

Revista Económica

AÑO XXXVII / N° 176 / MAYO / JUNIO 2022

Federico Ovejero

GENERAL MOTORS EN EL CAMINO DE LA MOVILIDAD CON CERO EMISIÓN

Alejandro Ledesma

ICBC, TRANSICIÓN DIGITAL Y APOYO A LAS EMPRESAS

CESSI

SAAF 2031, EL PLAN PARA TRANSFORMAR ARGENTINA

Innovación

LOS DARK STORE IMPULSAN CAMBIOS EN EL ENVASADO DE PRODUCTOS FRESCOS

RSE

Informe

DOLARIZACIÓN ¿SÍ O NO?

Genneia

NUEVAS INVERSIONES EN ENERGÍAS RENOVABLES

Topper

APOSTANDO AL EMPLEO NACIONAL



Conocé nuestra gestión Ambiental, Social y de Gobierno a través de nuestro **Informe Integrado ASG 2021**

 Galicia

Conocé más en galiciasustentable.com

Responsabilidad frente a la crisis

La realidad argentina está atravesada por una fuerte crisis económica y política, o en el orden que al lector le parezca más adecuado, pero lo cierto es que se deben analizar muchas de las variables a la hora de hacer un diagnóstico de situación.

El proceso inflacionario viene generando infinidad de desacoplos para el sector productivo, ni hablar de los sectores asalariados que ven perder día a día su capacidad de compra, que se ve reflejado en la ausencia de parámetros a la hora de fijar el valor de un producto o al momento de tener que reponer mercadería. Por cierto, fue muy poco feliz la respuesta de Federico Brown titular de La Anónima en el marco del Foro de la Asociación Empresaria Argentina (AEA) cuando consultado sobre que hacía su empresa con la inflación respondió "remarcarnos todos los días" sin darse cuenta que esa "gracia" le volvería como un boomerang en cataratas de críticas desde la opinión pública. Pero ese "sinceridio" no hizo más que revelar la situación en que también están inmersos los empresarios. No obstante, hay mediciones realizadas por entidades empresarias de primera línea que señalan ciertas luces de esperanza.

Luego de un primer trimestre con menor dinamismo por el impacto de la tercera ola de covid, hubo incrementos en los indicadores de producción, ventas al mercado local y empleo. La recuperación fue más lenta en el caso de las ventas al exterior, que se vieron afectadas también por el aumento de los costos en el plano internacional afectados en muchos casos por la irracional invasión de Rusia a Ucrania -que no tiene miras de terminar a corto plazo- generando aún más incertidumbre y volatilidad, pero recuperación al fin. El porcentaje de empresas con incremento en la producción se amplió a 32,8% lo que se vio reflejado en el empleo que continuó con la recuperación -21% de empresas tuvo incremento de la dotación de personal. Más del 80% de las empresas comentan tener búsquedas activas o por abrirse prontamente.

Las búsquedas laborales se concentran principalmente en las áreas de producción (41% de las empresas planea incorporar este tipo de trabajadores en los próximos 12 meses), seguidas por Administración, contabilidad y legales, mantenimiento y comercial y ventas (25%, 24% y 22% respectivamente planea incorporar en el próximo año).

La Unión Industrial Argentina bajo el lineamiento de "sostener la recuperación" hace su parte y ha presentado cuatro ejes prioritarios con cuatro iniciativas parlamentarias clave para impulsar la inversión, el empleo, el entramado industrial y las exportaciones en el corto plazo.

Esquema de incentivos a las inversiones industriales: una agenda para dinamizar la inversión vía incentivos fiscales, económicos. Propuestas para una simplificación tributaria que permita reducir la carga administrativa y adecuar la normativa en iniciativas sin impacto fiscal

Nuevas realidades laborales: propuestas laborales y fiscales para generar empleo formal e iniciativas para fortalecer la educación y la formación profesional.

Desarrollo Pyme y dinamismo empresarial: un paquete de medidas para fomentar el desarrollo Pyme con una perspectiva federal. Dichas iniciativas nacen de un abordaje integral que incluye los desafíos de la transformación digital, el crecimiento de la escala, la inversión productiva, el fomento a la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento del entramado empresarial.

Promoción de exportaciones: un conjunto de medidas de fomento para el desarrollo de las exportaciones industriales que abarca la readecuación del sistema de derechos y reintegros de exportación, tasa estadística, drawback, promoción del forfaiting, entre las principales acciones.

Todos los actores económicos tienen responsabilidad frente a la crisis, pero es hora que la política se ponga a la altura de las circunstancias.

Sumario



4 pag.

FEDERICO OVEJERO

General Motors en el camino hacia el futuro de la movilidad con cero emisiones



6 pag.

GENNEIA

Nuevas inversiones en energías renovables



8 pag.

DOLARIZACIÓN ¿SÍ O NO?

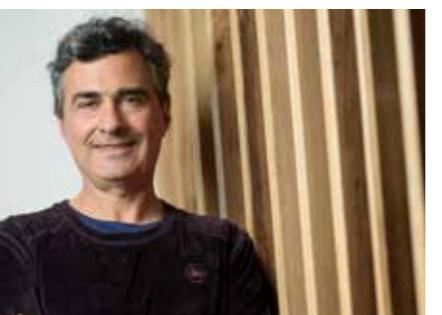
Informe del Centro de Estudios de la Nueva Economía



14 pag.

TOPPER

Apostando al empleo nacional



20 pag.

SAAF 2031

El plan de CESSI para transformar Argentina



23 pag.

JUAN CUATROMMO

El mayor desafío es generar una verdadera inclusión financiera



40 pag.

SUSTENTABILIDAD

BBVA, Colgate, Bco. Galicia, Holcim

16 pag.

YPF

Superando los 500 mil barriles diarios

17 pag.

SANCOR SEGUROS

El presidente de la UIA, Funes de Rioja visitó la Casa Central

26 pag.

AXXION ENERGY

Amplía su negocio con "sándwiches rureros" en la ciudad

27 pag.

DÍA

Franquicias, el motor de crecimiento de la empresa



10 pag.

ALEJANDRO TSCHUDY

Banco Itaú, líneas de financiamiento para PyMEs



12 pag.

INFORME ABECB

Cuarto mes consecutivo de déficit bilateral con Brasil



32 pag.

INDUSTRIA EÓLICA

Reducción de la necesidad de importar combustible



34 pag.

ALEJANDRO LEDESMA

ICBC, transformación digital y apoyo a empresas

Staff

Edición 176

MAYO- JUNIO 2022

FUNDADOR

Juan Luis Rechax

DIRECTORES

Rodolfo G. Rechax
Luis A. Piñeiro

COLABORADORES

Alberto Junco
Hernán Castiñeira de Dios

JEFE DE ARTE

Mark Rechax

SUPERVISIÓN TÉCNICA

Enrique Rial Martínez

ADMINISTRACIÓN

Bettina Rechax

Revista ECONÓMICA es una publicación con domicilio Santos Dumont 3743 Capital Federal Tel: (05411) 1544032763

Registro de la Propiedad Intelectual N° 79746. Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación citando la fuente.

Buenos Aires, Argentina.
E-mail: reveconomica@gmail.com
rechax@ciudad.com.ar
www.revistaeconomica.com.ar

General Motors

Argentina en el camino hacia el futuro de la movilidad con cero emisiones



EN GENERAL MOTORS ARGENTINA FINALIZAMOS OTRO AÑO MUY IMPORTANTE PARA NUESTRO EQUIPO, CON PROYECTOS IMPORTANTES QUE FUERON LLEVADOS ADELANTE EN ESTE CONTEXTO QUE NOS DESAFÍA A TODOS COMO SOCIEDAD DESDE HACE YA DOS AÑOS. LA PRINCIPAL MOTIVACIÓN QUE TENEMOS DETRÁS DE LA ELECTRIFICACIÓN ES PROPORCIONAR UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA, MÁS INCLUSIVA, SALUDABLE Y RESPETUOSA EN EL PLANETA”, DIJO A REVISTA ECONÓMICA, FEDERICO OVEJERO, VICEPRESIDENTE DE GENERAL MOTORS PARA ARGENTINA, PARAGUAY Y URUGUAY.

Cuáles son las mayores dificultades que debieron y deben enfrentar a partir de la Pandemia del Covid 19 y cómo se adaptó la empresa a esa situación?

En el caso de General Motors, durante la pandemia de Covid-19 se afianzó el compromiso de la compañía con el camino hacia el futuro de la movilidad con cero emisiones. En marzo de 2020 se hizo un anuncio global por una inversión de \$20 mil millones de dólares que posteriormente se incrementó a \$27 mil millones, en junio de este año se extendió a \$35 mil millones de dólares. De esta forma, GM demuestra su compromiso en mantener estas inversiones estratégicas para lograr la electrificación del 100% de nuestros vehículos para 2040.

¿Cómo se encuentra la industria automotriz en general y General Motors en particular?

En General Motors Argentina finalizamos otro año muy importante para nuestro equipo, con proyectos importantes que fueron llevados adelante en este contexto que nos desafía a todos como sociedad desde hace ya dos años.

Creemos que es necesario seguir trabajando, junto al resto de la cadena, en políticas integrales que nos permitan previabilidad para el negocio. Entre ellas destacamos las medidas destinadas a mejorar la carga tributaria, como la dispuesta por este gobierno destinada a eliminar las retenciones para los incrementales de exportación, permitiéndonos lograr una mejor competitividad y aumentar cada vez más nuestras exportaciones. En GM estamos comprometidos y queremos seguir siendo parte protagonista del crecimiento industrial del país.

¿Cuántas unidades estiman fabricar este año?

Para 2022, seguiremos renovando nuestro portfolio comercial con vehículos seguros, tecnológicos y de consumo eficiente para seguir ofreciendo al mercado argentino las mejores alternativas de movilidad para nuestros clientes. Continuaremos trabajando con nuestra cadena de valor local con el propósito de seguir siendo una compañía de profundo y largo compromiso productor, comercial y cultural en el país.

De los distintos modelos que fabrica la marca, ¿cuáles importan y cuáles fabrican en el país?

Tanto el Chevrolet Cruze como los nuevos modelos Cruze RS, Cruze Midnight y Cruze LT- AT se fabrican y están disponibles en toda la red de concesionarios Chevrolet del país. A nivel importación, los vehículos disponibles dentro del portfolio son: Onix, Tracker, Equinox, Trailblazer, Spin, S10 Z71, S10 High Country y S10 cabina simple y doble.

¿Cuáles son las nuevas tecnologías que está incorporando la empresa, en particular con los vehículos eléctricos y la no contaminación del ambiente?

La principal motivación que tenemos detrás de la electrificación es proporcionar una mejor calidad de vida, más inclusiva, saludable y respetuosa en el planeta. Nuestra visión en General Motors es lograr una Movilidad Triple Cero: con

cero colisiones, cero emisiones y cero congestionamientos. Es por eso que tenemos una estrategia transformadora para convertirnos en el líder del mercado de vehículos eléctricos, con lo último en tecnología que proporciona nuestro sistema de baterías modulares Ultium, y apoyados en las alianzas realizadas con distintos actores del mercado para hacerlo de la mejor forma en términos de costos, sustentabilidad y mayor versatilidad para dar este tipo de movilidad a otras industrias. Vamos a generar movilidad eléctrica a gran escala para lograr un impacto global positivo y significativo en un mundo que lo reclama.

¿Continúan realizando inversiones en la infraestructura de Argentina y en la modernización de sus productos?

General Motors continúa en 2022 con la renovación de su portfolio comercial para seguir ofreciendo vehículos al mercado local. Tenemos como compañía una visión plasmada en objetivos de negocio y de fabricación para alcanzar un mundo con cero emisiones, cero congestionamientos y cero accidentes. Por eso, deseamos seguir colaborando con el resto de la cadena de valor en alcanzar un proyecto de ley de electromovilidad que nos permita acelerar la llegada de vehículos 100% eléctricos que den volumen a nuestro mercado y con ello se despeje el camino para nuevas inversiones en la región.

¿Cómo le fue a la empresa el año pasado y qué expectativas tienen para este año?

En General Motors transitamos un 2021 con importantes desafíos en una economía post-pandémica. Nuestra prioridad ha sido la seguridad sanitaria por lo que mantenemos estrictos protocolos de trabajo en la producción y comercialización de nuestros vehículos.

Gracias a esto, este año alcanzamos un hito de producción que se concretó con la fabricación de la unidad 150.000 del Chevrolet Cruze en nuestro parque industrial de Alvear, Rosario, Provincia de Santa Fe. Para alcanzar estos objetivos, en medio de la pandemia, trabajamos en coordinación con toda nuestra cadena de valor que también ha debido superar los desafíos de la pandemia.

Estos desafíos se han puesto de manifiesto en escasez de componentes como los semiconductores, que sin duda han sido una condicionante para toda la industria y que ha limitado la disponibilidad de producto. Hemos trabajado también para cumplir los objetivos de una balanza comercial que asegure el abastecimiento de repuestos y vehículos para nuestros clientes.

En medio de todos estos desafíos, logramos concretar los trabajos de ampliación de nuestra fábrica para producir un nuevo vehículo a partir del próximo año y que requirió una inversión de US \$300 millones. El nuevo modelo que será fabricado en nuestro complejo automotor se sumará al Chevrolet Cruze que hoy fabricamos y contribuirá a fortalecer las exportaciones de nuestra empresa a la región. Así, demostramos nuestro compromiso con el país, manteniendo las fuentes de empleo y contribuyendo al incremento de exportaciones de bienes de valor agregado.

GENNEIA

Nuevas inversiones en energías renovables



BERNARDO ANDREWS

CON LA ADJUDICACIÓN DE DOS NUEVOS PARQUES, SE PROYECTAN INVERSIONES POR 200 MILLONES DE DÓLARES. LA COMPAÑÍA SE CONVERTIRÁ EN LA PRIMERA EMPRESA EN SUPERAR 1 GW DE CAPACIDAD INSTALADA RENOVABLE.

En la última licitación del Mercado a Término de Energías Renovables (MATER), Genneia obtuvo prioridad de despacho de dos nuevos parques. De este modo, la compañía consolida su liderazgo absoluto en energías renovables y suma 163,5 MW adicionales a su portfolio de energías limpias.

Los dos nuevos proyectos anunciados son el parque solar Tocota III, de 60 MW de capacidad instalada, ubicado en la Provincia de San Juan; y el parque eólico La Elbita, de 103,5 MW de capacidad instalada, ubicado en la Ciudad de Tandil, Provincia de Buenos Aires. De este modo, Genneia, que ya opera 866 MW eólicos y

solares y que se encuentra construyendo el nuevo proyecto solar Sierras de Ullum en San Juan, con 80 MW adicionales, logrará superar los 1100 MW de capacidad instalada renovable, un hito nunca antes alcanzado en nuestro país.

Con el objetivo de continuar creciendo en la participación y proyección de las renovables en la matriz energética argentina, la compañía ya lleva invertidos, en 5 años, 1200 millones de dólares en proyectos renovables, sumando ahora inversiones adicionales por 200 millones de dólares para el desarrollo de La Elbita y Tocota III. "Estamos muy orgullosos de continuar liderando el mercado renovable en Argentina y que la energía solar y eólica aumenten su protagonismo en la matriz energética. La adjudicación de La Elbita y Tocota representa nuevas inversiones, más trabajo argentino, y un mayor ahorro de divisas netas para el país. A través del compromiso y la innovación, continuamos colaborando para que Argentina pueda cumplir con sus objetivos de descarbonización y de transición energética", expresó Bernardo Andrews, CEO de Genneia.

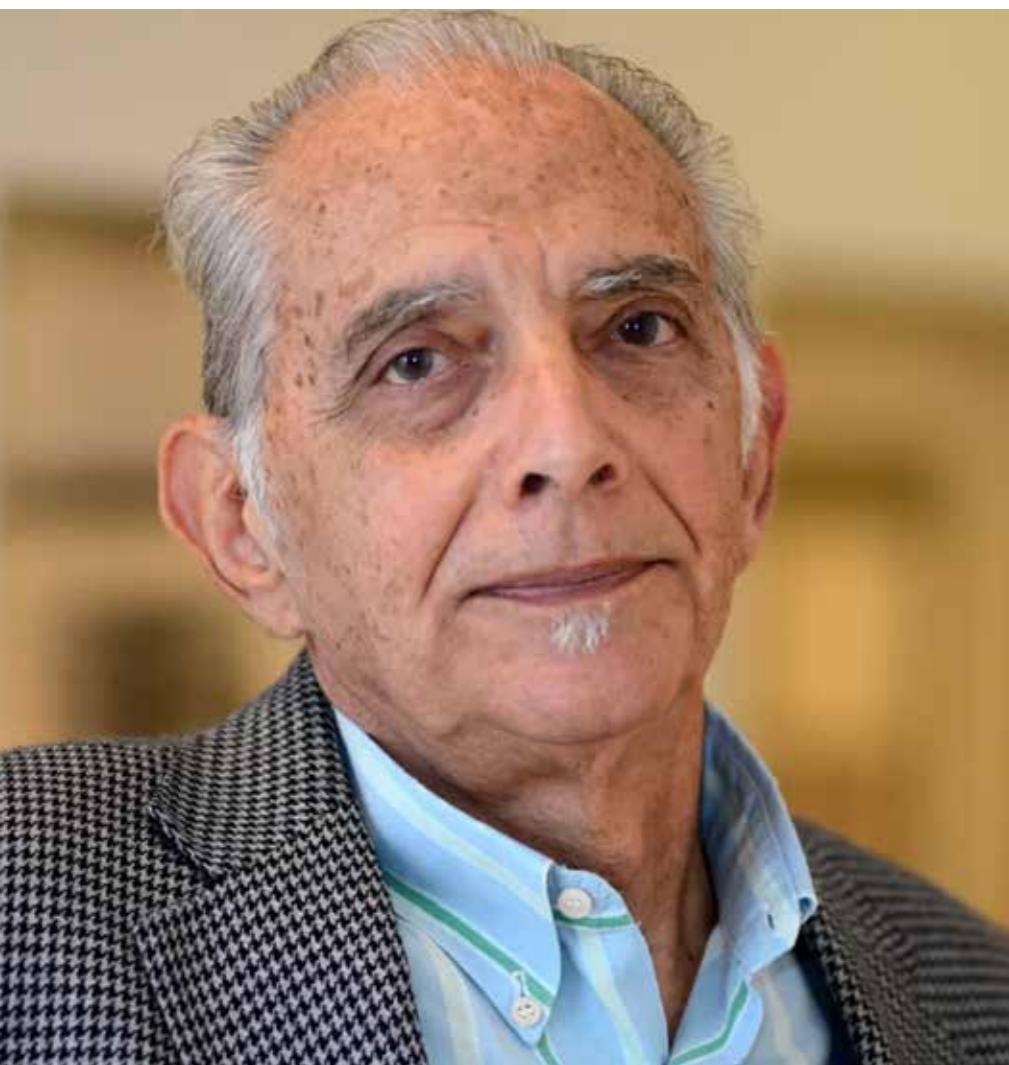
En esta línea, Genneia superará 1 GW de capacidad instalada, conformado por 222 MW de energía solar y 887,5 MW de energía eólica, repartidos en 11 parques ubicados en todo el país. De este modo se consolida como la empresa número 1 en generación de energías renovables, y como referente del mercado corporativo que se encuentra cada vez más competitivo y se ha convertido en el principal pilar de crecimiento del sector.

MOVISTAR CON TODO

Fibra TV Móvil Movistar Arena

MÁS INFORMACIÓN EN WWW.MOVISTAR.COM.AR

Dolarización ¿sí o no?



VICTOR BECKER, DIRECTOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE LA NUEVA ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD DE BELGRANO.

MUCHO SE VIENE HABLANDO SOBRE LA CONVENIENCIA O NO DE DOLARIZAR LA ECONOMÍA. ¿A CUÁNTO SE IRÍA EL PRECIO DEL DÓLAR ANTE UNA EVENTUAL DOLARIZACIÓN EN LA ARGENTINA? UN ANÁLISIS REALIZADO POR EL CENTRO DE ESTUDIOS DE LA NUEVA ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD DE BELGRANO SEÑALA QUE, DE DOLARIZARSE, UN SUELDO DE \$100.000 PASARÍA A SER DE 160 DÓLARES.

La sugerencia de dolarizar la economía viene generando polémica. En un contexto de inflación creciente y devaluación del peso la idea propuesta por varios legisladores de la oposición profundizó las diferencias tanto políticas como económicas.

Un estudio reciente del Centro de Estudios de la Nueva Economía de la Universidad de Belgrano, una dolarización oficial generaría consecuencias negativas. En el último informe de coyuntura de ese instituto, se analiza la propuesta presentada en el Congreso por el diputado radical, Alejandro Cacace, que busca adoptar a la divisa estadounidense como moneda de curso legal.

El Centro de Estudios de la Nueva Economía indica que la base monetaria actual -la cantidad de pesos en la calle- es de alrededor de los 3,7 billones de pesos. A eso se suma las reservas de libre disponibilidad, estimadas en torno en los 6 mil millones de dólares. Por tanto, "el canje debería efectuarse a cerca de 620 pesos por dólar". Y especifica: "Quien cobra hoy un sueldo de 100 mil pesos pasaría a percibir 160 dólares".

Al analizar otra posibilidad, el Centro sostiene que, por caso, "si se quisiera realizar el canje a razón de 200 pesos por dólar, se requeriría contar con 18 mil millones de dólares de reservas". De tal modo, el país debería, "obtener un préstamo externo de 12 mil millones de dólares con destino a esta operación".

Entre las consecuencias de la dolarización, el Centro de la UB advierte que el Estado solo podría financiar un eventual déficit a través de la emisión de "títulos en dólares". En el nuevo esquema, el Banco Central no tendría la posibilidad de emitir pesos y, claro está, tampoco de dólares. "Por lo tanto, el nivel del gasto público estaría condicionado a la capacidad de endeudamiento del fisco".

Por otro lado, habría aspectos a considerar respecto de los precios. Una vez que se produzca el ajuste a la paridad elegida para el canje (de dólares a pesos), la tasa de inflación para los bienes transables, aquellos bienes que se consumen dentro del país, pero que también se importan o exportan, "convergería con la de Estados Unidos", señala el informe.

La cuestión, aparece, sin embargo, con los bienes no transables, aquellos que se consumen dentro del país, pero que no se pueden importar o exportar. Este tipo de bienes podrían no seguir la convergencia de la inflación que tenga lugar en Estados Unidos. "Un peluquero en Buenos Aires puede aumentar el precio del corte de pelo sin temor a que sus clientes opten por un colega de Brooklyn que cobre más barato", se exemplifica en el estudio.

"Por consiguiente, la inflación local podría ser significativamente mayor a la de Estados Unidos, en la medida en que haya un cambio de precios relativos a favor de los bienes no transables, tal como ocurrió durante la Convertibilidad", en el gobierno de Carlos Menem.

Según el análisis del Centro, el consecuente aumento de los insumos no transables "podría erosionar la competitividad" de las exportaciones argentinas. Al mismo tiempo, ante la falta de un aumento de la oferta monetaria de dólares -que ahora pasaría a depender de la Reserva Federal de Estados Unidos- "el aumento de precios internos podría ir acompañado de una caída en el nivel de actividad".

Según la UB, la dolarización podría llegar a erosionar la competitividad de las exportaciones. Aun así, se señala como aspecto positivo que la tasa de interés "bajaría significativamente al desaparecer el riesgo de devaluación". No obstante, subrayan, que "no desaparecerá el riesgo país". "El diferencial entre la tasa local y la inter-



La primera cuestión que cabe aclarar es que el vocablo dolarización no tiene un único correlato empírico. Por el contrario, hay dos principales esquemas posibles. La dolarización parcial consiste en permitir el uso del dólar como moneda a la par del peso. Es parecido a lo que ocurre en Panamá, donde tanto el balboa como el dólar tienen curso legal. En la práctica, el dólar rige en las transacciones de mayor valor y el balboa se utiliza en las operaciones de menores montos.

En este esquema, el público decide la utilización del peso o del dólar y el Banco Central mantiene su rol de prestamista de última instancia, pudiendo suministrar liquidez a bancos solventes que puedan atravesar situaciones transitorias de estrés financiero, particularmente en circunstancias de crisis económica. También podría seguir financiando el déficit público, aunque cada vez menos, ya que la emisión monetaria generaría un aumento en el tipo de cambio, licuando el valor del peso", añade.



Banco Itaú ofrece líneas de financiamiento para PyMEs

ALEJANDRO TSCHUDY

"EN BANCO ITAÚ, CREEMOS QUE AÚN EN CONTEXTOS DE CRISIS PODEMOS SER RESILIENTES E INNOVADORES, SEGUIR OFRECIENDO A LOS CLIENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LOS ACOMPAÑEN EN SUS NECESIDADES, CON IMPORTANTES ÍNDICES DE SATISFACCIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO", SEÑALÓ A REVISTA ECONÓMICA, ALEJANDRO TSCHUDY, GERENTE DE BANCA EMPRESAS, ITAÚ ARGENTINA.

Cómo se adaptó el Banco Itaú a la situación provocada por la Pandemia del Covid 19 y cuáles fueron las mayores dificultades que debieron y deben enfrentar a partir de entonces?

La llegada de la pandemia mundial nos planteó un gran desafío con respecto a las necesidades sociales del contexto, es por esto que desde Itaú continuamos nuestro plan de acción con el foco puesto en las personas: los colaboradores y los clientes, por lo que todas las actividades y beneficios estuvieron enfocados en mantener la salud de forma integral. Logramos grandes avances en diversos frentes como, por ejemplo; Desarrollamos el servicio de Delivery de Jubilaciones para cuidar a los clientes adultos mayores, se ampliaron los servicios y consultas que se pueden realizar en forma remota por el canal de WhatsApp, como así también un sistema de turnos que agilizó la atención de casos que no requerían asistir personalmente a una sucursal. Por otra parte, se desarrolló una solución inclusiva como Cuenta Chat, para incorporar al sistema nuevos clientes que ya son digitales, pero aún no bancarizados. Hoy ya contamos con más de 150.000 nuevos clientes que operan de manera simple, segura y desde todo el país.

Si hacemos un balance, creemos que aún en contextos de crisis podemos ser resilientes e innovadores, seguir ofreciendo a los clientes productos y servicios que los acompañen en sus necesidades, con importantes índices de satisfacción y acompañamiento. En este sentido, uno de los frentes clave para avanzar en 2022 serán la inclusión y la educación financiera. Seguimos orientando la creación de productos y soluciones financieras inclusivas, con el objetivo de garantizar que cada nuevo cliente tenga herramientas básicas para manejar sus cuentas, ahorros e inversiones, como así también la formación de emprendedores. La digitalización es fundamental para el desarrollo financiero y continuar incluyendo población no bancarizada. La clave es cultural, y está atravesada por 3 ejes principales que seguirán siendo nuestro ADN en el 2022: la centralidad en el cliente, la transformación digital y la gestión de los datos para el futuro inmediato.

¿Qué programas tiene la entidad en materia de asistencia financiera a las empresas y a las PyMEs?

Itaú ha participado en todos los programas de asistencia financiera específica a PYMES establecidas por el Banco Central, ya sea

Seguimos orientando la creación de productos y soluciones financieras inclusivas, con el objetivo de garantizar que cada nuevo cliente tenga herramientas básicas para manejar sus cuentas, ahorros e inversiones, como así también la formación de emprendedores.

con líneas de capital de trabajo, pago de haberes, o bien inversión productiva. Estamos muy satisfechos ya que a la fecha se han cumplido todos los cupos establecidos para estos fines. A su vez, fortalecimos nuestra relación con bancos correspondientes disponibilizando líneas de financiamiento internacionales que habilitaron la continuidad de financiamiento a importadores en general. Por último, desde el 2020, Itaú está inscripto como avalista en la CNV y a acompañado a empresas tanto del segmento mi PYME como del segmento general, en sus emisiones de bonos en el mercado de capitales local. Esto, acompañando a su vez, la fuerte presencia del banco en el mercado de capitales internacionales.

¿Cómo son las líneas de financiamiento?

Contamos con financiamiento a través de leasing financiero, desde 24 a 60 meses, tasa variable y fija, de acuerdo a las necesidades y solicitudes del cliente. También contamos con la posibilidad de Leasing de Importación, en el cual el banco financia tanto los bienes como los gastos de importación de los equipos (transporte y nacionalización). Además de las operaciones normales y habituales de todo el sistema financiero, el banco hoy participa activamente con las siguientes líneas de financiamiento: para capital de trabajo hasta 360 días, para la inversión productiva hasta 3 años de plazo y leasing financiero desde 24 a 60 meses, tasa variable y fija, de acuerdo a las necesidades y solicitudes del cliente. También contamos con la posibilidad de Leasing de Importación, en el cual el banco financia tanto los bienes como los gastos de importación de los equipos (transporte y nacionalización) y emisión de garantías para acompañar emisiones en el mercado de capitales.

¿Tienen líneas de crédito para inversión productiva y capital de trabajo para grandes y medianas empresas?

Contamos con un cupo de 1 mil millones de pesos para Leasing bajo línea de inversión productiva al 24%, cuyo plazo puede variar desde 24 a 60 meses, dependiendo el bien que desee el cliente.

¿Cómo apoya el Banco el desarrollo del comercio exterior?

Siempre trabajamos con el propósito de mejorar día a día la experiencia del cliente respecto al servicio de Comercio Exterior, invirtiendo en mejorar los sistemas de procesamiento y canales de comunicación del banco con el Proyecto e-Comex. Apoyamos a las empresas con diversos productos de financiamiento de sus operaciones: Cartas de Crédito de importaciones, emisión de garantías internacionales a través de SBLC y financiación de importaciones.

Cuarto mes consecutivo de déficit bilateral con Brasil



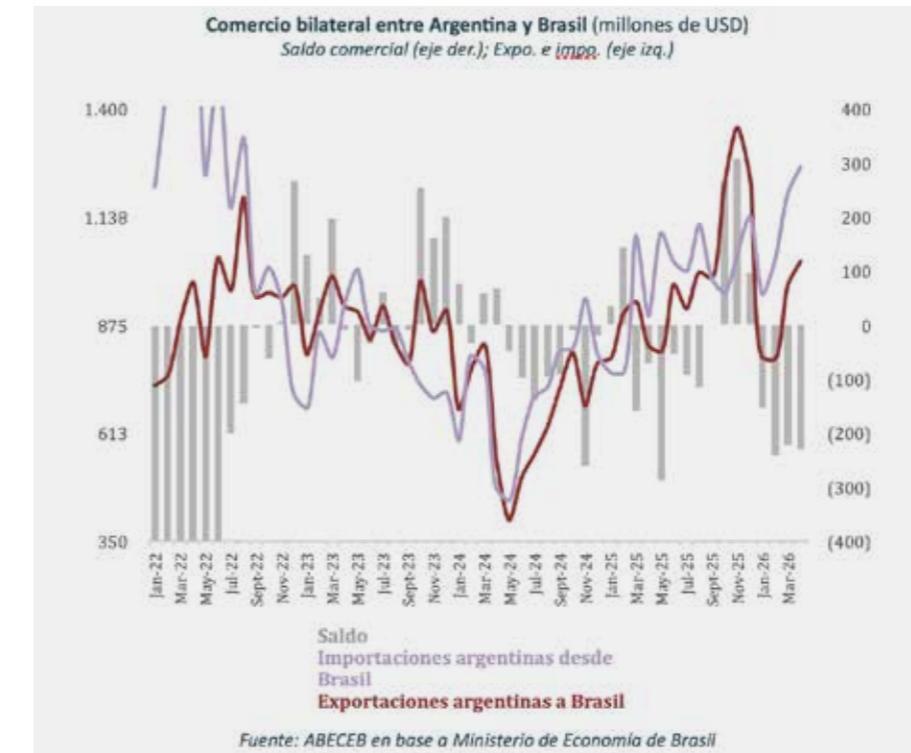
El flujo comercial entre Brasil y Argentina aumentó de manera notable en abril (+33% i.a. y +124% vs. abr-20) y alcanzó los USD 2.288 millones, la cifra más alta para un cuarto mes del año desde 2018. Asimismo, el déficit comercial bilateral mensual fue USD 230 millones y representó un importante deterioro en relación con el mismo periodo de 2021 (+220,4% i.a.), mes en el cual había alcanzado los USD 72 millones.

En cuanto a las importaciones, las compras a Brasil volvieron a aumentar en su comparación interanual (+40% i.a.) - a un ritmo mucho mayor que el de marzo, cuando subieron 10% i.a. - llegaron a los USD 1.259 millones. Al interior, dentro de los productos con mayor participación en el total se destacan los incrementos de "Vehículos a motor para el transporte de mercancías y usos especiales" (+115,9% i.a.), "Papel y Cartón" (+101,5% i.a.) y "Partes y accesorios para vehículos automotores" (+53,2% i.a.) que crecieron por encima del 40% que mostró el total de importaciones. Por su parte, "Vehículos de pasajeros" y "Mineral de hierro y sus concentrados", registraron subas de 22% i.a. y 6,9% i.a. respectivamente. En el caso particular de "Partes y accesorios para vehículos automotores", debe destacarse que el aumento no solo se explica porque son insumos necesarios para la producción nacional, sino porque que además parecería consolidarse algo que sucedió durante el 1T: la compra de autopartes proveniente de

otros destinos disminuyó, mientras que Brasil fue el único país que mostró una variación positiva.

Por el lado de las exportaciones, luego un magro crecimiento en marzo (+4,4% i.a.), en abril mostraron una suba de 25% i.a., alcanzando los USD 1.029 millones. En su composición, al igual que en el caso de las importaciones, todos los productos con mayor participación en el total evidenciaron un crecimiento interanual: "Vehículos de pasajeros" (+134,5%), "Polímeros de etileno, en formas primarias" (+113,5%), "Motores de pistones y sus partes" (+20,7%), "Trigo y centeno, sin moler" (+14,3%) -explicado en gran medida por la cosecha récord de trigo, así como por el aumento de los precios de los commodities a raíz del conflicto RUS-UCR-, y "Vehículos a motor para el transporte de mercancías y usos especiales" (+12,4%). Por último, vale destacar que el buen desempeño del sector automotor está estrechamente relacionado con el dinamismo que viene mostrando en 2022. En este sentido, la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA) confirmó ayer que la producción nacional de vehículos fue de 43.826 unidades (+49,5% i.a.), en tanto que las exportaciones crecieron 73% i.a., siendo Brasil nuestro principal destino.

Con todo, las importaciones acumularon USD 4.437 millones en los cuatro primeros meses del año (+ 27% en relación con el mismo periodo de 2021), mientras que las exportaciones alcanzaron



Fuente: ABECEB en base a Ministerio de Economía de Brasil

En cuanto a las importaciones, las compras a Brasil volvieron a aumentar en su comparación interanual (+40% i.a.) - a un ritmo mucho mayor que el de marzo, cuando subieron 10% i.a. - y llegaron a los USD 1.259 millones.

Así, con importaciones que seguirán creciendo por encima de las exportaciones, se estima que el déficit comercial rondará los USD 2.200 millones en 2022.

TOPPER

Apostando al empleo nacional



LA EMBLEMÁTICA MARCA DEPORTIVA DE LA ARGENTINA ANUNCIÓ NUEVAS INCORPORACIONES A SU PLANTA DE TUCUMÁN. GRACIAS A LAS NUEVAS INCORPORACIONES, PARA ESTE AÑO TOPPER ELEVARÁ SU CAPACIDAD PRODUCTIVA ANUAL A 4.5 MILLONES DE PARES DE CALZADO Y 600 MIL PRENDAS CON UNA INVERSIÓN DE 300 MILLONES DE PESOS.

Topper, la empresa líder en calzado deportivo en el país continúa sumando personas a su equipo. Desde fines del 2020 lleva incorporados 250 nuevos trabajadores para hacer frente a la creciente demanda de sus productos. Debido al aumento del volumen de producción de los negocios de calzado e indumentaria, sumará 75 nuevos ingresos a su planta de Tucumán, totalizando 325 incorporaciones en los próximos meses. Cabe destacar que esta planta de Topper es la fábrica más grande de calzado del país con una dotación de más de mil empleados contratados en forma directa.

Actualmente Topper es líder en calzado deportivo con un 20% del share de mercado. Además, la marca viene experimentando una importante evolución en el segmento de indumentaria, ya que en los últimos cinco años duplicó sus ventas; por lo que también va camino a construir un liderazgo similar al que ya posee en calzado. El contar con producción propia en la planta de Tucumán garantiza ese crecimiento junto a la red de proveedores nacionales. El objetivo de la compañía es sustituir importaciones, generar empleo directo e indirecto y consolidar la presencia en el rubro deportivo.

En concordancia con esto, en diciembre

del año pasado Topper anunció la fabricación de indumentaria de la marca en su planta ubicada en la localidad tucumana de Aguilares. Para eso, se requirió la incorporación y capacitación de 30 personas, así como la inversión en nuevas maquinarias y la adecuación de un predio de 1000 m². El lanzamiento se realizó con una serie conmemorativa de remeras de algodón orgánico sustentable tejido en el país, con diseño propio y la orgullosa etiqueta de industria nacional.

Gracias a las nuevas incorporaciones, para este año TOPPER elevará su capacidad productiva anual a 4.5 millones de pares de calzado y 600 mil prendas con una inversión de 300 millones de pesos. Vale recordar que en el 2021 la capacidad productiva anual fue de 3.8 millones de pares de calzado y 400 mil prendas, mientras que en el 2019 era de 2 millones de pares al año y aún no se experimentaba la fabricación propia de indumentaria. Esto evidencia el compromiso de Topper en el desarrollo de la industria del calzado e indumentaria deportiva, tanto desde el desarrollo de su propia marca como también potenciando el crecimiento de proveedores y fabricantes de materias primas nacionales. Además, con la capacitación e incorporación del personal requerido sigue consolidando su apuesta al empleo nacional.

VOS Y TU EMPRENDIMIENTO Y LO QUE VOS QUERES

BANCO
PATAGONIA

Escaneá el código QR y conocé las facilidades que te ofrecemos para que tu pyme prospere.

YPF superó la barrera de los 500 mil barriles diarios



LA PRODUCCIÓN TOTAL DE HIDROCARBUROS DE YPF TOTALIZÓ LOS 506 MIL BARRILES EQUIVALENTES POR DÍA EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2022, LO QUE REPRESENTA UN INCREMENTO DEL 16% INTERANUAL Y DEL 5% RESPECTO AL TRIMESTRE ANTERIOR.

La actividad no convencional continuó siendo el principal eje de crecimiento de la compañía. La producción total de shale llegó a un récord: durante el primer trimestre del año se duplicó respecto al año 2021, representando actualmente un 38% de la producción total de la compañía. La producción de crudo no convencional mostró un crecimiento del 52% mientras que la producción de gas no convencional aumentó un 140% en relación con igual trimestre del año anterior.

También se lograron buenos resultados en el convencional. En este sentido, la recuperación terciaria en Manantiales Behr impulsó un aumento de la producción del yacimiento de 5,4% secuencialmente, alcanzando un récord de 25.200 barriles día en el mes de marzo, con 7 unidades de inyección de polímeros (PIUs).

Los resultados del primer trimestre muestran la consolidación del crecimiento de la compañía que le permitieron obtener

26.417 millones de pesos frente a una pérdida de 2.247 millones de pesos del primer trimestre de 2021.

Durante el primer trimestre de este año, el EBITDA ajustado de la compañía alcanzó los 972 millones de dólares, un 27% superior al mismo período del año anterior, consolidando una ganancia neta.

La compañía inició la ejecución de su ambicioso plan de inversiones de 3.700 millones de dólares para el año 2022 y durante el primer trimestre del año invirtió 748 millones, más de un 50% respecto al mismo período de 2021.

Por último, en materia financiera, el flujo de caja libre fue positivo por octavo trimestre consecutivo en 391 millones de dólares, lo que permitió disminuir una vez más la deuda neta de la compañía en 359 millones de dólares, alcanzando un nivel de 5.912 millones de dólares. Adicionalmente, el ratio de endeudamiento neto se ubicó en 1,46 veces en relación con el EBITDA ajustado.

“EL DIALOGO Y LOS CONSENSOS NOS PERMITIRÁN PONER EN VALOR TODO NUESTRO POTENCIAL”, SEÑALÓ EL PRESIDENTE DE LA UNIÓN INDUSTRIAL ARGENTINA (UIA), DANIEL FUNES DE RIOJA, EN SUNCHALES (SANTA FE), DONDE FUE INVITADO POR EL GRUPO SANCOR SEGUROS PARA VISITAR SU CASA CENTRAL.

Funes de Rioja arribó junto al Secretario del Comité Ejecutivo de la entidad, Miguel Ángel Rodríguez; Martín Cabrales, Vocal y Diego Coatz, Director Ejecutivo, quienes fueron recibidos por Alejandro Simón, CEO del Grupo, junto a otros miembros de la Alta Dirección de la firma.

Durante su estadía, la comitiva visitó el Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social (CITES), primera incubadora tecnológica de management privado de América Latina que apoya la creación de empresas de base tecnológica en Argentina, brindando soporte financiero, tecnológico y de gestión a emprendedores.

Más tarde, los miembros de UIA continuaron su recorrido por la urbanización Ciudad Verde, que sigue una política de arquitectura sustentable, cooperación público-privada, fomento cooperativo, eficiencia energética y respeto por el medio ambiente.

En la Ciudad Verde también se ubica el Espacio de Diálogo Interreligioso, que fue inaugurado en marzo del corriente y busca fomentar los lazos entre diferentes religiones y con la comunidad.

De este segmento también participaron Tomás Karagozian, Presidente de UIA Joven (espacio conformado por industriales y emprendedores Sub-40 que representan a las cámaras regionales y sectoriales) y Marysol Rodríguez, Coordinadora del Grupo J6 (integrado por jóvenes de la Unión Industrial Argentina; la Cámara Argentina de la Construcción; la Cámara Argentina de Comercio y Servicios; la Sociedad Rural; la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y la Asociación de Bancos Argentinos).

“Con un panorama internacional convulsionado por la guerra en el este de Europa y sus imprevisibles consecuencias, sumado a una realidad local marcada por el crecimiento de las desigualdades sociales, se hace cada vez más patente la

Funes de Rioja visitó la casa central de Sancor Seguros





Naturgy continúa ampliando su red de estaciones de carga de GNC

Naturgy sumó 3 estaciones de carga de GNC a la red de su marca, ampliando la misma a 14 establecimientos, ubicados en su área de concesión.

Las estaciones se encuentran situadas en: Av. Dr. Marcos Paz 1222 (Esq. San Luis) en la localidad de Marcos Paz; Av. Brig. J. M. de Rosas 23887 en Virrey del Pino, La Matanza; y en Otero 3902 (Ruta 21) en Pontevedra, que pertenece al partido de Merlo.

Las estaciones de GNC ya existentes de bandera Naturgy están emplazadas en Mercedes, Tres de Febrero, La Matanza, Merlo, Los Cardales, Gral. Rodríguez, José Ingenieros, Morón, Villa Lynch y Jáuregui.

Es importante destacar que el GNC, la alternativa sustentable para los combustibles líquidos, genera un menor impacto en el medio ambiente y además es un combustible más económico.

Desde el año 1992 la licenciataria hoy denominada Naturgy BAN S.A. brinda su servicio de distribución de gas natural por redes. Es la segunda distribuidora de gas de la República Argentina por volumen de ventas, con más de 1.631.000 clientes residenciales, 49.200 comerciales y 1.200 industrias, 400 estaciones de GNC y 3 subdistribuidoras. La extensión de las redes de gas natural asciende a 27.000 kilómetros.

NATURGY REABRIÓ SUS CENTROS DE ATENCIÓN PRESENCIAL

Para mayor comodidad de los clientes, la empresa también brinda diversas facilidades para realizar trámites a distancia.

Dado el avance en la reactivación de la actividad luego de la etapa de la pandemia por el COVID-19, Naturgy reabre sus Centros de Atención al Pú- blico de forma presencial, de Olivos, San Miguel, Castelar y San Justo, en la franja horaria de 8.15 a 15.30 horas.

Queremos llegar lejos, juntos.

La cercanía y confianza de nuestros clientes, nos ayuda a crecer.

Hoy contamos con + de 5 mil sucursales alrededor del mundo y + de 56 millones de clientes nos eligen cada día.

Gracias por ayudarnos a ser el banco privado más grande de Latinoamérica.

Itaú. Hecho con vos.



Itaú

Saaf 2031

El plan de CESSI para transformar Argentina



LA CÁMARA DE LA INDUSTRIA ARGENTINA DEL SOFTWARE (CESSI) PRESENTA EL PROGRAMA “SOFTWARE AS A FUTURE”, UNA INICIATIVA QUE BUSCA GENERAR UN MAYOR DESARROLLO PRODUCTIVO A TRAVÉS DE INCENTIVOS PARA LA ELECCIÓN DE LAS PROFESIONES PARA EL SECTOR IT, FORMACIÓN PARA LA EMPLEABILIDAD EN TECNOLOGÍA EN TODAS SUS ETAPAS Y NIVELES, TRABAJO Y CRECIMIENTO DE NUEVOS PROFESIONALES, ASÍ COMO LA GENERACIÓN DE DIVISAS A PARTIR DEL INCREMENTO SUSTANCIAL DE EXPORTACIONES.

Entre los principales objetivos del proyecto está la generación de más de 400 mil nuevos empleos federales, por sobre los 130 mil existentes a 2022, con un promedio de remuneración que hoy duplica la media del empleo registrado privado en Argentina.

También se prevé generar más de 20 mil millones de dólares de producción bruta anual al año 2031, por sobre el PBI actual de la industria en Argentina, medido en 5 mil millones de dólares en el 2021. La industria se convertirá así en la segunda industria más importante del país, en generación de riqueza.

A su vez, mediante Saaf, se proyecta generar exportaciones por más de 10 mil millones de dólares anuales incrementales.

CRECIMIENTO DEL EMPLEO EN LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE DURANTE 2021



Saaf, se proyecta generar exportaciones por más de 10 mil millones de dólares anuales incrementales.

Actualmente, las exportaciones de la industria de software son el cuarto generador de divisas del país, luego de la agroindustria, la minería y la industria automotriz. Con este incremento, la industria quedará en el segundo lugar de las exportaciones totales del país.

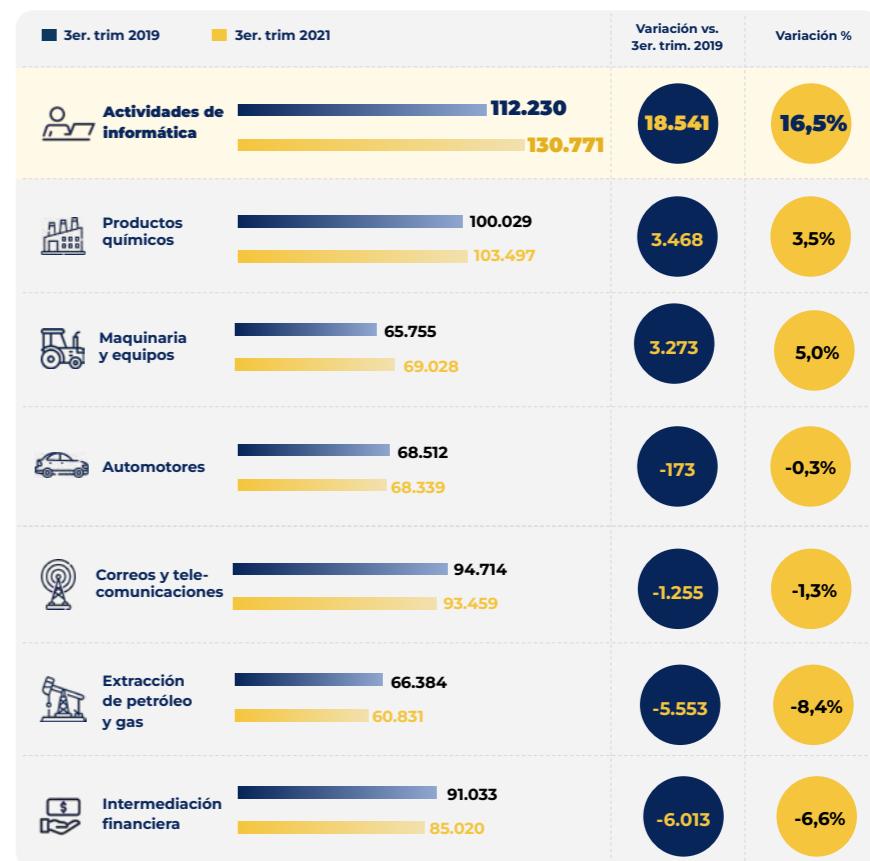
“Hoy la industria está en pleno crecimiento, con ocupación plena de recursos, y demanda insatisfecha por no poder contar con más colaboradores. La forma de generar más y mejor empleo implica un esfuerzo de todos los actores del ecosistema: Estado, Academia, Entramado productivo e industria del software en particular “Porque conlleva un compromiso que excede al sector”, afirma Blas Briceño, vicepresidente de CESSI a cargo de Saaf.

Formarán parte del programa todos los actores del ecosistema productivo, incluyendo el Estado Nacional, Provincial y Municipal, facilitando con políticas públicas la contratación de nuevos recursos, el crecimiento del sector y el incentivo de la industria en la transformación digital. De la misma manera, el entramado productivo y otras industrias contribuirán al crecimiento de la empleabilidad de nuevos profesionales desarrollando proyectos que los pueden emplear.

EVOLUCIÓN DEL EMPLEO REGISTRADO POR RAMA DE ACTIVIDAD

Crecimiento de puestos de trabajo por rama de actividad

3er trimestre 2019 vs. 3er trimestre 2021



SaaF: Software as a Future 2031

cessi Argentina
Cámaras de la Industria Argentina del Software

El plan de CESSI para transformar la Argentina

Por su parte, las instituciones educativas participarán incrementando la oferta de formación y la estructuración de programas modernos adecuados a la demanda del sector, mientras que la propia industria del software acompañará los procesos formativos e impulsará modelos de negocios que estimulen la contratación de nuevos recursos a sus procesos productivos.

"Si pensamos que la Industria del Software posee salarios que ya casi están duplicando la media del país y que es uno de los sectores que más empleo nuevo genera, entendiendo que eso beneficia a toda la comunidad, entonces nos pareció que proponer un plan como el SAAF es necesario, oportuno y posible", finalizó Briceño.

"Hoy la industria está en pleno crecimiento, con ocupación plena de recursos, y demanda insatisfecha por no poder contar con más colaboradores. La forma de generar más y mejor empleo implica un esfuerzo de todos los actores del ecosistema: Estado, Academia, Entramado productivo e industria del software en particular "Porque conlleva un compromiso que excede al sector", afirma Blas Briceño, vicepresidente de CESSI a cargo de SaaF.

- Los 10 pilares para lograr el desarrollo exponencial del software en Argentina**
- 1.** Trabajar articulando los esfuerzos de todos los sectores vinculados a la industria.
 - 2.** Mejorar la formación básica requerida para ser un idóneo o un profesional de la industria. Facilitar el aprendizaje en ciencias exactas, matemáticas y lógica, e incluir ciencias de la computación en la currícula básica de primaria y secundaria.
 - 3.** Lograr que más personas se interesen por desarrollar su carrera profesional en el sector.
 - 4.** Crear experiencias formativas que permitan dar el primer salto laboral al sector y seguir aprendiendo mientras trabajaban.
 - 5.** Hacer que las prácticas formativas mejoren, sean más eficientes para una inserción más rápida y de calidad.
 - 6.** Crear modelos de inserción laboral y formación continua que generen un camino de desarrollo profesional para desarrollar una carrera profesional para todos los sectores sociales.
 - 7.** Mejorar el marco de negocios de las empresas para fomentar su localización en Argentina y sus capacidades de crecimiento.
 - 8.** Desarrollar mecanismos de inversión para empresas argentinas que les permitan conseguir fondos que antes se ofrecían a empresas con sedes en otras jurisdicciones. Trabajar articulando los esfuerzos de todos los sectores vinculados a la industria.
 - 9.** Promover la inversión en software de las empresas argentinas, y sus capacidades de crecimiento basadas en tecnología digital.
 - 10.** Fomentar la investigación y desarrollo articulado entre todos los actores involucrados: estado, academia, industria de software, entramado productivo.

Banco Provincia

"Como banco público, el mayor desafío es generar una verdadera inclusión financiera"

El presidente de Banco Provincia participó de la 52º Asamblea General de Alide, donde integró un panel sobre digitalización de la banca y recibió un reconocimiento por el Bicentenario de la institución financiera. Juan Cuattromo habló acerca de la experiencia de Cuenta DNI durante un panel sobre los diferentes desafíos que conlleva el acelerado proceso de digitalización de la operatoria bancaria en todo el mundo y en particular, en la región de Latinoamérica y el Caribe.

Durante su exposición, el titular banca pública bonaerense expresó que "La digitalización es un proceso con mucho potencial, que nos puede permitir cumplir mejor nuestra tarea, ofrecer mejores servicios financieros e incluir a amplios sectores de la población. Pero no puede ser una nueva fuente de desigualdad y evitarlo es un trabajo permanente, que nos obliga a estar siempre atentos a lo que estamos haciendo para no dejar a nadie en el camino".

"Creemos que es muy importante fomentar la educación financiera para acompañar a los sectores de la economía informal, que en la Argentina son muy importantes, para que se incorporen a esta nueva realidad que son los medios electrónicos pago", indicó Cuattromo. Y explicó: "desde Banco Provincia complementamos el desarrollo innovativo con estrategias de cercanía y acompañamiento a los comercios. Uno de los principales incentivos fue ofrecer programas de descuentos para quienes utilicen Cuenta DNI".

En esa línea, señaló que "en noviembre de 2021 lanzamos una aplicación de cobro, Cuenta DNI Comercios, que les permite a los negocios generar un código QR desde un celular para cobrar sus transacciones con nuestra billetera digital y con cualquier otra que opere en la Argentina. Poder cobrarle a cualquier cliente como si fuese efectivo es una de las metas más grandes que nos fijamos



en esta etapa".

"Nuestro objetivo con esta herramienta es llegar al comercio de barrio, al vendedor ambulante, al feriante, para que puedan incorporarse a la revolución de los medios de pago digitales, porque si no se empieza a abrir una brecha entre los comercios que están integrados y que cobran con estas herramientas y quienes se van quedando atrás", remarcó. Y agregó: "como banco público, nuestro mayor desafío es generar una verdadera inclusión financiera".

Desde Banco Provincia creemos que la inclusión y la innovación tienen que ser acompañadas por una política activa de capacitación, de educación, de una tarea pedagógica para no dejar personas excluidas.

"Buscamos fomentar la transaccionalidad 100% digital de todos los sectores sociales de la Argentina".

Creemos que es muy importante fomentar la educación financiera para acompañar a los sectores de la economía informal, que en la Argentina son muy importantes, para que se incorporen a esta nueva realidad que son los medios electrónicos pago

Los dark stores impulsan cambios en el envasado de productos frescos



MARIANO IOCCO

ESTE FORMATO VIENE PISANDO FUERTE EN ARGENTINA COMO RESPUESTA A UNA DE LAS PRINCIPALES EXIGENCIAS DE LOS CONSUMIDORES QUE ES LA INMEDIATEZ. DURANTE EL ÚLTIMO TIEMPO UNO DE LOS SECTORES MÁS DESAFIADOS HA SIDO EL COMERCIO MINORISTA DE ALIMENTOS QUE DEBE ATENDER LAS NECESIDADES DE CONSUMIDORES QUE BUSCAN COMODIDAD Y AGILIDAD SIN RENUNCIAR A LA EXPERIENCIA DE COMPRA Y SIN OLVIDAR LA INOCUIDAD ALIMENTARIA.***

Los cambios del sector, principalmente impulsados por la pandemia, trajeron consigo nuevos formatos para la preparación y despacho de los productos en el canal minorista en estrecha relación con el crecimiento del comercio electrónico. Entre ellos está el surgimiento de los dark stores, espacios cerrados al público, destinados al almacenamiento y distribución de productos vendidos a través del comercio minorista digital. Generalmente, los dark stores están ubicados en los centros urbanos, por lo que pueden atender rápidamente a los consumidores. Este formato requiere innovación en el sistema logístico y rapidez en la operación, sin comprometer la calidad de los productos, y asegurando la buena experiencia del cliente.

La presentación y estandarización de los productos frescos que ofrecen las soluciones case-ready colaboran con la eficiencia que los dark stores necesitan al momento de entregar las proteínas frescas a los consumidores.

Sealed Air, líder en soluciones de packaging trabaja junto a los procesadores de alimentos y retailers para resolver los desafíos críticos de protección del producto, extensión de vida útil e inocuidad alimentaria. Cuenta con una amplia variedad de alternativas de envasado conocidas como "case ready" que protegen al producto con materiales resistentes a la manipulación y en presentaciones listos para ser despachadas al consumidor final. Los materiales tienen características específicas para envasar carne roja, queso, pollo u otros tipos de proteínas, protegiendo su calidad de origen y extendiendo su vida comercial. La presentación y estandarización de los productos frescos que ofrecen las soluciones case-ready colaboran con la eficiencia que los dark stores necesitan al momento de entregar las proteínas frescas a los consumidores.

El embalaje case-ready también responde a una de las demandas más crecientes en la actualidad, que es la trazabilidad. Actualmente, ya es posible brindar información o códigos de acceso que brindan detalles so-

bre todo el recorrido de producción de un corte de carne roja, por ejemplo.

"Conocemos todos los desafíos para entregar un producto al hogar del consumidor que ofrezca la trazabilidad, la calidad y la seguridad necesaria de los alimentos

frescos, sin olvidar la comodidad, practicidad y agilidad que todos esperan. Creo que este modelo de tienda con empaques eficientes e innovadores es la clave del éxito de esta operación," concluyó Mariano Iocco - director de Marketing da Sealed Air para América Latina.

Entre los beneficios de los sistemas de envasado "case ready" se encuentran:

- Protección de la calidad del producto envasado en origen
- La hermeticidad del paquete previene el riesgo de contaminación
- Presentación estandarizada de las porciones. Mejor control de stocks
- No demanda reprocesos de envasado
- Materiales resistentes a la manipulación
- Extensión de vida útil.



La Industria Química y Petroquímica y el desarrollo económico sustentable



Federico Veller.

"El principal desafío de la CIQyP® en este período será demostrar que nuestro sector puede aportar soluciones concretas en pos del desarrollo económico sustentable. Principalmente deberemos enfocarnos en el diálogo con las organizaciones sindicales y encontrar los caminos mediante los representantes del Gobierno Nacional para reencauzar el crecimiento de la industria química y petroquímica. Sin lugar a dudas lo vamos a lograr. El sector, principalmente, tiene que aportar soluciones en términos de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente y estoy convencido de que nuestra industria puede hacerlo. Nuestro liderazgo tiene que demostrar que eso es posible con acciones concretas. Estamos en ese camino y estoy convencido de que hacerlo juntos es la clave. Si lo logramos, llevaremos a la industria a un nuevo nivel y seremos protagonistas en la lucha contra el cambio climático" afirmó Veller. ."

En Argentina la industria química y petroquímica constituye un sector clave para el desarrollo de la economía: emplea a más de 64 mil personas en forma directa y 110 mil en toda su cadena de valor. De ellas, más del 50% trabaja en PyMES. Aporta un 4,2% del PBI, lo cual representa el 12% de la indus-



AXION energy amplía su negocio y lleva el éxito de los sándwiches ruteos a la ciudad

Principalmente buscamos hacer premium la experiencia de nuestro cliente", cuenta Cecilia Panetta, gerente ejecutiva de Marketing de AXION Energy, y agrega: "Queremos que quienes pasen por nuestra estación disfruten de un espacio moderno y cálido, con conectividad exclusiva y veloz para estudiar y trabajar, sumado a una oferta gastronómica ajustada a las variadas elecciones de nuestros clientes".

Según datos del mercado, las tiendas representan aproximadamente un 15 por ciento de la rentabilidad de las estaciones de servicio, dependiendo en gran medida de la ubicación, tamaño y si es de ruta o de ciudad. En Europa este porcentaje llega a un 50%.

Axion energy hace años viene apostando fuerte a sus tiendas, siempre a la vanguardia tecnológica en sus formas de pago y generando agilidad en la atención. También en su gastronomía, desde su cafetería de gran calidad atendida por baristas, hasta su oferta de platos más elaborados y hamburguesas sin carne completamente a base de plantas.

A fines del año pasado, la compañía abrió en su estación de servicio ubicada en el ingreso a la ciudad de Rosario, en el centro de la autopista que une a esa ciudad con la de Buenos Aires, la "Parada Sanguchera" diseñada por el famoso chef Lele Cristóbal. Son sándwiches frescos, hechos en el momento, con fiambres y conservas gourmet especialmente pensadas por Lele.

La compañía planeaba vender unos 100 sándwiches por día

y vende un promedio de 400. Casi 13.000 sándwiches al mes. Su segunda "Parada Sanguchera" en una estación de servicio nueva, emplazada en el centro del Camino del Buen Ayre, a pocos metros del acceso Oeste a la ciudad de Buenos Aires. También desembarcó con su propuesta en el límite entre los barrios de Belgrano y Núñez, en su estación de la esquina de Av del Libertador y Manuela Pedraza. Dos ubicaciones estratégicas tanto para quien va y viene a la ciudad, como para quien se encuentra en ella y busca una alternativa al típico almuerzo o salida de la cancha o un recital.

"La primera Parada Sanguchera resultó ser un éxito porque los consumidores encontraron un espacio exclusivo, con una propuesta innovadora, de calidad y al paso. A las combinaciones clásicas se suman algunas nuevas, que incluyen conservas que otorgan un sabor especial, todas con el toque de Lele, uno de los mejores cocineros de la gastronomía argentina", explica Panetta.

Se ofrecen sándwiches de mortadela, queso cremoso y berenjenas en conserva; bondiola, queso sardo y tomate en conserva; salame, queso pategrás, pepinillos y mostaza; cantimpalo, queso provolone y ajíes en vinagre; queso crema, alcachofas, berenjenas en conserva y queso gouda; y jamón cocido, con queso danbo y manteca. El énfasis está puesto en la calidad de la materia prima y la abundancia de los ingredientes: en total, cada sándwich lleva 200 gramos, entre el fiambre y el queso, provistos por un frigorífico de Salta; el pan se elabora exclusivamente para el proyecto.

Franquicias, el motor de crecimiento de DIA



RODRIGO GARGAGLIONE



Con el respaldo de nuestra marca, capacitación y soporte permanentes, Franquicias DIA es una oportunidad para inversores y emprendedores con capacidad de gestión", sostuvo Rodrigo Gargaglione, director de Franquicias y Expansión de la empresa. 7 de cada 10 de sus tiendas son gestionadas por franquiciados y la compañía apunta a remodelar más de 200 tiendas. DIA Argentina, líder en proximidad, continúa con su proceso de crecimiento en Argentina y apuesta a sus franquicias para poder concretarlo. Luego del anuncio de su plan una inversión -más de 100 millones de dólares entre 2021 y 2023-, la compañía se enfoca en uno de sus objetivos para 2022: la remodelación de más de 200 franquicias. El nuevo diseño de las tiendas DIA está pen-

sado para mejorar la experiencia de compra de los clientes. Al mismo tiempo, la remodelación resulta en un beneficio para los franquiciados: las tiendas remodeladas registran una suba del 30% en sus ventas. Además, permiten crear nuevos puestos de trabajo. En la actualidad, el 70% de las más de 900 tiendas son operadas por franquiciados. Cada día más cerca de ellos, la compañía actualizó su modelo de gestión con una propuesta de negocio sólido, rentable y accesible.

El modelo de Franquicias DIA tiene dos características claves: el foco en la venta, centrado en el crecimiento de cada tienda; y una inversión con pronto recupero (24 meses estimado), que tiene como objetivo mejorar el estándar de la tienda. Los requisitos para acceder a una Franquicia DIA son: una inversión inicial desde \$3.000.000 y una garantía hipotecaria (propia o de un tercero). Con 25 años de trayectoria en el país, DIA es la única franquiciadora en el rubro supermercados. "Con el respaldo de nuestra marca, capacitación y soporte permanentes, Franquicias DIA es una oportunidad para inversores y emprendedores con capacidad de gestión", sostuvo Rodrigo Gargaglione, director de Franquicias y Expansión de DIA Argentina. "Y, lo más importante, estamos en constante evolución para mejorar la experiencia de los clientes y también de nuestros franquiciados", agregó Gargaglione.

Banco Supervielle

Calidad e innovación en la experiencia de atención digital



JAVIER TIBURZIO

Mediante una solución única de videollamada, Supervielle logra dar un paso de calidad e innovación en la experiencia de atención digital de sus clientes.

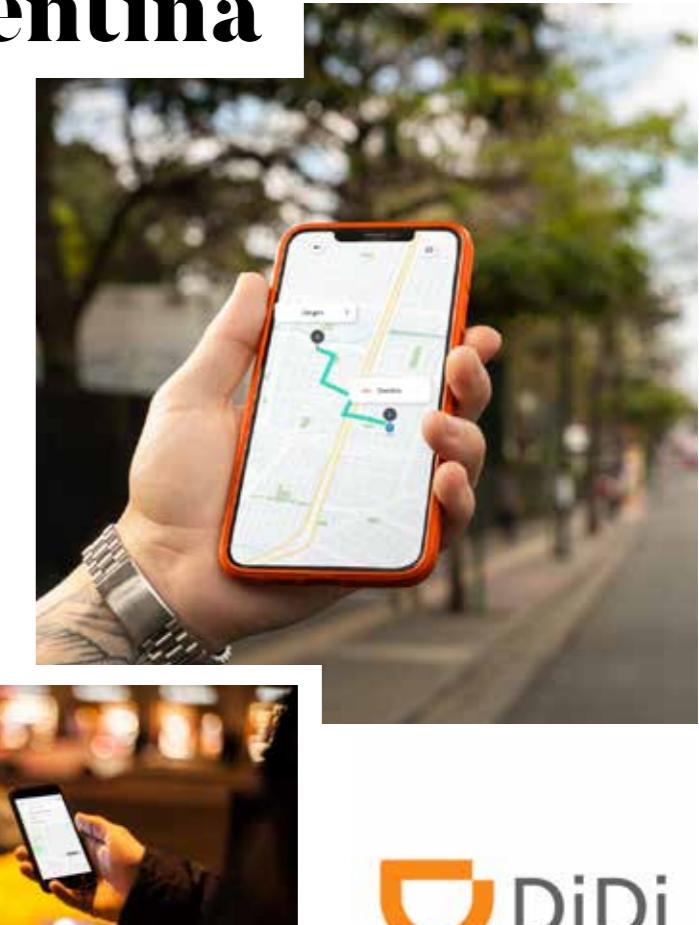
Supervielle logró dar un paso más hacia la innovación y calidad en la experiencia de atención digital de sus clientes, con la nueva opción de Sucursal Virtual. Ahora, los usuarios podrán ingresar a la App Supervielle o el Online Banking, para ser atendidos por un ejecutivo mediante una videollamada, de forma 100% segura y personalizada.

Javier Tiburzio, Gerente Ejecutivo de Distribución y Ventas dice: "Recibimos más de 600 videollamadas diarias, desde personal esencial en su puesto de trabajo hasta personas viajando en transporte público, llevamos un ejecutivo al lugar donde se lo necesite, ofreciendo soluciones inmediatas. Esta modalidad de videollamada representa una evolución en la forma de atención y en materia de seguridad, ya que la experiencia se da dentro de las plataformas oficiales del banco, evitando así la vulnerabilidad propia de otros canales de comunicación".

Los últimos años trajeron consigo una serie de cambios en el estilo de vida de las personas y, consecuentemente, nuevos hábitos y necesidades. Esto colocó a la entidad frente al continuo y exigente reto de la adaptación, tanto tecnológica como cultural, para poder escuchar y comprender a los clientes y así continuar siendo relevantes en sus vidas. En ese sentido, el nuevo modelo operativo del Banco quedó plasmado a través de filosofía Human Banking, la cual coloca al cliente en el centro de todas las operaciones, comprendiendo que aún los avances tecnológicos requieren también del valor agregado de la cercanía humana. Por eso, los canales digitales se convirtieron en un aspecto clave de la operativa diaria, por lo que los esfuerzos y futuras inversiones continuarán.

Llevamos un ejecutivo al lugar donde se lo necesite, ofreciendo soluciones inmediatas. Esta modalidad de videollamada representa una evolución en la forma de atención y en materia de seguridad, ya que la experiencia se da dentro de las plataformas oficiales del banco, evitando así la vulnerabilidad propia de otros canales de comunicación

DIDI Comms Doc Argentina



DiDi es la plataforma de movilidad inteligente líder en el mundo, ofreciendo una gama completa de servicios en 18 países y 4.000 ciudades de Asia Pacífico, Latinoamérica, África y Rusia. Esta multiplicidad de mercados a nivel global y de servicios de intermediación, que van desde taxi y auto privado hasta entrega de comida, viajes compartidos, bus, bicicletas, bicicletas eléctricas, conductor designado, logística y servicios financieros; contribuye a la percepción de la marca.

Desde su desembarco en noviembre de 2020, DiDi invirtió 2.500 millones de pesos en el país.

Además, los conductores que manejan con la aplicación generaron ganancias totales por 7.000 millones de pesos durante el primer año de operaciones. DiDi opera en Ciudad de Buenos Aires y 29 localidades del GBA con los servicios Express y Taxi. Desde entonces, ambos mostraron un crecimiento constante, con más de 195.000 conductores registrados y más de 3 millones de descargas de la App para pasajeros, de los cuales más de 1,6 millones utilizan la app para desplazarse cada semana.

Tecnología

DiDi es mucho más que una App en el teléfono. Para ofrecer una alternativa accesible, segura y con altos estándares de calidad a sus usuarios, DiDi utiliza tecnología aplicada que permite tener una operación eficiente para que los conductores puedan realizar más viajes usando la aplicación y los pasajeros contar con un mejor servicio, a un me-

jor precio. Además, la empresa desarrolla y trabaja con tecnología basada en inteligencia artificial para ofrecer mayor seguridad en cada viaje a todos los usuarios de la aplicación. Se realiza un análisis constante para entender cuál es la experiencia del conductor y del pasajero, y qué mejoras se pueden introducir localmente a través de la tecnología para atender las necesidades particulares de cada país.

Proyecciones

Argentina particularmente es un mercado con un gran potencial para la industria tecnológica. El lanzamiento en el país fue altamente positivo: se encontró rápidamente la oferta de valor adecuada y el nivel de eficiencia en las operacio-



nes y los aprendizajes ganados en otros mercados permitieron hacer todo lo posible para que los conductores tengan las mejores oportunidades de generar ganancias y que los pasajeros tengan un servicio de alta calidad. Esto funciona como una motivación para seguir por el mismo camino y ponerse como objetivo ser líderes del mercado en 2022. DiDi seguirá creciendo con más productos y expandiendo su operación. El enfoque está puesto en seguir mejorando la movilidad en el AMBA y seguir trabajando y ofreciendo oportunidades que generen beneficios para todos: pasajeros, taxistas y conductores.

Los compradores prefieren pagar en cajas de autoservicio: ¿Cómo deben responder las empresas?



Según la 14th versión del estudio global del consumidor de Zebra Technologies, el 63% de los compradores, el 86% de los líderes del sector minorista y el 71% de sus empleados, concuerdan con que las soluciones de autoservicio brindan una mejor experiencia al cliente. Es por esto por lo que estamos viendo un incremento acelerado en la implementación de estas soluciones en toda la región.

Sin embargo, es posible que las empresas aún no estén explotando el total de beneficios e implementando de manera estratégica estas soluciones. Crear un equipo multidisciplinario, que incluya áreas como recursos humanos, marketing,

operaciones y prevención de pérdidas, para definir los indicadores del proyecto, educar a los trabajadores y clientes y prevenir los riesgos involucrados a la implementación, son acciones fundamentales para garantizar el éxito de las soluciones de autoservicio. Si tu empresa está evaluando los beneficios y riesgos, a continuación, presentamos algunos puntos que se deben tener en cuenta como punto de partida:

Evaluar y medir: Antes de instalar las soluciones de autoservicio, es importante definir dónde y cómo van a tener mayor éxito. Por lo general, esta tecnología es muy bien aceptada en tiendas grandes y

concurridas, como un supermercado de alto tráfico. Igualmente, se debe establecer los indicadores que medirán los resultados del proyecto. Cuantificar información tal como el número deseado de personas que utilizan el sistema de autoservicio, el número de ítems por transacción promedio y la satisfacción del cliente, haciendo un seguimiento de estos índices a lo largo del tiempo, para introducir ajustes y mejoras, ayudará a garantizar el éxito.

Educar a los compradores: Confirmando en la honestidad de las personas, es importante educar a los compradores para que eviten errores que puedan afectar al negocio por falta de pago o al compra-

También puede considerar apoyarse en la tecnología, utilizando en las cajas de autoservicio, escáneres bióticos que tienen cámaras integradas y motores de inteligencia artificial (IA) para alertar al personal sobre patrones o prácticas de escaneo sospechosos.

dor por aumentar las veces de escaneo de un mismo producto. Por ejemplo, es muy fácil olvidarse de escanear productos frescos o pensar que el sistema falló y pasar múltiples veces un solo artículo por el escáner. A través del uso de sugerencias y consejos que se muestren en el dispositivo de escaneo, folletos y carteles en la tienda y la adecuada capacitación de los trabajadores, será sencillo lograr que los clientes se familiaricen con el sistema de auto-pago. Es también recomendable crear unidades embajadoras del proyecto que visiten las tiendas para promover la tecnología, acompañen a los clientes y les expliquen muy bien cómo funciona.

Integrar el sistema de autoservicio con su programa de fidelización: las implementaciones más exitosas se relacionan con el uso de una tarjeta de fidelización. Esto requiere que un comprador escaneé su tarjeta para permitir que el dispositivo de la tienda inicie un carrito de compras y se conecte con ofertas que pueden ser interesantes para él/ella. Esto, junto con el hecho de que el negocio tendrá información sobre la identidad del comprador y sus preferencias para futuras campañas, por ejemplo, la dirección de la casa y los detalles de la tarjeta de crédito o débito, actúa como un "agente de honestidad" psicológico útil, reduciendo los niveles de pérdida sustancialmente.

Revisiones aleatorias: Instalar algunas estaciones de control a la salida para hacer revisiones aleatorias de que los com-

pradores utilizaron adecuadamente el sistema y pagaron todos los productos, puede ser fundamental para controlar los robos en las tiendas con sistemas de autoservicio. Como parte del proceso, todos los compradores deben ser conscientes de que una estación dedicada a esta tarea, cerca de la salida, revisará sus compras al azar. Lo fundamental acá es designar el personal más amable e informar a los clientes que en algún momento sucederá. Con una comunicación clara, tal vez a través de avisos en la tienda, alertas en dispositivos de auto-escaneo, avisos en recibos, entre otros, los escaneos aleatorios pronto se convertirán en una parte esperada y aceptada de la experiencia de compra. También puede considerar apoyarse en la tecnología, utilizando en las cajas de autoservicio, escáneres bióticos que tienen cámaras integradas y motores de inteligencia artificial (IA) para alertar al personal sobre patrones o prácticas de escaneo sospechosos.

Hacer que los puntos de autoservicio sean visibles: Aunque pueda parecer obvio, algunos comercios instalan los dispositivos de auto-escaneo en lugares poco visibles o difíciles de encontrar.

Para fomentar el uso, es necesario ubicar los puntos de autoservicio de forma que los clientes quieran y puedan utilizarlos. Una buena práctica para persuadir el uso de estos es ofrecer a los compradores cupones de descuento canjeables o artículos gratuitos como bebidas, por usar por primera vez la tecnología para pagar personalmente sus productos.

Si bien estas no son las únicas estrategias para implementar exitosamente soluciones de auto gestión de pago en un negocio, se puede encontrar en estas recomendaciones un punto de inicio. Consultar con un proveedor de tecnología experto en la implementación de estos sistemas, puede ser clave para ajustar, según el modelo operativo, los recursos y el sistema de control de pérdidas, la mejor forma de implemen-

La Industria Eólica reduce la necesidad de importación de combustibles en 2022



Según un trabajo presentado por la Cámara Eólica Argentina CEA, a los precios actuales, la generación eólica permitirá evitar pagos al exterior por 3.250 millones de dólares, multiplicando por 4 el monto evitado en 2021.

La transición energética hacia las energías limpias y renovables se ha acelerado en todo el mundo luego de las definiciones tomadas en la COP26 y debido a las cuestiones geopolíticas que este año han generado grandes aumentos en los precios de los combustibles fósiles.

Para satisfacer la demanda interna, Argentina debe importar combustibles desde diferentes mercados, y en este contexto la apuesta por las energías renovables resulta ampliamente beneficiosa para disminuir la necesidad de divisas del país. Durante los meses de menores temperaturas, el país debe importar un promedio de 44 Mm3/d de gas, de los cuales 31 Mm3/d provienen del GNL. Estas importaciones se realizan por barco desde países como Qatar o Trinidad y Tobago; y por gasoducto, desde Bolivia.

En este contexto, la generación renovable eólica reduce de manera directa la dependencia al gas y al GNL importados. Durante 2021 la generación producida por el viento aportó 14,8 TWh y de esta manera, se desplazaron 8,5 Mm3/d de consumo de combustibles, equivalentes al 20% de las necesidades durante el período invernal y

al 33% del promedio anual.

Es así que entre 2016 y 2020, gracias al desplazamiento del consumo de combustibles fósiles por la mayor oferta eólica, el ahorro fue de más de 1300 millones de dólares, de acuerdo a un trabajo presentado por la CEA. Este mismo estudio estimó que en 2021 el nivel de generación eólica permitió evitar pagos al exterior en un promedio de 800 millones de dólares anuales. Y para este año 2022, teniendo en cuenta la mayor generación producida por el sector y los mayores precios internacionales, este ahorro es cuatro veces mayor y alcanza los 3.250 millones de dólares.

A los actuales precios, el costo de combustible por cada MWh desplazado es superior a los 230 u\$s/MWh. Es decir, más que triuplica el costo de un MWh renovable. Por cada 100 MW eólicos de capacidad instalada, y a lo largo de su vida útil, Argentina ahorra 336 millones de dólares, multiplicando por 3 la inversión inicial. Esto resulta en un beneficio clave para la matriz energética.

El presidente de la CEA expresó que "garantizar las condiciones para un mayor desarrollo del sector eólico, y renovable en general, es crucial para lograr la fiabilidad del sistema, una mayor libertad energética, y una reducción de la dependencia al gas y GNL importados. Y además permitirá una mayor exportación de combustibles fósiles, generando un ciclo virtuoso para la economía del país".

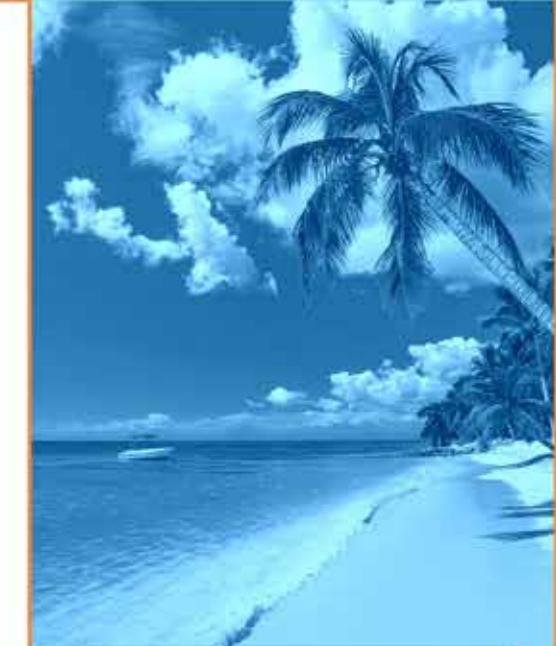
- Turismo nacional e internacional
- Viajes a medida



- Viajes de negocios
- Incentivos para empresas



- Salidas grupales
- Viajes de ocio



- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel

Banco ICBC, transformación digital y apoyo a empresas



"ICBC ES UN BANCO QUE APUESTA Y VIENE TRABAJANDO EN EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN DESDE HACE VARIOS AÑOS; DE CARA AL FUTURO, LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL YA FORMA PARTE DEL DÍA A DÍA DE NUESTROS CLIENTES." SEÑALA ALEJANDRO LEDESAMA, GERENTE GENERAL DE LA ENTIDAD.

Cómo se adaptó el Banco ICBC a la situación provocada por la Pandemia del Covid 19 y cuáles fueron las mayores dificultades que debieron y deben enfrentar a partir de entonces?

Como en toda crisis, hubo un aprendizaje orientado, en este caso, a la aceleración de los procesos de transformación digital. ICBC es un banco que apuesta y viene trabajando en el proceso de digitalización desde hace varios años, proceso que se aceleró en los últimos dos años debido a la pandemia.

De cara al futuro, la transformación digi-

tal ya forma parte del día a día de nuestros clientes. El proyecto Digital Foundation, es la forma en la que nos adecuamos a la evolución cultural-digital, orientada a optimizar la relación de nuestros clientes con sus finanzas, diseñando soluciones cada vez más digitales y a medida, pensando en sus necesidades de consumo, ahorro e inversión, de forma ágil, rápida y simple.

¿Qué programas tiene la entidad en materia de asistencia financiera a las empresas y a las Pymes, cómo son las líneas de financiamiento, tienen líneas de

crédito para inversión productiva y capital de trabajo para grandes y medianas empresas?

Atendemos a todas las empresas, con oferta crediticia a medida. Contamos con programas impulsados por la Sepyme a los que el banco está adhiriendo; estamos trabajando para reformular el programa de promoción de exportaciones Pyme, impulsado por ICBC y con el apoyo de Sepyme mediante un subsidio de tasa para Prefinanciación de capital de trabajo, en pesos o en dólares a las Pymes que quieran vender en el exterior.

Contamos con línea de financiamiento para la inversión productiva de MiPyME del BCRA para financiar Capital de Trabajo o Adquisición de bienes de Capital o Proyectos de Inversión; Línea de Leasing con fondeo del BID, para préstamos para entidad inversión productiva, donde los bienes a financiar son de origen nacional, directamente relacionados a la actividad productiva de la empresa y estamos analizando una Línea para Impulsar Exportaciones y Sustituir Importaciones.

Con respecto a grandes empresas, si-

gue vigente la oferta crediticia de pesos y dólares para las necesidades de Capital de Trabajo y el financiamiento al Comercio Exterior, y también con fondeo y préstamos estructurados en dólares de mediano plazo para financiar inversiones de los clientes.

En cuanto a la oferta de productos, el banco cubre toda la demanda que tienen nuestros clientes con alguna especialización en ciertos productos transaccionales (Comercio Exterior, Custodia, Cambios y Coberturas, Cash Management).

¿Cómo apoya el Banco el desarrollo del comercio exterior?

En nuestro ADN está el comercio exterior: ayudamos a las empresas a exportar tanto valor como talento argentino, de la mano de Fundación ICBC. Estamos potencian- do nuestra cultura innovadora puertas adentro y hacia nuestros clientes.

Lanzamos recientemente el segundo año consecutivo del ICBC Business Matchmaker, una plataforma online exclusiva para clientes ICBC, que facilita a las empresas chinas y argentinas encontrar so-

Desde su lanzamiento en 2020, dimos espacio a más de 20.000 compañías de 40 países donde ICBC tiene presencia, provenientes de más de 30 industrias para fomentar la exportación de alimentos y productos, agrícolas, energía y química, y equipos tecnológicos.

cios globales y concretar rondas de negocios y donde podrán, además, vincularse con potenciales contrapartes interesadas, participar de eventos tanto sectoriales como multisectoriales y publicar productos de forma gratuita.

Desde su lanzamiento en 2020, dimos espacio a más de 20.000 compañías de 40 países donde ICBC tiene presencia, provenientes de más de 30 industrias para fomentar la exportación de alimentos y productos, agrícolas, energía y química, y equipos tecnológicos.

Como forma de apoyo, ofrecemos líneas de comercio exterior para realizar todas las operaciones que requiere la actividad de intercambio internacional. Prefinanciación de exportaciones e importaciones, Financiación al capital de trabajo y Forfaitings.

Contamos, además, con el expertise de Fundación ICBC, con más de 40 años en el mercado, donde ofrecemos cursos y seminarios de capacitación, herramienta imprescindible para los profesionales que deben mantenerse actualizados.

Café Martínez llega a Ushuaia en el marco de su plan de expansión y desarrollo



MARCELO SALAS

CAFÉ MARTÍNEZ CONTINÚA CON SU PLAN DE EXPANSIÓN LOGRANDO UBICARSE EN USHUAIA, UNA CIUDAD QUE SE DESTACA POR SU ATRACTIVO TURÍSTICO Y QUE GENERA UNA CIRCULACIÓN CONSTANTE DE VISITANTES A LO LARGO DE TODO EL AÑO. DE ESTE MODO, EL 2022 PROMETE SER UN AÑO DE DESARROLLO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL EN DONDE LA CADENA DE CAFETERÍAS ESPERA POSICIONARSE COMO EL LUGAR ELEGIDO POR LA GENTE DE CADA PAÍS, CIUDAD, PUEBLO Y BARRIO.

La empresa familiar, Café Martínez, desembarcó en el sur del país con el objetivo de seguir creciendo en la Argentina y el mundo. A través de su estrategia de expansión, la marca líder en el mercado continúa brindando oportunidades de desarrollo tanto para colaboradores como para proveedores y miembros de la comunidad. En este escenario, Marcelo Salas, socio director de la compañía, dió detalles sobre los planes para este año: "Queremos que nuestra experiencia se expanda, que nos conozcan a través de nuestro servicio y que la mayor cantidad de lugares posibles conecten con nuestra propuesta de café y gastronomía. Aumentar nuestro número de franquicias es el núcleo de la planificación. Este año queremos avanzar con la apertura de 20 nuevas tiendas tanto en el

plano nacional como en el internacional". Por otro lado, desde la empresa aseguran que cuentan con un 95% de sucursales con nueva imagen. Además, afirman que continuarán persiguiendo uno de sus más grandes desafíos: integrar el concepto de tecnología en sus cafeterías para seguir impulsando la transformación digital en el mundo del retail.

"Somos clonadores de pymes y creemos en la generación de trabajo con capital nacional. Durante la pandemia nos mantuvimos unidos como equipo y hoy, ya con otro panorama, podemos confirmar que nuestra cultura nos ayudó a sobrevivir y no dejar de desarrollarnos.

Cada vez que abrimos las puertas de una nueva franquicia, como las de Tierra del Fuego, nos llena de esperanzas para seguir apostando por el crecimiento de la compañía y del sector gastronómico", agregó Salas.

Con 185 tiendas tanto a nivel nacional como internacional, la empresa propone cuatro modelos diferentes de negocios: el tradicional con el servicio de atención a clientes en mesas; A la Barra y A la Barra mini, los cuales son un formato low cost; y Smart Service en donde la experiencia Café Martínez se vuelve mucho más techie e innovadora a partir de terminales de autogestión, heladeras con pantalla transparente de última generación que permite contarle al cliente las cualidades de los productos, iluminación inteligente, impresiones de selfies en el café, geolocalización del pedido a la mesa, entre otros. De esta forma, los franquiciados pueden elegir según sus posibilidades la mejor opción, haciendo que la empresa siga creciendo en diferentes formatos, pero siempre con la misma calidad.



EMPRESARIOS CON IMPACTO

Sumate al **networking para líderes empresariales**, la nueva comunidad de directivos, líderes y dueños de compañías.

Accedé **100% online** a mentoring, networking y capacitación sobre últimas tendencias de gestión.



11-3186-7494



comunicacion@proem.org.ar

BANCO PROVINCIA

CAMPAÑA CON UNICEF



El presidente de Banco Provincia, Juan Cuattromo y la representante de Unicef en Argentina, Luisa Brumana, acordaron el lanzamiento de la campaña Sumate, una iniciativa solidaria para que los clientes y las clientas de la banca pública bonaerense puedan colaborar con UNICEF de manera simple y rápida, tanto a través de los canales electrónicos como de manera presencial.

Banco Provincia lleva adelante la campaña Sumate para acompañar el trabajo de UNICEF y colaborar en la recaudación de los fondos destinados a apoyar las acciones que el organismo realiza en el país y en particular en la provincia de Buenos Aires, para que más chicas y chicos puedan acceder a sus derechos. Desde su comienzo en marzo, se concretaron cerca de 5.000 operaciones y se recaudaron más de 2,5 millones de pesos.

"Trabajamos para tener un Banco muy cercano a la realidad de nuestra gente, que es algo que nos remarca constantemente el gobernador Axel Kicillof", expresó Juan Cuattromo. Y añadió: "sabemos que UNICEF desarrolla una tarea más que importante y nosotros queremos acompañar los proyectos que tiene para la provincia de Buenos Aires. Es una alianza estratégica a la que le damos mucho valor y al mismo tiempo nos permite cumplir nuestro rol de banca pública".

"Desde UNICEF celebramos el compromiso que el Banco Provincia tiene con los derechos de la infancia y la adolescencia. Consideramos que estos acuerdos son esenciales para que nuestra labor pueda alcanzar cada vez a más niñas, niños y adolescentes en la Provincia de Buenos Aires y en el resto del país", afirmó Luisa Brumana, Representante de UNICEF.

Estos son los canales de Banco Provincia para participar de la campaña Sumate:

Banca Internet Provincia BIP

Ingresando en la solapa Transferencias / Donaciones / ente: UNICEF. También se puede hacer mediante transferencia directa a la cuenta del organismo (alias: UNICEF.ARGENITNA.AR\$)

Cuenta DNI

Mediante transferencia a la cuenta de UNICEF (alias: UNICEF.ARGENITNA.AR\$).

Tarjeta de crédito

Las personas usuarias de tarjetas de crédito de Banco Provincia pueden sumarse como colaboradores mensuales del organismo mediante débito automático. Para eso deben comunicarse con UNICEF al 0810-333-4455 o ingresar a www.unicef.org. También se puede realizar una donación con tarjeta a través de un pago único en este link.

Cajeros Automáticos (ATM)

Mediante transferencia a la cuenta corriente número 0/822457/029 de Citibank. CBU: 0168888100008224570293.

Por ventanilla en las sucursales

Las personas que realizan operaciones de caja en las sucursales tienen la posibilidad de efectuar una donación de manera presencial.

Se puede hacer mediante depósito en efectivo o débito en cuenta por ventanilla, que será acreditado en la cuenta corriente 55831/6 a nombre de UNICEF Argentina.

Una opción fácil y práctica es donar el redondeo del vuelto de las operaciones de caja. De esta manera, con muy poco dinero todos y todas podemos generar un gran aporte para las chicas y chicos que más lo necesitan.

FORD ARGENTINA



Ford Argentina junto a su Red de Concesionarios inauguraron las obras de remodelación de la Escuela N°1-367, ubicada en el paraje El Chacay de la ciudad de Malargüe, provincia de Mendoza.

Además de contar con la presencia de la comunidad educativa local, participaron del acto autoridades provinciales, ejecutivos de Ford Argentina y sus concesionarios en Mendoza, e invitados especiales.

Entre los invitados especiales, Jorge Luis Burruchaga -el exfutbolista miembro del seleccionado nacional que consagró a Argentina en el mundial de 1986 y actual entrenador- brindó una charla para todos los estudiantes.

El proyecto de renovación de las instalaciones educativas forma parte del programa "Educación para un Nuevo Mañana" que la automotriz y sus concesionarios llevan adelante de manera sostenida desde el 2003, y que ya cuenta con 29 escuelas reformadas en toda la Argentina. El objetivo del plan de obras es avanzar con la revitalización de las 41 escuelas construidas y donadas por Ford y su Red de concesionarios entre los años 1968 al 1982 en el marco del programa "Ford para la Educación": un proyecto que se centró en acompañar el desarrollo de niños y niñas de localidades rurales y de frontera de todo el país, construyendo instalaciones educativas que fueran modernas y funcionales a cada comunidad.

Así, en 1973, Ford Argentina y su Red de Concesionarios inauguraban la escuela de El Chacay en la provincia de Mendoza. La Escuela N°1-367 está ubicada a 15 kilómetros de la ciudad de Malargüe en un área rodeada de estancias. Hoy cuenta con ni-

vel inicial y primario, y también funciona como comedor, ofreciendo diariamente el desayuno, almuerzo y merienda a sus más de 80 alumnos y alumnas que asisten mayormente desde zonas periféricas al paraje.

Obras funcionales para la comunidad

A partir de la remodelación, la escuela de El Chacay cuenta hoy con un salón de usos múltiples (SUM) de 450 m² totalmente nuevo. Un espacio para que los alumnos, alumnas y docentes puedan desarrollar durante todo el año escolar actividades educativas y recreativas con comodidad y seguridad, independientemente de las condiciones climáticas caracterizadas especialmente durante los meses de invierno por fuertes vientos, nevadas y frío extremo.

"Ford para la Educación": un proyecto que se centró en acompañar el desarrollo de niños y niñas de localidades rurales y de frontera de todo el país, construyendo instalaciones educativas que fueran modernas y funcionales a cada comunidad.

BBVA PRESENTA EL REPORTE INTEGRADO 2021



MARTÍN ZARICH, GERENTE GENERAL DE BBVA EN ARGENTINA.

El Reporte Integrado 2021 da a conocer el desempeño económico, social y ambiental de BBVA en Argentina. En el documento se informan las acciones, programas y resultados financieros y no financieros, destacando los aspectos más relevantes y de mayor impacto para el desarrollo sostenible e inclusivo.

"A lo largo del año 2021 BBVA mostró un sólido resultado en cuanto a su desempeño económico y financiero en nuestro país. Continuamos desarrollando un papel muy activo en el proceso de transformación digital demandado por nuestros clientes, especialmente mediante la renovación de las sucursales digitales y la autogestión a través de los canales digitales.

Destacamos nuestro rol en las finanzas sostenibles, particularmente en la lucha contra el cambio climático y la transición hacia una economía baja en carbono. Estamos convencidos de desempeñar un papel clave ayudando a personas, empresas e instituciones en la transición hacia un mundo más sostenible e inclusivo. señaló Martín Zarich, gerente general de BBVA en Argentina.

El reporte utiliza los lineamientos de sustentabilidad que son referencia a nivel global. En 2021 se incorporó al Estándar de Bancos Comerciales de Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y al Programa de Adopción Temprana de la nueva Comunicación sobre el Progreso del Pacto Global de Naciones Unidas. También se aplica el Marco del International Integrated Reporting Council (IIRC), versión de enero de 2021. En este sentido, el Modelo de Creación de Valor de BBVA Argentina de este año integra los resultados cuantitativos que permiten mostrar la ge-



neración de valor en cada uno de los seis capitales propuestos por el Marco: financiero, industrial, intelectual, humano, social y natural.

Al mismo tiempo, el informe continúa utilizando los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), opción esencial; requisito de transparencia de los Principios de Banca Responsable (PBR); y la contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Aspectos destacados del Reporte Integrado 2021

Desempeño económico-financiero: BBVA consiguió un resultado neto de 21.162 millones de pesos. Con un retorno sobre el patrimonio neto (ROE) del 13,5% y un retorno sobre el activo promedio (ROA) de 2%. Así, la ganancia mostró un crecimiento de 27,1% en relación con el año anterior en moneda homogénea.

Institucional

BBVA Argentina ocupó el 9º puesto en el Ranking Merco 2021, en la categoría Empresas, subiendo 30 posiciones desde 2018. Además, se destaca la Campaña Institucional de Sostenibilidad dirigida a clientes, empleados, accionistas y a la comunidad en general.

Los clientes digitales activos alcanzan a 2,1 millones y representan el 74% del total.

Por su parte, BBVA en Argentina alcanzó un 4% de reducción del consumo de energía entre 2019 y 2021 y obtuvo el certificado Clean CO2 como organización neutra en emisiones en el país.

BBVA COLOCÓ UN BONO VERDE DE LUZ DE TRES PICOS S.A.

BBVA colocó obligaciones negociables (ON) de la empresa de energía Luz de Tres Picos S.A etiquetada como bono verde, bajo el estándar ICMA, CNV y ByMA, con una muy buena aceptación de parte del público inversor. La clase 2 (Dólar-Link), a 3 años de plazo, con un libro sobre-suscripto en 2,8 veces y colocando el máximo emitido de USD 15 millones, comprimiendo el rendimiento hasta el 0%.

En tanto que, la clase 3 (Dólar-Link), a 10 años de plazo, resultó por un monto de USD 62 millones al 5,05%. El bono verde está certificado ambientalmente por FIX, y contribuye al cumplimiento de los ODS 7 (Energía Asequible y No Contaminante) y 13 (Acción por el Clima).

"Como entidad financiera, tenemos el fuerte compromiso de ayudar y acompañar a nuestros clientes en el proceso de transición hacia un futuro sustentable. La inversión en energías renovables es clave para avanzar en la descarbonización de la economía" señaló, Carlos Elizalde, director de Corporate & Investment Banking en BBVA Argentina

Los clientes digitales activos alcanzan a 2,1 millones y representan el 74% del total.

COLGATE PALMOLIVE



Colgate se posiciona como campeón de cero desperdicios reduciendo el impacto ambiental a través del desarrollo de productos con desperdicio cero y fomentando el cuidado del agua. "El desperdicio cero es un objetivo que es ético, eficiente y visionario, para guiar a las personas a cambiar sus estilos de vida y prácticas para emular ciclos naturales sostenibles, donde todos los materiales desecharados están diseñados para convertirse en recursos para otros".

En esta línea, lanza su campaña "Por un planeta que sonríe" y reforza su misión sustentable, en busca de empoderar a los consumidores para adoptar una rutina de cuidado oral más amigable con el medioambiente.

Bajo los objetivos de su ambiciosa estrategia de sustentabilidad de cara al 2025, migró a un tubo 100% reciclable dentro de su portfolio de cremas dentales, bajo sus principales submarcas: Natural Extracts, Zero, Smiles, Herbal, Máxima Protección Anticaries, Triple Acción y, ahora, Total 12. Este tubo está fabricado con materiales HDPE, por lo que el plástico se puede reutilizar. Este proceso es idéntico al de una botella y al mismo tiempo, permite ser presionado como un tubo.

"Básicamente, lo que hace que los tubos de nuestros productos sean 100% reciclables es que se dejó de lado la utilización de aluminio en su composición, logrando así que estén hechos totalmente de plástico, material que es apto para reciclado", explica Sergio Herrera, Director de Marketing de Colgate-Palmolive.

Para contribuir con la sustentabilidad dentro de la industria del cuidado oral, Colgate adicionalmente compartió la propiedad intelectual de su tubo reciclable, que cuenta con el reconocimiento de la Asociación de Recicladores de Plástico.

Ser pioneros en tener un amplio portafolio con tubo reciclable es parte de un largo camino de trabajo sustentable. En línea con la estrategia de sustentabilidad de 2025, Colgate promueve la reducción del impacto ambiental desarrollando productos como el cepillo dental Colgate Bamboo con mango biodegradable, limitando la producción de cepillos con plástico virgen y desarrollando envases de enjuagues reciclables. Por su parte, el fomento del cuidado del agua durante el cepillado de dientes es un eje educativo que ha guiado las acciones de la marca desde hace décadas.

A su vez, dentro los logros más recientes en sustentabilidad, la planta de Colgate en San Luis, Argentina logró la certificación TRUE (Uso y Eficiencia de los Recursos Totales) Cero Residuos otorgado por la organización Green Business Certification Inc. (GBCI). Los espacios certificados TRUE son ambientalmente responsables, más eficientes en recursos y ayudan a convertir los desperdicios en ahorros y flujo de ingresos adicionales.

Un logro más que refuerza el compromiso de Colgate con la sustentabilidad.

"Básicamente, lo que hace que los tubos de nuestros productos sean 100% reciclables es que se dejó de lado la utilización de aluminio en su composición, logrando así que estén hechos totalmente de plástico, material que es apto para reciclado"

GENERAL MOTORS



Vehicles") hasta 2025. GM también está invirtiendo casi U\$S 750 millones hasta 2025 en ampliar la capacidad de carga para residencias, lugares de trabajo y áreas públicas.

"General Motors está aprovechando la oportunidad y nuestra responsabilidad de crear un mundo mejor para hoy y para las generaciones venideras", dijo la presidenta y directora ejecutiva de GM, Mary Barra. "Nuestros equipos globales están trabajando con gran velocidad e integridad para hacer realidad nuestra visión de un futuro completamente eléctrico y sin emisiones, que sea inclusivo y accesible para todos".

En el corazón de la estrategia EV de GM se encuentra la plataforma de baterías Ultium, que electrificará todo, desde el mercado masivo hasta los vehículos de alto rendimiento, y se espera que cambie las reglas del juego para reducir los costos, aumentar la autonomía y liberar el potencial del diseño. La compañía presentó Ultium Charge 360°, un enfoque de carga holístico que integra redes de carga, aplicaciones móviles de vehículos GM y otros productos y servicios para simplificar la experiencia de carga general para los propietarios de vehículos eléctricos GM.

GM anunció en junio de 2021 que priorizaría la acción climática equitativa para ayudar a garantizar que su futuro totalmente eléctrico sea inclusivo para sus colaboradores, clientes y comunidades actuales y futuras, a los cuales el cambio climático puede afectar de manera desproporcionada. El enfoque de la compañía en la acción climática equitativa se basa en cuatro áreas clave y el Informe de sustentabilidad 2021 de GM demuestra una conexión con cada una:

El Futuro del trabajo: La empresa reforzó la priorización de su actual equipo de colaboradores asalariados y contratados.

Accesibilidad a los vehículos eléctricos: la compañía ofrecerá una amplia selección de vehículos eléctricos en una variedad de rangos de precio, desde el Chevrolet Bolt EV hasta el vehículo autónomo compartido Cruise Origin. GM también anunció recientemente programas que aprovechan sus celdas de combustible HYDROTEC para aplicaciones ferroviarias y aeronáuticas, lo que podría ayudar a allanar el camino para que las comunidades experimenten los beneficios de la movilidad sin emisiones más allá del vehículo motorizado.

Equidad de infraestructura: GM está comprometida con las soluciones de carga para que se encuentren con los clientes en cualquier lugar donde estén.

GRUPO FINANCIERO GALICIA



FABIÁN KON

GRUPO FINANCIERO GALICIA PRESENTÓ SU INFORME INTEGRADO ASG 2021 MEDIANTE EL CUAL COMUNICA SU DESEMPEÑO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL. EL GRUPO ESTÁ CONFORMADO POR BANCO GALICIA, NARANJA X, GALICIA SEGUROS, FONDOS FIMA, GALICIA SECURITIES E INVIU.

La sustentabilidad sigue fortaleciendo nuestra visión hacia un negocio con propósito. Durante el 2021 destinamos más de \$186 millones de pesos en Inversión Social y Ambiental, acompañamos empresas de triple impacto por más de \$55 millones y capacitamos a más de 530.000 personas en Educación Financiera. También destinamos más de \$5.876 millones en inversión tecnológica para mejorar la experiencia de nuestros clientes, colaboradores y futuros talentos. En materia ambiental compensamos el 100% de nuestra huella de carbono con acciones concretas de mitigación que aportan a la operación y a las comunidades. Así nos enfocamos en el desempeño ambiental, social y de gobierno para lograr una gestión eficiente, socialmente responsable y comprometida con la Argentina.", señaló Fabián Kon, CEO de Grupo Financiero Galicia.

En esta nueva edición, con el objetivo de continuar profundizando la estrategia sustentable en todas las compañías del Grupo, se adoptaron los criterios Ambientales, Sociales y de Gobierno (ASG). Para esto se actualizó el Análisis de materialidad siguiendo los nuevos Estándares Universales GRI 2021 y consultó a 726 referentes de grupos de interés para priorizar esos temas en función a sus impactos en la sociedad. Estos temas materiales nutren la definición de in-



CONSTANZA GORLERİ

"En 2021 se creó la Comisión de Sustentabilidad con el objetivo de definir la estrategia de Sustentabilidad que lleva adelante el Grupo Financiero Galicia, alineando iniciativas y objetivos de Sustentabilidad propios de cada compañía en pos de la construcción de indicadores y metas conjuntas. Como actor social relevante continuamos generando valor dentro del marco de una gestión sustentable, promoviendo el bien común y cuidando el medio ambiente. Esta nueva edición del Informe Integrado ASG es un reflejo de nuestro desempeño, además de convertirse en la hoja de ruta para poder modificar acciones y tomar nuevos desafíos",

dicadores ASG dando una hoja de ruta integral a la gestión del negocio con foco en la sostenibilidad y así responder de forma efectiva a los grupos de interés, la Agenda 2030, los Objetivo de Desarrollo Sostenible, y al Acuerdo de París, junto a los nuevos objetivos establecidos en la última Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Glasgow.

Así, el Informe Integrado 2021, obtuvo una calificación B+ de la calificadora Refinitiv por la gestión ASG 2020.

"En 2021 se creó la Comisión de Sustentabilidad con el objetivo de definir la estrategia de Sustentabilidad que lleva adelante el Grupo Financiero Galicia, alineando iniciativas y objetivos de Sustentabilidad propios de cada compañía en pos de la construcción de indicadores y metas conjuntas. Como actor social relevante continuamos generando valor dentro del marco de una gestión sustentable, promoviendo el bien común y cuidando el medio ambiente. Esta nueva edición del Informe Integrado ASG es un reflejo de nuestro desempeño, además de convertirse en la hoja de ruta para poder modificar acciones y tomar nuevos desafíos", señaló Constanza Gorleri; Gerente de Sustentabilidad Banco Galicia.

Además, el Informe responde a los Estándares GRI de la

Global Reporting Initiative (GRI), el Marco Internacional de Reporte Integrado (-IR-) del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Carbon Disclosure Project (CDP), los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los lineamientos para la redacción de Informes propuestos en la norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social, los Principios de Banca Responsable de la Iniciativa

Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI).

HOLCIM ARGENTINA



CHRISTIAN DEDEU

HOLCIM ARGENTINA, LÍDER MUNDIAL EN SOLUCIONES INNOVADORAS Y SOSTENIBLES PARA LA CONSTRUCCIÓN, PRESENTÓ SU INFORME DE DESARROLLO SOSTENIBLE (IDS) POR DÉCIMO AÑO CONSECUTIVO QUE ABARCA EL PERÍODO 2021. EL COMPROMISO DE LA EMPRESA SE ENCUENTRA ALINEADO A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEFINIDOS POR LA ONU Y CONTRIBUYE AL LOGRO DE CADA UNO DE ELLOS. POR TAL MOTIVO, EL PLAN ESTÁ FOCALIZADO EN CUATRO ÁREAS DE TRABAJO EN LAS QUE HOLCIM REALIZA SU MAYOR APORTE: CLIMA Y ENERGÍA, ECONOMÍA CIRCULAR, NATURALEZA Y PERSONAS.

La iniciativa "Acelerando el crecimiento verde", en el marco de la Estrategia 2025, ratifica el avance y compromiso a nivel global de Holcim, lo cual busca convertir a la empresa en líder global de soluciones de construcción innovadoras y sostenibles, a través de la implementación de programas que disminuyen la huella de carbono, como la generación de energía a partir de combustibles alternativos, la fabricación de productos sostenibles y el cuidado de la naturaleza en sus operaciones. Continuando con el compromiso y alineados con una hoja de ruta para la neutralidad en carbono (Net Zero), la ambición de Holcim es liderar la industria en la reducción de las emisiones de carbono, apuntando a una construcción más sustentable. Asimismo, en el 2021, Holcim se convirtió en la primera empresa a nivel mundial de materiales de construcción que firmó la iniciativa "Business Ambition for 1.5° C" de Pacto Global, con metas intermedias para 2030 aprobadas por la Iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Considerando los 10 años del IDS, el CEO de Holcim Argentina, Chistian Dedeu, enfatizó: "Esta década de reportes evidencia nuestro fuerte compromiso con la sustentabilidad y con una gobernanza que considera los impactos económicos, sociales y ambientales. La convicción de la importancia de revisar el des-



empeño y rendir cuentas de nuestros impactos, lo hizo posible." En esta línea de trabajo durante, en el 2021 Holcim Argentina obtuvo los siguientes resultados de acuerdo a su 10º Informe de Desarrollo Sostenible:

Clima y Energía

En octubre de 2021, Holcim se convirtió en una de las primeras empresas del mundo en tener metas de descarbonización para 2050, validadas por la SBTi en línea con el compromiso climático hacia la neutralidad de carbono.

En 2021, se logró una reducción a 505 Kg CO₂ por tonelada de material cementicio con respecto a los 527 Kg CO₂ /t del año 2017, es decir, que se disminuyó más del 4,17%.

Economía Circular

La empresa reutiliza residuos como sustituto de combustibles fósiles y otras materias primas, aportando a la sociedad una solución a la problemática de los residuos. Así, más del 12% del material que se utiliza para la elaboración de cemento son residuos revalorizados provenientes de otras industrias.

Naturaleza

Holcim se encuentra entre el 1% de las 500 empresas globales más grandes con objetivos de biodiversidad basados en la cién-

La empresa reutiliza residuos como sustituto de combustibles fósiles y otras materias primas, aportando a la sociedad una solución a la problemática de los residuos. Así, más del 12% del material que se utiliza para la elaboración de cemento son residuos revalorizados provenientes de otras industrias.,

BMW GROUP

NUEVO BMW X7

Con su inimitable combinación de exclusividad, excelencia dinámica, lujosa amplitud y versatilidad, el BMW X7 se ha convertido rápidamente en el modelo BMW más exitoso en la clase de alto lujo. Y ahora, el perfil de carácter único del Sports Activity Vehicle (SAV) más grande de la marca se ha perfeccionado con un efecto significativo gracias a los extensos refinamientos de diseño.

El nuevo BMW X7 se producirá en la planta de BMW Group, en Spartanburg, el centro de competencia para los modelos BMW X en Carolina del Sur. El lanzamiento al mercado mundial del nuevo BMW X7 comenzará en agosto de 2022.



Motores de nuevo desarrollo con la última tecnología

La gama de motores está encabezada por un nuevo V8 de gasolina de 4,4 litros para el tope de gama BMW X7 M60i xDrive, que se deriva de los motores que impulsan los vehículos de alto desempeño de BMW M GmbH. La tecnología M TwinPower Turbo y un múltiple de escape de bancos cruzados integran la unidad de 390 kW/530 hp con un par máximo de 750 Nm con un desarrollo de potencia impresionantemente garantizado.

Un motor de seis cilindros en línea de última generación hace su debut en el BMW X7 xDrive40i (consumo de combustible mixto: 9,52 – 10,87 km/l; emisiones de CO₂: 210 – 240 g/km en el ciclo WLTP).



Se actualiza el clásico británico: Nuevo MINI Hatch 3 y 5 puertas

El compacto se renueva en sus carrocerías 3 y 5 puertas con tres versiones de equipamiento y renovados detalles para su interior y exterior que llevan a un nuevo nivel el "go-kart feeling" que sólo un MINI puede expresar.

MINI es la definición de la conducción ágil y divertida combinada con una aspecto único e inconfundible. En esta actualización de sus carrocerías Hatch, se mantienen vigentes las dos motorizaciones MINI TwinPower Turbo de 3 y 4 cilindros. La primera equipa a las versiones Cooper Classic con un impulsor de 1.499cc que aporta 136Hp de potencia. La versión Cooper S Classic Confort, en tanto, cuenta con un motor de 4 cilindros y 1.998cc cuya potencia disponible alcanza los 192Hps. En ambas versiones, los motores están asociados a una transmisión automática Steptronic de 7 velocidades. Steptronic es de 8 velocidades.



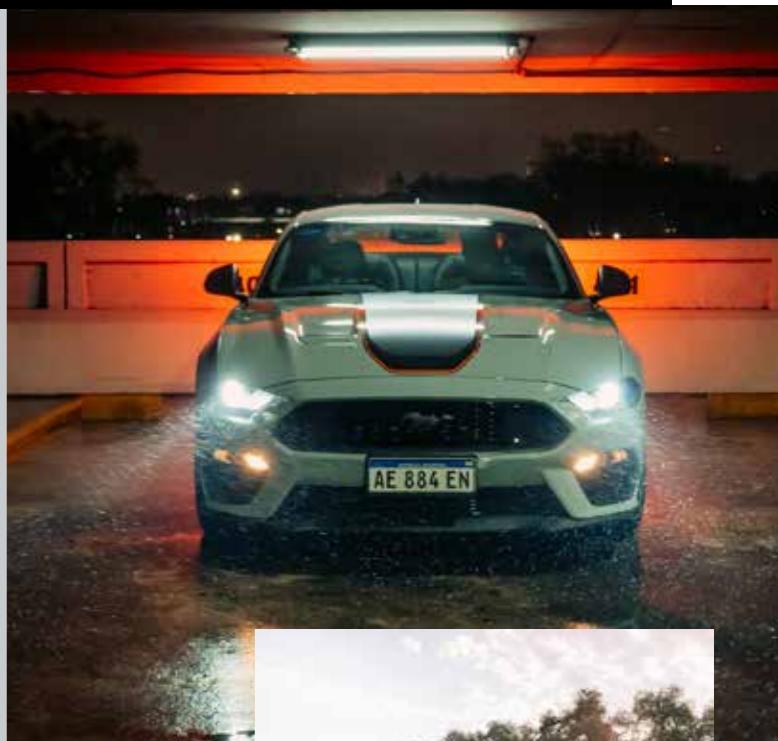
FORD ARGENTINA

El pony car de Ford cumple 58 años de vida y se corona por séptimo año consecutivo como el vehículo deportivo más vendido del mundo.

El Mustang, a lo largo de las décadas ha despertado pasión en todo el mundo y ese fervor sigue creciendo, registrando en 2021 a nivel global casi el doble de solicitudes que el año anterior. Por su lado, el Mustang Mach-E 100% eléctrico -el miembro más nuevo de la familia Mustang-, también logró un exitoso 2021 convirtiéndose en uno los productos más populares de Ford, no solo superando las estimaciones en ventas, sino también obteniendo múltiples premiaciones y reconocimientos por parte de la prensa especializada.

En 2021, el pony car de Ford retuvo un nuevo año su corona de líder mundial en ventas, con versiones como el Mach 1 y el rugir único de su potente V8 5.0 litros; y el Mustang ShelbyGT500, el deportivo más poderoso en la historia del óvalo y el Mustang más avanzado para uso urbano y en pista.

"Cuando los entusiastas de todo el mundo se suben a un Mustang, desbloquean la sensación de libertad y experimentan verdaderamente el camino", dijo Kumar Galhotra, presidente de Ford Blue. "Ese sentimiento, acompañado por su diseño icónico, sus asombrosos sistemas de propulsión y una comunidad global de apasionados que trasciende fronteras contribuyen a convertir al Mustang en líder en ventas por siete años de manera ininterrumpida".



Ford Innovación

Ford Argentina presentó nuevas iniciativas a través de su programa Ford Innovación para continuar transformando el escenario de la movilidad en nuestro país. Incluyó el lanzamiento, mediante una transmisión en vivo, de un concurso promovido por la automotriz y Endeavor para startups de Argentina, dirigido a optimizar, transformar y agregar valor a las experiencias de los clientes de Ford.



GENERAL MOTORS ARGENTINA

LA MONTANA ENTRA EN LA ETAPA FINAL DE DESARROLLO



Un automóvil completamente nuevo tarda aproximadamente entre tres o cuatro años en desarrollarse, desde la concepción del producto, pasando por bocetos hechos por ingeniería virtual, hasta el lanzamiento comercial del vehículo en el mercado. Una de las fases más llamativas son las pruebas finales, cuando se utilizan unidades de preserie para las validaciones y las últimas mejoras. Es en esta avanzada etapa se ubica el proyecto Nueva Montana, que llegará a los concesionarios Chevrolet en Sudamérica a partir del año próximo.

Mientras se preparaba la línea de montaje del vehículo en la fábrica de GM en São Caetano do Sul, los ingenieros de la compañía ya habían construido a mano los primeros prototipos de la futura pickup con herramientas especiales, dentro de las cuales estaban incluidas impresoras 3D. Estos autos tienen características arquitectónicas y mecánicas idénticas al modelo bocetado por los diseñadores.

La Nueva Montana será el próximo miembro de la nueva familia global de vehículos de Chevrolet, que ya hoy está compuesta por las actuales generaciones de Onix, Onix Plus y Tracker, todos referentes en sus respectivas categorías.

Tendrá un sistema que actualizará su software de manera remota

La futura pickup de Chevrolet debutará en 2023 con un nuevo diseño multimedia y el más alto nivel de conectividad; la fase final de sus validaciones en el campo de pruebas de GM continúa a un ritmo acelerado.

La pickup Chevrolet S10 Z71 da Señales de Aventura

¿Qué es Z71?

El concepto Z71 agrega un paquete de configuración a vehículos que ofrecen un diseño "aventurero" para clientes que les apasiona la vida "outdoor". Dependiendo de cada modelo y mercado, esta saga de configuración Z71 le brinda al vehículo que la recibe una clara identificación y perfil de uso por sobre el resto de la gama de ese modelo. Se desarrolló sobre la robusta matriz de serie que ofrece la pickup Chevrolet S10 en el mercado argentino: un conjunto mecánico de potente motor turbodiésel 2.8 litros de 200 CV TD con caja de cambios AT de seis marchas con funciones específicas para el off-road, un chasis reforzado con su sistema de suspensión resistente, tracción 4x4, y gran equipamiento de confort y seguridad para el emocionante disfrute de sus ocupantes.

La idea es que la nueva Chevrolet S10 Z71 muestre a los clientes las "Señales de Aventura" que están buscando y no haya excusas para el disfrute de ellas y con ella.



MERCEDES-BENZ ARGENTINA

INAUGURACIÓN EN SALTA DEL CONCESIONARIO ROLCAR

El concesionario oficial de Mercedes-Benz Rolcar inauguró sus nuevas instalaciones en Salta en una zona estratégica de esa provincia del norte argentino, sobre la Ruta Nacional 9 km 1592, Colectora Norte. Con esta apertura, la sede de Rolcar Salta se convierte en el concesionario Mercedes-Benz más grande de Latinoamérica en tener aplicada la nueva estética de la marca.

La imponente nueva construcción está configurada de tal manera que sus espacios y áreas cumplen con todos los lineamientos de la normativa de Mercedes-Benz diseñada y desarrollada desde Alemania. Estos estándares llamados MAR2020 (la nueva identidad de marca o Marken Auftritt Retail, en alemán) diseñan áreas de trabajo con equipamiento de última tecnología y permiten ofrecer una experiencia única y dedicada a la atención, venta y posventa de las unidades de negocios de Autos y Vans.

Con relación a la apertura, Manuel Mantilla, Presidente y CEO de Mercedes-Benz Argentina, afirmó: "Es un orgullo para nosotros contar desde hace 16 años con Rolcar en nuestra red de concesionarios. No tengo dudas que con esta nueva «casa» vamos a afianzar nuestra posición local, cumpliendo con el objetivo de consolidar nuestra importante cobertura geográfica del norte argentino. Lograr la mejor experiencia para nuestros clientes de autos y vans es crucial para Mercedes-Benz Argentina y la trayectoria de Rolcar acompaña nuestro compromiso con el país. Desde Mercedes-Benz Argentina asumimos nuestro rol empresario no solamente como generadores de empleo directo e indirecto, además nos involucramos con las comunidades a las cuales llegamos a través de nuestros concesionarios. Rolcar es uno de los socios comerciales que se sumó al proyecto que llevamos adelante junto a Laureus para generar más y mejores oportunidades para niños, niñas y adolescentes promoviendo valores a través del deporte". Y, agregó: "Volviendo a lo que hoy nos convoca, quiero felicitar a cada uno de los miembros de Rolcar que hicieron posible abrir esta espectacular sede. Empieza un nuevo camino que en realidad es la continuación del gran trabajo realizado durante todos estos años. ¡Les deseo muchos éxitos!".

Por su parte, Gonzalo Casanova, Gerente General de Rolcar, declaró: "Estamos muy orgullosos de concretar esta apertura en un desafiante contexto como el que estamos viviendo.



STELLANTIS

INVERSIONES EN LA ARGENTINA

En el marco de la gira presidencial de Alberto Fernández por Francia, Stellantis confirmó un importante plan de crecimiento en la Argentina con nuevas inversiones. El plan prevé el desarrollo de nuevos mercados de exportación para los vehículos producidos en la Argentina, como así también inversiones para la nacionalización de componentes producidos por pymes autopartistas, lo que generará de forma inminente, y solo en una primera etapa, más de 100 nuevos empleos en la cadena de proveedores y mayor integración nacional en los modelos Fiat Cronos y Peugeot 208 fabricados en nuestro país. Con la participación de Rodrigo Pérez Graziano, director Institucional de Stellantis Argentina, el grupo automotor más grande del país, confirmó el plan para producir 160.000 vehículos durante el 2022.



Fiat presentó el Pulse

La marca italiana de Stellantis lanzó su nuevo SUV más moderno, seguro y tecnológico de su categoría. El nuevo SUV debutó el conjunto T3 Turbo 200 de 120 CV/200Nm y la caja automática del tipo CVT con 7 velocidades preprogramadas. También se destaca la conectividad, con una nueva central multimedia Uconnect con pantalla de 10,1" y conectividad Wireless. Tecnológico y seguro, el modelo cuenta con sistema de iluminación LED, Cluster Full Digital 7" y Sistema Avanzado de Asistencia al Conductor (ADAS) con frenada de emergencia, entre otras innovadoras prestaciones. Llega en 3 versiones: Drive 1.3L MT, Drive 1.3L CVT e Impetus 1.0L CVT.

Setting a new Tempo", el camino de Fiat hacia la electrificación

Olivier Francois, CEO de FIAT y Stellantis Global CMO, junto con el Maestro Andrea Bocelli y la estrella ascendente Matteo Bocelli, presentaron en Italia el Nuevo 500 "La Prima by Bocelli" y el nuevo JBL Premium Audio Mastered by Bocelli. En el evento, se mostró cómo FIAT está en la vía rápida de la electrificación, y celebrando la colaboración entre la marca italiana y la familia Bocelli.



Santander, nuevos productos para apoyar la campaña triguera



FERNANDO BAUTISTA



una serie de propuestas que sin dudas resultarán muy útiles para acompañar a nuestros clientes en sus proyectos", agregó Bautista. La oferta de valor de Santander incluye distintas opciones para financiar capital de trabajo. Por un lado, la tarjeta Santander Agronegocios constituye un pilar en este sentido. Tiene más de 100 acuerdos vigentes que abarcan una amplia variedad de rubros vinculados a los cultivos de invierno, como semillas, fertilizantes, protección de cultivos y repuestos de maquinaria agrícola, por ejemplo. En todos los casos, las compras pueden financiarse a tasas muy competitivas y con plazos de hasta un año. Este mismo plazo de 360 días está vigente para la otra modalidad disponible para financiar capital de trabajo, que son los préstamos en dólares, que se pueden pagar al vencimiento y con una tasa muy interesante de 5%.

"Sabemos que este es un año muy particular para el trigo, con algunos insumos, como los fertilizantes, que tienen precios elevados, pero también el grano está en valores históricos, influenciados por la guerra entre los grandes productores y exportadores, como Rusia y Ucrania. Es un contexto en el cual queremos estar, más que nunca, junto a los productores, para apoyarlos en todo lo que necesiten", dijo Bautista.

En relación con la compra de insumos, Santander desarrolló dos nuevas herramientas: El Confirming Inverso, una herramienta de financiación pescificada a través de e-cheqs en la que se recurre a la propia línea de crédito del cliente que lo emite. La Plataforma Santander Agronegocios, un nuevo canal 100% digital que le permite al cliente financiar sus compras con un préstamo de cuota única con plazos de hasta 1 año, con acuerdos con las marcas líderes del sector. Además, para quienes quieran adquirir maquinaria agrícola durante la campaña de cultivos de invierno, están disponibles más de 80 acuerdos con las principales fábricas del mercado, con tasas muy competitivas y plazos de hasta 48 meses.



RODRIGO GARGAGLIONE SE INCORPORÓ A LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS

Rodrigo Gargaglione, Director de Franquicias & Expansión de DIA Argentina, se une al Consejo Directivo de la Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF). El directivo representará a la cadena líder en proximidad, contribuyendo así a su posicionamiento como marca franquiciadora. DIA Argentina cuenta con más de 900 tiendas en todo el país y el 70% de esta red es gestionada por franquiciados. Con el respaldo de la marca, capacitación y soporte permanentes, Franquicias DIA es una oportunidad para inversores y emprendedores con capacidad de gestión. Hoy la compañía se enfoca en la renovación de más de 200 franquicias, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes y, al mismo tiempo, de los franquiciados. "Estoy muy feliz por incorporarme al Consejo Directivo de la AAMF en representación de DIA Argentina, una de las empresas franquiciadoras más importantes del país. Es un gran paso en nuestra alianza con esta importante asociación para continuar promoviendo la cultura franquiciadora en el país", afirma Gargaglione.

OPENBANK LANZO SU NUEVA TARJETA DE DÉBITO TRANSPARENTE Y SEGURA

Openbank -el banco del futuro, hoy- presentó una nueva tarjeta de débito Open transparente que combina diseño, innovación y seguridad para dar un paso más en la experiencia digital de sus clientes en Argentina. Con el objetivo de potenciar la seguridad de los clientes, los únicos datos que figuran en el plástico son el nombre y apellido del cliente y los últimos cuatro dígitos de la tarjeta. El nuevo diseño transparente está en línea con la experiencia digital que el banco ofrece a sus clientes, quienes podrán acceder a todos los datos de su tarjeta desde la app y la web.

Los usuarios podrán personalizar su experiencia con el uso de la tarjeta y su seguridad, modificando los límites de compras, depósitos y extracciones de efectivo, consultar o cambiar la clave de cajero y hasta "prender" o "apagar" la tarjeta en el acto. Por supuesto, la nueva tarjeta puede utilizarse en comercios físicos y virtuales como cualquier tarjeta, tanto para pagos con contactless, chip o banda.



NUBIRAL LANZO "APP EVOLUTION"

Nubiral, compañía de innovación y transformación digital presentó "App Evolution", una solución -acompañada de tecnología- que permite modernizar cualquier app que se encuentre en funcionamiento. El proyecto, que utiliza herramientas existentes en el mercado, comienza con un relevamiento inicial de las tecnologías y procesos involucrados en el día a día del cliente, para luego poder identificar cada uno de los flujos o procesos de negocio que se desean automatizar y emprender el camino para hacerlo.

"Esta solución se enmarca en nuestra cultura customer obsession, veíamos que nuestros clientes necesitaban una respuesta a medida que les permitiera mejorar sus aplicaciones y hacerlas evolucionar -no solo modernizar- con el fin último de mejorar las experiencias de sus usuarios", sostiene Maximiliano Giacri, CEO & Founder de Nubiral.

NEWSAN INICIO LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE CELULARES NOBLEX

Newsan -empresa líder en fabricación, comercialización y distribución de electrodomésticos- comenzó la producción de teléfonos celulares Noblex en su fábrica en Ushuaia. Con una planificación prevista de 200 mil móviles para el año, se dará inicio con los modelos A50 y A60, anteriores importados, que se convertirán en un producto de Industria Nacional.

Más de cien colaboradores participarán del desarrollo de esta línea de producción que abastecerá todo el mercado de retail y contará, además, con productos para el canal e-commerce. Con esta propuesta, Newsan amplía su portfolio de productos fabricados en la Argentina, ofreciendo soluciones tecnológicas para los consumidores y usuarios.



LLEGA A ARGENTINA EL NUEVO MOTO G22



La más reciente incorporación de Motorola ya se encuentra disponible en Argentina: el nuevo moto g22. Con un diseño elegante y moderno, más todas las características que más les importan a los usuarios, el nuevo dispositivo está equipado con un sistema de cuatro cámaras con sensor principal de 50MP, una fluida pantalla Max Vision de 6,5 pulgadas y 90 Hz de frecuencia de actualización, y una batería de 5.000 mAh de larga duración que permitirá completar todas las tareas diarias.

Motorola presenta moto care en Argentina

Motorola demuestra que mantiene al consumidor en el centro de su estrategia. En esta ocasión, la compañía anuncio el lanzamiento en Argentina de moto care, un seguro provisto por Assurant* para proteger los smartphones en caso de robo, accidentes y otros imprevistos, hasta por dos años.



MCDONALD'S LANZA SU NUEVA HAMBURGUESA

McDonald's presenta la nueva Grand Tasty Turbo Bacon, una nueva versión de la hamburguesa Grand Tasty que tiene como novedad la incorporación de bacon en dos formatos: en tiras crocantes y enteras y además bacon picado super crujiente. La ampliación de la línea Grand Tasty busca seguir seduciendo nuevos segmentos de consumidores, y responder a las nuevas necesidades y gustos que buscan los consumidores, tamaño y apetitosidad. La Gran Tasty Turbo Bacon ya está disponible en los 221 locales de McDonald's del país, también en el segmento AutoMac y a través de McDelivery y Pedí y Retirá, dos propuestas exclusivas desde la App de la marca.

JBL, NUEVOS WAVE 300TWS

JBL lanza los nuevos Wave 300TWS, brindando mayor comodidad y un máximo disfrute. Fueron diseñados principalmente para permitir que sus usuarios se conecten a una experiencia diferente a través sus auriculares, sin desconectarse de su entorno. Los Wave 300TWS se destacan, principalmente, por ofrecer hasta 6 horas de reproducción, más 20 horas desde el estuche de carga, sin cables ni molestias que interfieran con el exterior. Además, la tecnología Dual Connect permite escuchar con uno o ambos auriculares y recargar uno mientras el otro se utiliza.



HOLCIM ARGENTINA DESIGNÓ DIRECTOR DE VENTAS Y SOLUCIONES INTEGRALES



Holcim Argentina, líder en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción, anuncia la designación de Julio Asnal como nuevo Director de Ventas y Soluciones Integrales. Liderará las estrategias de ventas del país, teniendo la responsabilidad de robustecer nuestros objetivos de brindar soluciones integrales a nuestros clientes. El recién designado Director de Ventas y Soluciones Integrales es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Córdoba y cuenta con un Máster en Dirección de Empresas del IAE en Buenos Aires.



Naturgy
Transforming together

Regulá
la temperatura
del calefón
o termotanque.
Evitá mezclar
agua caliente
con agua fría.

Cuidemos lo bueno
Cuidemos el gas

Conocé más consejos para un uso eficiente del gas natural en www.naturgy.com.ar



naturgy.com.ar



SIEMENS

AV

Tecnología para transformar el día a día

El mundo está cambiando, las megatendencias como el cambio climático, la glocalización, la digitalización y la urbanización nos están desafiando. Nosotros nos adaptamos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y mercados.

Creamos tecnología con propósito para juntos llevar adelante la transformación digital, que les permite remodelar los sistemas industriales y de infraestructura, haciéndolos más inteligentes, más productivos, más eficientes y más sostenibles.

www.siemens.com.ar