sus habilidades jugando con otros aficionados para crear la obra de arte, pudieron elegir los colores del arte digital según los de su selección nacional favorita.

A su vez, la compañía probó innovaciones de pago. Por ejemplo, el pago con biométricos faciales (*Pay with Your Face*), que se utilizó por primera vez en Catar y se puso a prueba en tres sucursales de Flat White Specialty Coffee en Doha. También, una tarjeta con diseño digital animado; tras escanear un código QR, se emite una tarjeta digital prepagada de forma instantánea que se puede agregar a una billetera móvil. En este caso, la tarjeta digital tuvo a la mascota oficial, La'eeb, como diseño animado y demostró la posible personalización e incluso animación digital de las tarjetas Visa, en un futuro.

Por otra parte, en alianza con tres bancos con sede en Catar, la solución *Tap to Phone* llegó a los comercios. A esto se sumó que, en alianza con el Ministerio de Transporte de Catar, se habilitó la aceptación de pagos sin contacto en los taxis para las personas paguen su transporte con tarjeta Visa o teléfono inteligente.

Interbanking

Lanza su índice semestral y nuevas aplicaciones

2022 fue un gran año para Interbanking que, en un mundo cada vez más digitalizado y cambiante, viene trabajando en una profunda transformación digital. En este contexto, la compañía presentó su primer Índice semestral, en el cual comparte información sobre la bancarización de empresas y transacciones en la Argentina. Además, lanzó su primera aplicación, multi banco y multiempresa, que permite liberar los pagos sin fricción, manteniendo los más altos estándares de seguridad.

Este plan estratégico tiene como objetivo principal la modernización de las soluciones. Se busca la hiperconectividad, la simpleza a la hora de operar y la seguridad. La clave está en poner el foco en las más de 200.000 em-

Dividenz

Expansión acelerada

2022 fue un año de gran crecimiento para la plataforma de inversión de Real Estate en Estados Unidos Dividenz.

A lo largo del año, la compañía desembarcó en cuatro nuevos países: Colombia, Chile, Perú y México. Además, lanzó 10 *deals* en cinco estados, e invirtió más de US\$ 500 millones en activos multifamiliares. En 2023, concretará su llegada al resto de Latinoamérica y lanzará nuevos productos.

Por otra parte, junto a Mastercard, anunció el lanzamiento de un nuevo producto exclusivo para el público regional, que ofrece la posibilidad de disponer del capital en dólares e invertir al mismo tiempo.

Las oportunidades de inversión que ofreció Dividenz durante el año pasado lograron un promedio de rentabilidad anual del 12,11%, superando así la inflación interanual de Estados Unidos (7,1%).

presas que operan a través de la red Interbanking, conformada por 58 bancos del país. En la última parte del año, la compañía selló una alianza con Cobranzas.com, una plataforma digital especializada en la gestión del pago a proveedores.

Flixxo

Triplica sus producciones originales

La plataforma web3 de de microseries logró el año pasado triplicar el número de producciones originales, junto al lanzamiento de nuevas microseries. Gracias a la calidad de estos contenidos, Flixxo se afianzó como distribuidores con buena recepción en mercados y festivales internacionales, y ha conseguido cerrar ventas de sus producciones y sumado socios para colaborar en el desarrollo de proyectos en curso.

Flixxo se ubica en el medio de dos mundos: las plataformas por suscripción *on demand* y cualquier plataforma que permita compartir videos.

Las microseries casi no son tenidas en cuenta por las grandes corporaciones y, al mismo tiempo, enfrentan dificultades para destacarse dentro de la innumerable oferta presente en la plataforma abierta. En este lugar gris, Adrián Garelik, CEO de la compañía, creó Flixxo, que cuenta con más de 150 producciones en el mundo, algunas de producción propia.

El modelo de negocio aprovecha la tecnología de la web3 y se basa en el apoyo directo a creadores de contenidos para crear comuni-

dad. Esto se da a partir de que los espectadores, al interactuar con la plataforma, reciben la criptomoneda *flixx* que, previo a la visualización de contenidos, se paga directamente al creador de manera inmediata y transparente. Las microseries son de culto y tienen una base fiel de seguidores que no solo las consumen sino que las apoyan económicamente. Adrián Garelik, experto en *blockchain* y tecnologías de vanguardia, formó parte de numerosos festivales y de convocatorias y concursos, para potenciar a creadores jóvenes, como fue el caso de su participación en Ventana Sur y en el Festival de cine de Málaga. Parte del crecimiento de Flixxo en 2022, que hoy cuenta con más de 100.000 usuarios registrados, se debió a que generó una comunidad de creadores 3.0 de microseries, en la cual ellos son los principales protagonistas.

Tecnoperfiles

Abre una nueva fábrica y afianza su liderazgo

La empresa argentina Tecnoperfiles, que lidera el segmento de fabricación de perfiles de PVC para aberturas de media y alta prestación en Latinoamérica, culminó 2022 con un porfolio ampliado, mayor capacidad productiva y una nueva distinción de diseño. Sus inversiones estratégicas le permitieron sumar capacidad de producción y dar respuesta a la creciente demanda nacional e internacional. En este sentido, inauguró en el último trimestre del año su planta productiva de foliado de 2.000 m². Su desembolso

de US\$ 2,5 fue principalmente utilizado para la adquisición de nuevas foliadoras, maquinaria especializada y obras de infraestructura para la nueva planta, nuevas extrusoras y oficinas para la existente planta productiva de 7.000 m² y un nuevo playón de maniobras para anexas a su centro de distribución de 3.000 m².

La compañía cuenta con más de 250 talleres elaboradores de aberturas de PVC en el país y 200 en Latinoamérica, que cumplen con las normas europeas de fabricación.

Tal como explica su presidente, Fernando Martínez, actualmente en Europa, EE.UU. y también en Chile, las carpinterías de PVC tienen el 50% del mercado de aberturas. En Argentina trepó al 12% en los últimos años y en Brasil llega a un 10%.

La empresa emplea a más de 300 personas, cuenta con filiales en Chile, Brasil y México, y tiene representaciones en distintos países de Latinoamérica. Además, está en proceso de expansión en EE.UU.

En 2022, fue *sponsor* de Casa Foa y, por segundo año consecutivo, obtuvo la distinción del Sello Buen Diseño Argentino por su modelo Línea Evolution, la solución eficiente e innovadora en aberturas para grandes luces.

Softtek

Reconocimiento por gestión de diversidad

La compañía integradora de soluciones y servicios IT cumplió 25 años en Argentina. En 2022, se destacó en particular por su ges-

CCU

Fuerte presencia de sus marcas

Con sus marcas Heineken y Schneider, Compañía Cervecerías Unidas (CCU) estuvo presente en algunos de los sucesos deportivos y culturales más importantes del año.

Schneider fue *Sponsor* de la Selección Argentina de Fútbol, en un año clave. Además, volvió a apostar y firmó un nuevo acuerdo estratégico con la AFA para seguir siendo el *Sponsor* Oficial de la Selección hasta 2026.

Heineken, por su parte, se hizo presente en la primera edición de Primavera Sound Buenos Aires, con un escenario propio, en el cual

se presentaron artistas de primer nivel como Miranda!, ARCA y Björk. Además, contó con múltiples espacios y un *beer garden*.

En deportes, continuó siendo *sponsor* de la UEFA Champions League masculina y femenina. Este año, además, presentó una campaña con el objetivo de derribar los prejuicios sobre este rol y la participación de la mujer en el deporte. Además, durante el año, la marca se involucró de lleno en la problemática del *overworking* y el equilibrio entre la vida personal y laboral con sus dos campañas

The Closer y *The Office Cleaners*, que se llevaron a cabo luego de un estudio nacional en alianza con Trendsity. *The Closer* también incluyó el lanzamiento de un novedoso destapador con tecnología bluetooth que, al utilizarlo, desconecta automáticamente todas las aplicaciones de trabajo.

Por otra parte, CCU Argentina, filial del grupo chileno especializado en bebidas, logró este año ingresar a una nueva categoría de bebidas al adquirir una participación minoritaria de Aguas Danone Argentina, la mayor compañía del sector en el país. Aguas Danone cuenta en su porfolio con marcas clásicas e instaladas en el mercado, como Villavicencio, Villa del Sur, Ser y Levité.

PORTADA |

tión de talento y el armado de espacios de formación para jóvenes.

Por un lado, logró un reconocimiento de *Human Rights Campaign Foundation* como "Mejores lugares de trabajo para el talento LGBT+". Además, fue certificada por Great Place to Work en Argentina.

Con el objetivo de abrir oportunidades para futuros talentos y de impulsar acciones que ayuden a paliar el déficit del talento digital del sector IT, mediante un acuerdo con ORT abrió las puertas de la compañía a 50 estudiantes de quinto año de la secundaria de las orientaciones de Informática y Gestión. También, firmó un convenio marco con la UTN para entablar un vínculo de apoyo mutuo para un nuevo *Center of Excellence (CoE) SAP Business Technology Platform* que brinda cursos de especialización en tecnologías de la información para estudiantes avanzados y jóvenes profesionales.

Por otra parte, la compañía apeló a una experiencia 3D inmersiva en el metaverso como evento de inducción cultural a Softtek, para que los nuevos ingresantes se conocieran a través de un avatar con el que pudieran conversar, correr, bailar y teletransportarse.

En otro aspecto, recibió el premio a la innovación otorgado por ASUG por las soluciones de Portal de Clientes y Gestión de Contratos que realizó para Pampa Energía, en el marco de su proyecto de transformación digital.

Grupo Libertad

Máxima distinción por su gestión de energía

En el mes de septiembre, Grupo Libertad recibió el *Award of Excellence in Energy Management* que otorga el Foro Mundial de Gobiernos, empresas y expertos *Clean Energy Ministerial (CEM)* y se convirtió en la primera empresa de la Argentina en ser reconocida con este premio. Se trata del máximo galardón al liderazgo en gestión energética y la ceremonia tuvo lugar en la última cumbre realizada en Pittsburgh, Estados Unidos.

La compañía ha certificado la normativa internacional ISO 50.001, de la mano de IRAM, en su centro comercial Paseo Libertad Rivera Indarte, de la Ciudad de Córdoba. Se trata del primer *retailer* en certificar dicha norma y forma parte de la estrategia de sustentabilidad del grupo, que tiene como pilar el programa "Juntos en Acción", que se suma al acuerdo pionero de promoción de energías renovables que promueve desde 2019.

Clean Energy Ministerial (CEM) es un foro mundial de alto nivel que busca promover políticas y programas que promuevan la transición hacia una energía limpia. Reúne a una comunidad de países, Gobiernos, empresas, expertos y partes interesadas que representan el 90% de la capacidad de generación de energía renovable instalada, el 80% de las inversiones mundiales en energía renovable y la mayoría de la I+D pública.

Además de Grupo Libertad fueron distin-

guidas las compañías PT. ISM Bogasari Flour Mills Tbk, de Indonesia y Tyndall National Institute, de Irlanda, y otras 26 organizaciones, quienes recibieron la distinción "*Energy Management Insight Award*".

Grupo Libertad está presente en 10 ciudades de nueve provincias del país y cuenta con alrededor de 3.100 empleados.

Octopus Proptech

Una app para vecinos

Octopus, la plataforma especializada en soluciones para administración y gestión de consorcios, presentó un ecosistema digital con distintas capas para que quien administra pueda resolver todas las finanzas y la contabilidad de la comunidad, *country* o barrio. Permite gestionar las cuentas corrientes, cargar facturas, hacer los pagos a proveedores y liquidar los sueldos de los encargados. Durante 2022 también ha desarrollado la app destinada a los vecinos. Desde allí pueden resolver todas las cuestiones de su comunidad. Reservar un *amenity*, la parrilla, el SUM, gestionar y dar seguimiento a sus reclamos, ver su cuenta corriente, los números de la comunidad, quién pagó, quién no pagó, en qué se está gastando el dinero, votaciones de presupuestos, contratar proveedores, e incluso recibir y pagar las expensas.

En relación a la expansión de la marca, se ha consolidado en Argentina y en Uruguay, y proyecta abrir operaciones en el resto de los países de Latinoamérica, con foco en México. **M**

AP Biotech

Nueva planta para producir reactivos

La empresa fundada hace más de 10 años en Lomas de Zamora (Provincia de Buenos Aires), por Pablo Armas y Adrián Kalstein, se convirtió en uno de los principales proveedores de productos para detección de Covid por PCR en 2020, momento en que logró proveer insumos para realizar más de 7 millones de PCR a distintos centros de diagnóstico.

Dado el crecimiento que tuvo la empresa, decidió proyectar una nueva estrategia y en 2022, como primer paso, se convirtió en distribuidora exclusiva de la marca Erba Mannheim, fabricante de equipamiento y reactivos

para laboratorios de análisis clínicos. Además, como parte esta estrategia, AP Biotech decidió invertir para producir sus propios test PCR, que no solo pueden usarse para detectar Covid-19, sino cualquier tipo de virus como gripe, influenza o virus del papiloma humano (HPV).

En este marco, en diciembre de 2022, la compañía inauguró una planta destinada a la producción de reactivos para diagnóstico de uso *in vitro (IVD)*, que cuenta con habilitación de ANMAT. La planta, que implicó un desembolso de \$200 millones, tiene más de 2.800 m², 180

posiciones de depósito de temperatura controlada y más de 360 m³ de almacenamiento refrigerado. La capacidad de producción está planificada para realizar hasta 5.000 kits por mes, para detectar diversas patologías humanas. Se estima, además, sumar 50 nuevos puestos de trabajo en 2023.

Actualmente, AP-Biotech tiene más de 2.600 clientes y más de 60 personas empleadas, a las que se estima se sumarán otras 50 en 2023. El 55% son mujeres y, de ese porcentaje, el 47% ocupa posiciones de liderazgo.



Bayton

Uniendo con Pasión a Personas y Organizaciones en el Mundo del Trabajo.

B Staffing

B Professional

B Strategy

COLOFÓN |

Problema de los países pobres

Qué son Vuca y Spofs: siglas que sí importan

Hace doce años, en un Foro Económico Mundial de Davos, se escuchó por primera vez la palabra “Vuca”. El acrónimo de origen militar estadounidense significa “Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad”. Antes de la crisis financiera de 2008, no era una palabra conocida en Davos.

Los asistentes veían la globalización, el capitalismo de libre mercado y la democracia como cosas positivas que impulsaban el futuro. La *vuca* era sobre todo un problema de los países pobres. Hoy ya no. La crisis de 2008 debilitó el apego a las ortodoxias del libre mercado, mostró los peligros de una desregulación excesiva y desató un nivel de intervención gubernamental en las finanzas hasta entonces inimaginable.

Los años posteriores de flexibilización cuantitativa dañaron aún más las ideas convencionales al desnaturalizar el valor del dinero. Acontecimientos como la pandemia de Covid-19 y la crisis energética de 2022 propiciaron aún más intervención gubernamental. La democracia se debilitó por el aumento del populismo en Estados Unidos y Europa, y se intensificó la autocracia en países como China y Rusia.

La globalización también retrocede ante el aumento del proteccionismo, el nacionalismo y los conflictos militares. Los participantes en Davos se enfrentan a un mundo que se muestra más incierto e inestable que nunca. Llámese, si se quiere, *Vuca* al cuadrado. ¿Cómo deberían afrontarlo? Un punto de partida sería reflexionar sobre un nuevo acrónimo: Spof, o *Single Point Of Failure* (punto único de fracaso). El término fue acuñado por ingenieros para designar los ries-

gos que surgen cuando una máquina o sistema complejo depende de un solo engranaje, nodo o conducto.

Antes era un concepto que se invocaba con relación a estructuras a pequeña escala (por ejemplo,



cuando un coche solo puede funcionar si funciona un circuito). Pero en la actualidad, los Spof son también un problema macro. O si no, veamos las cadenas de suministro del comercio pre-covidico. A principios del siglo XXI, muchas empresas occidentales obtenían componentes esenciales de Asia. Cuando el transporte marítimo se paralizó, aparecieron graves problemas. Lo mismo ocurrió cuando Rusia invadió Ucrania. Esto se debe a que, en los comienzos del siglo XXI, se tenía tanta confianza en el libre mercado y la globalización que la economía mundial se interco-

nectó estrechamente y pasó a depender cada vez más de los movimientos financieros y comerciales concentrados y de los nodos.

Las crisis de la cadena de suministro obligan a las empresas es-

ses como Grecia, que dependen de cables submarinos para mantener el funcionamiento de Internet, son vulnerables a que se corten estos enlaces.

A medida que arranca 2023, muchos ejecutivos se apresuran a reorganizar las cadenas de suministro, crear ciberplataformas de reserva y adoptar el modelo “por si acaso”, que valoriza la resistencia además de la eficiencia.

El costo es uno de los problemas de este cambio. Un sistema muy depurado suele ser mucho más barato que uno con duplicados. Otro es cultural: cualquiera que haya crecido a finales del siglo 20, cuando imperaban las ideas del libre mercado, tiende a asumir que las empresas deben optimizar sus beneficios individuales.

La tarea de combatir los Spofs casi nunca puede ser abordada por una sola empresa; requiere la colaboración de los gobiernos. Además, si las empresas occidentales quieren reducir los riesgos que surgen al depender de un país como China para las baterías –o de Taiwán para los chips–, será necesaria una política industrial más amplia. Hasta ahora, países como Estados Unidos se han mostrado reticentes. De ahí que *Vuca* y Spof deban considerarse juntos. La última década no solo ha traído conmociones financieras, económicas, médicas y geopolíticas. También socavó las premisas de Davos. **M**

A veces no alcanza **con tener** todo lo necesario para cuidarte, sino entender como **contener** en cualquier momento.



**Junto a vos,
a lo largo de tu vida.**

osde

50
años

Existen prestaciones obligatorias de cobertura médico asistencial, infórmese de los términos y alcances del Programa Médico Obligatorio en la siguiente dirección de Internet: www.buenosaires.gov.ar. La Superintendencia de Servicios de Salud tiene habilitado un servicio telefónico gratuito para recibir desde cualquier punto del país consultas, reclamos o denuncias sobre irregularidades de la operatoria de trasposos. El mismo se encuentra habilitado de lunes a viernes de 10 a 17 horas, llamando al 0800-222-SALUD (72583) - www.sssalud.gov.ar - R.N.O.S. 4-0080-0, R.N.E.M.P. (Prov.) 1408. La figura humana ha sido retocada y/o modificada digitalmente.



Russell Bedford

taking you further

AUDITORÍA
CONSULTORÍA
OUTSOURCING
CONSULTORÍA FISCAL
SERVICIOS ACTUARIALES

te llevamos más allá

Juana Manso 555 6° piso - Av. Dorrego 1940 - Lima 287 5° piso - CABA
Constitución 43 - TANDIL - www.russellbedford.com.ar

