

Movilidad en Argentina

El sector automotor pisa fuerte y acelera su transformación

El potencial energético de Argentina: más allá del petróleo

Rendir cuentas en ESG es una prioridad

Work Life Balance y flexibilidad, temas prioritarios

Nuevo estudio: la opinión de los CEO del sector de consumo y *retail*

Avances tecnológicos, tensión entre entusiasmo y preocupación



NOS UNE LA CONEXIÓN MÁS FUERTE

Hace 30 años asumimos un enorme compromiso: operar, mantener y desarrollar la red de distribución más grande de la Argentina, para llevar gas natural a miles de hogares, comercios, pymes e industrias, de manera confiable y segura, las 24 horas, todos los días del año.

Desde entonces, somos parte de la vida de millones de personas en más de **360 localidades de 7 provincias del país.**

Nuestro vínculo cada día es más fuerte. **Nos conecta una gran red.**

Edición 1262 |

Director

Eduardo Bianco | ebianco@mercado.com.ar

Directora editorial-Editora

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Juan Martínez Ruiz

Viviana Lupi

Renato Tarditti

Diagramación

Diego Gorzalczany

Productos digitales

María Martínez

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 Contenidos

4 Carta

Temas estratégicos de la agenda argentina.

6 PORTADA

Movilidad en Argentina, El sector automotor pisa fuerte y acelera su transformación.

22 TALENTO

22 | *Work Life Balance* y flexibilidad, temas prioritarios.

24 | La competencia por el talento está lejos de terminar.

26 GESTIÓN SUSTENTABLE

26 | Rendir cuentas en ESG es una prioridad.

29 | US\$ 368 mil millones en pérdidas por desastres naturales en 2024.

30 | De la sostenibilidad también dependen la salud y el bienestar.

32 EMPRESAS

La Red Soldati se reafirma y proyecta mayor crecimiento.

34 INFORME

El potencial energético de Argentina: más allá del petróleo.

48 NEGOCIOS

48 | Cinco retos de la industria metalúrgica para 2025.

50 | Optimismo de los CEO del sector de consumo y *retail*.

52 | Adidas presentó la pelota oficial del Mundial de Clubes FIFA.

54 TECNOLOGÍA

54 | Avances tecnológicos: tensión entre entusiasmo y preocupación.

56 | China sigue sacudiendo el mundo de la IA.

58 VIDA Y ESTILO

58 | Argentina: principal productor de *vermut* en Latinoamérica.

59 | Bodega Malma, aldeas de terruño: Un nuevo concepto de alojamiento llega a la Patagonia.

61 | Pueblo, barrio privado y viñedos en Chapadmalal.

63 Colofón

El test de ADN como herramienta de prevención.

Movilidad en Argentina El sector automotor pisa fuerte y acelera su transformación

6 La industria automotriz argentina se prepara para un 2025 de crecimiento con innovación. Con una producción estimada en 500.000 unidades, las automotrices apuestan por la recuperación del mercado, la innovación tecnológica y la movilidad sustentable. Híbridos, eléctricos y digitalización marcan el rumbo de una industria que avanza hacia un futuro más eficiente y competitivo.



El potencial energético de Argentina: más allá del petróleo

34 El país se encuentra en un punto de inflexión en materia energética. Con vastos recursos naturales y una matriz diversificada, tiene el potencial de consolidarse como un actor clave en el abastecimiento de energía para la región y el mundo. Para lograrlo, deberá sortear las barreras que condicionan el desarrollo sostenido del sector.

CARTA DE LA DIRECTORA |

Movilidad y energía

Sectores que están redefiniendo el futuro

La movilidad y la energía están en plena revolución. La industria automotriz pisa el acelerador y el sector energético ajusta sus turbinas para lo que viene. Ambos atraviesan un punto de inflexión. La sustentabilidad y la innovación ya no son una opción, sino la única ruta posible.

El mercado automotor argentino, tras años de números bajos, se prepara para un 2025 con proyección de crecimiento. Se espera una producción de 500.000 unidades y un repunte del 20% en las ventas, debido a la reactivación del crédito y la mejora en la disponibilidad de vehículos, entre otros factores, que impulsan la demanda. Además, la recuperación de sectores claves como el agro, la minería y la energía tracciona la venta de pick-ups y camiones. Pero el verdadero cambio no está solo en los números: la movilidad evoluciona con la digitalización, los vehículos conectados y el uso de inteligencia artificial para optimizar la experiencia de conducción. La electrificación, aunque avanza, enfrenta desafíos. Las automotrices ya tienen en el tablero modelos híbridos y eléctricos, pero la falta de infraestructura de carga y los altos costos, entre otros factores, aún limitan su expansión. Mientras tanto, en el transporte de carga y pasajeros, alternativas como el gas y el biometano se posicionan como soluciones intermedias para reducir la huella ambiental.

En el sector energético, la Argentina tiene un potencial gigante que va más allá de Vaca Muerta. La producción de gas crece y las exportaciones se consolidan, pero siguen existiendo desafíos, como garantizar estabilidad regulatoria y lograr inversiones a largo plazo. En paralelo, las energías renovables continúan su expansión. El país ofrece diversas alternativas, en sus distintas regiones: de los vientos constantes de la Patagonia, a la radiación solar del noroeste, así como el hidrógeno verde, otra apuesta a la descarbonización. Incluso la energía nuclear, con nuevas tecnologías como los reactores modulares pequeños (SMR), busca su lugar en el mix energético.

Ambos sectores avanzan en una transformación inevitable. Las empresas que en-



tiendan esta nueva era –más eficiente, más digital y más sustentable– serán las protagonistas de la movilidad y la energía del futuro. En esta edición, exploramos los desafíos, las oportunidades y las claves de esta nueva etapa. Porque el cambio ya está en marcha.

Una agenda permanente

Como en cada edición, *Mercado* pasa revista de las temáticas que atraviesan la agenda corporativa y que se reflejan diariamente en nuestra página web. En Talento, visibilizamos un informe de Randstad sobre las nuevas demandas de las personas, quienes priorizan el equilibrio entre trabajo y vida personal. También, sobre la brecha de acceso a la inteligencia artificial -en cuanto a género y edad-. Además, otro informe, en este caso de Aon, enciende alarmas sobre la rotación de talento. En Gestión sustentable, se da cuenta de temas centrales como el reportar en ESG, los daños materiales que provocan los desastres climáticos y cómo los aspectos vinculados a la sustentabilidad también repercuten en la salud de las personas.

En Negocios, se mencionan tres casos particulares y disímiles. Por un lado, los retos que enfrenta la industria metalúrgica, en un contexto cada vez más competitivo. Por otro lado, el optimismo que parece señalar a los CEO de los sectores de Consumo y *Retail*, a partir de un estudio realizado globalmente por KPMG. Para cerrar, una novedad: la nueva pelota “tecnológica” que presentó Adidas, para el Mundial de Clubes de FIFA 2025, que tendrá lugar en Estados Unidos. Incluye un sistema de suspensión en el centro, que alberga y estabiliza un sensor de movimiento de unidad de medición inercial, que proporciona una visión sin precedentes de cada elemento del movimiento de la pelota. Esto promete mejora -y agiliza- la toma de decisiones de los jueces y del VAR.

En Tecnología, se presentan abordajes interesantes sobre la ambivalencia que generan los nuevos desarrollos tecnológicos y, para distender, en la sección Vida y estilo se dan a conocer nuevas propuestas de turismo y, por qué no, para vivir de una manera más distendida y sostenible. **M**



Sé parte de la transformación.

Repensamos el negocio de hoy para adaptarnos a los desafíos del mundo del mañana.

Conocé más en pwc.com.ar



[X](#) @PwC_Argentina [f](#) /PwCArgentina [v](#) /PwCArgentina [in](#) /PwCArgentina [@](#) /pwcargentina [t](#) @pwc_argentina

© 2024 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 |

Movilidad en Argentina

El sector automotor pisa fuerte y acelera su transformación

La industria automotriz argentina se prepara para un 2025 de crecimiento con innovación. Con una producción estimada en 500.000 unidades, las automotrices apuestan por la recuperación del mercado, la innovación tecnológica y la movilidad sustentable. Híbridos, eléctricos y digitalización marcan el rumbo de una industria que avanza hacia un futuro más eficiente y competitivo.



Luego de seis años con bajos volúmenes de ventas, que fluctuaron entre 300.000 y 400.000 unidades anuales, los principales referentes de la industria coinciden en que 2025 marcará un punto de inflexión, con un crecimiento estimado del 20%. Este repunte se debe a varios factores: la estabilización de las variables macroeconómicas, la mejora en la disponibilidad de vehículos y la recuperación de sectores claves como el agro, la minería y la energía, que impulsan la demanda de *pick-ups* y camiones.

La reactivación del crédito es otro elemento fundamental. Las automotrices están apostando por financiamiento más accesible para incentivar la compra de unidades nuevas. En cuanto a las exportaciones, el desempeño está más bien atado a la *performance* de Brasil, su principal destino, que juega un rol determinante en la consolidación del sector.

como generador de energía, sin depender de otros elementos para su recarga, por lo que trabaja mayormente en modo eléctrico. A su vez, el transporte de carga y pasajeros también se encuentra en un proceso de transformación. Scania destaca la importancia de transitar etapas intermedias hacia la electrificación, promoviendo alternativas como el gas y el biometano como soluciones viables en el corto plazo.

Claro que la electrificación también tiene retos a afrontar, en términos de sustentabilidad. Uno de estos es el de las baterías. En este sentido, en Skywell son optimistas, debido al avance permanente en investigación y desarrollo, tanto en la optimización de la vida útil de las baterías como en la creación de procesos de reciclaje cada vez más sofisticados.

En cuanto al segmento de movilidad urbana, las compañías como Cabify y DiDi están im-

niendo la forma en que los vehículos operan y se relacionan con su entorno.

La industria también ha incorporado tecnologías avanzadas en sus procesos de fabricación y gestión. Renault, por ejemplo, ha implementado el concepto de Metaverso Industrial, que permite un monitoreo en tiempo real de su red de producción global, optimizando la eficiencia operativa. Honda incorporó Sensing, que está compuesto por un sistema de cámara y sensores que realizan una lectura permanente de las situaciones de conducción. Scania, por su parte, ha conectado más de 18.500 vehículos en Argentina mediante su ecosistema digital, lo cual ha mejorado el rendimiento y la seguridad en el transporte de carga.

El futuro que viene

El sector automotor argentino enfrenta un futuro desafiante, pero lleno de oportuni-

{La industria automotriz ya no se limita a la fabricación y venta de vehículos. La digitalización ha cambiado las reglas del juego, al impulsar el concepto de movilidad como servicio.}

La electrificación como opción sustentable

Si bien la electrificación avanza a escala global, en Argentina el mercado de vehículos híbridos y eléctricos aún enfrenta barreras significativas. La falta de infraestructura de carga, los costos elevados y la carencia de incentivos gubernamentales representan desafíos para la masificación de estas tecnologías. No obstante, las automotrices han asumido el compromiso de liderar el cambio.

Marcas como Renault y Toyota han reforzado su portafolio de modelos híbridos y eléctricos, apostando por tecnologías que permitan reducir el impacto ambiental. Volkswagen y General Motors también han manifestado su interés en avanzar hacia una oferta más sustentable, con planes de incorporar modelos electrificados en los próximos años. Honda, por su parte, sumó en 2024 la tecnología e:HEV (*Hybrid Electric Vehicle*), un sistema híbrido que utiliza el motor de combustión

impulsando iniciativas para incorporar vehículos eléctricos y promover alternativas más sostenibles para el transporte en las ciudades.

Innovación y digitalización: la movilidad como servicio

La industria automotriz ya no se limita a la fabricación y venta de vehículos. La digitalización ha cambiado las reglas del juego, impulsando el concepto de movilidad como servicio. En este contexto, las plataformas de transporte han ganado protagonismo, mediante soluciones flexibles y adaptadas a las nuevas necesidades de los usuarios.

Empresas como Cabify y DiDi han integrado inteligencia artificial y análisis de datos para optimizar rutas, mejorar la seguridad y ofrecer una experiencia de usuario cada vez más personalizada.

A su vez, la conectividad 5G, la inteligencia artificial y la analítica predictiva están redefi-

des. Las proyecciones de crecimiento para 2025 generan optimismo, mientras que la transición hacia una movilidad más sustentable y digitalizada avanza, aunque con desafíos estructurales.

Este informe especial de *Mercado* refleja la visión de los protagonistas de la industria, quienes coinciden en que la clave será la capacidad de adaptación. Las empresas que logren combinar innovación, eficiencia y sustentabilidad serán las que lideren la transformación de la movilidad en Argentina en los próximos años.

El informe estuvo a cargo de Juan Pablo Martínez, Carina Martínez y Renato Tarditti

PORTADA |

Honda

La colaboración como estrategia

“El año 2024 fue un período de grandes logros para Honda en Argentina”, comenta Diego Coelho Mendes, gerente senior comercial de la marca. “Cerramos con un balance positivo y fortalecimos nuestro line-up en todas las divisiones de negocio”.

“En motos, continuamos siendo la empresa líder en producción y ventas en Argentina, un puesto que mantenemos desde hace siete años consecutivos. Cerramos con un 23% de participación de mercado y más de 100.000 unidades patentadas. En cuanto a automóviles, consolidamos nuestra posición con la llegada de la New CR-V y el lanzamiento del Civic Advanced Hybrid y de la CR-V Advanced Hybrid, que incorporaron la tecnología híbrida e:HEV de Honda. En cuanto a los productos de fuerza y *marine*, nos posicionamos como la marca más elegida en Argentina en el segmento de motores fuera de borda de cuatro tiempos, alcanzando una histórica participación “Somos optimistas de cara al año que comienza. Confiamos en la estabilidad del mercado, y este contexto de recuperación nos permitirá una mayor planificación y la posibilidad de aprovechar el impulso de las nuevas tecnologías, especialmente en híbridos. En un primer escenario, todos los indicadores de las principales variables muestran crecimiento con relación a 2024. Va a ser un año muy intenso de anuncios en todas las divisiones, continuando el camino que venimos transitando”, asegura el ejecutivo.

–¿De qué manera la inteligencia artificial, internet de las cosas y la conectividad 5G están remodelando el sector? ¿Cómo estas tecnologías pueden integrarse de manera eficiente para mejorar la movilidad urbana?

–Honda aspira a crear una sociedad en la que las personas puedan viajar con total tranquilidad. Para ello, no solo necesitamos mecanismos para automóviles y motocicletas, sino también tecnologías innovadoras que apoyen a las personas. De hecho, nuestros últimos lanzamientos en autos vienen equipados con tecnología Honda Sensing, que proporciona un alto nivel de seguridad y confort al conductor y está compuesta por un sistema de cámara y sensores que realizan una lectura permanente de las situaciones de conducción. Y en 2024 también llegó al país



Diego Coelho Mendes. “Las automotrices estamos listas”.

la exclusiva tecnología e:HEV (HEV significa *Hybrid Electric Vehicle*), un sistema híbrido “mucho más eléctrico” que utiliza el motor de combustión como generador de energía, sin depender de otros elementos para su recarga, por lo que trabaja mayormente en modo eléctrico. Este sistema cuenta con cuatro modos de funcionamiento: Eléctrico, Híbrido, de Combustión y Regeneración. Estos son solo dos ejemplos de cómo la tecnología y la IA están remodelando los vehículos y, además, están alineados con nuestros objetivos globales a 2050: una sociedad libre de colisiones fatales con vehículos de Honda y cero impacto ambiental en todos nuestros productos y actividades corporativas.

Sumar fuerzas

–Con el auge de los vehículos eléctricos y las energías renovables, ¿cuáles son los principales obstáculos para alcanzar una movilidad verdaderamente sustentable, considerando tanto la producción como el reciclaje de componentes como las baterías?

–Nuestro objetivo es continuar liderando la industria en esta “era de neutralidad de carbono”, sumando productos eléctricos mientras se continúa avanzando en ICE (motores

de combustión interna). Las automotrices estamos listas, y para ello es clave el trabajo colaborativo entre distintos actores del sector. Un claro ejemplo de nuestra preocupación y avance es la llegada al país de otras opciones, como las alternativas híbridas.

–¿Qué papel juegan las colaboraciones público-privadas y los incentivos gubernamentales en acelerar la transición hacia un sistema de movilidad más sostenible? ¿Cuáles son los principales desafíos de Argentina, en este sentido?

–Son claves en la aceleración de la transición, como así también en la reducción de siniestros de tránsito. En este sentido, recientemente adherimos al Pacto de Seguridad Vial que impulsa la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV) como aliado responsable en la gestión de la seguridad vial desde el ámbito privado y para ampliar los límites de acción del organismo estatal. Este acuerdo nos permite sumar fuerzas para aportar valor desde distintas dimensiones en pos de un cambio cultural basado en la responsabilidad compartida para la movilidad del futuro. J.P.M.

Investigamos,
producimos
y distribuimos
**medicamentos
de excelencia
con los más altos
estándares
de calidad**



**para que nunca
dejes de ponerte
metas nuevas.**



Gador
Al cuidado de la vida

Queremos que tu vida
mejore todos los días.

PORTADA |

Renault Argentina

La electrificación ya es una realidad

El año 2024 tuvo desafíos significativos en un contexto macroeconómico complejo. A pesar de este panorama, nuestro mercado mostró una notable recuperación en el segundo semestre.

Por Pablo Sibilla (*)

Factores como la disminución del riesgo país, la baja de la inflación, la recuperación de reservas y la reducción de los plazos para acceder al MULC son indicadores positivos que refuerzan nuestra confianza en una estabilización y recuperación más sólida.

Con esta perspectiva, esperamos cerrar el año de manera favorable y proyectamos que, aunque los desafíos para 2025 serán importantes, el mercado en recuperación estará en torno de las 500.000 unidades, superando los niveles de 2023.

En 2024, Renault realizó cinco lanzamientos claves para el mercado argentino: el Kwid E-Tech, el Megane E-Tech, el Kangoo E-Tech y, más recientemente, el Kardian y el nuevo Kwid. La electrificación ya es una realidad para Renault. En línea con nuestro objetivo de democratizar el acceso a esta tecnología, lanzamos modelos 100% eléctricos como el Kwid, el Kangoo y el Megane E-Tech, siendo este último el emblema de nuestra nueva era de movilidad. Con nuestra gama E-Tech, no solo estamos revolucionando la movilidad eléctrica, sino que también ofrecemos alternativas ecológicas y viables que consolidan nuestro liderazgo en esta tecnología.

De cara al futuro, entre 2024 y 2025, Renault Argentina tendrá 10 lanzamientos, entre renovaciones y vehículos totalmente nuevos. Esto refuerza nuestro compromiso con la innovación y la adaptación a las necesidades del mercado argentino.

En Renault, la innovación es un tema clave: desde procesos internos, en finanzas, por ejemplo, hasta cuestiones que involucran a la producción como iniciativas de industria 4.0 o una profunda transformación que hicimos en cuanto a lo comercial. El foco principal de estas iniciativas es impulsar la satisfacción del cliente, acompañar las tendencias del mercado y cuidar de los recursos naturales. Por ejemplo, nuestra fábrica de Santa Isabel,



Pablo Sibilla. La innovación en el centro.

ubicada en la provincia de Córdoba, es parte de un sistema de monitoreo integral que se denomina Metavers (meta del Universo Industrial conectado) por Metaverso Industrial, a través de la cual se accede a información en tiempo real de los flujos sincronizados de producción de todas las plantas de Grupo Renault. Básicamente, involucra una representación en tiempo real de todas las plantas del mundo en un único sistema que monitorea el sistema industrial, desde el aprovisionamiento de piezas hasta la entrega del vehículo terminado al *dealer*. En este sentido, la planta logra que sus procesos sean más eficientes al tener la información e indicadores precisos en el momento justo. Así la toma de decisiones se vuelve mucho más rápida, con la posibilidad de analizar datos y tener acceso a información de otras plantas del grupo para lograr una producción más eficiente, com-

partiendo buenas prácticas y sinergia hacia la optimización del sistema industrial en el contexto de Industria 4.0.

Más valor a la oferta

Renault Argentina fue la primera marca en lanzar un vehículo 100% eléctrico en Argentina, con el Kangoo ZE en 2018. Llevamos más de 110 unidades vendidas desde su lanzamiento, y Kangoo Z.E. continúa agregando valor a la oferta de productos de la marca. Este modelo ha sido adoptado por empresas de energía, logística, laboratorios, entidades públicas y municipios, que persiguen objetivos corporativos de carbono neutralidad, evidenciando la confianza y adaptabilidad de nuestra propuesta eléctrica en el mercado argentino.

En ese sentido, con 12 años de experiencia en la concepción, desarrollo y comercialización de vehículos eléctricos a escala global, seguimos ampliando nuestro portafolio con la llegada de la línea E-Tech, que incluye tres modelos totalmente eléctricos: Kwid, Kangoo y el embajador de esta nueva etapa, el Megane E-Tech 100% eléctrico que presentamos hace solo algunas semanas en nuestro país. Por su parte, nuestros principales desafíos son los precios (todavía elevados), la infraestructura, y las políticas gubernamentales que fomentan las nuevas tecnologías de bajas emisiones.

La movilidad futura está más ligada a las ciudades que a los países. Las necesidades y las problemáticas son bien diferentes, y las políticas públicas deben, en ese sentido, estar localizadas y adaptadas a las necesidades puntuales de cada ciudad. Sin dudas, la infraestructura hoy es mucho más robusta que aquella cuando lanzamos el primer eléctrico en 2018.

(*) *Presidente y director general de Renault Argentina*

Toyota

Mejorar la competitividad, el gran reto

Tenemos una perspectiva optimista respecto del crecimiento del mercado en 2025, apuntalado sobre los motores de la recuperación que vimos en el segundo semestre de 2024: una mejora en las expectativas de los clientes, mayor oferta de vehículos; el impulso del agro, la minería y la energía; la reaparición del crédito, y el rezago en la renovación de vehículos de años anteriores.

Por Gustavo Salinas (*)

Argentina arrastra ya cinco años con un mercado cerca de las 400.000 unidades, un nivel bajo para un país que llegó a superar las 800.000. Para este año, proyectamos más de 500.000 unidades. Confiamos en que la economía siga estabilizándose y que esto impulse el crecimiento.

El mayor desafío será sin dudas mejorar en la competitividad de nuestra operación y de nuestro sector en general, tanto puertas adentro en nuestras fábricas y en toda la cadena de comercialización, como puertas afuera. Esto, en cuatro dimensiones: eficiencia operacional, infraestructura, costos logísticos y estructura impositiva. Es fundamental que trabajemos en la competitividad para la exportación. Toyota Argentina exporta el 80% de su producción a 22 países de América Latina y nuestro país se ha consolidado como el cuarto productor global de *pick-ups* medianas. La industria automotriz es el primer sector en exportaciones industriales de Argentina y el cuarto a escala general. Necesitamos mejorar en competitividad para potenciar ese perfil exportador.

Para hablar del futuro de la industria de la movilidad se suele utilizar el acrónimo CASE: vehículos cada vez Conectados, Autónomos, Compartidos (*Shared*) y Electrificados. Esos cuatro vectores ilustran muy bien las oportunidades que nos ofrece la tecnología para ofrecer soluciones de movilidad cada vez mejores y también los desafíos que tenemos las compañías en un entorno cada vez más competitivo.

Respecto de los vehículos autónomos, es importante mencionar que también hablamos de un proceso. Es decir, no se trata de un salto sin escalas hacia vehículos 100% sin conductor, sino que se han desarrollado (y siguen en



Gustavo Salinas. Liderazgo en vehículos eléctricos.

desarrollo) sistemas de asistencia al conductor que contribuyen a nuestro objetivo principal: reducir los accidentes de tránsito. Hoy, nuestro paquete de seguridad activa Toyota Safety Sense incluye una serie de funciones de avanzada que detectan peligros y asisten al conductor para evitar o mitigar accidentes. No se trata de una tecnología reservada a vehículos de lujo, sino que ya se ofrece en Yaris, nuestro modelo de entrada a la familia Toyota, en toda la gama de versiones de Corolla y Corolla Cross, en Hilux, SW4 y otros.

Hacia la neutralidad de carbono

Por último, debemos mencionar la electrificación y la transición hacia la neutralidad de carbono. La estrategia de Toyota en este punto parte de dos premisas fundamentales: que debe trabajarse en todo el ciclo de vida, desde la producción hasta la disposición final (es decir, más allá del "caño de escape"), y que no existe una única tecnología capaz de resolver el enorme desafío de reducir emisiones.

Vivimos en un mundo diverso, con personas diversas, que se mueven en contextos diversos. Por eso nuestra estrategia se basa en la diversidad de tecnologías.

Actualmente, Toyota comercializa cuatro tecnologías de vehículos electrificados a escala global: Vehículos Eléctricos Híbridos (HEV); Vehículos Eléctricos Híbridos Plug-In o "enchufables" PHEV; Vehículos Eléctricos a Batería (BEV) y Vehículos Eléctricos de Celdas de Combustible de Hidrógeno (PHEV). Además, existen prototipos y proyectos de desarrollo en dos campos que presentan una nueva oportunidad para reducir o eliminar las emisiones de los motores de combustión interna: los combustibles *carbon neutral* (biocombustibles y *e-fuels*) y la combustión de hidrógeno.

Todas estas tecnologías son necesarias para avanzar hacia la neutralidad de carbono, partiendo de la base de que esta no es simplemente un punto de llegada sino también un proceso: debemos reducir las emisiones ahora mismo, lo máximo que se pueda.

Toyota hoy lidera este proceso en Argentina con más del 75% de las ventas de vehículos electrificados. Fuimos pioneros en la introducción de la tecnología híbrida en 2009, y los primeros en producir vehículos híbridos en América Latina (Corolla y Corolla Cross Hybrid). En 2025 lanzaremos un nuevo modelo compacto híbrido producido en Brasil. Creemos que la tecnología híbrida es la más adecuada para reducir emisiones en Argentina actualmente, mientras desarrollamos la infraestructura de carga necesaria para el despliegue de otras tecnologías. Esto ya lo estamos haciendo: en 2024 introdujimos RAV4 PHEV (híbrido enchufable) en nuestra oferta de Kinto y comenzamos la instalación progresiva de cargadores eléctricos en nuestra red de concesionarios.

(*) *Presidente de Toyota Argentina*

PORTADA |

Volkswagen

“Seguimos apostando por el volumen”

En la presentación estival de las automotrices en la costa atlántica, donde las compañías atraen las miradas de los veraneantes con sus productos y novedades más emblemáticas, Martín Massimino, director comercial de Volkswagen, dialogó con Mercado sobre las tendencias del sector, los planes de la marca y los grandes temas que atraviesan la agenda de la automotriz alemana.

En entrevista uno a uno con *Mercado*, Martín Massimino, director comercial de Volkswagen, evalúa el futuro del sector con entusiasmo “Vemos el panorama con mucho optimismo –asegura–. Este año, el mercado va a tener un crecimiento muy importante respecto de 2024. Creo que todas las marcas coincidimos en que el mercado va a estar en un piso de 500.000 unidades, lo que representa un crecimiento de más del 20% respecto del año anterior. En Volkswagen, no hemos parado las inversiones en nuestra región y próximamente tendremos varios lanzamientos. Algunos fueron confirmados en el *stand* de Cariló, como es el caso de Vento y de Nivus, pero también vamos a sumar un lanzamiento a mitad de año que es muy importante para nosotros: el Tera, un nuevo SUV producido en Brasil que va a llegar en el mes de julio. Por todo esto, tenemos mucha expectativa y seguimos apostando al volumen.

–¿Qué podemos esperar de Volkswagen para 2025? ¿Creés que puede seguir con esa pendiente ascendente?

–Creo que se ha hecho un gran trabajo entre los equipos de Volkswagen y la red de concesionarios. Hubo mucho apoyo de nuestra red de concesionarios, y mucho diálogo para tratar de pasar estos años difíciles de la mejor manera. El haber apostado siempre al volumen nos ha permitido cerrar el 2024 como la marca que más creció en volumen y en *share* contra el año anterior. Para 2025, hay mucha expectativa y una apuesta grande a sostener esta participación de mercado, que fue de casi el 17% el año pasado, e incluso a incrementarla.

Eficiencia y electrificación

–En el contexto de grandes cambios que



Martín Massimino. Mirada de largo plazo.

está experimentando la industria, ¿cuál es la perspectiva y la posición de Volkswagen con respecto a dos temas que van a ser cruciales en el futuro: la sustentabilidad y la capacitación de recursos humanos para adaptarse a las nuevas tecnologías?

–Respecto a la sustentabilidad, en primer lugar, Volkswagen en los últimos años ha trabajado en motorizaciones más eficientes. Hoy los motores que equipan nuestros autos son mucho más eficientes que hace cinco años, o sea que ha habido una gran evolución. También estamos trabajando en nuestras fábricas para reducir las emisiones y con nuestra red de concesionarios hay proyectos muy interesantes. Por ejemplo, en Córdoba, tenemos un concesionario que tiene un espacio muy grande con paneles solares, que no solo los abastece sino que genera más energía de la que necesita. También existe un compromiso grande de cara al futuro. Si bien los vehículos híbridos y eléctricos, especialmente estos últimos, van a demorar un poco su llegada a la

región, estamos trabajando para tenerlos en el futuro, lo cual sería otro gran paso en términos de cuidado del medio ambiente.

–¿Cuál es la perspectiva de la llegada de vehículos electrificados Volkswagen?

–Preveo tener productos electrificados para finales del año que viene. Claramente en volúmenes bajos, pero vamos a empezar a desplegar nuestra estrategia eléctrica en Argentina hacia finales de 2026.

Crecimiento asegurado

–Por último, más allá de la visión optimista acerca de 2025, y dado lo imprevisible de la historia económica argentina, ¿manejan algún escenario distinto o están absolutamente convencidos de que se irá en esa dirección?

–En el caso de nuestra industria, creo que el primer aspecto positivo es que venimos de una industria con cifras históricamente bajas. Entonces, hablar de 500.000 autos cuando veníamos de mercados, de 700.000, promedio 10 años prepandemia, siguen siendo mercados bajos para Argentina. Creo que ese es el piso y hay oportunidad de crecimiento. Y siempre decimos lo mismo: en nuestra industria, a diferencia de otras, uno planifica a largo plazo y tiene que saber que esto es parte de los riesgos que se corren. Siempre con la mirada en el largo plazo hemos logrado éxitos, proyectos, producción argentina, dar empleo local, hacer crecer nuestra red de recursos. Creo que esta es la mirada que tiene la región y también Alemania, después de años de presencia en Argentina con una planta e invirtiendo. Existe una mirada estratégica de futuro y situaciones que puedan suceder temporalmente no cambian esta estrategia a largo plazo.

R. T.



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

PORTADA |

GM

"Buscaremos a los clientes de manera proactiva"

Este verano, la coqueta ciudad balnearia de Cariló se convirtió en el epicentro de la actividad automotriz. Allí, General Motors despliega su oferta más icónica, con la que busca posicionarse. En este escenario, Andrés Carfagna, director comercial de GM Argentina, Uruguay y Paraguay, repasa los puntos claves del negocio, en entrevista uno a uno con Mercado.

En línea con los distintos referentes del sector automotor, Andrés Carfagna, director comercial de GM, prevé un muy buen año. "Para ponerlo en contexto –explica–, van seis años seguidos, de 2019 a 2024, en los que la industria registra entre 300.000 y 400.000 unidades anuales. Venimos de un ciclo bastante extenso de un mercado relativamente pequeño. Si este año se alcanzaran las 500.000 unidades, significaría un crecimiento de un 20%, lo cual sería un hito importante", detalla. "Luego veremos cómo continúa, pero las perspectivas indican que esto es posible, y nosotros, con todos los lanzamientos que estamos presentando en nuestro stand Chevrolet de Cariló, sin dudas vamos a poder acompañar ese crecimiento".

–Entonces, ¿qué más podemos esperar de Chevrolet para 2025?

–Hacia finales de 2024, hemos renovado buena parte de nuestro portafolio, con Spin, S10, Trailblazer y Silverado. También estamos mostrando la Blazer EV, que todavía no está lanzada a la venta, pero en la que estamos trabajando. Creemos que tenemos una gama súper amplia, con opciones para todos los clientes, lo cual nos posiciona en un muy buen lugar en 2025. Tenemos también una red de concesionarios muy sólida y con ganas de recuperar un lugar perdido en términos de ventas. El concesionario, por definición, quiere vender todos los días un poco más y venimos con una posición más conservadora. Por lo tanto, creo que se conjugan la industria que crece y la marca que sale a buscar a los clientes de una manera más proactiva.

–Pensando con un poco más de perspectiva, ¿cuál es la posición de Chevrolet con respec-



Andrés Carfagna. Preparados para los vaivenes.

to a dos temas que van a ser cruciales en el futuro: la sustentabilidad y la capacitación de recursos humanos para adaptarse a las nuevas tecnologías?

–En términos de sustentabilidad, los motores de combustión (que representan el 99% de lo que se vende en nuestro mercado) hoy son turbo en casi el 100% de los casos. Los motores turbo tienen un consumo muy eficiente y en la actualidad se encuentran en casi toda la gama de productos. Un buen ejemplo es Onix, que tradicionalmente representó un segmento de una gama de precios más baja, con mecánicas más antiguas, y hoy todos los que ofrecemos vienen con motores turbo. Ese es un camino para ir ganando eficiencia y sustentabilidad, en esta transición hacia los autos eléctricos. Nuestra visión como compañía a escala global es "triple cero": cero emisiones, cero congestiones y cero accidentes. El Blazer EV va en esa línea y por eso que-

ríamos mostrarlo en el stand. Tenemos un portafolio muy grande de autos eléctricos, principalmente en Estados Unidos y China. En Estados Unidos cerramos 2024 siendo segundos en ventas de vehículos eléctricos. Si bien no era un producto tradicional para GM, ya tenemos la segunda posición con varios lanzamientos. De todas maneras, todavía no los tenemos en nuestro mercado. Por ejemplo, en Argentina, vendemos Equinox pero con motor de combustión; en Estados Unidos salió una versión eléctrica el año pasado que ya tiene una gama de precio más masiva, más cercana a su equivalente a combustión. Eso significó un crecimiento importante en nuestras ventas. Y creo que la industria va a ir por ese lado: buscando alternativas eléctricas en gamas de precios más accesibles para el público en general, para que deje de ser algo de nicho y se convierta en un producto más masivo.

Perspectivas

–Hay un tema que es complejo. Si bien el escenario para volver a importar es apropiado, GM es productor en Argentina y la relación del tipo de cambio es compleja, más aún con la devaluación de Brasil. ¿Cómo enfrentan ese desafío? ¿Lo consideran un escollo que se va a saltar o van a prepararse para un escenario más permanente con esta "correlación de fuerzas" con Brasil?

–Creemos que es un obstáculo que se va a saltar. Tenemos producción en Argentina y en Brasil para Sudamérica, y desde acá exportamos. Y en Sudamérica, históricamente las monedas fluctúan y aparecen estos desbalances, porque una se movió antes o más rápido que la otra. No es solo el caso de Argentina y Brasil. Exportamos Tracker a Colombia, por poner un ejemplo, con lo cual la mis-

ma planificación de mediano o de largo plazo asume esos vaivenes, que ya están considerados. Por lo tanto, son situaciones que hay que sobrellevar.

–Por último, ¿podría darnos una perspectiva con respecto a la actividad industrial de

Chevrolet en Argentina?

–Nuestra planta de Argentina produce mucho más para exportación que para el mercado interno. Esto es así por la diferencia de escala entre los mercados de Brasil y de Argentina. Por esto, las perspectivas de Argentina son positivas. Lo que no podría adivinar

es qué va a pasar a futuro con el mercado de Brasil. Menciono esto porque es la parte más sensible de los volúmenes de la fábrica: si Brasil “tira”, el potencial de crecimiento es muy grande; si se frena, vamos a quedar desbalanceados.

R.T

Skywell

Una tendencia irreversible

“En línea con la tendencia marcada por el mercado automotor argentino durante los últimos meses de 2024, vemos una notable recuperación en los volúmenes de venta, lo que nos da la esperanza de poder seguir este año en la senda del crecimiento”, cuenta Diego Sánchez Navarro, socio gerente de la firma.

“Sin dudas, las energías alternativas son la gran tendencia internacional en todo lo que respecta al sector automotor”, destaca Diego Sánchez Navarro, al ser consultado por las tendencias globales que marcan el futuro de la movilidad. “En particular, los motores híbridos, híbridos enchufables y eléctricos puros mantienen un crecimiento sostenido, particularmente en mercados de gran importancia como Estados Unidos, Europa y China. En Argentina, se están dando recién los primeros pasos en ese sentido, pero estamos convencidos de que es una tendencia irreversible y que en el país tenemos un gran potencial de crecimiento”.

–Respecto de los vehículos eléctricos y las energías renovables, ¿qué retos son los más destacables, para alcanzar una movilidad verdaderamente sustentable?

–El desafío de un futuro más sustentable es real y concreto, y los vehículos eléctricos son parte fundamental de la ecuación. Estamos viendo avances muy significativos en investigación y desarrollo, tanto en la optimización de la vida útil de las baterías como en la creación de procesos de reciclaje cada vez más sofisticados. Año tras año, las tecnologías evolucionan y las baterías duran cada vez más y son cada vez más eficientes y baratas. Esta evolución permitirá no solamente maximizar el uso de recursos, sino también consolidar la cadena de valor de la movilidad eléctrica.



Diego Sánchez Navarro. El cambio está en curso.

Los incentivos son necesarios

–En el marco de la transición hacia la movilidad eléctrica y conectada, ¿qué transformaciones en la infraestructura son esenciales para evitar cuellos de botella en su implementación? ¿Cómo evalúa la situación de Argentina en este sentido y cuáles son los retos más acuciantes?

–La transición hacia la movilidad eléctrica requiere invariablemente de una infraestructura que acompañe y facilite su adopción. En Argentina, el avance en estaciones de carga, especialmente de carga rápida, será esencial para dar confianza a los usuarios, tanto actuales como potenciales. Además, la integración de sistemas de transporte público eléctrico y la planificación de espacios urbanos amigables con los vehículos eléctricos son pasos necesarios para optimizar el tránsito en las ciudades.

Sabemos que queda mucho camino por recorrer, pero estamos convencidos de que Argentina tiene un gran potencial para adoptar estas transformaciones. Las inversiones actuales y futuras en infraestructura eléctrica y estaciones de carga son una clara señal de que el cambio está en curso, y las políticas iniciales para promover vehículos eléctricos son señales positivas. Si a esto le agregamos políticas gubernamentales que fomenten estas nuevas tecnologías, tales como incentivos fiscales o programas de promoción industrial para energías alternativas, el ritmo de avance de esta revolución podrá ser cada vez mayor.

J.P.M.

PORTADA |

Scania

Atravesar pasos intermedios

“El desarrollo de sectores claves, como son la minería, la industria de Oil & Gas y el agro, requiere de diversos proveedores estratégicos, entre ellos el transporte pesado. Por lo tanto, entendemos que su fortalecimiento se reproducirá en toda la cadena de valor”, declara Lucas Woinilowicz, gerente de Desarrollo de Negocios y Transporte Sustentable de la marca.

“Desde Scania continuamos trabajando mediante alianzas estratégicas para promover un sistema de transporte más sustentable. Por este motivo, creemos que sería muy importante para la industria automotriz que se establecieran metas de reducción de emisiones y planes de trabajo entre el sector público y privado que fomenten el desarrollo de energías alternativas en el sector de transporte, para así fomentar combustibles más limpios. Esto es muy importante dado que el futuro de la movilidad avanza hacia la electrificación, y para eso es necesario atravesar pasos intermedios: nuestra propuesta es que se genere primero una masa crítica de vehículos que utilizan gas como combustible, para poder implementar luego la tecnología del biometano. Consideramos que el impulso de alternativas más eficientes es troncal en el desarrollo del sector durante este 2025”, desarrolla Lucas Woinilowicz, gerente de Desarrollo de Negocios y Transporte Sustentable de Scania, en entrevista con *Mercado*.



Lucas Woinilowicz. Es imprescindible la inversión estatal en infraestructura.

–¿De qué manera las nuevas herramientas tecnológicas están reconfigurando el sector? ¿Cómo estas tecnologías pueden integrarse de manera eficiente para mejorar la movilidad urbana?

–En Scania, cada uno de nuestros vehículos está conectado a través de tecnología inteligente, sensores avanzados y conectividad inalámbrica. Esta infraestructura permite que cientos de miles de vehículos y motores en uso estén constantemente conectados en todo el mundo, generando datos que proporcionan información compartida con los usuarios y que reutilizamos a su vez para mejorar los planes de mantenimiento de esas unidades y la *performance* de los conductores. Son más de 620.000 vehículos Scania conectados a escala global, de los cuales 18.500 corresponden a Argentina. Toda esta información circula y se visualiza a

través de My Scania, el ecosistema digital de la compañía al cual acceden tanto los conductores a través de Driver App, como los transportistas a través de Scania Fleet App, para conocer en tiempo real toda la información de su flota.

El uso de internet y la conectividad nos permiten contar con un ida y vuelta constante entre el vehículo y la terminal, y el conductor y el dador de carga o el operador de transporte público. Esto posibilita que generemos operaciones cada vez más eficientes, en términos de optimización de los recursos, entre ellos, el consumo de combustible, el cuidado de los neumáticos y de toda la unidad en sí.

Existen distintas tecnologías que se aplican en grandes ciudades del mundo, inclusive en Buenos Aires, y que posibilitan mayor eficiencia en la movilidad urbana, por ejemplo, en el transporte público con la información de ho-

rarios y trayectos de cada unidad, o respecto a la actualidad en tiempo real del tránsito. Si esta información es bien utilizada, la movilidad será más práctica y ágil, además de más eficiente y amigable con el medio ambiente y la comunidad en general.

Desafíos significativos

–¿Qué tendencias internacionales tienen el potencial de transformar la movilidad en contextos locales? ¿Cuáles son los principales desafíos de adaptar estas innovaciones a las realidades económicas y culturales de la Argentina?

–Las tendencias internacionales apuntan a sistemas de transporte público más eficientes, con vehículos como buses articulados y bi-articulados que transportan cientos de personas en simultáneo en lugar de depender de autos individuales. Lo mismo sucede en el caso de los camiones, con la incorpora-

Reiniciar
Capacidad
Tecnología
Velocidad
Revitalizar



Tu futuro comienza hoy y cada segundo cuenta.
¿Cómo mantener la resiliencia mientras se desarrolla
tu futuro digital?

www.deloitte.com/ar



PORTADA |

ción de bitrenes que transportan más toneladas y de carriles exclusivos y rutas específicas para este tipo de tecnologías.

Esto reduce emisiones de gases de efecto invernadero, libera espacio urbano y optimiza la movilidad. Además, la incorporación de semáforos inteligentes prioriza vehículos con mayor capacidad de pasajeros, mejorando el flujo vial.

Implementar estas soluciones en Argentina enfrenta desafíos significativos. Es imprescindible la inversión estatal para el desarrollo de infraestructura clave, ya que estos sistemas requieren altos costos iniciales que no pueden ser absorbidos completamente por los pasajeros. Modelos exitosos en países como Alemania muestran la funcionalidad de un rol activo del Estado para financiar tecnolo-

gías e infraestructura, mientras los privados operan el sistema.

Es importante también fomentar la educación vial y políticas que incentiven el uso eficiente de vehículos, como carriles exclusivos y beneficios para autos compartidos, alineando el contexto local con tendencias globales.

J.P.M.

Cabify

Un servicio de calidad, personalizado, sostenible y seguro

La movilidad en las grandes ciudades cambió, sobre todo en los últimos años, impulsada por la tecnología, la sostenibilidad y los hábitos y consumos de los usuarios. Cabify surge como respuesta a esos cambios y los acompaña con innovación e inversión.

Por Manuel Machado (*)

Pensando en las principales tendencias que aparecieron en materia de movilidad, podemos hablar fundamentalmente de electrificación y vehículos compartidos, así como también de la demanda por opciones de transporte más sostenibles, que es cada vez mayor.

En este sentido, Cabify tiene como objetivo incorporar a su flota vehículos eléctricos, de la mano de alianzas y acuerdos con diferentes empresas. Por otro lado, la personalización y la experiencia de uso distintiva está en la propuesta de valor de la compañía. En esto la tecnología juega un papel relevante a partir de la utilización de datos para ofrecer recomendaciones personalizadas, como rutas óptimas o sugerencias de servicios complementarios.

Por otro lado, se encuentran los programas de fidelización, como Cabify Club, que premian el uso. Es otra de las características de los nuevos modelos de movilidad.

La seguridad de usuarios pasajeros y usuarios conductores es una prioridad para Cabify, y es por eso que, en los últimos cinco años, la compañía ha invertido cerca de \$40 millones en I+D+i en diferentes funcionalidades y servicios que se adaptan a las diversas necesidades de los usuarios y del planeta.



Manuel Machado. Alianzas y personalización.

Tecnología para la movilidad

Además de las funcionalidades visibles en la aplicación, Cabify cuenta con más de 20 procesos y herramientas enfocados a garantizar la seguridad de sus usuarios. Entre ellos, la validación de la documentación del conductor-usuario, las revisiones periódicas de los vehículos, los seguros de accidentes contratados por los conductores, la protección de datos de los usuarios y un centro de soporte 24/7 disponible a través de la app, la web

y las redes sociales. La implantación de estas funcionalidades ha conseguido aumentar notablemente la seguridad tanto de los conductores como de los usuarios.

Es importante destacar que la tecnología es el motor de la innovación en la movilidad. Cabify es una compañía de Tech Mobility.

Las apps de movilidad enfrentan diversos retos como la regulación. La normativa en el sector de la movilidad es compleja y cambiante, y es por eso que Cabify mantiene un diálogo constante con los reguladores y se adapta a los nuevos marcos legales.

A su vez, el mercado de la movilidad es altamente competitivo. La compañía se diferencia ofreciendo un servicio de calidad, personalizado, sostenible y seguro.

Año tras año, Cabify consolida su posición en el mercado de la movilidad en Argentina. Al adoptar las últimas tendencias tecnológicas, enfocándose en la sostenibilidad y ofreciendo la mejor experiencia de usuario, la compañía continuará creciendo y transformando la forma en que nos movemos por las ciudades.

(*) Head of Growth de Cabify Argentina y Uruguay



Futuro

Construir un futuro sostenible, con la confianza que transforma tus ideas en realidad. BBVA, décadas en Argentina brindando respaldo e impulsando sueños y proyectos.

¿Avanzamos?

BBVA

bbva.com/es/sostenibilidad/

Los accionistas de Banco BBVA Argentina S.A. limitan su responsabilidad a la integración de las acciones suscriptas según Ley 19.550 y Ley 25.738. CUIT- 30-50000319-3. Av. Córdoba 111, piso 31. CABA (CP: C1054AAA).

PORTADA |

DiDi

Nuevas demandas del mercado

Las tendencias en movilidad muestran un enfoque cada vez más multimodal y flexible en el que las aplicaciones como DiDi juegan un papel crucial al ofrecer diferentes opciones para moverse por la ciudad ajustadas a las necesidades de cada pasajero.

Por Delfina Orlando (*)

La compañía apuesta por expandir sus opciones de movilidad disponibles en la aplicación para abarcar una mayor variedad de necesidades, como DiDi Express, el cual permite a los usuarios solicitar viajes en autos particulares; DiDi Taxi, que ofrece la opción de tomar un taxi a través de la app; DiDi Moto, que facilita el traslado exclusivo de pasajeros en moto, DiDi Fleet, que permite alquilar y poner a disposición vehículos a conductores registrados en DiDi por medio de la plataforma, y DiDi Poné Tu Precio, opción que permite la negociación del precio del viaje entre el conductor y el pasajero ya sea para viajes en autos particulares o traslado de pasajeros en moto a través de DiDi Moto Negocia.

La compañía, además, ha ampliado su presencia a nuevas ciudades y zonas del país, brindando acceso a opciones de movilidad más accesibles y eficientes en ciudades como Córdoba, Rosario, Santa Fe, Tucumán y la Costa Atlántica. De esta manera, se adapta a las nuevas demandas del mercado y a las distintas formas de transporte urbano que los ciudadanos requieren.

Flexibilidad y autonomía

En paralelo, DiDi está impulsando el crecimiento de la economía colaborativa al ofrecer a los conductores que se conectan con la aplicación la posibilidad de generar ganancias de manera flexible según sus horarios. De acuerdo a datos relevados por DiDi en noviembre de 2024, un conductor que maneja cinco días a la semana durante ocho horas diarias podría generar alrededor de \$600.000 por semana, lo que equivale a más de \$2.400.000. Estas cifras pueden variar según el tiempo que cada conductor decida dedicar a manejar conectado a la plataforma, lo que resalta la flexibilidad y autonomía



Delfina Orlando. El valor de la flexibilidad.

que ofrece DiDi como uno de sus principales atractivos.

Además, la compañía se ha posicionado como una alternativa clave para que muchas mujeres generen sus propias ganancias y logren alcanzar la independencia económica. Un estudio realizado por la plataforma a principios de 2024 reveló que 6 de cada 10 mujeres se registraron en DiDi con el objetivo de mejorar sus ganancias, y un 64% de ellas afirmaron que la plataforma es su principal fuente para generar ganancias en el hogar. De manera destacada, el 75,5% de las mujeres que se conectan a la aplicación son madres, y el 83,5% asumen la responsabilidad de las tareas de cuidado en sus hogares.

DiDi se ha enfocado en la innovación tecnológica para optimizar tanto la experiencia del

pasajero como la del conductor. La plataforma utiliza inteligencia artificial para mejorar las rutas, reducir tiempos de viaje y minimizar la congestión, además de ofrecer información en tiempo real sobre zonas de alta demanda y tráfico. Para mejorar la seguridad, se implementan tecnologías de IA que detectan posibles riesgos antes, durante y después del viaje y activan protocolos de seguridad. La plataforma cuenta con herramientas tales como la verificación adicional del conductor, monitoreo en tiempo real de los traslados y la opción de compartir el viaje con contactos de confianza, entre otras. Por otro lado, en pos de seguir mejorando la experiencia de los usuarios, DiDi ofrece flexibilidad tanto para pasajeros como para conductores, como en el caso de DiDi Poné Tu Precio, que permite negociar el costo del viaje entre ambas partes.

Por último, la empresa busca constantemente que cada vez sean más las personas que encuentren en su plataforma una alternativa de generación de ganancias flexibles, especialmente para las mujeres, un sector de la sociedad que se ha comprometido a potenciar. La Academia de Mujeres Conductoras es el fiel reflejo de esta responsabilidad, un espacio diseñado para proporcionar herramientas y capacitación para que las conductoras se sientan más seguras de sí mismas al volante. A través de esta iniciativa, DiDi busca contribuir a la independencia económica de las mujeres al ofrecerles diversas alternativas de generación de ganancias de manera autónoma y adaptable a sus horarios. **M**

(*) Gerenta de Comunicaciones de DiDi para Cono Sur



Creemos en lo que somos,
en lo que hacemos y en cómo
lo hacemos.

Trabajamos en el crecimiento
de las organizaciones, adaptándonos
a cada realidad, cultura o visión.

Calidad que impulsa.
Cercanía que potencia.

- ▶ Auditoría
- ▶ Consultoría
- ▶ Outsourcing & Payroll
- ▶ Impuestos y Legales



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 © 2024. BDO en Argentina. Todos los derechos reservados. Publicado en Argentina.

TALENTO |

Las demandas laborales

Work Life Balance y flexibilidad, temas prioritarios

Según el último Workmonitor de Randstad, para el 87% de los trabajadores argentinos el equilibrio entre trabajo y vida personal es un motivador clave a la hora de permanecer en un empleo o buscar un cambio laboral.



La compañía de talento Randstad presentó los resultados de la última edición del Workmonitor, un estudio que releva las expectativas, estados de ánimo y comportamiento de los trabajadores a partir de una encuesta a 26.000 personas en 35 países, incluida Argentina, donde se encuestó a 767 personas. El Workmonitor es un relevamiento que realiza Randstad desde el año 2003.

A pesar del panorama económico desafiante, de los cambios geopolíticos y de los avances tecnológicos, hoy los trabajadores tienen motivaciones que van más allá del salario, y priorizan cada vez más la flexibilidad, los valores compartidos con el lugar en el que tra-

bajan y el equilibrio entre su vida personal y laboral. Y si bien el salario sigue siendo uno de los factores más relevantes a la hora de evaluar un trabajo, en especial en un contexto económico como el que vive la Argentina, los factores no monetarios vienen ganando terreno año tras año a la hora de evaluar qué hace que una empresa sea considerada por el talento un lugar atractivo para trabajar. En este sentido, al analizar los factores que

—por fuera de la remuneración— llevan a los encuestados a preferir un empleo, el estudio de Randstad revela que para el 87% los trabajadores argentinos el equilibrio entre vida personal y laboral se posiciona en segundo

lugar como atributo para elegir un empleador, 4 puntos porcentuales por encima de la media arrojada a nivel global (82%).

Al analizar esta variable a escala regional, los trabajadores argentinos son los que más valoran el equilibrio entre vida personal y laboral en un 87%, seguidos en segundo lugar por los trabajadores chilenos con el 86% y, finalmente, los trabajadores uruguayos con el 83%.

Sobre estos resultados, Andrea Ávila, CEO de Randstad para Argentina, Chile y Uruguay, afirmó: “Los datos del Workmonitor 2025 muestran que está surgiendo una nueva línea de base en el lugar de trabajo, a partir

de las expectativas multifacéticas del talento, la priorización de la realización personal y otros *drivers*, como la creciente incidencia de la búsqueda de una mayor calidad de vida en las decisiones de carrera, que están dando forma a una fuerza laboral que define el éxito profesional no solo por lo que hace, sino por qué lo hace, cómo lo hace y con quién lo hace. Frente a un contexto de creciente escasez del talento y una fuerza laboral empoderada, esta dinámica empuja la redefinición de las condiciones del 'contrato social' entre los trabajadores y sus empleadores en todo el mundo y pone a las organizaciones frente a la necesidad de adaptar su propuesta de valor para atraer, fidelizar y comprometer al talento".

Flexibilidad, componente clave para el equilibrio

La percepción que los trabajadores tienen respecto a la flexibilidad y el bienestar en sus lugares de trabajo es, sin dudas, un componente central de la búsqueda de un mejor equilibrio entre la vida personal y el trabajo. Al consultar a los encuestados si alguna vez habían renunciado a un empleo por no ofrecerles la suficiente flexibilidad, el 36% de los chilenos, el 33% de los argentinos y el 32% de los uruguayos indicaron haber dejado alguna vez un empleo porque el esquema de trabajo no era lo suficientemente flexible de acuerdo a sus necesidades. Por su parte, la cifra más baja se registra a escala global: solo el 31% de los encuestados indicó haber renunciado a un trabajo por falta de flexibilidad.

La percepción de flexibilidad se basa no solo en los arreglos de horario o de cómo se estructura la jornada laboral, sino también en relación al lugar de trabajo, donde inciden la cercanía y el tiempo de desplazamiento de ida y vuelta al trabajo y, muy especialmente, la posibilidad trabajar de manera remota o en esquemas híbridos.

En este sentido, frente a la posibilidad de elegir, el 48% de los trabajadores argentinos afirmó que no aceptaría un trabajo que no les brindara flexibilidad respecto a sus horarios laborales, un punto por encima de la marca registrada a escala global (47%). Y en orden decreciente, a escala regional, el 44% de los trabajadores uruguayos y el 43% de los trabajadores chilenos aseguró que rechazaría un empleo que limitara su flexibilidad en materia de horario de trabajo.

Demandas a considerar

Respecto al lugar desde donde trabajar, en caso de poder optar sin condicionamientos, el 42% de los argentinos rechazaría un empleo que no le permitiera flexibilidad en relación al lugar de trabajo –ya sea en *home office* o esquemas híbridos–, marcando una exigencia de tres puntos porcentuales por encima de la media global del 39%, que coincide con la posición de los trabajadores uruguayos, también con un 39%. Por último, se ubican los trabajadores chilenos, entre quienes solo el 38% desestimaría una propuesta laboral por falta de flexibilidad respecto del lugar desde donde trabajar.

Los resultados del estudio de Randstad de este año dan cuenta del creciente peso relativo que tiene la flexibilidad para el talento y cómo este factor incide en el vínculo entre los colaboradores y las organizaciones en las que trabajan. En este sentido, el 65% de los trabajadores argentinos indicó que confiaría más en su empleador si le ofreciera este tipo de beneficios personalizados relativos a horarios, ubicación y manejo autónomo de la intensidad laboral, al igual que los trabajadores de Uruguay (65%). Le siguen los

trabajadores de Chile con el 59% y, en último lugar, se ubican los trabajadores a escala global, entre quienes solo el 56% de los encuestados valora este tipo de beneficios personalizados.

"Si bien podía esperarse que las difíciles condiciones económicas de 2024 hubiesen moderado las expectativas de talento, los datos del Workmonitor muestran lo contrario y nos dicen que el empoderamiento de la fuerza laboral no ha sido un efecto pasajero y que los trabajadores tienen mucha claridad sobre lo que esperan de sus trabajos y del impacto que quieren que tenga en sus vidas. Están más conscientes de sus necesidades, tienen más claras sus prioridades, saben bien lo que quieren y se animan a ir por ello", sostuvo Andrea Ávila.

Este fenómeno, del que dan cuenta los resultados del estudio de Randstad, está forzando a las organizaciones a repensar su enfoque para redefinir sus propuestas de valor para hacerlas más atractivas al ojo de los trabajadores, en un contexto en el que el descalce de habilidades está haciendo cada vez más compleja la competencia por el talento en todo el mundo.

IA: brecha de género y etaria en las compañías

También en enero de 2025, Randstad presentó nuevos resultados del estudio Escasez de Talento, IA y Equidad, realizado en 15 mercados, incluido Argentina. Del estudio surge que para el 62% de los trabajadores argentinos el uso de la IA puede mejorar la equidad en el lugar de trabajo, sin embargo, se evidencia que es necesario tomar acción para asegurar el acceso equitativo a las habilidades, los recursos y las oportunidades en IA.

En este sentido, del estudio surge que el 68% de los argentinos afirma que la empresa en la que trabaja está adoptando IA en sus operaciones. Sin embargo, solo el 56% de los consultados asegura tener las habilidades en IA necesarias. De este grupo el 57% son hombres y el 55% son mujeres, poniendo en evidencia una brecha de género de 2 puntos porcentuales. Asimismo, a la hora de evaluar el acceso a las oportunidades de capacitación en IA, el 39% de los hombres considera que su empleador le ha ofrecido suficientes oportunidades de formación para mejorar sus habilidades en IA, en contraste a la percepción de las mujeres, entre quienes solo el 34% afirma haber tenido acceso a capacitación específica en IA por parte de su empleador.

Además, del estudio surgen resultados que ponen de manifiesto una marcada brecha en el acceso a capacitaciones y oportunidades de formación en IA según la edad. Mientras, el 50% de los Millennials y el 50% de los Gen X sostienen que su empleador les ha ofrecido suficientes oportunidades de formación para mejorar sus habilidades en IA, solo el 36% de los Baby Boomers afirma haber tenido acceso a capacitación específica en IA por parte de su empleador. Quienes se muestran más conformes con el acceso a las oportunidades de desarrollo y formación específica en IA son los trabajadores de la franja de 25–34 años (52%) y los de la franja de 35–44 años (50%), mientras que los más disconformes son los de la franja de 55–64 años (25%). A la hora de evaluar las oportunidades de aplicar IA en el trabajo, quienes indicaron tener mayores posibilidades son los encuestados de la franja 25–34 años (60%), seguidos por los de 35–44 (52%) y por los de 18–24 (49%), mientras que quienes afirman tener menos oportunidades de aplicar IA en sus tareas son los trabajadores de entre 55 y 65 años, con apenas el 28%.

La competencia por el talento está lejos de terminar

La firma especializada en servicios profesionales Aon presentó los resultados de su Estudio de Sentimiento del Empleado 2025. Allí, se destacó que el 60% de los empleados en Argentina cambiará de trabajo o evalúa hacerlo en los próximos 12 meses.

El reporte global Estudio de Sentimiento del Empleado 2025 fue realizado por Aon a más de 9.000 empleados de 23 países, incluyendo México, Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos, y el Reino Unido, entre otros. Entre sus resultados principales, se destaca que la mayoría de los trabajadores tienen la vista puesta en su próximo paso y no se sienten motivados para desarrollar sus habilidades, a la vez que priorizan el bienestar y el balance entre vida-trabajo. En el caso de Argentina, el informe encontró que el 18% de los empleados se sienten infravalorados y el 60% está en el proceso de cambiar de empleador o podrían buscar un nuevo puesto en los próximos 12 meses.

Asimismo, el informe arrojó que los empleados en Argentina están cada vez más preocupados por el impacto de la IA en la estabilidad laboral, una tendencia que se prevé que continúe. En este sentido, el 22% de los consultados no está seguro de las consecuencias de la IA en sus puestos de trabajo, mientras que el 39% se siente más motivado para desarrollar nuevas habilidades para seguir siendo relevante.

Alineación de los beneficios

En otro orden, un 75% de los sondeados aseguró que, en pos de alcanzar una mejor elección de beneficios, estaría dispuesto a evaluar los existentes y confirma así que es fundamental la escucha de los equipos para ajustar este aspecto en las compañías. Asimismo, el 20% expresó que no está totalmente confiado en que su empleador está invirtiendo en sus habilidades desarrollo y formación para prepararlos para el futuro de trabajo.

A la hora de analizar la transparencia salarial, el 46% está de acuerdo en que su compensación es justa en comparación a roles similares en la industria, aunque el 21% no está seguro de que su empleador garantice la equidad salarial de género.



Freepik

“Es esencial que los empleadores propongan métodos efectivos para recompensar a los empleados con mejor desempeño y así retener talentos valiosos, más allá de la retribución salarial. Cobra mucha relevancia implementar esquemas de trabajo flexibles, generar sistemas híbridos, ambientes inclusivos y diversos que consideren las diferencias culturales y además poner en marcha programas de reconocimiento e incorporar la capacitación y desarrollo en nuevas tecnologías, especialmente frente a la irrupción de la inteligencia artificial”, detalló Francisco Bravo, *Head of Human Capital* para Hispanic South America en Aon.

Los cinco beneficios más valorados para los empleados de Argentina son:

- Cobertura médica
- Tiempo libre remunerado
- Programas de conciliación entre vida personal y laboral
- Fondos de retiro
- Apoyo al bienestar emocional

A escala global, el estudio de Aon reveló que un 60% de los empleados ya están cambiando de trabajo y podrían o buscarán definitivamente un nuevo empleo en los próximos 12 meses, lo que refleja una insatisfacción generalizada con su trabajo actual. Además, los empleados encuestados mostraron un escaso compromiso con la mejora de su conjunto de habilidades de IA, ya que poco más de un tercio de los empleados a escala mundial se sienten motivados para desarrollar nuevas capacidades para seguir siendo relevantes cuando se les preguntó acerca de la nueva tecnología.

“Los resultados inaugurales de nuestro Estudio de Sentimiento del Empleado revelan que las expectativas de la fuerza laboral están cambiando y que la competencia por el talento está lejos de terminar. Los empleadores sienten más presión que nunca para ofrecer una experiencia superior que retenga al mejor equipo”, afirmó Max Saraví, *Head of Human Capital* para América Latina en Aon. **M**



**SANCOR
SEGUROS**

**EL VALOR
DE DAR
RESPUESTA**

**PARA MÁS INFORMACIÓN
CONSULTÁ A TU PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS**

sancorseguros.com.ar /    



GESTIÓN SUSTENTABLE |

Reportar en sostenibilidad

Rendir cuentas en ESG es una prioridad

Hemos visto un cambio significativo en el panorama mundial de la sostenibilidad. La mayoría de las organizaciones ahora tienen mayor claridad sobre lo que se espera de sus entidades para informar sobre los efectos financieros y no financieros de los riesgos relacionados con los temas de Medioambiente, Social y Gobernanza (ASG o ESG, por su sigla en inglés), en su negocio y estrategia.



Pressfoto en Freepik

Por Orlando Scarpelli (*)

Dependiendo del tamaño y la huella global del negocio, los principales conductores regulatorios y de establecimiento de normas ahora incluyen la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) y las Normas Europeas de Informes de Sostenibilidad (ESRS) que la respaldan, las tres leyes climáticas del estado de California en Estados Unidos y las normas del Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB) que se

adoptarán como regulación en muchas jurisdicciones de todo el mundo, e incluso la Comisión de Bolsa y Valores (SEC) de Estados Unidos.

Estas normas representan un cambio significativo en la forma en que las empresas públicas y no públicas deberán informar sobre los riesgos relacionados con ESG.

A medida que las empresas navegan por estándares y regulaciones globales complejas de sostenibilidad, mientras mejoran la resiliencia organizacional y el posicionamiento

en el mercado en medio de riesgos emergentes, prepararse adecuadamente para adoptar dichos estándares puede ser una herramienta estratégica. El objetivo será profundizar la comprensión de los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad en las perspectivas de una entidad: flujos de efectivo, acceso a financiación y costo de capital.

La calidad de los datos: un gran reto

Aunque muchas empresas siguen invirtiendo en recursos e infraestructura para fortalecer

el enfoque estratégico, procesos y controles de presentación de informes de ESG, a menudo se hacen visibles complejidades adicionales, como consideraciones específicas de la industria o la geografía, la coherencia en la aplicación de metodologías de medición a medida que los estándares de presentación de informes continúan evolucionando y una comprensión más profunda de las consideraciones necesarias para el aseguramiento de dichos reportes, entre otras.

Los ejecutivos de las organizaciones citan la calidad de los datos como el principal desafío de ESG para su empresa, así como también informan desafíos relacionados con la documentación, incluidos pasos de control interno importantes como la revisión, aprobación y certificación de los datos ESG, procesos clave y controles internos que suelen estar adecuadamente diseñados, implementados y operando efectivamente para los estados financieros, pero generalmente menos establecidos en los informes de sostenibilidad. Los desafíos de los datos (acceso, confianza, medición y coherencia de la metodología) pueden estar influyendo en la integridad de las emisiones de gases de efecto invernadero ("GEI") que las empresas están divulgando actualmente. Si bien la mayoría de las organizaciones informan sobre las emisiones de GEI de alcance 1 y 2, pocos informan sobre las emisiones de GEI de alcance 3. Es importante notar que, si bien la norma final de divulgación climática de la SEC no requiere específicamente la presentación de informes sobre emisiones de GEI de Alcance 3, la CSRD, la Legislación Climática de California y las NIIF S2, sí las requieren.

Aseguramiento: una tendencia que ha crecido

Adicionalmente a los planes internos de mejora en los procesos de los reportes de sostenibilidad, muchas organizaciones están planeando realizar una preparación para el aseguramiento, obtener aseguramiento de sus informes de sostenibilidad o están pasando activamente de un nivel de aseguramiento limitado a uno razonable sobre sus datos ESG. Aunque la práctica del mercado continúa evolucionando, la tendencia en materia de aseguramiento ha crecido, incluso en un panorama voluntario. Por ejemplo, el informe de febrero de 2024 de la Federación Internacional de Contadores ("IFAC", por su sigla en inglés) encontró que el 69 % de las empresas globales obtienen aseguramiento sobre



Orlando Scarpelli. Los beneficios de comprender los riesgos.

al menos algunas de sus divulgaciones ESG. Incluso con las normas mencionadas previamente que introducen un cronograma progresivo (y en algunos casos extensos, para que las empresas dentro del alcance obtengan aseguramiento), muchas ya están preparándose para obtenerlo o están participando en trabajos de preparación para el aseguramiento. Ayudar a fortalecer los sistemas y controles internos y mejorar la confianza y la preparación para los requisitos regulatorios que entrarán en vigor en diferentes horizontes temporales es el objetivo.

La rendición de cuentas es insoslayable

Por último, si bien puede existir cierta incertidumbre en la dirección de las regulaciones sobre las revelaciones relacionada con los temas de ESG, o su fecha de aplicación, en el mundo, y en especial en Argentina, hay certeza que la revelación de información significativa relacionada con estos aspectos es requerida en los estados financieros de cada vez más entidades.

Si los temas de ESG tienen un efecto significativo sobre la situación patrimonial y resultados económicos y financieros de las organizaciones, estos deberían considerarse a la hora de la preparación de los esta-

dos financieros de los mismos, incluso cuando las normas contables, como las Normas Internacionales de Información Financiera ("NIIF") según fueron emitidas por la Junta Internacional de Normas Contables ("IASB", por su sigla en inglés), no abordan explícitamente estos tópicos. Por otro lado, si la entidad considera que estos temas no tendrán un impacto significativo, igualmente hay una expectativa cada vez mayor de los reguladores, inversores y otras partes interesadas, de que las organizaciones revelen la evaluación realizada, así como los juicios, asunciones y el horizonte de tiempo utilizado en alcanzar dicha conclusión.

La consideración de estos temas para la preparación de los estados financieros va desde la revelación de la oportunidad y los impactos financieros de las inversiones planeadas y de los planes de transición, pasando por revelar los compromisos de corto y largo plazo sobre estos temas y proveer claridad sobre como los mismos fueron incluidos dentro de las estimaciones contables, hasta explicar cualquier desviación entre las asunciones utilizadas y las reales y sus impactos. Por otro lado, la exposición a los temas ESG puede llegar a concretarse como un indicador de deterioro de los activos de la organización, pudiendo afectar los flujos de fondos, las tasas de descuento o los niveles de crecimiento utilizados para determinar los valores recuperables. Otro tema para considerar es si la organización está legalmente requerida, o lo hace de forma voluntaria, a netear las emisiones de carbono, para que revelen la política contable utilizada, los términos y condiciones de los acuerdos celebrados, así como los montos de los créditos de carbono que posee, que debe, que ha consumido y que ha vendido.

Las organizaciones que han adoptado una actitud de "esperar y ver" en relación con los riesgos y la presentación de informes relacionados con los temas de ESG pueden descubrir que aún tienen mucho con que ponerse al día para prepararse. Muchas de las que tomaron medidas tempranas están informando avances significativos y es posible que ya estén percibiendo algunos de los beneficios internos y externos que pueden resultar de una comprensión y medición más profundas de los riesgos e impactos ESG.

() Socio de Audit & Assurance y Líder de Aseguramiento en ESG de Deloitte Cono Sur*



☼ 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.

Consecuencias económicas

US\$ 368 mil millones en pérdidas por desastres naturales en 2024

La firma de servicios profesionales Aon publicó los resultados de su informe 2025 Climate and Catastrophe Insight, que identifica los desastres naturales globales y las tendencias climáticas para cuantificar el riesgo y el impacto de los fenómenos meteorológicos extremos.

De acuerdo al reporte *Climate and Catastrophe Insight* publicado por Aon revela que en 2024 las catástrofes naturales globales causaron US\$ 368 mil millones, algo menos que en 2023 fueron, cuando sumó de US\$ 397 mil millones en pérdidas económicas. Estas pérdidas fueron impulsadas por huracanes y tormentas convectivas severas (SCS) en Estados Unidos. La cifra representa un 14% por encima del promedio del siglo 21 y el noveno año consecutivo de pérdidas superiores a US\$ 300 mil millones.

El informe *Climate and Catastrophe Insight* señala:

- Los fenómenos meteorológicos son cada vez más frecuentes y costosos. Las pérdidas globales de seguros en 2024 estuvieron un 54% por encima del promedio del siglo 21, cubriendo US\$ 145 mil millones de los US\$ 368 mil millones en daños (en 2023 fue de US\$ 126 mil millones).
- Incluso cuando las pérdidas aseguradas superaron con creces el promedio, la brecha de protección se mantuvo en el 60% (en 2023 fue del 68%), lo que representa un importante obstáculo financiero para las comunidades, las empresas y los Gobiernos.
- El aumento de la población, la riqueza y la exposición general a los peligros naturales en zonas de alto riesgo sigue siendo un componente crucial del aumento de las pérdidas por desastres.
- El huracán Helene fue el evento global más costoso en 2024. El huracán tocó tierra en EE.UU. en septiembre y causó daños por valor de US\$ 75 mil millones y 243 muertes. El huracán Milton en octubre fue el evento de pérdidas aseguradas más costoso a escala mundial, causando pérdidas por valor de US\$ 20 mil millones. Estos son los principales contribuyentes al hecho de



que el 78% de las pérdidas aseguradas globales se registraron en los EE.UU.

- El crecimiento constante de las pérdidas por SCS tormentas convectivas severas refleja el aumento de la población, la exposición y la riqueza. Hubo al menos 54 eventos globales y cada uno de ellos resultó en pérdidas económicas superiores a US\$ 1.000 millones en 2024, lo que está por encima del promedio de 44. El aumento en el número de eventos de miles de millones de dólares se debe en gran medida a las SCS en EE.UU. aumenta la probabilidad de que ocurran desastres de miles de millones de dólares, particularmente porque Estados Unidos continúa experimentando un crecimiento espacial de ciudades en áreas regularmente afectadas por la actividad SCS, como Dallas, Houston o Denver.
- En términos de clima, 2024 fue el año más cálido registrado. Veinte países y territorios registraron sus temperaturas más altas durante un año en el que finalizaron en agosto 15 meses consecutivos de temperaturas máximas mundiales récord.
- El informe de Aon también muestra que, con una mayor resiliencia y medidas de mitigación, las economías globales pueden reducir los daños y la pérdida de vidas. En 2024, 18.100 personas murieron debido a desastres naturales, principalmente por olas de calor e inundaciones en todo el mundo. Esto estuvo por debajo del promedio del siglo 21 de 72.400 y podría atribuirse a mejores sistemas de alerta, pronósticos meteorológicos y planificación de evacuación, lo que subraya el valor de datos, conocimientos y análisis climáticos confiables.

GESTIÓN SUSTENTABLE |

Los 10 principales eventos de pérdidas económicas a escala mundial fueron:

1. Huracán Helene, que afectó a Estados Unidos, México y Cuba
2. Huracán Milton, en Estados Unidos y México
3. Terremoto Noto, en Japón
4. Inundaciones en Valencia, España
5. Inundaciones en sur y centro de China
6. Tifón Yagi, en China y el sudeste asiático
7. Huracán Beryl, en Estados Unidos, Canadá y el Caribe
8. Inundaciones en el centro de Europa
9. Sequías en Estados Unidos
10. Severas Tormentas Convectivas en Estados Unidos

Efectos por doquier

De la sostenibilidad también dependen la salud y el bienestar

La crisis climática que estamos atravesando a escala mundial no es simplemente un problema ambiental. La Organización Mundial de la Salud identifica el cambio climático como uno de los mayores desafíos para la salud que se enfrenta en el siglo 21, ya que afecta el aire, el agua potable, los alimentos y el hogar de la humanidad.

Esto se ve agravado por los eventos climáticos extremos del último tiempo que, además de los destrozos que dejan a su paso en las localidades, causan lesiones, facilitan la propagación de infecciones y enfermedades, y muchas personas pierden la vida. Las prácticas agrícolas juegan un papel clave en este escenario: los métodos convencionales han provocado la degradación del suelo y redujeron la calidad nutricional de los cultivos. Esto afecta de manera directa la salud y nutrición de las personas.

En este sentido, la trazabilidad y verificación a lo largo de las cadenas de valor agroalimentarias son los pilares para fomentar mejores prácticas agrícolas que impacten de manera positiva en los cultivos, alimentos y, en consecuencia, en la salud y en el ambiente. Estas tecnologías, además de registrar el proceso productivo, permiten medir indicadores ambientales, saludables, nutricionales y llevar adelante acciones que impulsen un cambio significativo.

Tanto productores como empresas y consumidores pueden acceder a la información que se releva y asumen la responsabilidad de hacer cumplir las normativas vigentes. "La trazabilidad asegura transiciones sólidas hacia sistemas productivos y alimentarios más saludables y conscientes, al mismo tiempo que reduce los riesgos de aumento del calentamiento global, desertificación,

Freepik



greenwashing y la posibilidad de manipular la información obtenida", señaló Diego Hoter, CEO y Co-Founder de ucrop.it.

La vida en riesgo

Sin estos sistemas se da lugar al escenario opuesto: prácticas no registradas ni verificadas que llevan a afirmaciones ambientales falsas; productos "saludables" que no son seguros y el aumento de los riesgos asociados con el calentamiento global, la desertificación, pérdida de biodiversidad y el *greenwashing*. Como resultado, se genera desconfianza y se retrasa la acción colectiva que se necesita para asegurar la supervivencia y prosperidad de la humanidad.

Los sistemas de trazabilidad fomentan métodos agrícolas sostenibles, saludables para el planeta y las especies, que mejoran las con-

diciones de los cultivos y producen un ciclo positivo: los suelos nutritivos ricos en microorganismos impulsan el crecimiento y la resistencia de las plantas; y se producen alimentos que contribuyen con el bienestar de las personas y la sostenibilidad del planeta. Además, "estas prácticas llevan a la producción de biocombustibles renovables y respaldan otras cadenas de valor como textil, reducen la dependencia de los combustibles fósiles, promueven el uso responsable de los recursos, mueven a las personas a ser más conscientes con los productos que consumen y más exigentes con el cumplimiento de normativas ambientales y saludables", resaltó Hoter.

Otro de los efectos de la degradación de los ecosistemas a través de la deforestación y la agricultura intensiva son paisajes áridos, en los que se disminuye la capacidad de la tierra para sostener la vida. Nada vive en un desierto, Marte es una prueba de ello.

Revertir esta tendencia no se trata solo de ser ecológico; se trata de preservar la vida humana. De todos depende la restauración del ecosistema y que el planeta siga siendo habitable para las generaciones futuras. Cabe recordar entonces, que tan importante como los esfuerzos de transición a una agricultura naturalmente positiva a escala global, es también probarlo en forma verificada. **M**



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.

@BiogenesisBago



**Biogénesis
Bagó**

Un nuevo modelo

La Red Soldati se reafirma y proyecta mayor crecimiento

A solo seis meses del lanzamiento, se consolida como la primera red inmobiliaria argentina inspirada en exitosos modelos de negocios internacionales, pero con un fuerte enfoque en las oportunidades del mercado argentino y exterior. Cuenta con 11 oficinas y se prevé la apertura de otras cuatro nuevas sucursales en el año 2025.



El plan de expansión de Soldati se sustenta en una dualidad innovadora: por un lado, la adaptación a un esquema de red global que ha demostrado ser eficaz para escalar operaciones, y por otro, la implementación de tecnologías avanzadas que prometen mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente. Este último punto es fundamental en un sector como el inmobiliario, en el que la digitalización se abre paso y la tecnología puede hacer una gran diferencia en el manejo de datos, visibilidad de propiedades y en el proceso de compra-venta. Esta y otras herramientas están al alcance de todos los integrantes de la red. Sergio Soldati, socio a cargo de la red y representante de la segunda generación de

la empresa familiar cuenta que la idea nació como respuesta "al crecimiento natural que tuvo la empresa, al poder de adaptación que aprendimos a desplegar a partir de los vaivenes del mercado argentino y sobre todo a la búsqueda de nuevos desafíos que nos permitan consolidar la experiencia y trayectoria de la empresa y dar un salto de cuantitativo y cualitativo en la prestación de servicios inmobiliarios aprovechando el prestigio que construimos en todo este tiempo".

"Por supuesto que los desafíos son enormes -agregó el directivo-; crecer e impulsar la conformación de una red, buscar emprendedores nuevos o dentro del mercado que se quieran sumar para capitalizar todo el know

how, pero sobre todo que puedan aprender la cultura Soldati, nuestra forma de hacer las cosas, que está basada en la ética, la verdad, la calidez, el profesionalismo, la innovación y el liderazgo, valores que debemos pasar de generación en generación pero que sobre todo debemos amplificar hacia la red".

Crecimiento punta a punta

Así, a las nueve oficinas operativas que tenían a mitad de año: Neuquén, Nordelta, Barrio Parque, Pilar, Belgrano R, Botánico, Recoleta, Palermo Hollywood y Vicente López se sumaron Puerto Madero que, en breve abrirá sus puertas para atención al público y otra más, Buena Vista, en San Fernando en el nue-

vo eje urbano, comercial y de oficinas de la calle Uruguay y Panamericana. Tanto Puerto Madero como Nordelta y Vicente López son oficinas claves ya que, además de trabajar el mercado local son las que trabajan con *Fortune International* y su excelente porfolio de productos premium en Estados Unidos. En cuanto a los integrantes, la red creció más del 70%, pasando de 130 asesores comerciales en 2023 a 221 hoy, crecimiento que también se vio reflejado en la cantidad de negocios y operaciones efectuadas a lo largo del año.

Objetivo clave: liderar en emprendimientos

La elección del modelo de negocio basado en redes permitió a Soldati alcanzar una mayor cobertura geográfica y una cartera de propiedades más diversificada, brindando así un servicio más completo a sus clientes. Además, la fusión con prácticas probadas a escala mundial y la especialización en las necesidades locales ofrece una combinación poderosa: un servicio globalizado sin perder de vista lo que el mercado argentino ofrece y demanda.

{El mercado inmobiliario está en constante cambio y para mantenerse a la vanguardia hay que innovar y adaptarse. Soldati pretende no solo expandirse, sino también redefinir el mercado inmobiliario nacional.}

"Aspiramos a competir y captar una buena parte del mercado en poco tiempo, pero sobre todo liderar desde lo que es nuestra mejor área de experiencia: el mercado de emprendimientos. Nuestro modelo, al que denominamos Soldati Premier, tiene una gran ventaja: con la misma estructura combina las oportunidades de operar el mercado Residencial junto con el de Emprendimientos. Esta sinergia nos demostró con los años, que tenemos un modelo poderoso y que, con los procesos adecuados, los resultados son exponenciales y altamente rentables", describió Sergio Soldati.

Flexibilidad e innovación

"El mercado inmobiliario está en constan-



Sergio, Facundo, Leandro, Cecilia y Valeria. La familia Soldati.

te cambio y para mantenerse a la vanguardia hay que innovar y adaptarse. Con una perspectiva que se apoya en la trayectoria pero que se dirige firme hacia el futuro, Soldati pretende no solo expandirse, sino tam-

con más de 30 años de experiencia en formación y *mentoring* de emprendedores; quien fue fundador y responsable de los programas de formación del Centro de Emprendedores de la Universidad de San Andrés". "Desde

bién redefinir el mercado inmobiliario nacional, demostrando que el equilibrio entre los avances tecnológicos y el conocimiento local puede ser la clave del éxito en la era digital". "Entre los servicios que brindamos se destaca, sin dudas, la Academia Soldati, una escuela de negocios basada en un programa de formación constante, pensada como un 'plan de carrera' para cada asesor inmobiliario en cada etapa de su desarrollo, que les proporciona todas las herramientas de aprendizaje necesarias para brindar un servicio de excelencia a los clientes", asegura Gabriela Castro, quien lidera el área de Desarrollo y Capacitación dentro de Soldati. "Para este proyecto contamos además, con el liderazgo de expertos académicos, como el Dr. Sergio Postigo,

mayo se dictaron más de 100 horas de capacitación, en un programa de 20 materias y 17 oradores que participaron; cinco de ellos pertenecientes a la red".

Por otro lado, Soledad Strien afirma: "Para liderar con éxito cada oficina Soldati, se requiere una amplia experiencia en el sector inmobiliario y, por sobre todo, una sólida capacidad para formar y liderar equipos comerciales de alto rendimiento". Finalmente destaca: "Nuestra estrategia se centra en la calidad del servicio y no en la cantidad. Buscamos diferenciarnos por contar con los mejores profesionales del mercado argentino, quienes conformarán y liderarán nuestros centros de negocios en los principales barrios de Buenos Aires". **M**

INFORME |

Un sector estratégico

El potencial energético de Argentina: más allá del petróleo

El país se encuentra en un punto de inflexión en materia energética. Con vastos recursos naturales y una matriz diversificada, tiene el potencial de consolidarse como un actor clave en el abastecimiento de energía para la región y el mundo. Para lograrlo, deberá sortear las barreras que condicionan el desarrollo sostenido del sector.



La energía es un pilar estratégico para el desarrollo económico de Argentina, tanto por su impacto en la competitividad industrial como por su potencial para posicionar al país como un exportador destacado en la región y en el mundo. No obstante, el sector no está exento de desafíos y la capacidad del país para aprovechar plenamente sus reservas dependerá de cómo logre afrontar los múltiples condicionantes.

Una matriz diversificada

El sector energético atraviesa una etapa de transformación marcada por la incorporación de nuevas tecnologías, la búsqueda de eficiencia en los procesos y la necesidad de consolidar un marco regulatorio estable que fomente la inversión a largo plazo.

El gas natural sigue siendo un pilar fundamental de la matriz energética argentina.

ció un marco regulatorio para fomentar la generación de energía limpia, permitió el crecimiento de parques eólicos y solares en diversas provincias. La disponibilidad de recursos naturales, como los vientos constantes en la Patagonia y la irradiación solar en el noroeste, ofrece condiciones óptimas para la expansión del sector.

Entre los actores claves del sector se encuentra YPF Luz, compañía que prevé un panorama más competitivo y un mercado energético fragmentado en 2025. Además, desarrolla un proyecto de interconexión de alta tensión junto a Central Puerto, para abastecer de energía eléctrica a la zona de la Puna Argentina e identifica oportunidades específicamente en la complementariedad de los recursos renovables y el gas natural, por las reservas existentes de gas no convencional.

En cuanto a la energía nuclear, Argentina cuenta con una trayectoria de desarrollo que la posiciona como un país destacado en este campo. Aunque los resquemores de la población no son pocos, debido a los accidentes fatales ocurridos décadas atrás, hoy experimenta un resurgimiento, impulsado por innovaciones como los reactores modulares pequeños (SMR). De acuerdo a Julián Gadano, de ITBA, este nuevo paradigma podría representar una oportunidad para Argentina, al combinar su capacidad tecnológica con un modelo de negocio más flexible, seguro y competitivo.

Tema estratégico para el país, en este informe especial de *Mercado* se analiza el hoy y el futuro del sector energético en la Argentina; su potencial de crecimiento, los factores que condicionan su desarrollo y los puntos

{ Argentina cuenta con una matriz energética diversificada, con el potencial de ser un actor clave a escala global. Se requieren inversiones, sinergia público-privada y una estrategia de largo plazo, entre otros factores. }

Vaca Muerta, una de las mayores reservas de *shale gas* del mundo, es una pieza clave en la estrategia del país para garantizar el abastecimiento doméstico y fomentar las exportaciones. La producción ha crecido en 2024 y Argentina ha logrado reducir su dependencia de las importaciones. De esta manera, pudo avanzar hacia un superávit energético, con exportaciones en aumento y proyectos de infraestructura en ciernes. Desde el lado de la distribución, empresas como Camuzzi y Metrogas, destacan el esfuerzo por ampliar la cobertura del servicio, incorporar soluciones tecnológicas para la gestión operativa y garantizar una provisión segura y accesible. La digitalización y la automatización se consolidan como ejes centrales para mejorar la eficiencia y optimizar la experiencia del usuario.

En el campo de las energías renovables, el país ha avanzado significativamente en la última década. La Ley 27.191, que estable-

En Genneia, en tanto, el optimismo se apoya en el aumento sostenido de la demanda energética y el avance de la tecnología que moldea el sector. Este panorama presenta grandes oportunidades para el desarrollo y la innovación en diversos frentes: el creciente consumo energético asociado a la inteligencia artificial, el papel clave de las energías renovables en el sector minero y, también, el hidrógeno verde como una solución de descarbonización.

En este sentido, el hidrógeno verde se está posicionando como un sector importante en el panorama energético mundial "debido a su versatilidad y capacidad de descarbonizar sectores como la industria pesada, el transporte y la energía, que representan más del 50% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (GEI), y de incrementar la competitividad de otros sectores como la agroindustria, la siderurgia, la aviación y el transporte marítimo" (*).

de vista de actores centrales del sector y del ámbito académico.

(* *Hidrógeno verde en Argentina: oportunidades económicas y desafíos ambientales*, Carina Guzowski, María Eugenia Castela Caruana y Mariana Zilio

El informe estuvo a cargo de Viviana Lupi y Carina Martínez

INFORME |

Camuzzi

Optimismo y expectativas de proyectos

“Somos muy optimistas respecto al futuro y a cómo, entre los distintos actores –públicos, privados y de la sociedad civil– podremos acompañar todo el potencial que nuestro país y su gente tiene”, indica Rodrigo Espinosa, gerente de Relaciones Institucionales de la empresa.

Tras un 2024 en que el sector de distribución de gas comenzó a transitar un sendero de normalización de la tarifa, en la distribuidora de gas Camuzzi aspiran a que el 2025 sea el año en el que se concrete la “revisión quinquenal tarifaria”. Esto implicaría la entrada en vigencia de esquemas tarifarios sostenidos en el tiempo y, con ello, “el retorno definitivo de la industria de distribución de gas natural al marco regulatorio”, especifica Rodrigo Espinosa, gerente de Relaciones Institucionales de Camuzzi. “Esto nos permitiría poner en marcha proyectos a mediano y largo plazo que impliquen mejorar la prestación existente pero por sobre todas las cosas, incorporar al servicio a miles de hogares, comercios e industrias que hoy deben abastecerse con otro tipo de energías”.

–¿Cuáles son los desafíos enfrenta Argentina para ampliar la distribución energética?

–Como industria de distribución de gas natural tenemos el enorme desafío de acercar el servicio a un universo muy importante de usuarios que actualmente utiliza energías más caras y menos seguras, justamente por no contar con la infraestructura necesaria. Ampliar las redes y facilitar el acceso al gas natural es el horizonte común que tenemos los distintos actores del mercado.

Avance tecnológico

–¿Qué nuevas tecnologías o innovaciones incorporaron para optimizar sus operaciones y recursos?

–La integración de tecnologías en las distintas áreas y procesos de la compañía marcó un cambio radical en Camuzzi, ya que trajo aparejada mayores eficiencias, trazabilidad, y confiabilidad. Solo por citar algunos ejemplos, hemos logrado que más del 92% de nuestros usuarios estén digitalizados, mejorando significativamente la forma en que



Rodrigo Espinosa. El escenario actual plantea nuevas oportunidades.

nos comunicamos con ellos. En esa misma línea, hemos desarrollado una plataforma de gestión para instaladores matriculados, que hoy concentra la enorme mayoría de trámites operativos. En ambos casos, no solo hemos logrado una mejora sustancial en la interacción cotidiana, sino también una importante reducción del uso de papel, lo cual refuerza el compromiso sustentable de la organización. A futuro, seguiremos trabajando en incorporar más tecnología a la operación, análisis de datos, *big data* e inteligencia artificial.

–¿Qué tendencias globales están marcando el rumbo del sector energético, y cómo se reflejan en el contexto argentino?

–Como consecuencia de la intervención que

ha tenido nuestro sector en materia tarifaria a lo largo de más de 20 años, lamentablemente no se han podido aplicar y poner en práctica muchas tecnologías que hoy en otros mercados del mundo son moneda corriente. Por ejemplo, la detección de fugas de gas en las cañerías se articula con intervención humana, con personal propio recorriendo los ductos utilizando equipamiento específico para dicho fin. La industria en el mundo está utilizando drones, o incluso imágenes satelitales. En el ámbito domiciliario, es común ver medidores inteligentes, materiales de transporte y distribución de energía menos costosos, más seguros y amigables con el ambiente. Argentina tuvo un importante *shock* de renovación tecnológica en los primeros años de inicio de la licencia de concesión. Los congelamientos tarifarios posteriores volvieron prácticamente imposible invertir en tecnología, dado que las empresas debieron concentrarse exclusivamente en garantizar la seguridad y continuidad de la operación. El escenario actual nos plantea nuevas oportunidades. Somos muy optimistas respecto al futuro y a cómo, entre los distintos actores –públicos, privados y de la sociedad civil– podremos acompañar todo el potencial que nuestro país y su gente tiene.



Lisicki Litvin & Asociados

Más de 35 años de experiencia En la prestación de Servicios Profesionales



Impuestos



Auditoría



Consultoría



Servicios Legales

Expandiendo nuestros Servicios Profesionales

BUENOS AIRES

11 4891 6800

25 de Mayo 555, Piso 13, (1002ABK)
25 de Mayo 432, piso 3 (C1002AKB)

CÓRDOBA

341 4468300/1795

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

MENDOZA

261 5244806/7

Ruta Panamericana - Chacras Park -
Edificio Ceibo, Piso 5 Of. 502, (M5505)

SAN LUIS

11 4891 6800

Corresponsal

RIO NEGRO

299 4774000

- VACA MUERTA - Alianza c/Estudio Rizza
Villegas 780, Cipoletti (R8324KUP)

ZONA NORTE

11 4891 6800

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

CORRIENTES

379 4432266

9 de Julio 1272, Piso 8, (W3400AYV)

SALTA

387 4312312

Alianza c/Estudio Campastro España 77,
(A4400ANA)

ROSARIO

341 4461795

Madres de Plaza de Mayo 3020,
Piso 6, Torre Nordlink, (S2013SWJ)

PARAGUAY

11 4891 6800

Torre World Trade Center - Av. Aviadores
del Chaco 2050, piso 8 (1816), Asunción

INFORME |

Metrogas

Aumentar la competitividad y asegurar el largo plazo

“Estamos comprometidos con la optimización de los procesos y la digitalización de la gestión. En ese marco, se crearon tableros de gestión mensual para cada gerencia de Dirección de Operaciones, lo cual ha facilitado las decisiones basadas en datos. También se trabajó en la evolución de procesos operativos, para lograr más eficiencia y reducir costos”, comenta Hernán Chiesa, jefe de Prensa y Comunicaciones de la compañía.

Desde hace cuatro años en Metrogas se trabaja en el programa “Camino a la Excelencia”, con el objetivo de reforzar su sistema de gestión integrado y de ese modo también concursar en 2025 por el Premio Nacional a la Calidad (PNC). “La meta es aumentar la competitividad y asegurar la sustentabilidad de los resultados en el largo plazo”, explica Hernán Chiesa, jefe de Prensa y Comunicaciones de la Metrogas. “En ese contexto, contamos con ciclos de autoevaluación que se monitorean de manera anual y que mantienen un crecimiento sostenido desde el año 2021, lo cual nos permite mirar con optimismo nuestras posibilidades en el PNC de este año. Además, buscaremos mantener la certificación trinorma de IRAM, que logramos por primera vez en la historia de Metrogas, el año último. Este instituto nos otorgó en 2024 la norma internacional ISO9001 por nuestro Sistema de Gestión de Calidad, que se suma a la ISO14001 por el Sistema de Gestión Ambiental y la ISO45001 por el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo; ambas ya veníamos recertificando desde 2003”, indica el ejecutivo.

–¿Qué impacto está teniendo el avance de las tecnologías emergentes en la gestión de procesos y competitividad del sector?

–La seguridad de nuestro servicio depende de un mantenimiento riguroso y una operación adecuada de la red. Trabajamos siempre con tres conceptos básicos que forman parte de nuestros lineamientos estratégicos: la excelencia operacional para lograr un servicio de calidad, seguro y confiable; la mejora continua en todos nuestros procesos; y el cliente en el centro de todas nuestras opera-



Hernán Chiesa. Optimización de los procesos y digitalización de la gestión.

ciones. En ese marco, se crearon tableros de gestión mensual para cada gerencia de Dirección de Operaciones, facilitando decisiones basadas en datos. También se trabajó en la evolución de procesos operativos, para lograr más eficiencia y reducir costos. Estamos comprometidos con la optimización de los procesos y la digitalización de la gestión, y por ello implementamos nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia del cliente, priorizando una atención efectiva y eficiente a distancia, para responder a las necesidades actuales. El 80% de los contactos de nuestros clientes se producen mediante canales digitales, como el WhatsApp o la Oficina Virtual. También, promovemos la adhesión a la factura digital que ya alcanza a más del 60% de

nuestros 2.300.000 clientes residenciales. Además, se afianzó la atención totalmente digital de todos los legajos que presentan los gasistas matriculados, con el fin de agilizar las consultas de los expedientes y evitar la pérdida de información.

Un trabajo de prevención

–¿Qué estrategias se están utilizando para educar y concientizar a la sociedad sobre el uso eficiente y sostenible de la energía?

–Trabajamos fuertemente en campañas de concientización para evitar intoxicaciones por inhalación de monóxido de carbono. En 2024, llevamos adelante dos campañas en ese sentido, una de las cuales contó con la realización de cuatro spots publicitarios que contaron con el lenguaje de señas para personas sordas, con recomendaciones y consejos para el cuidado de las instalaciones y de las personas. Además, acompañamos el desarrollo inclusivo y sostenible de las comunidades donde operamos, gestionando proyectos de impacto positivo, promoviendo vínculos comprometidos y con una mirada integral. Llevamos adelante el programa Instalando Calor Seguro, destinado a la formación de alumnos y docentes de escuelas técnicas y realizamos el programa Hogar Cálido Hogar para sensibilizar de niños y niñas de 7 a 12 años de escuelas públicas de nuestra zona de distribución. Por su parte, el programa Instalaciones Solidarias, brinda apoyo a organizaciones comunitarias en su conexión con el gas. Además, realizamos tareas de voluntariado, de las que forman parte colaboradores de Metrogas, y llevamos adelante donaciones a distintas ONG y escuelas de nuestra zona de distribución.

YPF LUZ

2025: Un año desafiante para el sector energético

“Las generadoras de energía eléctrica nos encontramos frente a un panorama más competitivo y un mercado atomizado. El desafío es posicionarnos como viabilizadores energéticos de diferentes industrias, con la capacidad de adaptarnos a las nuevas demandas”, afirma Martín Mandarano, CEO de la compañía, quien anticipa inversiones.

“2025 será un año desafiante para el sector. Las generadoras de energía eléctrica nos encontramos frente a un panorama más competitivo y un mercado atomizado donde el desafío es posicionarnos como viabilizadores energéticos de diferentes industrias, con la capacidad de adaptarnos a las nuevas demandas. Considerando los recursos y las zonas con disponibilidad de transporte, se puede generar energía más eficiente, accesible y confiable que contribuya al desarrollo energético del país, y eventualmente pueda exportarse al mundo”, indica el CEO de YPF Luz, Martín Mandarano, y agrega que, en este contexto, “la perspectiva de YPF Luz es seguir creciendo, eligiendo la ubicación geográfica estratégica para producir más energía renovable, optimizando el recurso y el transporte eléctrico disponible”.

–¿Cuáles serán los principales focos de desarrollo e innovación?

–La complementariedad de los recursos renovables (eólico y solar) y el gas natural representa una oportunidad, sobre todo en Argentina. Dentro de los sectores con los que podemos colaborar para su desarrollo, se encuentra la minería, el cobre y el litio. En este sentido, YPF Luz está desarrollando e impulsando un proyecto de interconexión de alta tensión junto a Central Puerto, para abastecer de energía eléctrica a la zona de la Puna Argentina. El proyecto permitirá conectar al Sistema Argentino de Interconexión (SADI) las demandas del sector minero y de las comunidades locales en las zonas del Salar de Pastos Grandes y del Salar del Hombre Muerto, ubicados en las provincias de Salta y Catamarca. Además, contempla una posible ampliación hasta el Salar de Carachi Pampa, en Catamarca. Este esfuerzo conjunto implica



Martín Mandarano. Complementariedad de los recursos renovables y el gas natural

ría una inversión de entre US\$ 250 y US\$ 400 millones, dependiendo del alcance final de la obra. El desarrollo contempla la construcción de una línea eléctrica de aproximadamente 140 km que potencialmente podría ampliarse hasta 350 km de extensión.

Potencial de crecimiento

–¿Qué se puede esperar del futuro del mercado energético argentino en los próximos 10 años?

–Argentina tiene una de las matrices energéticas más limpias del mundo dado su componente hidráulico, nuclear (que no emite CO₂), gas natural (el puente eficiente y complemento de las renovables) y la competitividad de las renovables. El incremento en la

producción de gas y la inversión en infraestructura permitirán continuar contribuyendo a la matriz energética del país con energías renovables y con generación térmica eficiente.

–¿En qué etapa de desarrollo se encuentra el hidrógeno verde en Argentina? ¿Cuáles son los principales retos?

–Mirando el futuro, comenzamos a estudiar el potencial del hidrógeno verde producido con energía renovable y la captura de CO₂ en centrales térmicas. Dado los recursos que tiene el país, representa un enorme potencial. Hoy, es costoso en comparación a otros combustibles, pero gracias a la evolución tecnológica, comenzamos a explorar ese potencial. Por otra parte, la captura de CO₂ proveniente de las centrales térmicas, permitiría generar energía de forma constante sin impactos en el medio ambiente. Es un tema que seguimos de cerca aprovechando las oportunidades del gas natural.

Los destacados de YPF Luz

Prevé un panorama más competitivo y un mercado energético fragmentado en 2025.

Dentro de los sectores con los que anticipa colaborar para su desarrollo, se encuentra la minería. Está desarrollando e impulsando un proyecto de interconexión de alta tensión junto a Central Puerto, para abastecer de energía eléctrica a la zona de la Puna Argentina que implicaría una inversión de entre US\$ 250 y US\$ 400 millones. Ve oportunidades específicamente en la complementariedad de los recursos renovables y el gas natural, por las reservas existentes de gas no convencional.

INFORME |

Genneia

Mayor demanda y nuevas tecnologías moldean al sector

“Nos enfrentamos a una gran oportunidad de crecimiento ante la necesidad de las grandes industrias de consumir energía eléctrica de fuentes renovables”, comenta Gustavo Castagnino, director de Asuntos Corporativos, Regulatorios y Sustentabilidad de la firma.

“El aumento sostenido de la demanda energética y el avance exponencial de la tecnología están moldeando el futuro del sector energético. Este panorama presenta oportunidades claves para el desarrollo y la innovación en diversos frentes: el hidrógeno verde como una solución de descarbonización, el creciente consumo energético asociado a la inteligencia artificial, así como el papel clave de las energías renovables en el sector minero”, indica Gustavo Castagnino, director de Asuntos Corporativos, Regulatorios y Sustentabilidad de Genneia, al dar cuenta de las principales tendencias que van a influir en el crecimiento del sector energético en 2025.

–¿Cómo repercute la transición hacia las energías renovables en la matriz energética de Argentina y cuáles son los principales retos que enfrenta el país en este sentido?

–Argentina es un país con enormes recursos eólicos y solares, lo que posiciona a las energías renovables como una opción competitiva y sostenible. Los grandes actores del sector tenemos una clara vocación de invertir, pero enfrentamos desafíos significativos, como la infraestructura. El sistema eléctrico argentino presenta cuellos de botella en casi todas las regiones del país. El compromiso de los generadores de proponer, construir y aportar a las soluciones de infraestructura es una oportunidad única. Tenemos una gran chance de crecimiento ante la necesidad de las grandes industrias de consumir energía eléctrica de fuentes renovables. Esta condición puede cubrirse con diversas propuestas orientadas al sector privado, como puede ser el Mercado a Término de Energías Renovables (MATER) o bien el mercado Spot. Y para poder avanzar y aprovechar ambas oportunidades, es preciso que haya una planificación energética integral que permita pensar en una transición energética ordenada.



Gustavo Castagnino. Tecnología y tendencias globales impulsan la transformación.

La tecnología marca el rumbo

–¿Cuál es el impacto de las tecnologías emergentes –como el almacenamiento de energía y la inteligencia artificial– en la competitividad del sector?

–La innovación es un factor clave para impulsar prácticas de impacto positivo. En este sentido, Genneia ya ha iniciado un camino hacia la integración de sistemas de inteligencia artificial como parte de su estrategia, para mejorar continuamente la eficiencia en los centros de generación. Hoy, el sector de la energía renovable se presenta como un terreno ideal para la aplicación de la intelligen-

cia artificial. Desde la compañía hemos instalado sensores en todos nuestros activos, lo que nos permite recopilar datos en tiempo real y monitorearlos de manera remota desde nuestro Centro de Control de Operaciones en Pilar. Por otro lado, uno de los proyectos en el que apostamos por la innovación tecnológica fue el llevado adelante con Uali, una empresa que con sus drones detecta fallas de aerogeneradores de modo eficiente: sin detener las aspas, a menor costo y de forma certera. Asimismo, tenemos una alianza con Satellites On Fire, una plataforma argentina de detección temprana de incendios a través de satélites, cámaras e inteligencia artificial.

–¿Qué desafíos tecnológicos enfrenta Argentina para maximizar su potencial en energías renovables como la solar y la eólica?

–Los desafíos tecnológicos resaltan la necesidad de mejorar la infraestructura de transmisión eléctrica, optimizar las redes para integrar la energía renovable de manera eficiente, garantizando así el correcto almacenamiento de energía. El cambio hacia una matriz energética sustentable no es opcional, es inevitable. La tecnología y las necesidades globales están empujando esta transformación, y debemos aprovechar este momento para liderar el proceso.

potenciamos nuestra propuesta de valor con nuestras nuevas especializaciones.

 randstad
operational

Soluciones de talento **operativo** para mantener tu empresa en movimiento.



 randstad
professional

Seleccionamos los profesionales que necesitas para acompañar el **crecimiento** de tu empresa.



 randstad
digital

Consultoría y talento para **acelerar** tu transformación digital.



 randstad
enterprise

Soluciones globales a gran **escala de asesoramiento**, adquisición, desarrollo y transición del talento.



conocé más en www.randstad.com.ar

 randstad

partner for talent.

INFORME |

SAESA

El gas natural argentino y el desafío de la competitividad

La Argentina venía arrasada por un déficit energético crónico que causó estragos en su economía. Esa situación comenzó a revertirse gracias a la sustitución de importaciones de gas natural y GNL con gas producido localmente, por un lado, y por otro por un rápido crecimiento de las exportaciones de petróleo.

Por Juan Bosch (*)

El año 2024 arrojó un superávit energético superior a US\$ 5.000 millones y se espera superar los US\$ 7.500 millones en 2025. La balanza comercial de gas natural tiene mucho para aportar. 2024 finalizó con un déficit promedio de 1 MMm³/día: enorme mejoría respecto de los últimos tres lustros. Los recursos con que Argentina ha sido bendecida permiten ilusionarnos mucho más: Nuestro país quiere recuperar y ampliar mercados regionales (ya hay permisos de exportación a Brasil otorgados por más de 10 MMm³/día y otro 50% más en análisis) y además aspira a jugar en las grandes ligas. Todos hemos escuchado y leído sobre los proyectos de exportación de gas natural licuado (GNL), compitiendo contra las potencias energéticas mundiales para ganar mercados energéticos en todo el globo.

Tenemos los recursos naturales, la capacidad técnica de empresas y personas formadas al máximo nivel. Alcanzar esas cimas exigirá sacrificio, foco y determinación. Un desafío común ilumina esos esfuerzos: la competitividad. Debemos recrear ya en 2025 un mercado abierto, transparente y competitivo, tal como permiten inferir la Ley de Bases y Puntos de Partida, el DNU 55/2023 y normas complementarias.

Nueva etapa

La Secretaría de Energía y el Enargas trabajan en desarticular esa inercia heredada de capas de regulación ineficiente, llena de parches, del "Estado empresario" agobiante, que interviene en el mercado como si fuera un actor omnipresente con privilegios y posición dominante: compra gas, lo asigna, maneja transportes, fija prioridades y precios,



Juan Bosch. Desarticular trabas.

etc., generando distorsiones e ineficiencias en el sector, obstando a la competitividad y transparencia. El Estado se comportó como un rey Midas invertido: todo lo que toca lo transforma en más caro, más oneroso, más ineficiente y gravoso.

En paralelo, las autoridades también trabajan en recuperar y poner al día los roles que sí le son propios (y no se cumplían): fijar tarifas definitivas y planes de inversión obligatorios (revisión tarifaria integral) de las licenciatarias que operan bajo régimen de exclusividad, dictar reglas claras, transparentes y adecuadas a la realidad (mix de cuencas, uso del transporte, policía para evitar abusos de posición dominante y asegurar la libre competencia), ejercer el poder de policía sobre los actores del mercado, etc.

Lo que se espera

Un mercado transparente, abierto y competitivo permite a los compradores y vendedores realizar contratos no sólo sobre el gas físico sino también sobre futuros y opciones, creando señales de precios claras que permitan operar a los agentes e interesados en el corto y medio plazo, así como la toma de decisiones para inversiones en el medio y largo plazo.

Tal como ocurrió con el boom del *shale gas* de Estados Unidos a partir de los años 2000, el gas argentino puede colaborar en nuestro desarrollo. Una oferta estable, segura, previsible, transparente y competitiva de gas natural permite ampliar o agregar nuevas industrias y servicios. Desde la agroindustria, pasando por la cementera, petroquímica, siderurgia, química, celulosa, papeleras, logística, plásticos, la propia generación de energía; incluyendo la futura "vedette" demandante de energía: la inteligencia artificial. Argentina puede asegurar (con un libre mercado competitivo) energía a todas las empresas que quieran radicarse o ampliarse en nuestro suelo.

Es hora de la competitividad en gas natural. El año 2025 debemos enfocarnos en desarticular las trabas y crear las condiciones de mercado privado, transparente, abierto, competitivo y robusto de gas natural en Argentina. Será un punto clave para apoyar el desarrollo de una verdadera competitividad de industria y servicios en nuestro país.

(*) *Presidente de la compañía chilena SAESA, Sociedad Austral de Electricidad Sociedad Anónima*

Reviví todas las charlas en
nuestro canal de YouTube.
Promoción y prevención de la salud,
desde una perspectiva diferente.



Pepe Sánchez / Carlos Tévez

En una charla con Diego Leuco
Superando obstáculos.
Cómo abordar y superar las
adversidades en la vida.



Diego Bernardini

En una charla con Diego Leuco
La nueva longevidad.
Construir la oportunidad para que
el tiempo libre sea tiempo para hacer.



Rebeca Hwang / Sebastián Campanario

En una charla con José del Río
IA: Inteligencia Argentó.
¿Qué pasa cuando la inteligencia artificial
se potencia con nuestro ser nacional?



Andrés Oppenheimer

En una charla con José del Río
¡Cómo salir del pozo!
Las nuevas estrategias de los países, las empresas
y las personas que buscan la felicidad.

AGRADECEMOS EL APOYO DE LAS EMPRESAS PATROCINADORAS QUE SE SUMAN A NUESTRO PROYECTO Y HACEN POSIBLE NUESTRAS ACTIVIDADES EN TODO EL PAÍS.



INFORME |

El rebrote de la energía nuclear

Hay una revolución tecnológica y podemos ser parte

El accidente de Fukushima fue como un misil en la línea de flotación del modelo de negocios nuclear vigente desde 1960. Muchos pronosticaron que 2011 significaba el fin de la energía nuclear, mientras que pocos sostuvimos que no.

Por Julián Gadano (*)

El próximo 11 de marzo se van a cumplir 14 años del accidente en la central nuclear de Fukushima. Por aquellos tiempos, yo trabajaba en la Autoridad Regulatoria Nuclear de Argentina (ARN) y estaba asistiendo a un curso sobre Microeconomía de la Energía Nuclear, dictado por la World Nuclear University en el predio que la ARN tiene en Ezeiza. El accidente ocurrió a las 15:41 de la tarde en Japón, lo que en Argentina equivale a las 3:41 de la madrugada. Unas horas después, esa mañana: "che, hubo un tsunami en Japón y parece que afectó una central nuclear...".

¿Por qué arrancar un artículo con este recuerdo? Porque en ese momento se estaba viviendo lo que en aquellos momentos se bautizó como el *Renaissance Nuclear*. Era muy influyente un estudio realizado en 2003 por el Massachusetts Institute of Technology titulado "The Future of Nuclear Power" que pronosticaba 1.500 GW de potencia nuclear para 2050. 22 años después de aquel robusto reporte, la realidad es muy diferente.

Un antes y un después

El accidente de Fukushima fue como un misil en la línea de flotación del modelo de negocios nuclear vigente desde 1960: grandes reactores, mucha generación concentrada en un sitio, mucha inversión inicial, en general garantizada o financiada por el Estado (o por organismos multilaterales o sindicatos de bancos, con garantía estatal).

Pero la crisis venía de antes. Frente al accidente de Chernobyl (el más grande de la historia) y a la consecuente elevación de los estándares de seguridad exigidos por los reguladores, los costos de la energía nuclear crecieron exponencialmente. Pero los ingenieros nucleares encontraron la solución: hacer reactores más grandes. Un modelo que



Julián Gadano. El potencial de los SMR.

podemos bautizar como "*the bigger, the better*" y funciona muy bien... en los papeles. Pero la realidad es que construir reactores de más de 1GW de potencia implica desafíos muy grandes para toda la cadena de suministros, que frente al achicamiento del negocio que significó Fukushima, sencillamente colapsó.

En ese contexto, muchos pronosticaron que 2011 significaba el fin de la energía nuclear, mientras que pocos sostuvimos que no. Que iba a terminar con aquel modelo de negocios, pero que el cambio climático y aquellos factores que hacían necesaria a la energía nuclear –y que habían motivado el reporte del MIT– seguían ahí.

Pero reconozco que, en 2016, cuando me tocó asumir como subsecretario de Energía Nuclear del Gobierno de Mauricio Macri, no era fácil ver una salida al dilema. Sin embargo, tuve la suerte de asumir –en paralelo– como *Chair* del International Framework for Nuclear Energy Cooperation (IFNEC) en 2017.

IFNEC es un foro integrado por 32 países que cuentan con energía nuclear, cuyo objetivo es generar ámbitos para la búsqueda de soluciones y aplicaciones para los usos pacíficos de la tecnología. Y en aquel momento pusimos el foco en un tema: la búsqueda de salidas a la crisis de la industria. Allí, pudimos identificar más de una línea de disrupciones tecnológicas de las cuales destaco la que va a marcar la agenda de los próximos años: los reactores modulares pequeños, o SMR, por su sigla en inglés.

Lo fascinante del desarrollo tecnológico en el capitalismo global es que, casi siempre, ante una crisis, con seguridad aparecerán quienes se tiren a piletas y tomen riesgo buscando ser los primeros en ofrecer soluciones. Aunque, al principio, esa piletta no tenga mucha agua. Los SMR eran, en la década anterior, una piletta con poca agua. Hablemos entonces de eso. ¿De qué se trata?

Un nuevo modelo

El modelo de negocios basado en grandes reactores responde a necesidades de un mundo que ya no existe. Enormes instalaciones, largos tiempos de construcción, muchísima obra civil, licenciamientos ad hoc, largos y tediosos, en los que cada reactor es una nueva obra en la que todo vuelve a cero... Salvo en casos muy particulares de países con mucho capital disponible y no muchas opciones en materia de energía, este modelo murió.

Los SMR son una respuesta a ese agotamiento. Se trata de pensar un esquema totalmente diferente al histórico pero que, curiosamente, no innova en la tecnología base (la fisión nuclear funciona bien) sino en el modelo de negocios.

Normalmente se suele suponer que lo innovador de los SMR es la S, es decir el tamaño (*small*). Y no es así. El tamaño es consecuencia y no causa de la innovación. De lo que se

trata es de diseñar un modelo que permita fabricar reactores industrialmente, con poca obra civil, estandarizados, de bajo riesgo, y que sirvan para cualquier sitio. Para decirlo de manera clara, fabricar reactores como se fabrica aviones. Un reactor de 30 MW serán 100 *containers*, que una vez fabricados en una planta integradora (que perfectamente podría estar entre otros lugares, en Argentina, de la misma forma que se fabrican aviones en Sao José dos Campos, en Brasil) se subirán a un barco y se montarán en cualquier lugar del mundo en 90 días sin que se requieran muchos conocimientos técnicos para ello. Y a partir de ahí se podrá operar un reactor para alimentar una planta automotriz, o 30 en paralelo en una central de 900



Complejo Atucha. Más de medio siglo de historia.

yecto porque ha servido para construir conocimiento en un campo en el que teníamos la base para construirlo (el nuclear) pero como afirmó muy claramente el presidente de la CNEA, no es un proyecto comercial viable. El problema no está en el prototipo sino en quienes, por ignorancia o deshonestidad intelectual, lo venden como lo que no es. Tenemos todo en Argentina para ser parte central de esa revolución tecnológica: recursos humanos, conocimiento, cadenas de suministro y una muy solvente agencia reguladora pública. Solo debemos favorecer las condiciones para que la inversión privada, tanto local como extranjera, se entusiasme en invertir en un clúster argentino que necesita justamente eso, capital para crecer.

{ Tenemos todo en Argentina para ser parte central de esa revolución tecnológica: recursos humanos, conocimiento, cadenas de suministro y una muy solvente agencia reguladora pública. }

MW. La baja en el costo de capital es un hecho, y se funda en la fabricación industrial, y no en el tamaño. A su vez, el costo de operación se reduce con la modularidad y –también– con el tamaño. Es una revolución tecnológica que tira por la borda el modelo “*the bigger the better*” para darle un nuevo ciclo a la energía nuclear.

Mirada hacia adelante

¿Y esto cómo impacta en Argentina? Puede implicar una enorme oportunidad, siempre y cuando no sigamos mirando con ojos en la espalda. En aquellos años no solo tuvimos que discutir con quienes planteaban el fin de la energía nuclear. También por una narrativa que sostenía que había que hacer lo mismo que hace 50 años: reactores grandes, de tecnologías antiguas “porque es lo que sabemos hacer” con financiamiento público. Era común escuchar que los SMR eran “una fantasía” y que había que seguir construyendo grandes reactores. Ese mismo sesgo, en la conversación actual, nos puede llevar a una nueva frustración. Sesgo consistente en instalar la idea de que el reactor prototipo CAREM es un SMR.

El CAREM es un muy buen proyecto, que el Gobierno que integré apoyó claramente: durante la administración Macri el CAREM recibió el mayor financiamiento en su historia. Sin embargo, siempre tuvimos claro que no se trata de un reactor comercial ni es un SMR.

Para decirlo claramente: no venderemos CAREMs al mundo porque no es un modelo comercial ni tampoco se trata de un reactor modular. Basta con ver cualquier video de la obra para ver qué lejos de la modularidad está ese modelo. El CAREM es un gran pro-

O podemos seguir escuchando los cantos de sirena de la “soberanía nuclear” y esperar un tren que nunca pasará, sentados en una vieja estación.

(*) *Docente de la Maestría en Desarrollo Energético Sustentable de ITBA.*

Plantas nucleares en actividad

Actualmente, el país cuenta con tres centrales nucleares en operación. Atucha I, Atucha II y Embalse, operadas por Nucleoeléctrica Argentina, suman una potencia instalada total de 1.763 MW.

Atucha I: la primera central nuclear de América Latina

Construida en 1968 y conectada al Sistema Eléctrico Nacional el 19 de marzo de 1974, Atucha I marcó un hito en la región al convertirse en la primera central nuclear de potencia de América Latina. Está ubicada en Lima, Partido de Zárate, a 100 km de Buenos Aires. La planta cuenta con una potencia eléctrica bruta de 362 MW. A pesar de ser la más antigua del país, ha sido modernizada para cumplir con los estándares de seguridad nacionales e internacionales. Actualmente, se ejecuta el Proyecto de Extensión de Vida, que permitirá prolongar su operación por 20 años adicionales a plena potencia.

Atucha II: la evolución tecnológica

La construcción de Atucha II comenzó en 1982,

pero sufrió una interrupción en 1994, hasta su reactivación en 2006. Tras su finalización, alcanzó su primera criticidad el 3 de junio de 2014, y el 27 de junio se sincronizó al Sistema Interconectado Nacional. Se encuentra junto a Atucha I. La central tiene una potencia de 745 MW y se beneficia de la experiencia operativa adquirida en su predecesora.

Embalse: un nuevo ciclo operativo

Embalse, la segunda central nuclear construida en Argentina, se encuentra en la provincia de Córdoba, en la costa sur del embalse del Río Tercero. Con una potencia de 656 MW, inició su operación comercial el 20 de enero de 1984 y completó su primer ciclo de vida el 31 de diciembre de 2015. Tras un exitoso Proyecto de Extensión de Vida, su reactor alcanzó criticidad nuevamente el 4 de enero de 2019, iniciando un segundo ciclo operativo de 30 años.

Fuente: IGN y Nucleoeléctrica

INFORME |

Futuro promisorio

Crecimiento energético, una realidad

Durante 2024, se logró instaurar en la Argentina el reconocimiento por parte de la sociedad de los extraordinarios recursos energéticos que disponemos. También, que debemos cuidarlos y potenciarlos para lograr nuestro posicionamiento como un importante exportador energético a escala mundial. ¿Y cómo se logró ese reconocimiento? Por haber tocado fondo.

Por Roberto Carnicer (*)

Si no reconocemos que el punto de partida de la normalización del país fue la de una situación extraordinariamente calamitosa, no se valorarán los cambios realizados que permitirán su crecimiento en 2025.

La energía, junto con el campo, la minería y la industria del conocimiento, es una de las principales fortalezas que disponemos para lograr tener una balanza comercial positiva en un breve plazo.

Si hiciésemos un balance de 2024, cabría preguntarnos: ¿se cumplieron todos los objetivos prometidos por el Gobierno en campaña? Definitivamente, tendríamos que decir que no, aunque lo realizado fue en esa dirección. En materia macroeconómica se lograron resultados que sorprendieron: la inflación bajó del 25% al 2% en doce meses; la tasa de cambios converge al dólar oficial y la baja del ritmo de devaluación; no hay déficit fiscal; el riesgo país cayó a valores inferiores a 600 puntos básicos, y los subsidios se redujeron en US\$ 3 billones.

En lo que respecta al sector energético, ya no hay dudas de que Vaca Muerta es una realidad, y que deben seguir desarrollándose los hidrocarburos (*offshore*, Palermo Aike) y cualquier tipo de energía (renovables, nuclear, hidrógeno como vector).

Si analizamos los resultados, el número de etapas de fractura de la extracción no convencional alcanzó 17.800 en 2024. Este es no solo el máximo histórico, sino que marca una tendencia creciente para 2025. A la vez, se lograron los mayores niveles de producción de gas (150 MMm3d) y crudo (740 Mbpd) de los últimos 20 años. ¿Fue casualidad o es que se dieron señales de expectativas de mejoras macroeconómicas?



Roberto Carnicer. Un año de grandes cambios.

Mayor confianza

Evidentemente, la mayoría de los cambios promovidos en la Ley de Bases en el sector de energía en general fueron indicadores que fortalecieron la confianza para potenciar inversiones. Inicialmente, fue el crecimiento de la producción, pero su barrera fue el déficit en infraestructura. Esta realidad tuvo el reconocimiento tardío de algunos funcionarios del Gobierno anterior, y con ellos vino un poco de cordura, pragmatismo y realismo, pero fue insuficiente pues formaban parte de un entorno que pensaba diametralmente lo opuesto. Se concretó la primera etapa del gasoducto Perito Moreno (ex Nestor Kirchner), se revirtió, en tiempo récord, el gasoducto norte para cubrir el déficit de gas del norte argentino ante la caída de la producción boliviana, se invirtió en oleoductos: la duplicación de Oldelval, la recuperación del oleoducto trasandino. Proyectos imprescin-

dibles para reducir nuestras importaciones de energía, y desarrollar infraestructura para exportar crudo.

De la Ley de Bases, las RIGI –que se aplica para los sectores con gran potencialidad de crecimiento, focalizados en futuras exportaciones– son una herramienta que permitirá concretar una balanza comercial positiva. Su mayor virtud en hidrocarburos es que las futuras inversiones serán blindadas a la demagogia, que usó la letra chica de la ley de hidrocarburos para que el país incumpliese con los compromisos internacionales, y atropellar la palabra del espíritu de los contratos.

Estas nuevas herramientas jurídicas son las que generaron las condiciones para que las empresas durante 2024 empezaran a reflotar en grandes proyectos, congelados en 2020. Citamos entonces: el proyecto de licuefacción de gas en gran escala de YPF, con Shell y con otros productores, que tendrá por objetivo lograr exportar más de 120 MMm3d para 2030; el barco licuefaccionador contratado por PAE; sinergia entre productores en Argentina para encarar proyectos en conjunto como el oleoducto Vaca Muerta Sur; el crecimiento de la producción de crudo, para superar el millón de barriles por día en 2027, y seguir con la exploración *off shore* en el Mar Argentino.

Ante este panorama, habiendo sido la balanza comercial energética 2024 superior a US\$ 4,8 billones, es posible inferir que, mientras que no ocurra un cisne negro, el año 2025 será promisorio para varios sectores productivos. Y la energía, con un objetivo de balanza comercial de US\$ 7 billones, ocupará un lugar de relevancia y la tendencia de crecimiento continuará en nuestro país. **M**

(*) Director del Instituto de Energía de la Universidad Austral

Llegamos donde otros no llegan,

con soluciones multiórbita
y multibanda.



 **Servicio
Satelital**

in 
satelital.com.ar

NEGOCIOS |

Tendencias a considerar

Cinco retos de la industria metalúrgica para 2025

La falta de personal calificado, la capacitación en tecnologías digitales, la implementación de herramientas basadas en inteligencia artificial y priorizar la sostenibilidad son algunos de los desafíos que enfrenta la industria para sobrevivir en un escenario cada vez más competitivo.

La industria metalúrgica, pilar fundamental de la economía global, ha experimentado un año 2024 marcado por la volatilidad de los mercados, la disrupción de las cadenas de suministro y la creciente demanda de productos más sostenibles. De acuerdo con un informe realizado por la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina (ADIMRA), todos los sectores que conforman la actividad cayeron y, en su totalidad, se contrajeron más del 12% en 2024.

Estas cifras, sumado a factores como la inflación, los conflictos geopolíticos y las políticas proteccionistas, han generado incertidumbre en el sector de cara a 2025.

En este contexto, la soldadura, una disciplina vital dentro de la industria metalúrgica, también ha experimentado importantes retos a lo largo de 2024. "La necesidad de innovación tecnológica, la brecha en la formación de especialistas, los cambios en los procesos de manufactura, y la transición hacia materiales y procesos más sostenibles han obligado a las empresas a adaptarse rápidamente y al sector en general a reinventarse frente a un contexto global cambiante," expresó Emanuel Rauchle, jefe de Marketing de Grupo Baw, empresa especializada en soluciones de alta tecnología para soldadura y corte de metales.

De esta forma, desde la compañía se plantean cinco retos claves que enfrentará el sector en 2025:

- **Escasez de mano de obra calificada:** la jubilación de los trabajadores experimentados y la falta de interés de las nuevas generaciones por las profesiones técnicas están generando una brecha de talento cada vez más difícil de cubrir.
- **Formación tecnológica:** la adopción de tecnologías digitales y la automatización de los procesos de soldadura son fundamentales para mejorar la productividad y



la calidad, pero a su vez demandan personal capacitado en herramientas digitales, lo que conlleva una importante estrategia de formación por parte de las empresas.

- **Sostenibilidad:** la demanda de productos más sostenibles está impulsando la necesidad de desarrollar procesos de soldadura más eficientes energéticamente y menos contaminantes, así como el uso de materiales reciclados y biodegradables.
- **Nuevas tecnologías de soldadura:** la aparición de nuevas tecnologías, como la soldadura robótica colaborativa y la impresión 3D metálica, ofrece grandes oportunidades, pero también plantea desafíos en términos de inversión.
- **Normativas y estándares:** el cumplimiento de las normativas y estándares internacionales cada vez más exigentes en materia de seguridad, calidad y sostenibilidad es esencial para acceder a nuevos mercados y garantizar la confianza de los clientes.

"Para afrontar estos desafíos, es esencial que todos los actores del sector, desde empresas y Gobiernos hasta instituciones educativas, trabajen de manera articulada. La inversión en capacitación profesional y en el desarrollo de tecnologías más eficientes será determinante para fortalecer la competitividad global. Además, la colaboración con centros de investigación y el impulso a prácticas sostenibles permitirán a la industria metalúrgica avanzar hacia un modelo de producción más responsable y tecnológicamente adaptado," agregan desde Grupo Baw.

Las expectativas para 2025 del sector metalúrgico aún son inciertas. Sin embargo, la adopción de tecnologías como la inteligencia artificial y los robots colaborativos (Cobots) representarán un punto de inflexión para la productividad del sector. El futuro dependerá de cómo la industria enfrente los retos y se adapte a las exigencias del mercado global.



Bayton

Uniendo con Pasión a Personas y Organizaciones en el Mundo del Trabajo.

BStaffing

BProfessional

BStrategy

NEGOCIOS |

Nuevo estudio de KPMG

Optimismo de los CEO del sector de consumo y *retail*

Más del 80% de los CEO del sector dijeron que confiaban en las perspectivas de crecimiento de sus propias empresas, en tanto que un 59% aseguró ser optimista sobre el crecimiento económico. Así lo afirma la 10ª edición del estudio “KPMG 2024 CEO Outlook: Consumo & Retail”.

El estudio KPMG 2024 CEO Outlook: Consumo & Retail registró datos sobre el enfoque, las estrategias y las tácticas de planificación de los empresarios. Este año, los tres principales desafíos señalados por los CEO del sector incluyen la incertidumbre económica (58%), las complejidades geopolíticas (53%) y la adopción de la inteligencia artificial generativa (48%). A pesar de ello, los CEO de esta industria son cada vez más optimistas sobre las perspectivas para los próximos años. De hecho, su convicción sobre el crecimiento del sector sigue creciendo, llegando este año al 81%, una cifra mayor a la de 2023.

“En Brasil, los empresarios de este sector han mostrado preocupación por la economía, especialmente con la escalada de las tasas de interés, las próximas acciones de los Gobiernos relacionadas con los recortes de gastos y la geopolítica, además de las demandas de los clientes que son particularmente altas. Estas empresas se enfrentan a situaciones locales, y también se ven afectadas por fuerzas globales al tratar con consumidores altamente polarizados”, explica Fernando Gambôa, socio Líder de Consumo y Retail de KPMG en Brasil y América del Sur.

Para Eugenio Orco, líder de Consumo y Retail de KPMG Argentina, “en el país el sector es muy resiliente y a pesar de los tiempos de retracción siempre está mirando los cambios que hay que hacer para no perder competitividad y mercado. Las estadísticas están mostrando que la caída de los últimos años se ha detenido y que ha comenzado un proceso de recuperación que se espera se mantenga este año como consecuencia de la baja inflacionaria y la estabilidad cambiaria. Hay optimismo”.

La inteligencia artificial y los criterios ESG

El estudio también mostró que las organizaciones del sector de consumo y retail siguen



Freepik

compitiendo para implementar la inteligencia artificial generativa en los negocios: el 84% de los CEO dijo que parte de la regulación sobre el tema debería incluir compromisos climáticos; en tanto que un 81% reconoció la importancia de esta tecnología como un área clave de inversión, particularmente en ventas y marketing. Asimismo, el 67% aseguró que confía en lograr un retorno de sus inversiones entre tres y cinco años; y el 61% identificó los desafíos éticos como algunos de los temas más difíciles de abordar en relación con la aplicación de este recurso en las empresas.

Según la encuesta, los participantes comprendieron que el dominio de los factores sociales, ambientales y de gobernanza (ESG) es esencial para las operaciones, las estrategias y la confianza pública. En ese sentido, el 74% de los CEO del sector afirmó que estos principios están plenamente incorporados en las empresas, y un 63% confía en lograr cero

emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2030. En paralelo, el 44% informó que la estrategia corporativa utilizada tiene impacto en las relaciones con los clientes y la reputación de la marca; pero que, para el 51%, los avances en temas de diversidad e inclusión son lentos.

Romina Bracco, socia líder de Sostenibilidad & Servicios ESG de KPMG Argentina, “a partir de los cambios regulatorios y la apertura comercial que brinda la posibilidad de acceder a productos de otros mercados, se eleva considerablemente la competencia tanto para los productores como así también para el retail, por ello es fundamental ofrecer productos acordes a las expectativas de consumidores más conscientes, exigentes y empoderados resulta fundamental. Una clara ventaja será reforzar la huella de carbono asociada al producto considerando su ‘origen nacional’ evitando la logística internacional”.

- ENVÍOS PARA ECOMMERCE
- LOGÍSTICA INVERSA
- COBERTURA NACIONAL



Simplificamos la logística de tu negocio online!

R.N.P.S.P. N°2

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



NEGOCIOS |

Con tecnología de punta

Adidas presentó la pelota oficial del Mundial de Clubes FIFA

El balón de última generación cuenta con "Connected Ball Technology", una tecnología propia que permite decisiones arbitrales más rápidas y precisas. Incluye un sistema de suspensión en el centro, que alberga y estabiliza un sensor de movimiento de unidad de medición inercial, que proporciona una visión sin precedentes de cada elemento del movimiento de la pelota.

Adidas Football presentó la pelota oficial del Mundial de Clubes de la FIFA 2025. El nuevo balón hará su debut en el campo cuando el torneo comience el 15 de junio y será utilizado por algunas de las estrellas y clubes globales más importantes de Adidas, que incluyen a River Plate, Boca Juniors, Real Madrid, Inter Miami, Al Ahly FC, Seattle Sounders, SL Benfica, Bayern Munich, CR Flamengo, Juventus y Ulsan HD.

El diseño rinde homenaje a la nación anfitriona, con gráficos audaces y emblemas que celebran y conectan con la herencia de Estados Unidos, el país anfitrión. Sobre un fondo nacarado, la pelota presenta patrones de bloques con bordes irregulares y estrellas y rayas deconstruidas en rojo, blanco y azul, que representan la bandera del país, junto con detalles plateados y el logotipo oficial del Club World Cup en blanco y dorado.

La pelota oficial está diseñada para lograr una mayor precisión en el juego mediante Precision Shell, una forma de panel de 20 piezas con ranuras en relieve estratégicamente colocadas en la capa exterior de la pelota. La forma fue estudiada y probada en el laboratorio y en el campo para evaluar el flujo de aire sobre la pelota.

Los beneficios de rendimiento continúan bajo la superficie gracias a CTR-Core, un sistema diseñado para la precisión y consistencia en el vuelo, que ayuda a mantener la forma y la retención de aire para apoyar un juego rápido y preciso.

Una pelota tecnológica

La integración con "Connected Ball Technology", la tecnología de Adidas, incluye un sistema de suspensión en el centro de la pelota que alberga y estabiliza un sensor de movimiento de unidad de medición inercial



(IMU) de 500 Hz, que proporciona una visión sin precedentes de cada elemento del movimiento de la pelota. El sensor es alimentado por una batería recargable, que puede cargarse por inducción.

La tecnología envía datos precisos de la pelota a los árbitros de video en tiempo real, lo que, combinado con los datos de posición de los jugadores y aplicando inteligencia artificial, ayuda a los árbitros a tomar decisiones más rápidas durante el partido. La tecnología fue desarrollada por la marca, en estrecha colaboración con Kinexon. También puede ayudar a los árbitros de VAR a identificar cada toque individual de la pelota, lo cual permite una reducción del tiempo dedicado a resolver incidentes de mano y penales.

Sam Handy, gerente general de Adidas Football, dijo: "Queríamos crear una pelota que

rindiera homenaje a la famosa cultura deportiva y afición de Estados Unidos. Con esto vino una clara ambición de crear algo audaz, ruidoso, icónico e inconfundiblemente estadounidense. Es una verdadera celebración de la nación anfitriona y estamos emocionados de verla en el escenario más grande del mundo este año".

Con este lanzamiento, Adidas mantiene su compromiso de contribuir con el 1% de las ventas netas a Common Goal, para apoyar iniciativas que impulsan un cambio social duradero para las comunidades desfavorecidas. La nueva pelota está a la venta en la app de Adidas, adidas.com.ar y en comercios minoristas autorizados. La versión "Connected Ball Technology" solo se utilizará en el torneo y no estará disponible en tiendas. **M**



Internet

Conexión con tu mundo.

Estamos en gran parte de **Zona Norte**
de Buenos Aires y alrededores.

b) bop

Internet
+
TV



bibop.com.ar

Avances tecnológicos: tensión entre entusiasmo y preocupación

En su informe sobre las tendencias globales para 2025, Ipsos, especialista en investigación de mercado y opinión pública, presentó "Technowonders", una tendencia clave que muestra cómo la tecnología está transformando el mundo y, al mismo tiempo, generando tensiones en la sociedad.



Freepik

Si bien el 71% de la población global considera que la tecnología es crucial para abordar los desafíos del futuro, persisten preocupaciones relacionadas con sus implicaciones en diferentes aspectos de la vida diaria, como

el ámbito laboral y la interacción social. Esta tendencia surge en la 10ª Edición del reporte sobre *Global Trends* de Ipsos y el análisis de los datos resultantes de una encuesta realizada a unos 1.000 individuos en cada uno de los

50 mercados contemplados. Esta investigación fue llevada a cabo en su plataforma *online* Global Advisor y en asociación con otros equipos globales alrededor del planeta. El estudio alcanza al 75% de la población

mundial, con más de 50.000 encuestas realizadas y más de cinco millones de puntos de datos obtenidos.

¿Un futuro más brillante?

El informe también hace referencia a cómo la tecnología es vista como una “maravilla” pero que, al mismo tiempo, es percibida como destructiva. Así, en 41 de los 50 mercados analizados, la mayoría de las personas considera que el progreso tecnológico está “destruyendo nuestras vidas”. Sin embargo, esta percepción se equilibra con el optimismo sobre el poder de la tecnología para resolver problemas urgentes. Por ejemplo, un 71% de los encuestados considera que la tecnología es fundamental para enfrentar desafíos como el cambio climático, las crisis sanitarias y los problemas económicos.

En cuanto a las redes sociales, el informe muestra una gran variabilidad en las opiniones de los usuarios. Mientras que en Indonesia el 87% de las personas considera que las redes sociales tienen un impacto positivo en nuestras vidas, en los Países Bajos, solo el 24% tiene esa misma percepción. Esto subraya la disparidad en la forma en que se experimentan los beneficios y riesgos de la tecnología en distintas partes del mundo.

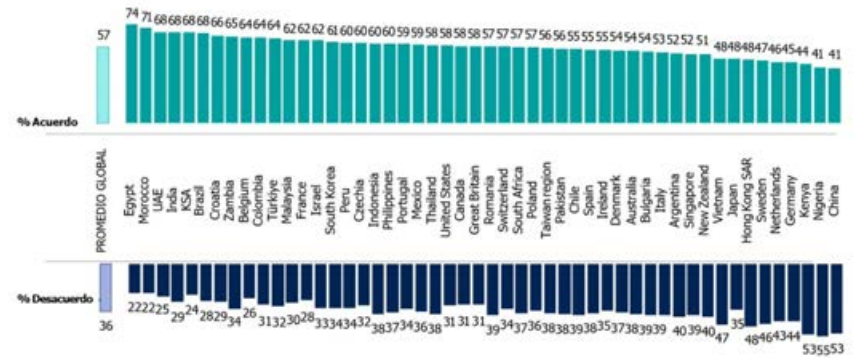
El cambio tecnológico: un arma de doble filo

El informe subraya, además que, en el contexto de avances tan significativos como la biotecnología y la inteligencia artificial (IA), la tecnología se ha convertido en una herramienta poderosa para resolver problemas críticos. El desarrollo rápido de vacunas, medicamentos como los GLP-1 para tratar la diabetes y la IA generativa para el descubrimiento de antibióticos son ejemplos de cómo la tecnología está cambiando la medicina, la ciencia y otras áreas centrales de nuestra vida cotidiana.

Sin embargo, el informe también señala los riesgos asociados al progreso tecnológico. A medida que la tecnología se vuelve más omnipresente, surgen preocupaciones sobre el uso indebido de los datos personales y el impacto de la automatización en el empleo. En este sentido, las encuestas revelan que un 73% de las personas están preocupadas por cómo empresas y Gobiernos gestionan su información, mientras que un 78% considera que es inevitable la pérdida de privacidad en

Temo que el progreso tecnológico esté destruyendo nuestras vidas

¿En qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con la afirmación?



Base: 16,337 adults surveyed in the markets shown between 02 February and 23 April 2024. For full methodology see www.ipsos.com

Source: Ipsos Global Trends 2024

© Ipsos | Global Trends



el futuro cercano.

“En Argentina, esta dualidad es palpable. Mientras que más de la mitad de los argentinos, exactamente el 52%, muestra entusiasmo por los productos y servicios impulsados por inteligencia artificial, un 47% admite sentir nerviosismo y una preocupación latente frente a las nuevas tecnologías. Además, el 80% acepta que es inevitable perder algo de privacidad debido a los avances tecnológicos, y el 74% se preocupa por cómo las empresas y el Gobierno podrían usar la información que recopilan en línea”, señala Martín Tanzariello, director de Contenidos y Prensa de Ipsos Argentina.

“El dilema de la automatización y la IA generativa sigue siendo uno de los temas más controvertidos, especialmente respecto al futuro del trabajo. Empresas como Cisco, Microsoft y Google se encuentran estudiando el impacto de la IA en el empleo, ya que el temor a la sustitución de trabajos por máquinas es una de las mayores preocupaciones a escala mundial”, agrega Tanzariello.

La necesidad de un enfoque equilibrado y responsable

Aunque muchas personas quieren desconectarse y alejarse de sus pantallas, la realidad es que la tecnología está presente en todos los aspectos de sus vidas, desde el entretenimiento hasta la atención médica. El desafío para las sociedades y las empresas será gestionar los avances de forma que los beneficios de la tecnología sean aprovechados mientras se mitigan sus riesgos.

“Temo que el progreso tecnológico está destruyendo nuestras vidas” es la mirada del mundo respecto de este planteo

“A medida que la tecnología se vuelve cada vez más presente en todos los aspectos de nuestras vidas, también crece nuestro temor hacia ese progreso. Desde 2013, se ha registrado un marcado aumento en la preocupación en todos los mercados analizados, excepto en China. En promedio, registramos un incremento de 15 puntos en este sentimiento en los mercados estudiados. En China, la historia es más matizada: hubo un aumento en la preocupación entre 2013 y 2022, pero ese sentimiento ha disminuido desde entonces, resultando en una reducción neta de cinco puntos desde 2013. Si bien podría parecer lógico suponer que este sentimiento es más fuerte entre las personas mayores, vemos un alto nivel de coincidencia en todas las generaciones. Vivimos asombrados por lo que la tecnología puede lograr, pero nos preocupa que haya ido demasiado lejos. Es esencial centrarnos en los beneficios de estos avances, al tiempo que abordamos las preocupaciones legítimas sobre su uso. El futuro de la tecnología dependerá de nuestra capacidad para equilibrar estos dos aspectos y construir un camino que maximice su impacto positivo”, concluye Tanzariello.

TECNOLOGÍA |

De DeepSeek a Qwen2.5-Max

China sigue sacudiendo el mundo de la IA

Todavía no llegamos a adaptarnos a DeepSeek y China ya dio un paso más con el lanzamiento de Qwen2.5-Max, un modelo de inteligencia artificial de código abierto respaldado por Alibaba Cloud que promete revolucionar la industria y competir al más alto nivel.

Por Nahuel Lema (*)

China no deja de sorprendernos. Qwen2.5-Max supera a modelos como DeepSeek y GPT-4o en pruebas estándar, destacándose especialmente en codificación avanzada para resolución de problemas complejos con precisión, matemáticas y razonamiento lógico, con resultados superiores en *benchmark* globales. Esta mejora lo posiciona como una de las herramientas más potentes en la creciente carrera por la supremacía en inteligencia artificial.

Son destacables los beneficios directos de esta herramienta para el usuario:

- Al ser un modelo de código abierto, los desarrolladores, empresas y usuarios individuales pueden aprovecharlo sin barreras económicas ni tecnológicas.
- Tiene mayor precisión en aplicaciones específicas. Es ideal para tareas que requieren altos niveles de razonamiento lógico, como análisis de datos, desarrollo de *software* y resolución de problemas matemáticos.
- Es escalable y personalizable. Está integrado con la API de Alibaba Cloud y es fácil de escalar y adaptar a necesidades específicas de negocios.
- Pero si pensamos en sectores específicos, muchos se verán beneficiados y transformados con Qwen2.5-Max, como por ejemplo:
 - **Educación:** con asistencia personalizada para el aprendizaje, especialmente en matemáticas y ciencias.
 - **Tecnología y programación:** acelerando ciclos de desarrollo y mejorando en la calidad del código.
 - **Finanzas y análisis de datos:** optimizando modelos predictivos y simulaciones financieras.



Nahuel Lema. La innovación en IA es la clave del éxito.

Qwen2.5-Max está diseñado para desarrolladores y programadores como una herramienta avanzada para codificación y depuración; para empresas tecnológicas, para integrar soluciones de IA avanzadas en productos y servicios; para educadores y estudiantes, como un recurso para mejorar el aprendizaje en temas complejos; para investigadores, como una base potente para explorar nuevas aplicaciones de IA.

Tras el liderazgo en IA

Con el lanzamiento de Qwen2.5-Max, China no solo demuestra su capacidad de innovación, sino que envía un mensaje claro al mundo: convertirse en el líder global en inteligencia artificial, combinando accesibilidad con excelencia tecnológica.

Estos avances nos obligan como empresa a una adquisición constante de modelos nuevos de IA para alcanzar el éxito, mantenerse por delante de la competencia y satisfacer las necesidades cambiantes de clientes. Es una inversión que requiere una mentalidad de crecimiento y una disposición para aprender y adaptarse constantemente, que genera beneficios significativos.

En nuestra experiencia, la adquisición de modelos nuevos de IA ha sido fundamental para mejorar nuestra capacidad para analizar datos, predecir tendencias y tomar decisiones informadas y brindar contenidos que ayudan a marcar la diferencia. **M**

(*) Co fundador de Coderhouse

CRYSTAL VIEW

PUNTA DEL ESTE

LA PERFECTA FUSIÓN ENTRE NATURALEZA & LUJO

Exclusivos departamentos con vista a Crystal Beach

- PISCINA CLIMATIZADA IN/OUT
- PISCINA EXTERIOR
- PISCINA PARA NIÑOS
- ÁREAS DE RELAX
- HIDROMASAJE INTERIOR
- SAUNA SECO
- SAUNA HÚMEDO
- SOLÁRIUM
- GIMNASIO DE NIVEL INTERNACIONAL
- VESTUARIOS
- PLAYROOM
- MICROCINE



DESARROLLA Y FINANCIA:

GRUPO
SOLANAS

COMERCIALIZA:

solanas
Real Estate

LITMAN
Arquitectos

SOLANASCRYSTALVIEW.COM



VIDA Y ESTILO |

Nuevo hito

Argentina: principal productor de vermut en Latinoamérica

El desarrollo de nuevas marcas de vermut es un fenómeno claro, que por el momento no tiene techo. Tras un crecimiento de 8% en cinco años, Argentina se consolida como el principal productor de vermut en Latinoamérica, superando incluso a Brasil. En este escenario, Cinzano es líder en una categoría en constante crecimiento, según el relevamiento realizado por Scentia.

De la mano del renacimiento de los cócteles clásicos y de las versiones que les imprime la creatividad de cada *bartender*, el vermut se ganó un lugar inamovible en los bares de alta gama. Vale notar que al menos cinco de los cócteles más emblemáticos de la historia (Negroni, Rob Roy, Americano, Manhattan y Martini) llevan vermut en su receta.

Así, no es sorprendente que el 99% de los bares del mundo encuestados en la edición 2025 del reporte de *Drinks International* cuenten con al menos una marca de vermut. Además del auge de los cócteles clásicos, existe un creciente interés de los *bartenders* por la historia, el origen y los ingredientes que conforman las diversas marcas. Por otro lado, la tendencia hacia bebidas de baja graduación alcohólica ha contribuido significativamente a esta revitalización.

Dos estilos marcados

Dentro de esta etiqueta global se acomodan, internacionalmente, dos estilos de vermut: el italiano y el francés. El primero tiene un perfil dulce y color oscuro, mientras que el segundo es seco. En las Américas, mientras tanto, nació un tercer estilo, con el vino tinto como base y su sabor aportando personalidad.

Según datos de *International Wine and Spirit Research (IWSR)*, en 2023 Argentina alcanzó una producción de 7,6 millones de litros de vermut, lo que representa un crecimiento acumulado del 8% a lo largo de los últimos cinco años (2018–2023). Esto posiciona a la Argentina como el principal productor de vermut en Latinoamérica, superando a Brasil, que reportó una producción de 4,5 millones de litros anuales en el mismo periodo.

En nuestro país, Cinzano es el vermut más elegido por los argentinos, según datos de Scentia que consideran el período enero–no-



viembre 2024.

Por otro lado, el Reporte de Marcas de la publicación especializada *Drinks International*, recientemente publicado, destaca que Cinzano es la segunda marca más elegida a escala global en bares, ascendiendo un puesto en relación con la edición 2024 del mismo reporte.

“Según el reporte de Scentia, la participación de mercado de Cinzano en todos los canales (supermercados, venta independiente y almacenes) fue del 68%. Esto significa que la marca ocupa un espacio claramente mayoritario del mercado total para la categoría

vermut. Otro punto a destacar es que nuestro país es el principal mercado mundial para Cinzano”, cuenta Estefanía Jacobs, *Marketing Manager* de Cinzano, marca que pertenece al portfolio global de Campari Group.

Entre las razones que sustentan el revival y auge del vermut es que los consumidores valoran su baja graduación alcohólica –en línea con las tendencias actuales en el mundo de las bebidas– y su capacidad de adaptación. “Este crecimiento entendemos que se extenderá al año que recién comienza. Es una categoría que se carga cada vez más de modernidad y vigencia”, destaca Jacobs.

Historia y cercanía

Detrás del éxito de Cinzano hay, antes que nada, una larga historia. Cinzano suma casi 300 años de trayectoria a escala mundial – nació en 1757 en la ciudad italiana de Torino de la mano de los hermanos Cinzano– y llegó a Argentina a fines del 1800, junto con la primera oleada de inmigrantes italianos. Eventualmente se volvió parte de nuestra cultura, enraizándose en nuestros símbolos y costumbres y dando a luz una cultura propia del vermut.

Bodega Malma, aldeas de terruño

Un nuevo concepto de alojamiento llega a la Patagonia

El polo vitivinícola de San Patricio del Chañar continúa en expansión con el objetivo de seguir impulsando el enoturismo: hospedarse en mini casas móviles entre viñedos, combinando diseño, sustentabilidad y eficiencia. Una experiencia que supera –por mucho– el hecho de visitar solo una bodega.

Bodega Malma nació con el proyecto vitivinícola en San Patricio del Chañar, una región que se destaca por sus vinos de alta calidad y que también está apostando a que los visitantes puedan permanecer en la zona con un nuevo hospedaje de alta gama. Siguiendo la tendencia de sustentabilidad que se extiende a nivel mundial, la bodega sumó mini casas móviles Haiku, asociando un concepto minimalista que respeta el medioambiente y se enfoca en el detalle y en el confort: diseño simple que satisface el gusto más exigente. Enmarcadas por las 127 hectáreas de viñedos, plantadas en su mayoría en 2001 y regadas por las aguas de deshielo del Río Neuquén, esta primera etapa del desarrollo supondrá tres módulos que buscarán satisfacer la demanda del turismo vitivinícola. "Hoy es algo muy demandado en la región", comenta Pedro Soraire, director de la bodega, que también cuenta con Casa Malma, a solo 1.000 metros del edificio principal y del restaurant.

Un espacio amplio y luminoso, inmerso en una ambientación clásica y elegante, con dos dormitorios con baño privado, uno de ellos con sofá cama y un hogar a leña. Tiene una capacidad máxima para cinco pasajeros y además posee una sala de degustación para 22 personas con vistas a una galería y jardín, una cocina completa, parrilla y toilette. ¿Un plus? El desayuno, el almuerzo y la cena están cubiertos por personal del restaurante. Sin dudas, se trata de un entorno ideal para los amantes del vino: pernoctar allí mientras se disfruta de la posibilidad de combinar paisajes increíbles y una gastronomía con productos de estación pensados para el maridaje con los mejores varietales –principalmente Pinot Noir, Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc y Chardonnay–.



Alojarse entre "Malbec", "Pinot Noir" y "Chardonnay"

Las mini casas móviles ofrecen opciones funcionales y de diseño para despertar rodeado de confort y tecnología en medio de la naturaleza, con una pequeña huella ecológica. Los módulos A –Pinot Noir– y B –Malbec– son unidades que ofrecen una nueva e innovadora perspectiva de vivienda moderna, combinando eficiencia, sustentabilidad y atractivo estético con su construcción fuera de sitio y montaje rápido.

Mientras que el módulo H –Chardonnay– es una unidad de bajo impacto, transportable, prefabricada, de mantenimiento cero y de alta gama, buscando satisfacer la creciente

demanda de ecoturismo. Está pensado para quienes les gusta viajar, pero no quieren quedarse en hoteles convencionales, exigiendo una arquitectura sostenible, sin perder confort y diseño de calidad.

Para no extrañar la comodidad diaria y aumentar la visión rodeados de viñedos, las unidades incluyen Smart TV, proyector portátil, anafe eléctrico, horno empotrado, frigobar y cava, *multisplits* frío/calor, estufa hogar y la posibilidad de iluminación inteligente y domótica. **M**

VIDA Y ESTILO |

En sintonía con la naturaleza

Pueblochapa: un nuevo pueblo y barrio privado en Chapadmalal

Un desarrollo urbanístico que integra mar, campo y viñedos redefine la vida en Chapadmalal. Ubicado a solo 1.300 metros del mar, este proyecto fusiona un pueblo integrado a la comunidad, un barrio privado y una amplia zona de viñedos en un entorno sustentable.

Desarrollado por Espatolero y Lorenzo Desarrollos Inmobiliarios, Pueblochapa abarca 110 hectáreas con lotes, quintas y chacras, reservando el 44% del terreno para espacios verdes y áreas comunes. Su diseño innovador invita a una vida en comunidad, en armonía con la naturaleza.

Un pueblo integrado

El corazón del proyecto será un pueblo de 6 hectáreas, con una plaza central rodeada de comercios, gastronomía, vinoteca, gimnasio y servicios esenciales. Su arquitectura se inspira en los pueblos costeros, fomentando un estilo de vida sereno y conectado.

El desarrollo prevé 640 unidades en su primera etapa, con chacras de más de 2.000 m², quintas de entre 1.000 y 2.000 m² y lotes de entre 600 y 1.000 m². El trazado de calles ya ha comenzado, consolidando un espacio diseñado para integrar seguridad y comunidad.

Viñedos y nueva ruta del vino de mar

Uno de los grandes diferenciales del proyecto es la implantación de más de 45.000 vides, que dan forma a la nueva ruta del vino de mar. Estudios geológicos han confirmado la aptitud del *terroir* para variedades como Chardonnay, Sauvignon Blanc, Albariño y Pinot Noir, con la primera cosecha prevista para 2029.

Desarrollo de primer nivel

Para su ejecución, Pueblochapa cuenta con un equipo de especialistas:

- **Urbanización:** Consultora de Estudios y Proyectos del Ambiente
- **Paisajismo y forestación:** Estudio Thays
- **Diseño y arquitectura del pueblo y las áreas comunes:** Pacífica Arquitectura
- **Construcción:** COARSA

Martín Espatolero, cofundador de la firma desarrolladora, destacó: "Buscamos con este proyecto preservar el estilo de vida propio, a



través de una propuesta de urbanización integrada a la comunidad y asociada a la cultura de mar y campo que define a Chapa". Por su parte, Ezequiel Lorenzo agregó: "Conformamos un equipo de grandes profesionales, con trayectoria internacional y un *know how* de alta especialización que estamos seguros va a enriquecer y agregar valor en cada etapa del proyecto. El pueblo, integrado y abierto, es el gran diferencial".

Inversión y desarrollo económico

El proyecto contempla una inversión superior a los US\$ 20 millones en los próximos tres años. También, se prevé que las inversiones individuales tendrán un impacto central en la economía regional, con un estimado de US\$ 140 millones de la compra de materiales de construcción hasta 2030. Además, generará empleo estable en sectores como comercio, seguridad, gastronomía y mantenimiento.

Sostenibilidad y paisajismo

El Estudio Thays lidera la forestación con especies adaptadas a la costa atlántica, que incluye pinos marítimos, eucaliptos, olmos y acacias. Se plantarán miles de árboles, arbustos y herbáceas, con el objetivo de lograr la regeneración del ambiente original del lugar y de su fauna autóctona asociada con el

objetivo de regenerar el ecosistema original. El urbanismo de Pueblochapa combina innovación y tradición, armonizando con el mar y la cultura local. El proyecto de urbanización fue diseñado especialmente por la Consultora de Estudios y Proyectos del Ambiente, mientras que Pacífica Arquitectura, ha diseñado accesos, espacios comunes y recreativos, en un entorno que fusiona libertad y sofisticación.

Ubicación privilegiada y propuesta integral

Sobre la estratégica calle 749, Pueblochapa se vincula con la Ruta 11 y se encuentra cerca de Mar del Plata, Miramar y Mar del Sud. Su entorno incluye Estancia Santa Sylvina, el Country Club Marayuí y Trapiche Costa & Pampa. Además de viñedos y espacios verdes, el proyecto ofrece canchas de fútbol, tenis y pádel, quinchos, bicisenda y un *pumptrack* para deportes sobre ruedas. Las redes eléctricas y de fibra óptica serán soterradas para preservar la armonía visual del entorno.

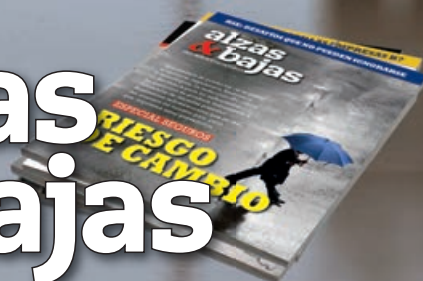
Seguridad de vanguardia

La seguridad es fundamental en Pueblochapa, con un sistema de triple cerco perimetral, cableado microfónico, cámaras térmicas y un centro de monitoreo de alta tecnología. Su diseño equilibra protección y libertad, asegurando un ambiente seguro y armonioso. **M**

A la hora
de decidir
no es bueno
estar solo

alzas
& bajas

Editada por Publicitaria del Sur S.A.



COLOFÓN |

Avances en salud

El test de ADN como herramienta de prevención

“Los test genéticos no solo permiten comprender mejor nuestro organismo, sino que también se han convertido en una herramienta esencial para anticipar, prevenir y tratar enfermedades de forma personalizada”, afirma el investigador del Conicet y director científico de Gen360, Adrián Turjanski.

En las últimas décadas, los avances tecnológicos han transformado la manera en que se aborda la salud. En países como Estados Unidos, los test genéticos ya forman parte de la práctica clínica habitual. Se estima que más de 40 millones de personas han realizado tests genéticos, muchos de ellos con aplicaciones en salud. Además, los hospitales y clínicas utilizan test avanzados para guiar decisiones médicas críticas. “En Europa, programas nacionales como los de Reino Unido o Finlandia han integrado la genómica en sus sistemas de salud, promoviendo un acceso a la salud preventiva y el diagnóstico de enfermedades a la población general”, explica el científico.

Base de la prevención

En el caso de enfermedades cardiovasculares, un estudio reciente publicado en *The New England Journal of Medicine* demostró que, aunque las personas con una predisposición genética elevada a enfermedades coronarias presentan un mayor riesgo, la adopción de un estilo de vida saludable puede reducir significativamente este riesgo. Los investigadores analizaron datos de más de 55.000 participantes y encontraron que aquellos con alto riesgo genético que mantenían hábitos saludables, como no fumar, realizar actividad física regular, seguir una dieta equilibrada y



moderar el consumo de alcohol, lograron disminuir su probabilidad de sufrir eventos cardíacos en comparación con quienes llevaban un estilo de vida menos saludable. En este sentido, Turjanski advierte que, “estos hallazgos resaltan la importancia de combinar la información genética con cambios en el estilo de vida, reduciendo significativamente el riesgo cardíaco”.

Un ejemplo famoso

La actriz de Hollywood Angelina Jolie es un claro ejemplo del uso de los avances en materia genéti-

ca. Tras realizarse un test de ADN, descubrió que portaba una mutación en el gen BRCA1, asociado a un alto riesgo de cáncer de mama y ovario. Esta información le permitió tomar medidas preventivas que no solo redujeron su riesgo, sino que también sensibilizaron a millones de personas sobre la importancia de saber cuáles son los factores de riesgo, para anticiparse y evitar el surgimiento de las enfermedades.

Según Turjanski, algunas de las aplicaciones de los test genéticos en el ámbito médico, son:

- **Diagnóstico temprano:** permiten detectar las predisposiciones a enfermedades hereditarias, como ciertos tipos de cáncer (mama, ovario) o enfermedades cardiovasculares, lo que permite tomar medidas preventivas antes de que los síntomas se manifiesten.
- **Medicina de precisión:** mejoran la posibilidad de seleccionar tratamientos personalizados, como determinar qué medicamentos son más efectivos o presentan menos riesgos de efectos adversos según la genética del paciente (farmacogenómica).
- **Detección de enfermedades raras:** Facilitan el diagnóstico de enfermedades genéticas poco frecuentes que, de otro modo, podrían pasar años sin ser identificadas.
- **Genómica reproductiva:** Permiten identificar riesgos genéticos en parejas que planean tener hijos, ayudando a prevenir enfermedades hereditarias graves.

Como síntesis, el investigador del Conicet asegura que, “los test genéticos no son solo el futuro de la medicina, sino una realidad que ya está transformando vidas. Incorporarlos en la práctica médica diaria nos acerca a una atención más precisa, personalizada y efectiva”. **M**