

Revista Económica

AÑO XXXVIII / N° 180 / MARZO-ABRIL 2023

Luis Fontana

OSDE 50 AÑOS DE TRAYECTORIA

Diego Rannazzo

EL BBVA Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Sebastián Fiks

OMINT 55 AÑOS EN EL CAMINO DE LA SALUD

sustentabilidad

SCHNEIDER

BCO.

SANTANDER

BARBIERI

**Marcos
Hermansson**

CAMBIO DE PARADIGMA EN
EL CORRETAJE DE GRANOS

**Mastellone
Hnos.**

1º EMPRESA ARGENTINA Y DE LA
REGIÓN CON SELLO DE BIENESTAR
ANIMAL EN SUS PRODUCTOS

**Fernando
Werlen**

SANCOR SALUD. EL BIENESTAR INTEGRAL
COMO PILAR EMPRESARIAL



On

¿Cómo puede BBVA hacer acciones sostenibles?

Colocando bonos verdes en las empresas de Argentina para ayudarlas a generar un impacto ambiental positivo.

BBVA Argentina organiza y coloca bonos verdes que representan una emisión de más de 6.700 millones de pesos, ayudando a las empresas a generar un impacto ambiental positivo y poniendo a la sostenibilidad en el centro del negocio.

Diferentes acciones para un único modo de hacer las cosas.

BBVA en modalidad sostenible.

Se sale con producción, trabajo y desarrollo

Se empezaron a acelerar los tiempos eleccionarios, cada una de las fuerzas, tanto en el oficialismo como en la oposición han entrado en el fragor de la contienda electoral con la mira puesta en las PASO, pero mientras esto sucede el devenir económico muestra un frente cargado de nubarrones y tormentas en un horizonte no muy lejano. Se vive una situación de extrema fragilidad, venimos ingresando en un régimen de alta inflación con escasas reservas y esto impacta fuertemente sobre la actividad sumado a los daños que ha producido la sequía que tendrá entre otras consecuencias una fuerte caída en la recaudación (se habla de entre 15 y 20 mil millones de dólares).

Las señales que dio Economía desde la asunción de Massa al frente de la cartera van en la dirección correcta, reafirman el cumplimiento de las metas con el FMI aunque también se negocian diferimientos de vencimientos para no caer en default. No obstante, la acumulación de reservas es el gran capítulo ausente por lo que estamos yendo a un régimen de alta inflación con escasas reservas y esto impacta directamente sobre la actividad. Esto lo señaló Federico Poli quien fuera jefe de gabinete del ministro de Economía, Roberto Lavagna, y director ejecutivo por Argentina y Haití en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Washington en el lanzamiento de su libro "Más allá del liberalismo y el populismo: una síntesis desarrollista para la Argentina" en el que comenta que nuestro potencial productivo y tecnológico no solo remite a un pasado de gloria. Existe, aún hoy, un importante capital acumulado que se traduce en conocimientos, tradiciones e historias que constituyen verdaderos activos latentes. Muchos emprendimientos actuales, ope-

cados por la pérdida de rumbo nacional, no dejan de seguir siendo muy significativos a lo que adherimos fervientemente; el potencial argentino es inmenso, pero sin una política de desarrollo y un gasto inteligente volveremos a quedar empantanados como tantas veces.

Los datos allí vertidos por Poli son alarmantes, en 50 años multiplicamos por 20 la pobreza, el PIB per cápita está disminuyendo 1,3% por año, la pobreza y la indigencia se duplicaron en la última década mientras el liberalismo y el populismo se pasan la pelota; la Argentina debe recuperar la épica del desarrollo.

El economista de Harvard, Dani Rodrik, que está logrando el consenso en la política norteamericana, desplazando el paradigma neoliberal señala que hay signos de una tendencia hacia una mayor reorientación hacia un marco de política económica enraizado en la producción, el trabajo y el localismo, en lugar de las finanzas, el consumismo y el globalismo. Si aplicamos ese concepto a la Argentina podríamos decir la superación del maldito péndulo liberal-populista al que estamos acostumbrados desde hace cinco décadas los argentinos. Medio siglo en el que fuimos destruyendo activos y valor, y empobreciéndonos.

La Argentina debe recuperar la épica del desarrollo. Necesitamos políticas que se dirijan hacia la expansión de nuestras fuerzas productivas y el aprovechamiento de los inmensos recursos naturales y humanos que poseemos generando estabilidad y credibilidad.

Sumario



4 pag.

MARCOS HERMANSSON

Cambio de paradigma en el corretaje de granos



8 pag.

PABLO MÉNDEZ

Secuencia e inundaciones, dos problemas, una solución



10 pag.

BERNARDO ANDREWS

Genneia, nuevo financiamiento internacional para proyectos de energía renovable



32 pag.

MASTELLONE HNOS.

Primera empresa argentina y de la región con sello de bienestar animal para sus productos

14 pag.

ATLAS COPCO

150 años de innovación y 55 en Argentina

36 pag.

MOVISTAR

Más de un millón de personas conectadas con fibra óptica

6 pag.

YPF LUZ Y PAMPETROL

Acuerdo para avanzar en proyecto de energía solar

24 pag.

CEPAL

Llamamiento a cerrar la brecha digital de género

20 pag.



12 pag.

COCA COLA

Impulso a negocios liderados por mujeres



16 pag.

FERNANDO WERLEN

Sancor Salud, el bienestar integral como pilar empresarial



34 pag.

MARCOS HERBIN

Nera, ecosistema digital de pagos y financiamiento para el campo del Grupo Galicia



38 pag.

LUIS FONTANA

OSDE, 50 años de trayectoria



18 pag.

DIEGO RANNAZZO

El BBVA y la transformación digital



28 pag.

SEBASTIÁN FIKS

Omint 55 años en el camino de la salud



20 pag.

MICHELIN

Principales tendencias en neumáticos

40 pag.

22 pag.

BAUSCH & LOMB

150 años cuidando la visión de las personas

42 pag.

MOVISTAR

Más de un millón de personas conectadas con fibra óptica

47 pag.

BANCO SUPERVIELLE

"Inversión rápida" rendimientos rápidos en operatoria 24 Hs

ROCIÓN ROBLEDO

Los espacios flexibles en la estructura laboral

MANPOWER

expectativa de empleo 2º trimestre 2023. ligera tendencia positiva

Staff

Edición 180

MARZO - ABRIL 2023
38º ANIVERSARIO

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 digital
Santos Dumont 3743
Capital Federal
Tel: (05411) 1544032763

Registro de la Propiedad Intelectual
Nº 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



Marcos Hermansson y Diego Martínez presidente y secretario del Centro de Corredores y Agentes de la Bolsa de Cereales de Buenos Aires

Cambio de paradigma en el corretaje de granos

DIALOGAMOS CON MARCOS HERMANSSON Y DIEGO MARTÍNEZ PRESIDENTE Y SECRETARIO DEL CENTRO DE CORREDORES Y AGENTES DE LA BOLSA DE CEREALES DE BUENOS AIRES SOBRE LOS CAMBIOS QUE SE VIENEN OBSERVANDO EN EL CORRETAJE DE GRANOS.



Cuándo comienzan las actividades y cuál es su objetivo?

M H: El Centro de Corredores y Agentes de la Bolsa de Cereales de Buenos Aires fue fundado en 1941 y ya desde esa fecha los corredores participan activamente de la Bolsa de Cereales de Buenos Aires -fundada en 1854-. Es una entidad que nuclea a la gran mayoría de los corredores que operan activamente, tanto en el mercado disponible como el de futuros. Igual que todos los mercados concentradores y bolsas del mundo. Como agentes comerciales, los corredores desarrollamos desde entonces una tarea fundamental, acercando diariamente a vendedores y compradores para facilitar la infinidad de transacciones que se concretan en el mercado. A través de nuestra actividad garantizamos la multiplicidad de oferentes y demandante, lo que es una condición imprescindible para mantener la transparencia del mercado. Desde hace años realizamos una importante tareas de difusión y capacitación en los dis-

tintos métodos de cobertura y arbitraje de riesgos en todas las zonas agrícolas de nuestro país.

¿Cuáles son algunos de los cambios en el corretaje de granos?

M H: Corretaje de granos, si bien nació como un servicio comercial, en la actualidad comprende también asesoramiento financiero. La integración de los servicios comerciales con los financieros es algo que llegó para quedarse porque el sector agropecuario, uno de los más importantes de la economía argentina, requiere soluciones tanto para comercializar granos como para gestionar el capital de trabajo.

El contexto tanto local como internacional hace inviable para una empresa agrícola gestionar la estrategia comercial sin atender la administración de la liquidez con un horizonte de corto y mediano plazo.

¿Cómo era antes y cómo es ahora?

D M: Originalmente, décadas atrás, el asesor financiero de los empresarios agrícolas eran los oficiales de cuenta de los bancos locales; esa función ahora la cumplen los corredores de granos a través de la prestación de un servicio integral.

En la última década las empresas de corretaje de granos, con sus

diferentes perfiles y escalas, han incorporado nuevos equipos profesionales y tecnología, además de capacitarse constantemente en materia de alternativas financieras, para ofrecer un servicio completo a los empresarios agrícolas.

¿Qué nos puede decir de la estructura normativa?

M H: La nueva realidad presente en el sector cuenta desde 2022 con una estructura normativa que brinda seguridad a los clientes: se trata de la figura de Agentes de Liquidación y Compensación Agroindustrial (Alyc I Agro) creada por la Comisión Nacional de Valores (CNV).

La norma que regula a las Alyc I Agro (resolución 924/2022) dispone los requisitos básicos que deberán cumplir aquellas Alycs que, además de la actividad bursátil, desarrollan de manera simultánea actividades de corretaje de granos, agropecuarias y agroindustriales.

Luego de un proceso de consulta a los integrantes del sector, la CNV dispuso que las Alyc I Agro deben contar con un esquema que permita una adecuada diferenciación entre las cuentas bancarias destinadas a la atención del giro comercial y operativo, las cuentas destinadas a las operaciones en el marco de sus actividades de corretaje de granos y, finalmente, las utilizadas para la recepción y aplicación de fondos por las operaciones realizadas en el ámbito del mercado de capitales regulado por la CNV.

En el marco normativo vigente, toda transferencia es auditada por la CNV y la Unidad de Información Financiera (UIF), lo que garantiza una trazabilidad completa de las operaciones para seguridad de las empresas agrícolas.

YPF Luz y Pampetro acuerdan avanzar en proyecto de energía solar

YPF Luz y Pampetro firmaron un convenio para trabajar conjuntamente para el desarrollo de proyectos de generación solar por una capacidad instalada potencial de hasta 80MW.

La firma se realizó con la presencia del gobernador, Sergio Ziliotto y el presidente de YPF, Pablo González, entre otras autoridades.

El gobernador Sergio Ziliotto expresó que el acuerdo "es un paso más en el proceso de reconversión iniciado por La Pampa hacia las energías renovables" y subrayó que el objetivo "sigue siendo avanzar hacia la soberanía energética de la provincia y transformarnos de consumidores o proveedores de este recurso".

El presidente de YPF, Pablo González, sostuvo que "este acuerdo demuestra el compromiso de YPF y de YPF Luz por avanzar en la transición energética a través de la generación de energía renovable, en forma colaborativa y federal".

Los proyectos

Los proyectos en evaluación en Realicó y General Pico tendrán una capacidad instalada aproximada de hasta 40MW cada uno, pudiendo alcanzar una producción anual de energía de hasta 185GWh por año, con un ahorro de emisiones de CO2 de hasta 100.000 toneladas de CO2 por año.

La inversión en la construcción de cada proyecto se estima entre 20 y 30 millones de USD, dependiendo de la capacidad instalada que se defina.

Acerca de YPF Luz

Con una inversión de 1.850 millones de dólares entre 2016 y 2023, YPF Luz es una empresa líder en generación de energía eléctrica en el país.

Actualmente la compañía tiene una capacidad instalada de 2.483 MW que provee al mercado mayorista e industrial, y está construyendo otros 255 MW.



Jannicke Nilsson, vicepresidenta Ejecutiva de Sustentabilidad, Philippe Mathieu, vicepresidente de producción y Exploración internacional, Anders Opedal, presidente y CEO

YPF y Equinor apoyaron la exploración offshore en Argentina

En el marco del CeraWeek, la principal conferencia de energía que reúne a las principales empresas del sector a nivel mundial en Houston, el presidente de YPF, Pablo González, y el presidente y CEO de Equinor, Anders Opedal, mantuvieron un encuentro privado. Esta fue la primera vez que las máximas autoridades de ambas compañías mantienen una reunión a este nivel.

Durante el encuentro, analizaron la evolución de los proyectos que desarrollan en el país. Especialmente, destacaron que la plataforma offshore es una de las menos exploradas del mundo y que cuenta con un gran potencial para el futuro y crecimiento de Argentina.

Equinor opera en 36 países del mundo, emplea a más de 21.000 personas y está presente en Argentina desde 2017 a través de su asociación con YPF en Vaca Muerta.

Equinor opera en 36 países del mundo, emplea a más de 21.000 personas y está presente en Argentina desde 2017 a través de su asociación con YPF en Vaca Muerta.

A veces no alcanza **con tener todo** lo necesario para cuidarte, sino entender como **contener** en cualquier momento.



**Junto a vos,
a lo largo de tu vida.**

osde | 50
años

Existen prestaciones obligatorias de cobertura médica asistencial, informese de los términos y alcances del Programa Médico Obligatorio en la siguiente dirección de Internet: www.buenosaires.gob.ar. La Superintendencia de Servicios de Salud tiene habilitado un servicio telefónico gratuito para recibir desde cualquier punto del país consultas, reclamos o denuncias sobre irregularidades de la operadora de traspaso. El mismo se encuentra habilitado de lunes a viernes de 10 a 17 horas, llamando al 0800-222-SALUD (72583) - www.ssalud.gob.ar - R.N.O.S. 4-0080-0, R.N.E.M.P (Prov.11408). La figura humana ha sido retocada y/o modificada digitalmente.

Sequías e inundaciones: dos problemas, una solución

Por Pablo "Pato" Méndez,
Coordinador Regional de CASAFE por
Buenos Aires y La Pampa

Ya es sabido que luego de un periodo de inundaciones, le sigue uno de sequías. Y esto es algo que venimos observando a través de los años. El clima nos presenta una dicotomía amenazante y ante eso, solemos responder con soluciones que resuelven el problema solo a corto plazo. Este es el caso de las llamadas obras de evacuación del agua. Este tipo de iniciativas evitan la acumulación de agua, evitando la inundación. Sin embargo, solo profundizan la problemática, ya que llevan al mar grandes cantidades de agua, que serían necesarias y útiles en momentos de déficit.

MEJOR PREVENIR QUE CURAR

Las obras de retención de agua son una herramienta que busca conservar el agua donde cae y mantener su acumulación en lagunas, bajos y cubetas naturales sin evacuarla de forma abrupta. Esto puede lograrse a través de la implantación de pasturas y montes forestales, que exploran el suelo de manera más profunda, utilizan el agua y generan su circulación vertical. De esta forma, la vegetación participa de la recirculación del agua, generando un microclima en el lugar donde cae y evitando la concentración en los puntos más bajos. A lo largo del tiempo, se han aplicado diferentes tecnologías que promueven la retención del agua. La labranza conservacionista, la Siembra Directa, los cultivos de servicio, la rotación de cultivos, los residuos de rastrojo en cobertura y el suelo siempre verde, son algunas de las prácticas que aportan a este objetivo. Pero esto pareciera no ser suficiente. Los periodos de secas e inun-



daciones son más frecuentes y cercanos en el tiempo unos de otros, incluso sucediendo muchas veces en simultáneo, en diferentes regiones de la llanura pampeana.

MANOS EN ACCIÓN

Algunas estrategias adicionales pueden ser las obras de agro hidrología, como las curvas de nivel y la siembra "cortando" la pendiente. En zonas más bajas de la llanura pampeana, se pueden construir canales y lagunas bordeadas para aumentar su

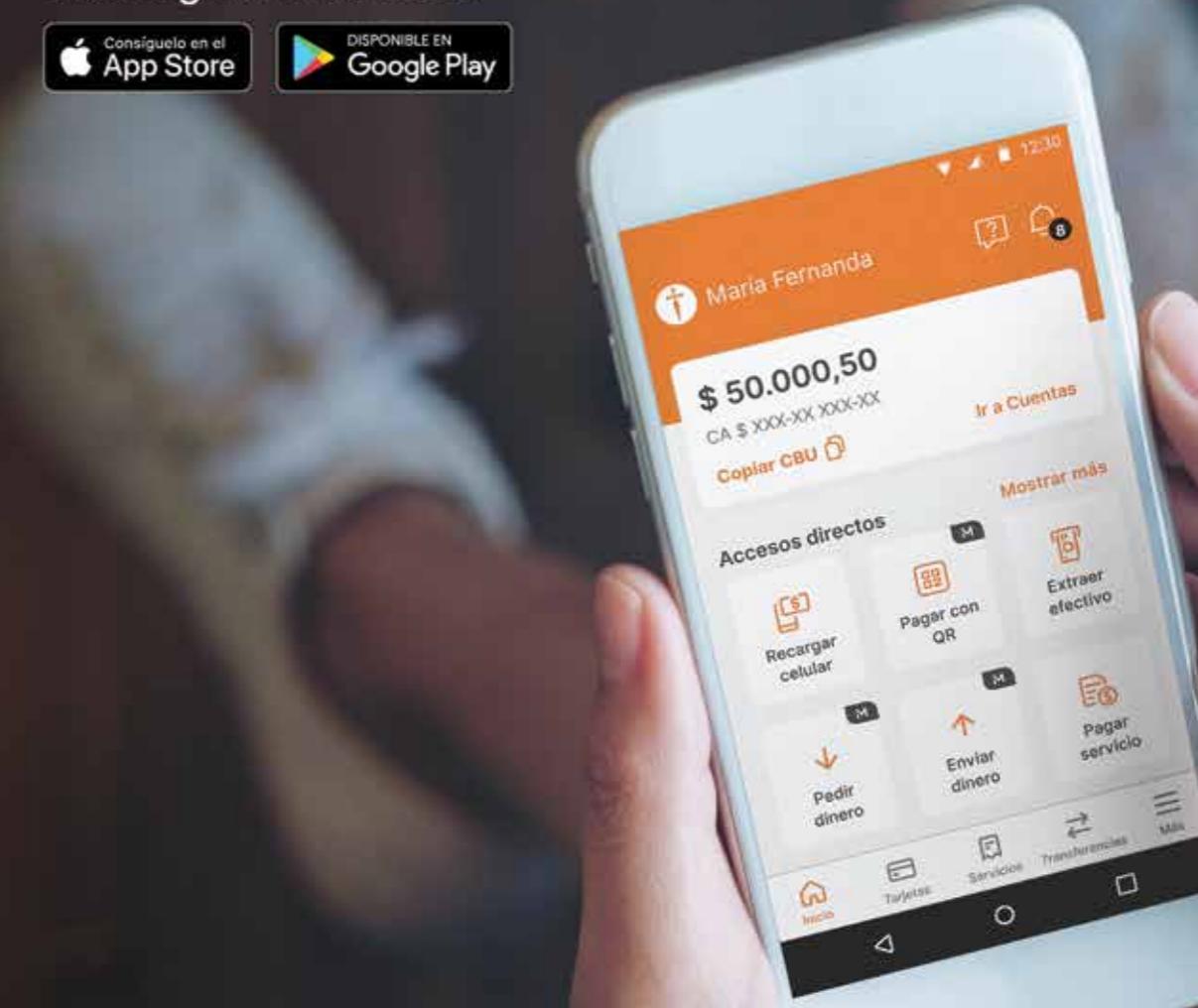
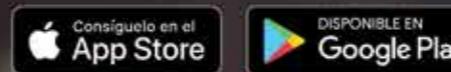
capacidad de almacenamiento de agua. También se pueden generar vertederos, alcantarillas y compuertas, para volcar el agua de forma lenta.

Todos debemos aportar nuestro granito de arena en esta temática global. Tenemos el conocimiento, tenemos la tecnología y tenemos la necesidad. Solo falta poner manos a la obra para lograr el objetivo común y seguir produciendo de forma sustentable.

Acerca de Casafe: La Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (Casafe) representa a las empresas que brindan soluciones para el agricultor. Casafe apoya la sustentabilidad del negocio de la industria de fitosanitarios, convencidos de la necesidad de la interacción público-privada. Promovemos una agricultura sostenible, a través de la implementación de buenas prácticas agrícolas en todas las formas de producción.

Mejorá tu día a día.
Hacé todo desde
la App Galicia.

Descargala de tu store:



Hacete Galicia



Galicia



Genneia firma nuevo financiamiento internacional de largo plazo con Bancos de Desarrollo

GENNEIA, LA COMPAÑÍA LÍDER EN GENERACIÓN DE ENERGÍAS LIMPIAS EN ARGENTINA, ANUNCIÓ LA OBTENCIÓN DE UN NUEVO FINANCIAMIENTO CORPORATIVO POR 85 MILLONES DE DÓLARES A UN PLAZO DE 10 AÑOS. EL DESTINO DE LOS FONDOS SERÁ LA CONSTRUCCIÓN DE SUS NUEVOS PROYECTOS DE ENERGÍA RENOVABLE: EL PROYECTO SOLAR TOCOTA III Y EL PROYECTO EÓLICO LA ELBITA. GRACIAS AL COMPROMISO CON EL MERCADO RENOVABLE, GENNEIA CONTINÚA POSICIONÁNDOSE COMO LA EMPRESA NÚMERO UNO, GENERANDO DURANTE EL 2022 EL 20% DE LA ENERGÍA SOLAR Y EÓLICA DEL PAÍS.

FMO -el banco de desarrollo de los Paises Bajos- y FinDev -el banco de desarrollo canadiense- serán los otorgantes del préstamo. Luego de un amplio y exhaustivo análisis ambiental, social y de gobernanza (ESG, según sus siglas en inglés), ambas instituciones han decidido apoyar estos proyectos de energía renovable al estar alineados a sus mandatos de promoción del desarrollo sostenible.

Este financiamiento es el cuarto otorgado por FMO a Genneia con el objetivo de continuar desarrollando el sector de energías renovables en Argentina. FMO ya había apoyado a Genneia en los años 2018 y 2019 para el desarrollo de los proyectos eólicos Villalonga I, Chubut Norte I y Vientos de Necochea. Asimismo, este nuevo financiamiento representa el primer préstamo de FinDev Canadá en Argentina y el primer financiamiento otorgado a una empresa de energía renovable a nivel global. FinDev Canadá fue creada en 2018 con el propósito de promover el desarrollo sostenible en los países en vías de desarrollo.



"Nos enorgullece que instituciones como FMO y FinDev sigan apoyando nuestros proyectos enfocados en la transición energética, invirtiendo en energía eólica y solar".



En tanto, Bernardo Andrews, CEO de Genneia, expresó que "nos enorgullece que instituciones como FMO y FinDev sigan apoyando nuestros proyectos enfocados en la transición energética, invirtiendo en energía eólica y solar".

El Proyecto Solar Tocota III, de 60 MW de capacidad instalada se emplaza en un terreno de 300 hectáreas, ubicado 65 km al Norte de la localidad de Calingasta, provincia de San Juan. El sitio cuenta con capacidad de evacuación a la red eléctrica e irradiación global horizontal de un valor considerable, inmejorables condiciones para la construcción de un proyecto de este tipo.

A su vez, el Parque Eólico La Elbita (162 MW) estará ubicado en un terreno de 1.464 hectáreas, ubicado aproximadamente 50 km al sur de la ciudad de Tandil y contará con 36 aerogeneradores de última generación. Ambos proyectos estarán destinados a satisfacer la demanda de energía de grandes usuarios industriales, en el marco del Mercado a Término de Energías Renovables. De este modo, Genneia superará 1 GW de capacidad instalada, un hito que será alcanzado por primera vez en nuestro país.

El financiamiento internacional, con el apoyo de FMO y FinDev, es un aporte de Genneia a la sustentabilidad del sector, ya que permite compensar el impacto de la demanda de divisas requeridas para la importación de componentes en un año tan complejo.

Carlos Palazón, CFO de Genneia indicó que: "la exitosa trayectoria de Genneia en la ejecución de proyectos renovables y su solidez crediticia nos permiten obtener financiamiento internacional a largo plazo. Este acuerdo forma parte de nuestra estrategia para Tocota III y La Elbita, y reafirma el liderazgo de Genneia en la ejecución de financiamiento con bancos de desarrollo en Argentina, quienes nos han brindado apoyo a muy largo plazo por más de US\$530 millones desde el año 2018."

Gracias al compromiso con el mercado renovable, Genneia continúa posicionándose como la empresa número uno, generando durante el 2022 el 20% de la energía solar y eólica del país. De esta manera, Genneia sigue liderando el sector con nuevos proyectos, las emisiones de bonos verdes, la generación de bonos de carbono, y debido a su demostrada solidez y confianza, ahora encabeza el regreso del financiamiento de la banca de desarrollo internacional a Argentina.

Coca-Cola América Latina impulsa los negocios liderados por mujeres

COCA-COLA AMÉRICA LATINA ESTÁ COMPROMETIDA CON EL IMPULSO DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS NEGOCIOS EN LA REGIÓN LIDERADOS POR MUJERES. AL MOMENTO, SUMAN MÁS DE 430.000 MIL EMPRENDEDORES BENEFICIADAS POR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.



Este compromiso retoma más sentido en una región como la nuestra, en donde el 42% de la población económicamente activa son mujeres y 22% son emprendedoras. Esta situación nos ha llevado a redoblar esfuerzos, a través de diferentes proyectos creados con el objetivo de brindar las herramientas necesarias a mujeres dueñas de tienditas y pequeños negocios, porque sabemos que su crecimiento es proporcional al crecimiento de nuestras comunidades

Al interior de la compañía, la ambición es que, para 2030, el 50% de los puestos de liderazgo sean ocupados por mujeres. Actualmente, en la región, las mujeres representan el 37.7%.

Para la Compañía, el papel de las mujeres dentro de la sociedad es fundamental. Esto ha llevado al desarrollo de distintas iniciativas, al interior y exterior, enfocadas en impulsar el empoderamiento femenino y permitir a las mujeres ser dueñas de sus emprendimientos hacia un mundo más equitativo.

"La diversidad, la equidad y la inclusión están en el corazón de nuestros valores y nuestra estrategia de crecimiento. Estamos convencidos de que su papel es importante en el éxito no sólo de la Compañía, sino de la sociedad en general. Por lo que impulsar iniciativas con perspectiva de género, atendiendo las particularidades y las oportunidades aún existentes para lograr un desarrollo más equitativo, no es una opción, sino una responsabilidad", comentó Gabriela Herrerías, directora de Diversidad e Inclusión en Coca-Cola América Latina.

"Este compromiso retoma más sentido en una región como la nuestra, en donde el 42% de la población económicamente activa son mujeres y 22% son emprendedoras. Esta situación nos ha llevado a redoblar esfuerzos, a través de diferentes proyectos creados con el objetivo de brindar las herramientas necesarias a mujeres dueñas de tienditas y pequeños negocios, porque sabemos que su crecimiento es proporcional al crecimiento de nuestras comunidades", agregó.

Como parte de este esfuerzo, la compañía ha impulsado alianzas con distintas organizaciones, con la intención de acompañar a mujeres emprendedoras y ofrecerles programas enfocados en temas como inclusión digital, habilidades personales y empresariales, estrategias de ventas y salud financiera, y otras habilidades necesarias para mejorar la gestión y administración de su negocio.

Resultado de lo anterior, junto a organizaciones aliadas como ProMujer, Fundes y Aliarse, Coca-Cola América Latina ha transformado la vida de más de 430,000 emprendedoras, a las que ha ofrecido los recursos para romper el techo de cristal y superar las barreras económicas.

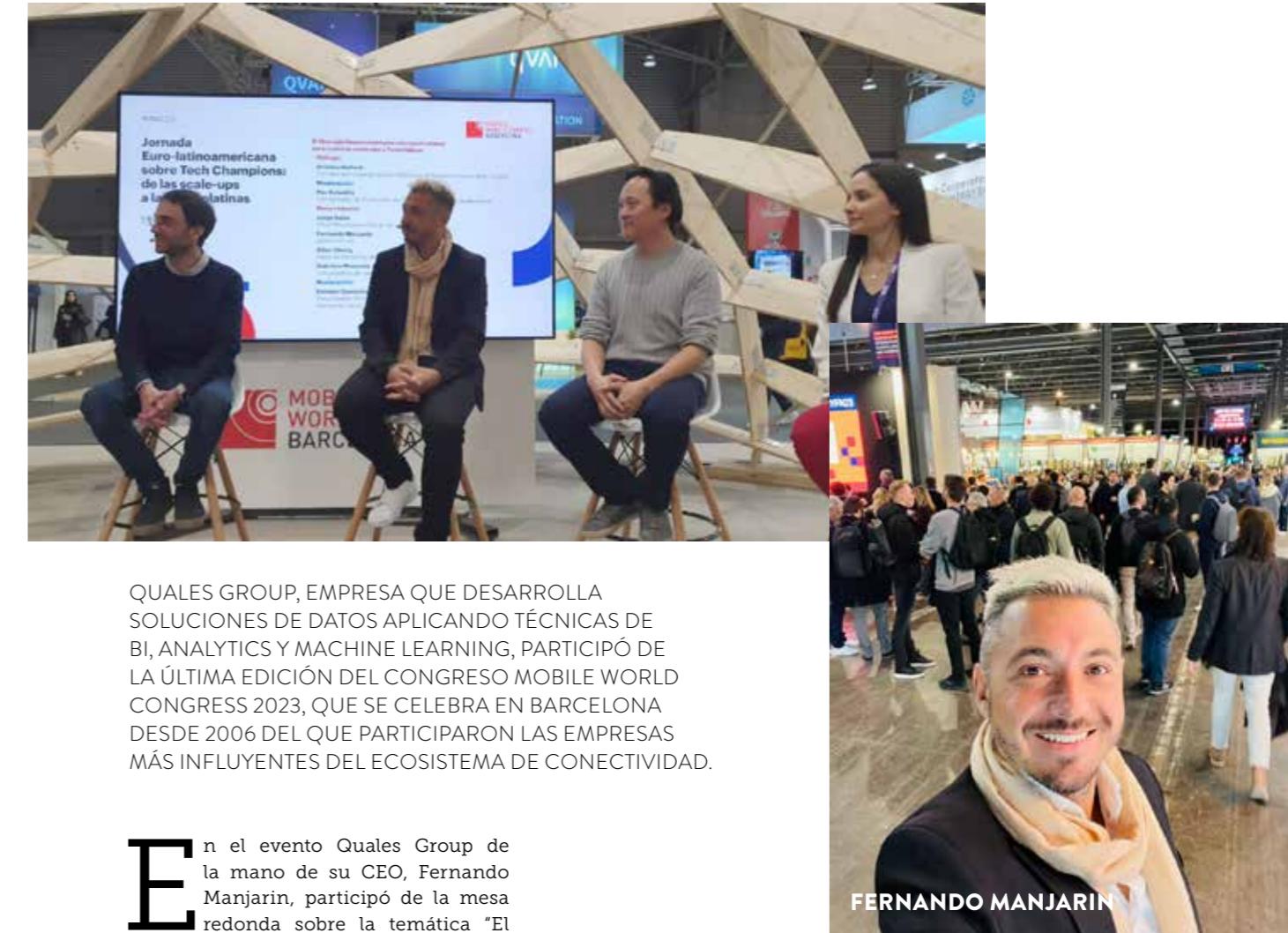
En Argentina, Coca-Cola y Chicos.net han trabajado conjuntamente para brindarles a las mujeres la oportunidad de que emprendan y tengan las herramientas para hacerlo, fortaleciendo sus aptitudes a través de talleres y capacitaciones, para que puedan impulsar su independencia económica, mejorando así su calidad de vida.

Durante el desafío "Emprender Coca-Cola", para celebrar los 80 años en el país, se convocó a jóvenes, egresados y egresadas de ProgramON Emprendidos, para que presenten sus ideas de negocios con un total de 180 participantes, de las cuales un 57% fueron mujeres.

"Para nosotros en Coca-Cola América Latina, la diversidad es importante para la sostenibilidad de nuestras actividades, y como Compañía no solo aspiramos a reflejar la diversidad de las comunidades en las que trabajamos, sino también a liderar y defender un mejor futuro compartido. La única manera de alcanzar este propósito es trabajar en conjunto para promover una cultura que lo haga posible, desde el interior del negocio", concluyó Herrerías. En este compromiso, la Compañía tiene la ambición de que, para 2030, las mujeres ocupen el 50% de los puestos de liderazgo senior en la empresa. Hoy, este porcentaje significa aproximadamente el 38%. Asimismo, el talento femenino general representa el 56%. Lo que refleja que el compromiso con este colectivo es sólido.

Para lograr lo anterior y dar seguimiento a las metas establecidas, la Compañía creó el Consejo Global de Liderazgo de Mujeres. A través de este consejo, se define la mejor estrategia para lograr los objetivos e iniciativas para acelerar el desarrollo del talento femenino a puestos de responsabilidad e influencia.

Quales Group presente en el MWC 2023 de Barcelona



QUALES GROUP, EMPRESA QUE DESARROLLA SOLUCIONES DE DATOS APLICANDO TÉCNICAS DE BI, ANALYTICS Y MACHINE LEARNING, PARTICIPÓ DE LA ÚLTIMA EDICIÓN DEL CONGRESO MOBILE WORLD CONGRESS 2023, QUE SE CELEBRA EN BARCELONA DESDE 2006 DEL QUE PARTICIPARON LAS EMPRESAS MÁS INFLUYENTES DEL ECOSISTEMA DE CONECTIVIDAD.

En el evento Quales Group de la mano de su CEO, Fernando Manjarin, participó de la mesa redonda sobre la temática "El Mercado hispanohablante: una oportunidad para nuestras scaleups y tecno-latinas". En la charla se compartió la experiencia de una empresa latinoamericana que expande sus negocios en Europa, junto con el gran potencial de España como hub de innovación en inteligencia artificial que permite la aceleración para las startups de América Latina.

Además de contar las vivencias y desafíos de internacionalizar se expuso cómo funciona Qualie, el nuevo asistente virtual de BI & Analytics, 100% customizable y tecnológicamente flexible. Esta solución permite que las personas puedan chatear en tiempo real con los datos, pudiendo preguntar sobre los KPIs del negocio, agilizando la gestión y la toma

de decisiones. Además, se puede conectar a cualquier motor de base de datos. Funciona en canales de chat conocidos a nivel mundial, utiliza el entendimiento del lenguaje natural y maneja un amplio set de gráficos como respuesta.

"Estamos felices de haber participado del Mobile World Congress 2023, ya que se considera una de las citas más importantes de tecnología a nivel mundial. En Quales Group vemos con mucha claridad la importancia de pensarse globales y expandirse a nivel internacional. Entendemos que el ecosistema emprende-

dor latinoamericano tiene cada vez más protagonismo en todos los mercados, incluyendo el europeo. Sin dudas que estar presentes en este tipo de eventos nos sigue abriendo puertas a nuevos clientes, nuevas alianzas y nuevos países. Genera mucha motivación rodearse de tanta innovación, de tanto futuro", concluyó Fernando Manjarin, CEO de Quales Group.

Atlas Copco Group

150 años de innovaciones y 55 de trayectoria en Argentina



Pablo Adaniya

Atlas Copco, fundada en Estocolmo en 1873, celebró su 150º aniversario y sus 55 años en Argentina. Durante un siglo y medio Atlas Copco ha impulsado el desarrollo y ofrecido innovaciones revolucionarias a clientes de numerosas y diversas industrias.

«Estamos enormemente orgullosos de nuestra historia y de seguir dando forma al futuro a través de nuestras tecnologías y soluciones de servicio», declaró Mats Rahmström, Director Ejecutivo y Presidente del Grupo Atlas Copco. «Mucho ha cambiado desde 1873, cuando éramos una pequeña empresa local incipiente. Sin embargo, creo que nuestros fundadores reconocerían nuestro espíritu innovador, la pasión de nuestros empleados y nuestra dedicación para generar desarrollo junto a nuestros clientes».

Atlas Copco fue fundada en Estocolmo, Suecia, como una empresa dedicada a los equipos para la construcción del sistema ferroviario sueco. Desde entonces, el Grupo ha evolucionado y actualmente da soporte a clientes de numerosas y diversas industrias, posibilitando desde procesos de producción de alimentos hasta viajes espaciales.

«Tenemos una cultura empresarial muy fuerte basada en la apertura a perspectivas diferentes y la capacitación de nues-



Leandro Escudeiro

tos empleados para la toma de decisiones», explicó Mats Rahmström. «Creo que gran parte de nuestro éxito procede de nuestra capacidad para adaptarnos a la vez que nos centramos en ofrecer valor a nuestros clientes. Queremos dar las gracias a todos los clientes, proveedores, propietarios y colegas de todo el mundo. Esperamos mantener una buena cooperación en los próximos años».

Atlas Copco en Argentina

La empresa se instaló en Argentina en 1968 con responsabilidad sobre Argentina y otros países de Sudamérica. Desde entonces Atlas Copco Argentina se ha convertido en el principal proveedor de equipamiento industrial, empoderando a sus clientes para crecer y hacer que la sociedad avance. Sus productos y soluciones de vanguardia han propiciado la creación de resultados duraderos para los clientes,



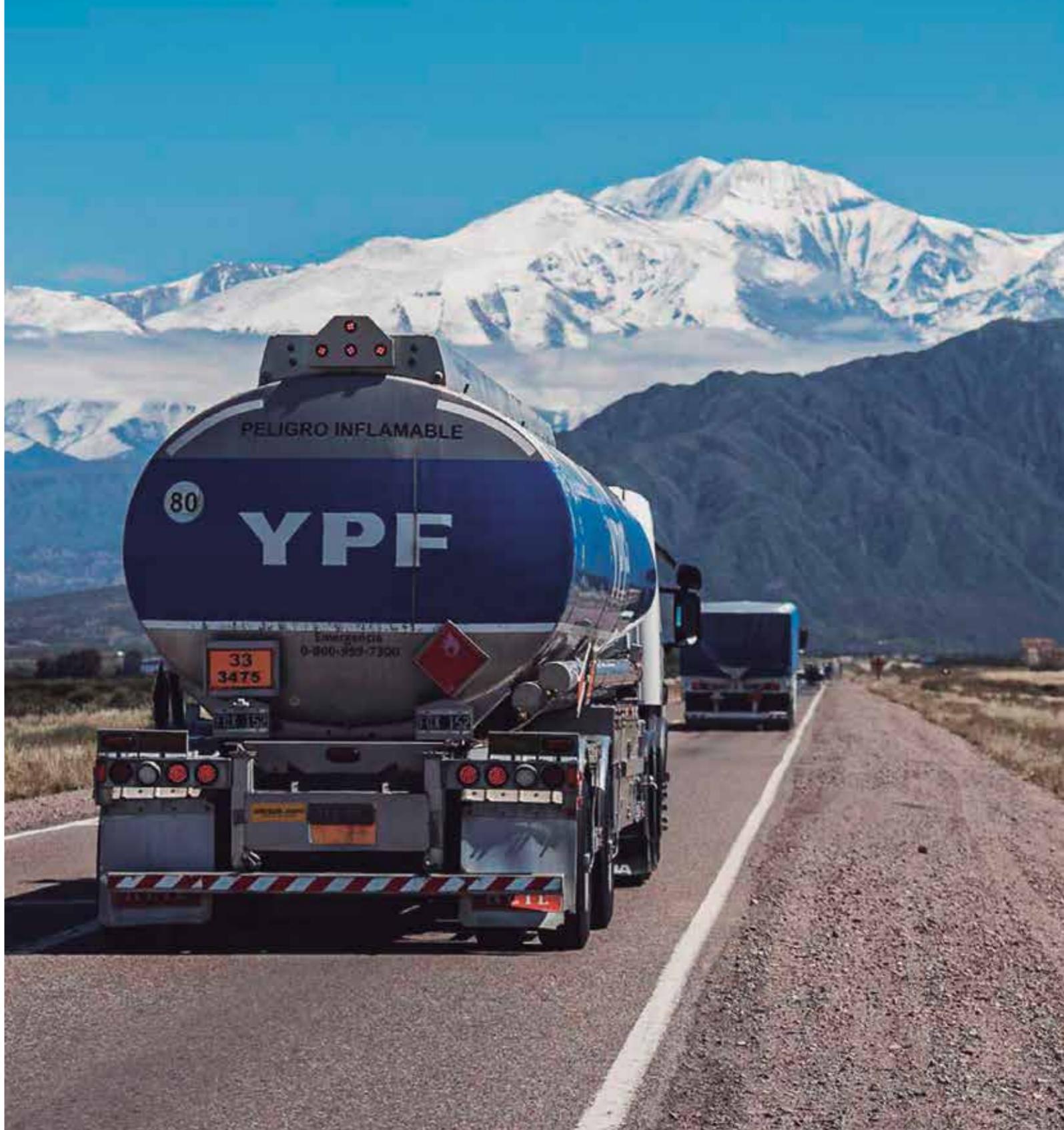
Mats Rahmström

de una manera económica, social y ambientalmente responsables.

«En 2023, al volver la vista atrás y recordar nuestros logros, reconocemos que no estaríamos aquí sin el trabajo de tantas personas apasionadas, empleados que nos han acompañado incondicionalmente; y la colaboración y confianza de nuestros clientes y otras partes interesadas», expresó Pablo Adaniya, Director General, Atlas Copco Argentina.

«Han pasado muchas cosas desde nuestra fundación en Argentina en 1968. Aun así, nuestro espíritu innovador y nuestra dedicación para empoderar a nuestros clientes a crecer permanecen intactos», manifestó Leandro Escudeiro, Gerente General del área de negocio Industrial Technique. «Hoy, celebramos con alegría nuestro pasado y seguimos esforzándonos para forjar el futuro».

YPF
Impulsando lo nuestro



SanCor Salud

El bienestar integral como pilar empresarial

Por Fernando Werlen
Director General de SanCor Salud



Con la premisa fundamental de propiciar el bienestar integral de toda su cadena de valor, Grupo SanCor Salud enfoca su política empresarial en el desarrollo de iniciativas alineadas a propuestas de valor para lograr un impacto positivo dentro y fuera de la compañía.

Constituido como un Grupo de bienestar que concibe a la salud desde un concepto más amplio que abarca el equilibrio físico, emocional y psíquico de las personas, SanCor Salud sigue innovando con servicios diferenciales y de calidad para cuidar a los 700.000 que la eligen. Por ello diseña una amplitud de alternativas de planes de salud, tanto para el segmento individual como el corporativo. SanCor Salud cuenta con más de 300 puntos de atención distribuidos en todas las provincias del país y sostiene esta cercanía con la red de profesionales más grande conformada por más de 203.000 prestadores médicos-asistenciales.

A partir de la estrategia de diversificación, hoy opera en la comercialización de seguros con una red de farmacias propias, un centro médico de atención con especialidad de diagnóstico y servicios de turismo.

Esta ampliación del negocio es parte de un marcado crecimiento sostenido signado por la triplicación de la compañía en términos de cápitulos en los últimos 10 años, posicionándose actualmente en el podio de empresas de salud en todo el país.

Ese crecimiento estuvo sostenido por las distintas áreas de la empresa, a través de un equipo de más de 2.000 colaboradores, quienes también fueron parte de los procesos de reinención y reconversión conforme con los nuevos lineamientos y necesidades de la compañía, a partir del nuevo mapa de posicionamiento.

El bienestar moviliza y ocupa a SanCor Salud, no sólo como un concepto hacia el exterior de la organización, sino también hacia los colaboradores, a través de la gestión de un ambiente que asegure

estabilidad y potencie a las personas en la búsqueda de su mejor versión, construyendo día a día el lugar donde quieran estar.

Durante la pandemia, mantuvo todos sus puestos de trabajo e incluso sumó más de 200 empleos. Alineada a las nuevas tendencias y con la mirada puesta en la flexibilidad y la metodología ágil, la compañía pone su atención en el clima laboral. Los datos estadísticos así lo reflejan. A marzo de este año, el 60% del personal desempeña sus tareas a distancia, lo que significa la instalación permanente de un nuevo modelo de hacer las cosas.

En este camino, la empresa orienta el desarrollo de productos para garantizar la autonomía de roles y la formación en liderazgo saludable. Una de las herramientas

que ofrece para que los trabajadores puedan desarrollarse profesionalmente es su universidad corporativa, una plataforma digital, que cuenta con más de 70 cursos para ampliar conocimientos y tan solo en 2022 se dictaron cerca de 60.000 horas. Estos pilares que demuestran que la persona en SanCor Salud es el centro, se traducen en un reciente reconocimiento: el Grupo fue distinguido por primera vez en el ranking de Great Place To Work (GPTW) como una de las empresas que más trabajan por el bienestar laboral en la Argentina, ubicándose en el puesto 20 de las empresas de más de 1.000 trabajadores (entre más de 200 postulantes de distintas envergaduras). Cabe citar también los recientes resultados publicados por la

consultora Horse sobre el ranking de las 100 compañías más influyentes del país y el ingreso de SanCor Salud en la posición 72, constituyéndose como un gran referente en el mundo empresarial.

Transversal a toda la compañía, el Grupo SanCor Salud lleva más de una década de gestión sustentable orientada a garantizar el bienestar integral de sus grupos de interés. Una empresa enfocada, desde todas sus responsabilidades, en construir una sociedad cada vez más sana, y teniendo entre sus pilares de gestión a la Fundación SanCor Salud.

Santander Argentina

Nuevo presidente de su Directorio



Santander Argentina anunció que Guillermo Tempesta Leeds, actual Vicepresidente primero, reemplazará a Enrique Cristofani, como Presidente del Directorio. Asimismo, Gabriel Alonso, actual Director, asumirá como Vicepresidente primero. Estas designaciones tendrán efecto el 20 de abril próximo, sujeto a los procedimientos previstos por el estatuto social de la compañía.

Carlos Rey, Responsable de la Región Sudamérica de Santander señaló, "Con mucho énfasis, queremos agradecer a Enrique Cristofani todos estos años de enorme compromiso en los que ha demostrado ser un ejemplo para otros líderes empresariales y una inspiración para todos aquellos ejecutivos que bus-

can marcar una diferencia positiva en la comunidad en la que viven". Asimismo, felicitamos a Guillermo Tempesta por su nuevo rol, y le deseamos mucho éxito en este nuevo desafío en su carrera profesional", concluyó el ejecutivo.

Por su parte, Alejandro Butti, Country Head y CEO de Santander Argentina, aseguró que "el legado de Enrique a nivel profesional y personal para todo el Grupo Santander, es enorme, y en nombre de todo el equipo de Argentina quiero agradecer su gran trabajo y dedicación de todos estos años". Butti además agregó: "Estamos seguros que Guillermo con su vasta experiencia hará muy buenos aportes al gobierno de la compañía en su nuevo rol de Chairman".



Guillermo Tempesta Leeds

EL BBVA y la transformación digital



REVISTA ECONÓMICA DIALOGÓ CON DIEGO RANNAZZO, GERENTE DE PRODUCTOS EMPRESAS Y CASH MANAGEMENT DE BBVA EN ARGENTINA SOBRE LA VARIADA OFERTA QUE TIENE LA ENTIDAD PARA SUS CLIENTES.

Qué líneas de crédito tiene la entidad en materia de asistencia financiera a las grandes empresas, a los emprendedores y a las Pymes?

Tenemos líneas de corto y largo plazo en pesos; Y dependiendo de la actividad del cliente puede tomar también dólares. Discriminando por facturación, podemos dar tasas preferenciales a cada uno de los segmentos.

¿Cómo funciona el Simulador de Financiamiento para Pymes y para qué sirve?

Se trata de un motor o simulador, que realiza una oferta de calificación crediticia para los clientes jurídicos del segmento pyme. La misma consta de financiaciones de capital de trabajo a sola firma y descuento de documentos que finalmente se disponibiliza digitalmente por BBVA Net Cash.

¿Cómo apoya el Banco el desarrollo del comercio exterior?

BBVA apoya al Comercio Exterior mediante la transformación digital del negocio. Toda la operatoria Comex se puede cursar 100% mediante BBVA Net Cash, contamos con un equipo interdisciplinario de desarrollos tecnológicos que apalanca esta iniciativa. Oficiales Comex dedicados y con alta expertise en el producto acompañan a nuestros clientes en cada uno de los Centros de Negocio del país junto con Tasas muy atractivas para financiar el negocio exportador de nuestros clientes.

¿Cómo evoluciona la transformación digital para nuevos servicios y experiencias?

Desde BBVA, buscamos acercar oportunidades a todos nuestros clientes. Es por eso que somos uno de los pocos bancos que opera los principales productos de financiación de corto plazo que utilizan las Empresas y Pymes, de forma 100% digital y partir de este año estaremos incorporando también líneas de largo plazo

que se podrán disponer de forma online, teniendo así la oferta más completa del mercado.

En nuestra búsqueda de ser el Banco de las Pymes y responder a sus necesidades, disponibilizamos durante 2022 una herramienta de evaluación online a la que tanto clientes como no clientes pueden acceder desde nuestra web, y conocer su oferta crediticia en 3 simples pasos, y sin necesidad de aportar información económica de la empresa.

Como mejora a esta herramienta, estamos incorporando una potente oferta para asistir creditivamente a empresas que inician su actividad, y apoyar el crecimiento de sus negocios.

Sumado a esto, estamos trabajando para que cualquier empresa o emprendedor tenga la posibilidad de convertirse en cliente BBVA de forma ágil, y 100% digital, y pueda comenzar a disfrutar de nuestros beneficios.

¿Qué es Net Cash y para qué sirve?

Es la plataforma por donde operan nuestros clientes empresas y pymes. Sirve para realizar toda la operatoria on line, desde tomar un préstamo digital hasta contratar otros productos, por ejemplo, los seguros. Las operaciones que se pueden realizar son: Gestionar la cobranza a proveedores. Transferir tus pagos. Realizar operaciones de Comercio Exterior. Obtener financiamiento. Descontar cheques online. Compartir información entre los integrantes de tu empresa.

Los beneficios de utilizar NetCash son muchos, se puede reunir toda la información y operaciones de tu empresa en un solo lugar, operar online, personalizar el servicio BBVA Net Cash según las necesidades, tamaño y complejidad de tu empresa. Además, se pueden validar tus operaciones con el dispositivo de doble factor de autenticación, configurar perfiles de usuarios, tipos de firmas y accesos permite controlar los permisos para realizar distintas operaciones.



NOS ENORGULLECE SER LA PRIMERA EMPRESA LÁCTEA EN OBTENER LA CERTIFICACIÓN IRAM EN BIENESTAR ANIMAL



**COMPROMISO
BIENESTAR
ANIMAL**
CERTIFICADO POR IRAM

SCANN ME!



LAS VACAS BIEN CUIDADAS DAN LA MEJOR LECHE.

Principales tendencias en neumáticos Michelin



Los mercados están experimentando una transformación. En los últimos 30 años, los usos y costumbres de los automovilistas cambiaron significativamente. Esto se evidencia en las características de los vehículos, que son cada vez más pesados, más cómodos y seguros, sobre todo en los últimos años con la transición entre vehículos de combustión interna hacia vehículos eléctricos. Además, el cambio climático se acrecienta y genera un gran impacto.

En este contexto, Michelin avanza en una transformación estratégica para el Grupo, teniendo en cuenta las tendencias y los cambios en los mercados de neumáticos, para dar respuesta a las nuevas necesidades de los automovilistas y al medioambiente.

PRINCIPALES TENDENCIAS

Aumento del tamaño de los neumáticos debido al mayor peso de los vehículos. Neumáticos desarrollados para necesidades específicas de los vehículos eléctricos. Cubiertas cada vez más amigables con el medioambiente, con el reto de alcanzar un neumático 100 % sostenible para 2050.

EL TAMAÑO DE LOS NEUMÁTICOS ESTÁ AUMENTANDO

Se da debido a que los vehículos son cada vez más pesados. Esto tiene un impacto directo sobre el consumo y las emisiones de CO₂ en un momento de cambio climático y de escasez de recursos. Michelin responde a esta paradoja a través de la innovación y la tecnología, como por ejemplo con una menor resistencia al rodamiento de sus productos, performance en la que viene trabajando hace varios años. En esta línea, en 2021, la compañía mejoró la eficiencia energética de sus productos un 0,5 % respecto a 2020. La reducción de la resistencia al rodamiento en neumáticos de autos, camioneta y camión vendidos por el Grupo en 2021 ahorró el equivalente a unos 3.400 millones litros de combustible durante su vida útil, evitando así la liberación de unos 8,7 millones de toneladas de CO₂ en comparación con los neumáticos de 2010.

Michelin continuará realizando esfuerzos para mejorar esta eficiencia energética en un 10 % adicional de aquí a 2030.

EL AUGE DE LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

Con el desarrollo de los vehículos eléctricos, los neumáticos recuperan protagonismo, ya que las características de este tipo de vehículos exigen mucho más a las cubiertas que los de motor de combustión. Para ofrecer un buen rendimiento, un neumático para un vehículo eléctrico debe tener cuatro cualidades esenciales:

Duración: debido al aumento del par motor durante la aceleración y la desaceleración,

Baja resistencia al rodamiento: crucial para la autonomía,

Capacidad de carga: fundamental para soportar el peso de las baterías,

Reducción del ruido: ya que el 70 % del ruido generado por un vehículo eléctrico procede del rodamiento y no del motor.



actúa sobre una serie de premisas: baja resistencia al rodamiento, prestaciones duraderas, reducción de las partículas de desgaste y neumáticos conectados.

Las prestaciones duraderas, característica que identifica a la marca, permiten ofrecer neumáticos más seguros hasta el último kilómetro. Por ejemplo, según datos de Europa, si todos los neumáticos se utilizaran hasta su límite de desgaste se evitaría el uso de 128 millones de neumáticos anualmente en ese continente, lo que supone un ahorro de 6,6 millones de toneladas de CO₂ al año.

Fin de vida y reciclaje: el objetivo de Michelin es transformar los neumáticos en materias primas que se introducirán de nuevo en el proceso de producción de neumáticos nuevos y otros productos. Cada año se desechan 1.600 millones de neumáticos (datos Michelin), lo que equivale a 26 millones de toneladas. Sobre este asunto, Michelin promueve la economía circular en la industria del caucho.

En una muestra más de este camino, el Grupo reveló recientemente dos neumáticos, uno para auto y otro para autobuses, fabricados con un 45 % y un 58 % de materiales sostenibles, respectivamente. Estos neumáticos, homologados para su utilización en ruta ofrecen prestaciones idénticas a las de los neumáticos actuales, dado que el Grupo trabaja justamente en incorporar materiales sostenibles sin comprometer las prestaciones y preservando el medioambiente en cada etapa del ciclo de vida.



Bausch & Lomb 170 años cuidando la visión de las personas

La empresa nació en 1853 a partir de la apertura de una pequeña óptica en Nueva York, Estados Unidos y debe su nombre a sus fundadores, los amigos John Jacob Bausch y Henry Lomb.

Desde su creación, la compañía ha realizado distintos e innovadores aportes, entre ellos:

en sus inicios, se convirtieron en fabricantes líderes de lentes con marcos de goma; en 1903 patentaron microscopios, binoculares e incluso un obturador de cámara fotográfico; en 1937 crearon las primeras gafas de sol para aviadores militares y, posteriormente en 1947, trasladaron las mismas para el público general para convertirlas en los accesorios tendencia de la época, la cual trascendió hasta el día de hoy; en 1950 desarrollaron el prototipo de lente anamórfica que daría lugar al cinemascope, un sistema de filmación cuya característica era ampliar las imágenes durante cada toma. Este avance les otorgó el premio Oscar en 1954; en 1971, introdujeron las primeras lentes de contacto blandas.

Este recorrido y desarrollo utilizando tecnología de punta, convirtió a la empresa en referente global de innovación y calidad, y la posicionó como el mayor proveedor mundial de productos para el cui-

dado de los ojos. Con presencia en más de 40 países, Bausch & Lomb es una de las compañías de salud más conocidas y respetadas del mundo ya que es la única en ofrecer una extensa gama de destacados productos de salud ocular, que se encuentran avalados por los mejores profesionales.

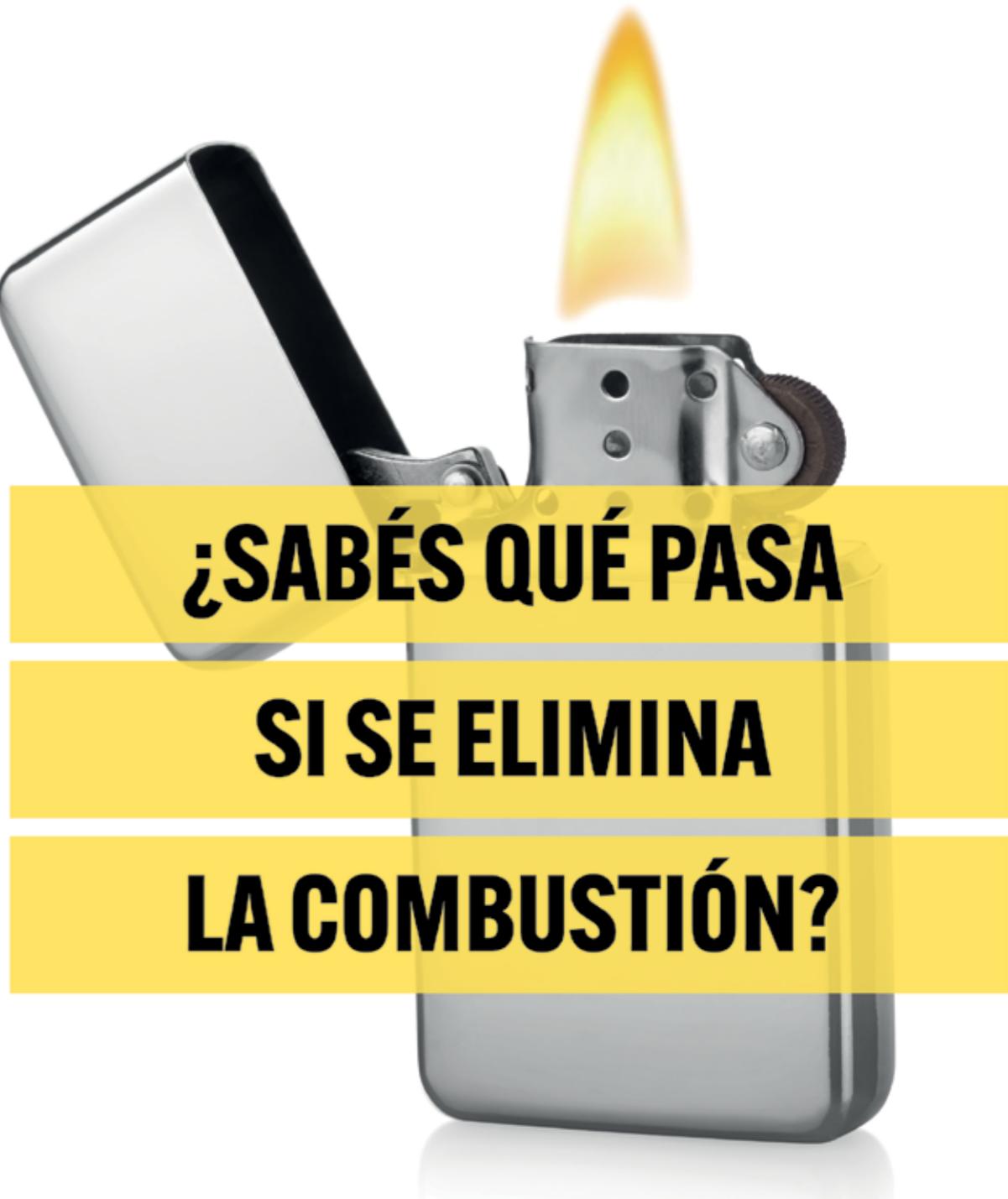
En Argentina, Bausch & Lomb arribó en 2001 luego de la adquisición del laboratorio Biocumed, y desde entonces su presencia en el mercado local fue en rápido ascenso, presente en las tres categorías dedicadas a la salud ocular.

"Toda nuestra historia está marcada por la innovación. Trabajamos día a día para crear nuevos materiales y diseñar tecnologías de punta, para lograr ofrecer las mejores y más adecuadas soluciones, ya sea para cada patología ocular o condición de la visión que se pueda presentar en cualquier etapa de la vida" expresó Francisco Aberg Cobo. "Escuchamos a nuestros clientes y pacientes y contribuimos con la educación, la investigación y los avances en la atención al paciente, con el objetivo de ayudar siempre a las personas a ver mejor para vivir mejor" finalizó el ejecutivo.

BAUSCH & LOMB, EL PROVEEDOR MUNDIAL DE SOLUCIONES PARA EL CUIDADO DE LOS OJOS CUMPLE 170 AÑOS PROTEGIENDO Y MEJORANDO LA VISIÓN DE MILLONES DE PERSONAS EN TODO EL MUNDO, DESDE SU NACIMIENTO Y EN TODAS LAS ETAPAS DE SU VIDA.

"Toda nuestra historia está marcada por la innovación. Trabajamos día a día para crear nuevos materiales y diseñar tecnologías de punta, para lograr ofrecer las mejores y más adecuadas soluciones, ya sea para cada patología ocular o condición de la visión que se pueda presentar en cualquier etapa de la vida"

**AL ENCENDERSE UN CIGARRILLO SE LIBERAN
MÁS DE 6.000 SUSTANCIAS QUÍMICAS.**



**¿SABÉS QUÉ PASA
SI SE ELIMINA
LA COMBUSTIÓN?**

HOY EXISTEN ALTERNATIVAS.

massalin
PARTICULARES
PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

CONOCÉ
LOS DATOS



Por un mundo digital inclusivo



CEPAL LLAMA A CERRAR LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO, A FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE MÁS MUJERES EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA Y A ERRADICAR LA CIBERVIOLENCIA DE GÉNERO.

En la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, la proporción de mujeres graduadas de carreras CTIM no supera el 40%, subraya el organismo de las Naciones Unidas.

Un llamado a garantizar la conectividad efectiva de las mujeres, a aumentar su participación en las carreras de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM) y a erradicar la ciberviolencia por razones de género hizo la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, cuyo tema de este año es "Por un mundo digital inclusivo: Innovación y tecnología para la igualdad de género".

En América Latina y el Caribe, el aprovechamiento de los beneficios de internet es desigual: se estima que 244 millones

de sus habitantes no acceden a estos servicios. Las diferencias en la conectividad entre zonas urbanas y rurales resultan especialmente alarmantes: mientras que el 68% de los hogares urbanos de la región estaban conectados a internet en 2018, solo un 23% de los hogares de zonas rurales tenían acceso.

Las mujeres experimentan condiciones más precarias cuando acceden a internet, plantea el documento La igualdad de género y la autonomía de las mujeres y las niñas en la era digital: aportes de la educación y la transformación digital en América Latina y el Caribe, elaborado por la CEPAL, la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

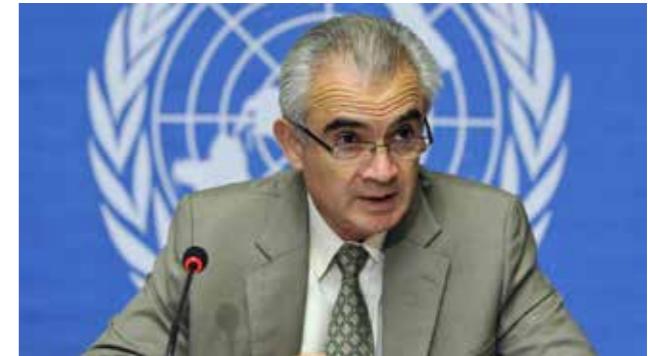
Se estima que 4 de cada 10 mujeres en la región no están conectadas y/o no pueden costear una conectividad efectiva, entendida como acceso a Internet, disponibilidad de dispositivos y habilidades básicas para su utilización.

"El costo del servicio de banda ancha móvil y fija para la población del primer quintil de ingresos en la región llega en promedio al 14% y el 12% de su ingreso, respectivamente, lo cual explica que un alto porcentaje de esa población de bajos ingresos no tenga acceso a internet. Dado que en la región las mujeres están sobrerepresentadas en los hogares de menores ingresos, de allí resulta que existan más mujeres en hogares no conectados", indica el documento conjunto.

"Desde la CEPAL reconocemos el talento, la fuerza y la creatividad de las mujeres y las niñas de la región. Sin embargo, constatamos la persistencia estructural de la desigualdad de género. Los datos son elocuentes y nos llaman a la acción", señala el Secretario Ejecutivo del organismo regional de las Naciones Unidas,

Desde la CEPAL reconocemos el talento, la fuerza y la creatividad de las mujeres y las niñas de la región. Sin embargo, constatamos la persistencia estructural de la desigualdad de género. Los datos son elocuentes y nos llaman a la acción", señala el Secretario Ejecutivo del organismo regional de las Naciones Unidas, José Manuel Salazar-Xirinachs.

José Manuel Salazar-Xirinachs



José Manuel Salazar-Xirinachs

constatamos la persistencia estructural de la desigualdad de género. Los datos son elocuentes y nos llaman a la acción", señala el Secretario Ejecutivo del organismo regional de las Naciones Unidas, José Manuel Salazar-Xirinachs.

"Hacemos un doble llamado. Llamamos, por una parte, a reducir la brecha digital de género y garantizar la plena participación de las mujeres en el desarrollo y conocimiento tecnológico y, por otra, a transitar hacia la sociedad del cuidado, un estilo de desarrollo que ponga la igualdad y la sostenibilidad de la vida en el centro y que no deje a ninguna persona atrás", enfatizó el máximo representante de la CEPAL.

Las mujeres en la región han logrado importantes avances en materia educativa, llegando incluso a superar en 6,1 puntos porcentuales a los hombres en la tasa de conclusión de la educación secundaria alta. Sin embargo, estos logros esconden patrones desiguales de género por disciplinas, reitera la CEPAL, los que se profundizan a medida que se avanza en la escolaridad básica y se agudizan en la educación superior.

En la mayoría de los países de la región, la proporción de mujeres graduadas de carreras CTIM no supera el 40%. Los campos más críticos son ingeniería, industria y construcción (con 30,8% de participación de mujeres en la matrícula de educación superior en 2019) y tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC, con 18% de participación de mujeres en la matrícula de educación superior en 2019.

Las mayores credenciales educativas de las mujeres tampoco se traducen en me-

jores empleos y salarios una vez que ingresan al mercado laboral. Solo 1 de cada 2 mujeres participa en el mercado laboral y las mujeres dedican al trabajo doméstico y de cuidados no remunerado casi el triple del tiempo que los hombres (19,6% de su tiempo versus 7,3%).

Las mujeres que permanecen en carreras CTIM también se ven relegadas en la producción científica y en la academia: en promedio, menos del 30% de las patentes incluyen al menos una mujer en el equipo inventor en la región y la participación de mujeres en publicaciones de ciencias físicas y químicas es del 38%, porcentaje que baja a un 30% en el caso de las ingenierías.

Por otra parte, la CEPAL alerta que las mujeres y niñas viven distintas formas de violencia a través de medios digitales. Esta violencia se considera de género pues es generalmente sexista y sexualizada. Se expresa a través de amenazas, discursos discriminatorios, acoso sexual, invasión de la intimidad, divulgación no consensuada de imágenes, entre otros ciberdelitos.

La ciberviolencia por razones de género, dice la Comisión, se exacerba en particular con defensoras de los derechos humanos, mujeres políticas, comunicadoras y periodistas, y líderes en el espacio público.

La CEPAL insta a los países de la región a cumplir los acuerdos adoptados recientemente tendientes a cerrar la brecha digital de género y garantizar la plena participación de las mujeres y las niñas en toda su diversidad en el desarrollo y conocimiento tecnológico. Estos están incluidos en el Compromiso de Buenos Aires y en

la Agenda Digital para América Latina y el Caribe eLAC2024 (ambos aprobados en noviembre de 2022) y en la Declaración de las ministras y altas autoridades de los mecanismos nacionales para el adelanto de las mujeres de América Latina y el Caribe, suscrita en febrero de este año. La CEPAL propone avanzar en distintas áreas prioritarias de manera sinérgica. Por ejemplo, pide incorporar la perspectiva de género en los procesos y políticas de transformación de la matriz productiva y la transformación digital de los sectores más dinámicos de las economías; impulsar la corresponsabilidad de género y social en materia de cuidados; y promover sistemas integrales de cuidados, apoyados en la digitalización, para liberar tiempo a las mujeres y las niñas de modo que puedan capacitarse y acceder en igualdad de condiciones a la educación y las tecnologías digitales.

También es necesario fomentar procesos de transformación digital incluyente (como la iniciativa Canasta Básica Digital) para asegurar la conectividad efectiva en los hogares de la región; promover la educación básica y técnico-profesional (ETP) para aumentar la participación de mujeres y niñas en ámbitos CTIM y eliminar estereotipos de género en el sector educativo; asegurar la plena participación de las mujeres en los procesos de creación de tecnologías digitales y de innovación; generar espacios seguros y libres de violencia digital; y fortalecer la gobernanza y las alianzas multisectoriales para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Shell Argentina, PAE y Pluspetrol pusieron en marcha un oleoducto clave para Vaca Muerta

PODRÁ TRANSPORTAR HASTA 125.000 BARRILES DIARIOS DE PETRÓLEO (BPD) ENTRE SIERRAS BLANCAS, EN NEUQUÉN, Y LA ESTACIÓN DE BOMBEO ALLEN, EN RÍO NEGRO, PARA ALIVIAR LAS LIMITACIONES EN LA EVACUACIÓN DE CRUDO DE VACA MUERTA. EL PROYECTO TIENE A PAE Y PLUSPETROL COMO SOCIOS Y LA OBRA ESTUVO A CARGO DE TECHINT Y SIMA; EL OPERADOR TÉCNICO SERÁ OLDELVAL.



Shell Argentina anunció la puesta en marcha de un oleoducto con una capacidad de transportar hasta 125.000 barriles diarios de petróleo (bpd) entre Sierras Blancas, en Neuquén, y Allen, en Río Negro. El consorcio a cargo del proyecto está liderado por Shell con una participación del 60%, acompañado por Pan American Energy (25%) y Pluspetrol (15%), y busca incrementar la capacidad de evacuación de crudo de la zona sur de Vaca Muerta.

"El mayor desafío técnico de la cuenca en el corto plazo está en la evacuación de la producción de nuestras operaciones. Con este proyecto, el primero de estas características con inversión privada, buscamos junto a nuestros socios hacer una contribución concreta al desarrollo de Vaca Muerta", destacó Ricardo Rodríguez, presidente de Shell Argentina. "Es además la primera inversión de midstream de Shell en el país. Estamos muy orgullosos y agradecidos de nuestro equipo y de las contratistas involucradas por la construcción de manera segura y en tiempo récord de la obra", señaló.

La construcción, a cargo de Techint en asociación con la empresa local SIMA, se

hizo en un tiempo récord de nueve meses y empleó a más de 650 personas y alrededor de 50 contratistas y proveedores de materiales, en su mayoría de la región. El ducto atraviesa más de 105km entre las provincias de Río Negro y Neuquén, y cuenta con 16 pulgadas de diámetro y una serie de innovaciones para medir y mitigar en tiempo real el impacto del proyecto. La empresa líder en midstream Oldestval estuvo encargada de monitorear la puesta en marcha y será la operadora técnica del ducto.

Por su parte, Marcos Bulgheroni, Group CEO de Pan American Energy, sostuvo que "la inauguración de este oleoducto es una clara muestra de coordinación de políticas nacionales y provinciales que posibilitan las inversiones necesarias para el desarrollo de Vaca Muerta". "En los últimos años, PAE viene invirtiendo en forma sostenida en el midstream para evacuar la producción de la cuenca neuquina. Desde la industria y el Estado debemos seguir invirtiendo en gasoductos, oleoductos y terminales marítimas para liberar el potencial exportador del país", afirmó. Finalmente, destacó que la inauguración del oleoducto Sierras Blan-

cas – Allen le permitirá a PAE evacuar la producción de sus áreas operadas Coirón Amargo Sureste (CASE) y Aguada Cánepa. "Participar de este proyecto es muy importante para nosotros dados los planes de desarrollo que Pluspetrol tiene para los próximos años en Vaca Muerta. Este ducto nos da la posibilidad de contar con más capacidad de transporte de líquidos y, así, seguir contribuyendo al crecimiento y desarrollo de la formación" comentó Germán Macchi, Country Manager de Pluspetrol en Argentina.

El proyecto se enmarca dentro del proyecto de desarrollo masivo de Shell Argentina en Sierras Blancas, Cruz de Lorena y Coirón Amargo Sur Oeste (CASO), donde la compañía tiene una capacidad de procesamiento instalada de 42.000 bpd entre sus plantas EPF y CPF. Desde su ingreso en Vaca Muerta, hace ya una década, la compañía lleva perforados más de 100 pozos y promedia actualmente una producción de 45.000 bpd, consolidándose como la segunda productora de crudo no convencional en la cuenca.



• TIENDA COMAFI •

Encontrá todo lo que necesitás en tiendacomafi.com

Comprá lo que quieras y lo recibís en tu casa.

Omint 55 años en el camino de la salud



Sebastián Fiks

REVISTA ECONÓMICA DIALOGÓ CON SEBASTIÁN FIKS, GERENTE COMERCIAL DE OMINT Y OMINT ASSISTANCE SOBRE EL CAMINO RECORRIDO POR EMPRESA, LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAN CON LA ACTUAL COYUNTURA ECONÓMICA, LOS SERVICIOS QUE OFRECEN Y LOS CAMBIOS QUE TRAE LA DIGITALIZACIÓN

Cuándo comienza Omint sus actividades y cómo está conformado el grupo?

Omint comenzó sus actividades en el año 1967, cuando el Doctor José María Aberg Cobo y el Ingeniero Juan Carlos Villa Larroudet decidieron fundar una compañía de medicina prepaga. Desde un principio, el propósito fue ofrecer planes de asistencia médica privada, para satisfacer las necesidades de las familias con el más alto nivel de calidad y servicio.

Actualmente, Omint Argentina está con-

formada por Omint Prepaga, Omint ART, Omint Seguros, Omint Assistance, y en el sector prestacional, contamos con 3 clínicas y 2 centros médicos propios: Clínica Santa Isabel, Clínica del Sol, Clínica Bazterrica, Centro Médico Bazterrica y Centro Médico Santa Rita; además contamos con una Clínica Odontológica.

Cuál es la filosofía médica de Omint?

Desde su fundación y a lo largo de los 55 años de trayectoria en el país, el grupo ha tenido un crecimiento sostenido, consoli-

dando su liderazgo en el campo de las actividades médicas, tanto en el área prepaga como a nivel prestacional. Nuestro principal objetivo es brindar a la familia una amplia variedad de servicios y asistencia sanitaria, garantizando la atención personalizada y la destacada calidad en el cuidado médico.

Al igual que su misión, los valores se han mantenido inalterables, con el propósito de promover un control sistemático de las actividades, para mejorar e implementar nuevos servicios en función de las necesidades y deseos de cada uno/a de nuestros socios/as, afiliados/as y pacientes.

¿Cuál es el servicio que brindan a PyMEs y grandes cuentas?

Omint tiene gran experiencia en el diseño de planes médicos para empresas, más allá de que sean pequeñas, medianas o grandes empresas. Diseñamos planes a la medida de las necesidades de cada cuenta y es por eso que contamos con más del 50% de socios afiliados a través de empresas y tenemos clientes que nos eligen desde hace más de 40 años.

Omint ha diseñado un modelo de atención a empresas (MAE), dirigido a pequeñas, medianas y grandes empresas.

Además, cuenta con la figura de Jefe Mé-

dico Corporativo que opera como nexo con los médicos de las empresas, asegurando eficaces resoluciones de temas vinculados a la prestación médica e implementación y desarrollo de acciones y programas de prevención para la organización.

En resumen, nuestro equipo comercial está compuesto por:

Ejecutivos de atención: un equipo altamente capacitado, liderado por un gerente de cuentas corporativas, que le brinda seguimiento a todos los requerimientos de los clientes, asesoramiento y las respuestas necesarias para pequeñas, medianas y grandes empresas.

Gestión comercial administrativa: un equipo de trabajo que facilita la gestión del proceso administrativo y todos los relacionados al servicio de atención a empresas.

Jefe Médico Corporativo: soporte médico exclusivo para las grandes cuentas con el

objetivo de coordinar las políticas prestacionales y comerciales de Omint.

Ejecutivos de venta: un equipo diseñado para comercializar nuestros productos dirigidos a los diferentes segmentos de empresas. Este mismo equipo trabaja en el desarrollo de alianzas con diferentes productos y brokers del mercado asegurador para ampliar nuestros canales de venta.

Además, para continuar fortaleciendo el vínculo con el sector, próximamente se lanzará la venta de planes médicos para PyMES a través de Omint Digital, primera plataforma de venta de planes de salud del mercado argentino.

¿Cómo los afecta operativamente el complejo marco inflacionario y de qué manera los afecta la restricción al acceso de dólares?

La situación actual del sector es compleja y se vio impactada por varios factores en los últimos años. Los insumos médicos, equipos y medicamentos de alto costo han aumentado significativamente, producto de la inflación y de la inflación médica, impactando en los costos de los servicios. Y, adicionalmente, las regulaciones de nuestro sector, también constituyen un desafío que nos obliga a seguir adaptándonos permanentemente.

En conclusión, nuestro sector enfrenta desafíos significativos, sin embargo, seguimos siendo la mejor opción de atención médica de calidad en la Argentina y el nivel de satisfacción de los usuarios se mantiene alto.

¿Cuántas sucursales y afiliados tienen?

Omint cuenta con diferentes puntos de atención presenciales. Actualmente ofrecemos asesoramiento en 19 sucursales y 8 puntos de gestión, repartidos a lo largo de todo el país. Hoy en día brindamos servicio a más de 320.000 socios y socias en Argentina.

¿Está mermando la cantidad de afiliados producto de los aumentos en los planes?

El sistema de salud privado sigue creciendo en Argentina. Omint viene acompañando la

este crecimiento y seguimos trabajando en diseñar nuevos planes que se acomoden a la situación de las familias que necesitan ajustar su plan de salud.

Así es el caso del plan Midoc, un nuevo plan que lanzamos recientemente que ofrece una atención integral adaptada a las necesidades de cada afiliado/a, y garantiza un apoyo personalizado y de calidad, a través de la figura de un médico personal. Al mismo tiempo, nos facilita jerarquizar la atención de los profesionales y sistematizar las consultas en cada historia clínica de manera digital.

También lanzamos planes con copago para el mercado individual, que se adaptan a las necesidades y realidades económicas de los socios.

El avance digital ha producido un cambio en la manera de brindar servicios sobre todo con la pandemia ¿Cuáles son los cambios que Omint ha desarrollado para mantenerse vigente y brindar respuesta a sus afiliados?

La pandemia nos obligó a adaptarnos a un nuevo entorno y modificar nuestros servicios a nivel tecnológico para afrontar el contexto de incertidumbre que tuvimos que transitar. Estos cambios nos impulsaron a mejorar nuestra productividad. Además, implementar la tecnología en la estrategia de negocios, favorece el proceso de transformación digital y consolida nuestra misión de asegurar un funcionamiento eficaz para mejorar la sociedad en la que actuamos día a día. Por ejemplo, la implementación y renovación de aplicaciones móviles, facilitó en gran medida la resolución de problemas, favoreció el desempeño operativo.

Para nuestra organización, la tecnología cumple un rol fundamental en el sector médico. Por este motivo, decidimos implementar metodologías ágiles, las cuales sirven para entregar productos y/o servicios con mayor calidad en menor tiempo y con un bajo costo, ayudando a mejorar la productividad y eficiencia del equipo de trabajo.

Web: www.omint.com.ar. Renovamos nuestra web el año pasado mejorando la

navegabilidad y experiencia ágil para cada usuario: socio, prestador médico, empresa cliente, proveedor y personal de farmacia.

Desde allí se puede consultar información útil relacionada con las prestaciones y servicios, obtener información de los planes, beneficios exclusivos, programas de prevención, consultar la cartilla médica actualizada al día, solicitar autorizaciones, reintegros y presupuestos, gestionar habilitaciones, emitir certificados, entre otros.

Adicionalmente, desde la sección privada de la web (autogestionomint.com.ar), nuestros socios pueden generar su credencial digital y acceder al servicio de Médico online, cuando lo requieran. Actualmente contamos con más de X diferentes profesionales que brindan atención espontánea o con turno previo. Esta plataforma de atención médica registró, en el mes de febrero, un 83,8% de nivel de satisfacción de nuestros socios/as.

App Omint: Les ofrecemos a nuestros socios la posibilidad de descargar la App para iOS y Android, para acceder en forma instantánea a todos los servicios móviles vinculados con su plan médico.

Los usuarios pueden: Obtener la credencial digital "Smart Card": el socio puede generar su credencial digital desde la app y llevarla en el celular. Esta credencial sirve para presentarla en todos los prestadores de la red a nivel nacional. Acceder a Médico Online, para consultar diferentes especialidades médicas por videollamada, como: médicos clínicos, pediatras, dermatólogos, deportólogos, ginecólogos, infectólogos, nutricionistas, oftalmólogos. Además contamos con profesionales que brindan consejos para la lactancia, orientación para dejar de fumar, nutrición y diabetes y medicina del viajero. Buscar farmacias y prestadores por nombre, especialidad o por cercanía.

Pedir turnos con prestadores de consultorios externos de Clínica del Sol, Bazterrica o Santa Isabel. Actualizar sus datos de contacto. Consultar sus facturas. Solicitar autorizaciones. Buscar la sucursal más cercana. Conocer los descuentos y beneficios disponibles para socios.

Médico Online: Omint fue la primera pre-



OMINT

paga en ofrecer consultas médicas a través de una videollamada, en el año 2017. Este servicio tuvo un crecimiento exponencial durante la pandemia y hoy mantiene altos niveles de servicio y excelentes indicadores de satisfacción.

Es un servicio exclusivo para los socios de todos los planes, y se puede acceder libremente desde nuestra web o App Omint. Algunos datos desde el lanzamiento: 9 de cada 10 usuarios de Médico Online recomiendan el servicio. Más de 14.000 llamados por mes. Atención en más de 12 especialidades.

Guardia Smart: Es el servicio de acceso a las guardias de Clínica Bazterrica y Clínica Santa Isabel, que permite agilizar los tiempos de espera. Está disponible para todos los pacientes que se quieran atender en estas tres clínicas.

El servicio cuenta con la posibilidad de ingresar a la fila en forma online, y esperar desde la casa para ser atendido. En caso de no querer ir en el momento, se puede sacar un turno para atenderse con un médico de guardia dentro de las siguientes 24 horas. También se puede elegir realizar la consulta por videollamada, dentro de un rango horario.

¿Cómo está posicionada Omint respecto a otras empresas del sector?

Con 55 años de experiencia, Omint continúa brindando a sus socios/as y afiliados/as un servicio de alta calidad médica, posicionándose como líder en calidad y liderando la innovación en el mercado de la salud.

Con motivo de nuestro aniversario, lanzamos el nuevo slogan "Experiencia para lo que sigue", el cual hace referencia al diferencial que mencionamos anteriormente.

Fuimos la primera prepaga en lanzar el servicio de telemedicina en 2017 y los primeros en brindar la posibilidad de cotizar y comprar planes de salud, de manera sencilla e inmediata, a través de la plataforma de Omint Digital, y desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Esto nos permite mantenernos firmes en el sector y evolucionar posibilitando el fortalecimiento y la expansión de la empresa.

Este año, continuaremos con el proceso de transformación digital, apostando a la tecnología y a la innovación, a través de la inteligencia artificial, que cumple un rol fundamental en nuestro grupo y nos permite ofrecerle a nuestros/as socios/as una mayor accesibilidad y agilidad.

Además, seguimos trabajando para brindarles a nuestros socios una oferta ampliada e integral de todos los servicios con los que cuenta Grupo Omint. En esta línea, hemos iniciado un trabajo de crosseling entre Omint prepaga, Omint ART Y Omint Seguros, que sigue creciendo, para que nuestros clientes puedan conocer las distintas unidades de negocio con las que contamos y acceder a ellas, de manera ágil y sencilla.

Actualmente, a través de nuestro E-commerce Omint Digital, ofrecemos la posibilidad de comprar seguros de accidentes personales y próximamente ofreceremos planes de salud para pymes a través del mismo canal.



Energía que impulsa a la industria

Producimos petróleo, gas, combustibles y lubricantes para la industria y el cliente final. Generamos energía eléctrica a través de fuentes renovables y tradicionales.

DESDE HACE 25 AÑOS, INVERTIMOS, TRABAJAMOS Y CRECEMOS EN EL PAÍS Y LA REGIÓN.

Pan American
ENERGY

Energía responsable



Mastellone Hnos.

Primera empresa argentina y de la región en obtener el sello de bienestar animal para sus productos

LA COMPAÑÍA LÁCTEA HA TRABAJADO A LO LARGO DE SU HISTORIA JUNTO A LOS PRODUCTORES PARA PROMOVER BUENAS PRÁCTICAS EN EL CUIDADO DE LOS ANIMALES. LA CERTIFICACIÓN OTORGADA POR IRAM REFUERZA SU COMPROMISO CON LA ACTIVIDAD LECHERA DEL PAÍS.

Mastellone Hnos. certificó su sistema de Gestión del Bienestar Animal siguiendo los lineamientos de la ISO 34.700 (ISO, 2016), una de las más avanzadas que existen en la actualidad. Con este sello, el objetivo es impulsar una actividad lechera en la que se busque que los animales sean tratados con respeto, cuidado y de acuerdo con las normas éticas y de bienestar animal. Este hito, la convierte en la primera empresa argentina y de la región en contar con un sello de bienestar animal otorgado por IRAM posicionándola a nivel mundial como pionera en este tipo de certificaciones.

A lo largo de su historia, Mastellone Hnos. se ha esforzado en pos de la innovación, liderando los principales cambios producidos en la industria alimenticia nacional, entre los que se destacan la primera leche pasterizada en botella de vidrio, el desarrollo del famoso sachet, la innovadora línea de leches funcionales y la leche con menos de 50.000 bacterias por mililitro. Casi un siglo después, Mastellone Hnos. tiene definido un camino guiado por la innovación y el desarrollo de la industria alimenticia de la Argentina.

"El compromiso asumido por Mastellone Hnos. en la gestión del bienestar animal implica un esfuerzo operacional enorme, ya que también involucra a todos sus proveedores independientes"

Para asegurar la transparencia de este compromiso de bienestar animal, se eligió trabajar con instituciones de renombre que brinden seguridad y guía durante el proceso. De esta forma, se recurrió al IRAM, quién certificó los lineamientos y requisitos a cumplir para que la totalidad de los animales involucrados en la actividad lechera se desarrolle y vivan en adecuadas condiciones de bienestar.

"Mastellone Hnos. es una compañía nacional con más de 93 años de rica trayectoria ligada al desarrollo y la innovación del país. Como compañía, entendemos que el bienestar animal es un pilar fundamental en el inicio de la cadena láctea desde hace años. En 2022 decidimos dar un paso más en nuestro compromiso con las prácticas mediante la implementación del primer programa de Bienestar Animal (BA) bajo los lineamientos de normas ISO", comenta Luis Demicheli Gerente de Sistemas de Gestión y Sustentabilidad de Mastellone Hnos. "Detrás de la leche obtenida bajo estas acciones, existen numerosos beneficios que aportan no sólo a la calidad de la materia prima, sino también a la sustentabilidad de la actividad, ya que mejora el bienestar de los animales y el ambiente que los rodea", agregó.

El bienestar animal es un concepto amplio que se centra en analizar y proteger el estado físico y emocional de los animales, que varían de acuerdo con el entorno en donde el animal se desarrolla a lo largo de su vida. Tomando como referencia a la Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA), considera que un animal se encuentra en un estado satisfactorio de bienestar cuando está sano, confortable y bien alimentado, puede expresar su comportamiento innato, y no sufre dolor, miedo o estrés (WOAH, 2008).

"El compromiso asumido por Mastellone Hnos. en la gestión del bienestar animal implica un esfuerzo operacional enorme, ya que también involucra a todos sus proveedores independientes. En IRAM estamos muy satisfechos de acompañarlos en este gran desafío a través del desarrollo del servicio de certificación específicamente diseñado para brindarle confianza a sus consumidores" afirmó Guillermo Curi, director de Certificación de IRAM.



Los cinco principios que guían el bienestar animal son "Libre de hambre y sed", "Libre de incomodidad física", "Libre de miedo y ansiedad", "Libre de dolor y enfermedad" y "Libre para expresar su comportamiento natural". En este sentido, Mastellone Hnos. desarrolló un sistema de gestión que cuenta con un Protocolo de Evaluación del Bienestar Animal en establecimientos lecheros que, a través de un exhaustivo relevamiento, servirá como guía para lograr mejorar y gestionar las condiciones óptimas de confort y salud de los animales. Este compromiso de trabajo tiene como objetivo, buscar que la totalidad de los animales involucrados en la producción de leche se desarrolle y vivan en adecuadas condiciones de bienestar.

En el marco del desarrollo de este sello de bienestar animal, Mastellone Hnos. incorporó un área responsable y especializada la cual llevó adelante el relevamiento de los tamberos necesarios para poder obtener esta certificación. Esto también estuvo acompañado de capacitaciones y jornadas de actualización para productores en distintos puntos del país y, con el fin de educar en temas específicos de bienestar. La leche que utiliza Mastellone Hnos. para elaborar productos depende de aproximadamente 200.000 vacas adultas y 300.000 animales de otras categorías como terneras y vaquillonas que se encuentran distribuidas en aproximadamente 600 establecimientos remitentes ubicados en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, La Pampa, San Luis y Río Negro.

En una primera etapa de implementación, los consumidores ya podrán encontrar en las góndolas productos que incluyen en su envase el sello de bienestar animal otorgado por IRAM en: todas las leches de la marca La Serenísima, tanto leches fluidas (fresca y larga vida) como leche en polvo. Luego se sumará a las categorías de quesos blandos (Cremón, Port Salut y Saint Paulin), cremas, mantecas y demás productos de la compañía.

“La tecnología pone al alcance de todos los productores más y mejores soluciones para financiarse”



MARCOS HERBIN

Nera es un ecosistema digital de pagos y financiamiento para el agro que integra diferentes soluciones para optimizar la gestión de los agronegocios a lo largo de toda la cadena de valor y en un solo lugar.

El agro es un sector clave para la economía, con oportunidades para seguir creciendo y aportando al desarrollo. El contexto global, caracterizado por una creciente demanda de alimentos, de mejor calidad y producidos de forma sostenible, la introducción de

EN EL MARCO DE EXPOAGRO 2023, MARCOS HERBIN CEO DE NERA, CONVERSÓ ACERCA DEL IMPACTO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA GESTIÓN DE LAS FINANZAS EN EL CAMPO.

nuevos hábitos y la irrupción de la tecnología enfocada en la digitalización de procesos clave; está cambiando la forma de hacer negocios en el agro a una velocidad cada vez mayor.

Durante la última década, América Latina se ha convertido en protagonista de la transformación digital en el agro. Muchos jugadores comenzaron a integrarse dentro de la cadena, a la vez que han surgido un gran número de startups especializadas en la región. Las soluciones recorren diferentes instancias del ciclo productivo como Big Data y Agricultura de precisión, genética y protección de cultivos, mecanización de labores, trazabilidad, market-places o comercio electrónico, etc.

Actualmente el productor financia entre un 60% y 80% de su producción. La gran atomización y poca flexibilidad de las alternativas disponibles complejiza la tarea de elegir la más conveniente. De hecho, existen más de 35 opciones distintas para pagar y financiar la compra de insumos, cada una con condiciones particulares y plataformas diferentes.

“Para gestionar su negocio, el productor utiliza diferentes plataformas que resuelven dolores puntuales. Creemos que con una mirada ecosistémica, podemos sumar esfuerzos para simplificar las finanzas en el agro y optimizar la toma de decisiones”, señaló Marcos Herbin, CEO de Nera.

A través de la tecnología se puede integrar en un solo lugar una amplia variedad de alternativas de financiamiento y disponibilizarlas para que estén al alcance de todo tipo y tamaño de productor, desde cualquier geografía. A su vez, es posible relevar información financiera relevante para la toma de decisiones e incluso ofrecer finanzas más personalizadas que se adapten a las necesidades de cada usuario.

Un ecosistema de soluciones financieras Nera es un ecosistema digital de pagos y financiamiento que busca optimizar la gestión agrofinanciera para hacerla simple, práctica e integrada.

Nacida como una propuesta de valor diferencial del Grupo Galicia, Nera pone al productor en el centro, ofreciendo soluciones en torno a pagos y financiamiento tradicional y con granos, así como también para la gestión del negocio.

Durante 2023 y 2024, la compañía prevé integrarse progresivamente con múltiples plataformas para brindar la posibilidad de procesar distintos medios de pago, ofrecer acuerdos con diferentes entidades bancarias y sumar nuevos servicios, como la cobertura de riesgos, los e-cheq o la posibilidad de combinar diferentes medios de pago.

“Queremos consolidar más opciones para el productor, sumando más entidades y socios estratégicos, nuevos medios de pago y productos financieros. Al mismo tiempo buscamos ofrecer mejores soluciones para los proveedores de la cadena, ampliando herramientas para su red comercial, con más convenios y canales digitales”, destacó Herbin.

Asimismo, la compañía planea su regionalización, para expandir la plataforma a otros países relevantes del mapa agropecuario. Así, Nera busca posicionarse como un eco-

sistema que no solo facilite la gestión, sino también potencie la forma de hacer negocios de proveedores y productores en el campo.



DESIGNACIONES

Sancor Seguros Do Brasil estrena director general y potencia su plan de desarrollo

En 2013, con un consolidado liderazgo en Argentina y luego de exitosas experiencias tanto en Uruguay como en Paraguay, el Grupo Sancor Seguros asumió el desafío de insertarse en la principal economía de Sudamérica, ofreciendo productos y servicios pensados especialmente para un país en constante crecimiento. Con operaciones en seguros Patrimoniales, Agropecuarios y de Personas, Sancor Seguros do Brasil tiene su sede en la ciudad de Maringá, en el Estado de Paraná, con puntos de atención en otras. Con el fin de potenciar su desarrollo, la aseguradora recientemente designó como director general a Edward Lange, experimentado ejecutivo con vasta trayectoria en el mercado asegurador de Brasil y la región.



Edward Lange

Movistar celebra el millón de clientes conectados con Fibra óptica



MOVISTAR FUE PREMIADA CON EL SPEEDTEST AWARD DE OOKLA COMO LA INTERNET MÁS RÁPIDA DE ARGENTINA POR SEGUNDA VEZ CONSECUTIVA, EN EL MARCO DEL MOBILE WORLD CONGRESS (MWC), QUE SE REALIZÓ EN BARCELONA.

La empresa anunció que, tras un 2022 "con todo", superó el millón de clientes conectados con Fibra Óptica Movistar, y pudo consolidar su red de Fibra al alcanzar 3,8 millones de hogares desplegados, que ya pueden acceder al servicio de Internet. De cara al 2023, proyecta superar los 4 millones de hogares desplegados. El MWC es el mayor evento del ecosistema de la conectividad, donde decenas de

miles de altos ejecutivos de las principales empresas mundiales, gobiernos internacionales y compañías tecnológicas pioneras convergen para tomar decisiones sobre la industria. Alejandro Lastra, director de Asuntos Públicos y Regulación, estuvo presente para recibir el premio Speedtest de Ookla.

"Este logro es el resultado de una inversión en redes de última generación que venimos llevando adelante desde Movistar, sumado al compromiso del equipo humano de la compañía. Buscamos generar las condiciones necesarias para anticiparnos y gestionar una demanda cada vez más exigente por parte de los clientes, siguiendo el objetivo de llevar la conectividad a la mayor cantidad de hogares y

promover el desarrollo tecnológico de la sociedad y la inclusión digital", manifestó Marcelo Tarakdjian, CEO de Telefónica Movistar Argentina.

"Los premios Speedtest, presentados por Ookla, son una designación de élite reservada para los operadores móviles y de banda ancha fija más rápidos y de mayor rendimiento en todo el mundo. Es un placer entregar a Movistar el premio a la Red Fija más Rápida de Argentina. Este reconocimiento es testimonio de su desempeño excepcional en el tercer y cuarto trimestre de 2022, en el análisis riguroso de Ookla de las pruebas iniciadas por el consumidor, realizadas con Speedtest", indicó Doug Suttles, Director Ejecutivo de Ookla.

**Estamos junto a vos,
en todo momento,
acompañándote.**

**SANCOR
SEGUROS**

sancorseguros.com.ar

OSDE 50 años de trayectoria



Todo el sistema se ve afectado por la situación económica, incluido el sistema de salud. No obstante, en nuestro caso, la incidencia en la baja de servicio no es significativa.

EN DIÁLOGO CON REVISTA ECONÓMICA EL DR. LUIS FONTANA, DIRECTOR GENERAL DE OSDE, HACE UN REPASO DE LOS 50 AÑOS DE LA ENTIDAD, CÓMO AFECTA LA COYUNTURA ECONÓMICA Y LOS CAMBIOS QUE SE SUCEDEN AL RITMO DE LOS AVANCES DIGITALES.

Cuándo comienza OSDE sus actividades y cómo está conformado el grupo?

OSDE comenzó sus actividades en 1972 y en 2022 celebró sus primeros 50 años de trayectoria. Es una asociación civil cuyo objeto consiste en brindar servicios de salud de calidad. El grupo está compuesto por la obra social OSDE; Binaria Seguros; Interturis; URG Urgencias; y Fundación OSDE.

¿Qué representa 50 años de trayectoria?

Estar en el mercado desde hace 50 años no es poca cosa. Sobre todo en Argentina, con sus crisis cíclicas y sus cambios de rumbo. OSDE comenzó a desarrollar sus actividades a principios de los setenta. La respuesta eficiente, el acceso del socio al servicio sin barreras administrativas y la alianza estratégica con los prestadores nos convirtieron en líderes. Liderazgo que hoy, después de 50

años de crecimiento en diferentes contextos del país y del mercado, se mantiene firme.

¿Cuál es la filosofía de OSDE?

Nuestro desafío es seguir innovando, poniendo las nuevas tecnologías al servicio del cuidado. Así como lo hicimos con la creación de la credencial y receta digital, las consultas médicas, turnos y gestiones online para nuestros afiliados. Tenemos que promover el bienestar integral de las personas, administrando recursos finitos frente a todo tipo de demandas, conviviendo con la complejidad y la incertidumbre. Ese es el desafío. El bienestar integral de las personas tiene que ver con la evolución del concepto de la salud: cada persona protagonista y responsable de sus cuidados y hábitos saludables, nosotros como guías o asesores en ese proceso. Ya no basta con la ausencia de enfermedad.

¿Cuántas sucursales y asociados tienen?

En OSDE somos más de 6.000 colaboradores en 37 Filiales distribuidas en todo el territorio nacional y más de 2.200.000 millones de afiliados.

¿Cómo los afecta operativamente el complejo marco inflacionario y de qué manera la restricción al acceso de dólares?

En primer lugar, el costo de vida empuja las paritarias de salud y los salarios, recordemos, son la parte central de la estructura de costos de una clínica o sanatorio. En segundo lugar, hay una inflación médica global, aún en países con baja inflación, vinculada a I+D: patentes, investigaciones, nuevas drogas, tecnología médica, etc. La esperanza de vida subió en los últimos años como consecuencia de esto. En tercer lugar, la judicialización de las prestaciones médicas, a veces sin sustento científico.

¿Está mermando la cantidad de afiliados producto de los aumentos en los planes? ¿cómo hacen frente a esa coyuntura?

Todo el sistema se ve afectado por la situación económica, incluido el sistema de salud. No obstante, en nuestro caso, la incidencia en la baja de servicio no es significativa. Se nota un poco más el efecto cascado, es decir, pasar de planes más caros hacia los más económicos. Probablemente porque la cobertura de salud es una protección muy valorada.

El avance digital ha producido un cambio en la manera de brindar servicios sobre todo con la pandemia. ¿Cuáles son los cambios que OSDE ha desarrollado para mantenerse vigente y brindar respuesta a sus afiliados? La pandemia hizo tomar conciencia a nuestra sociedad: hechos inesperados pueden ocurrir en cualquier momento y truncar

sueños y proyectos. La sociedad actual se define, entre otras cosas, por su nivel de incertidumbre e inestabilidad, mucho mayor que hace una o dos décadas. Hay mayor conciencia de nuestra propia vulnerabilidad. Todo lo que se pueda hacer para acotar esa incertidumbre, es bienvenido. La tecnología simplifica procesos y facilita el acceso a la información. Implementamos la credencial digital, el sistema de consulta médica online, la receta electrónica y la cartilla digital. Continuamos trabajando para optimizar los canales de comunicación, como el Whatsapp, y la app Osde Movil.

¿Cómo está posicionada OSDE respecto a otras empresas del sector?

OSDE es líder del sector desde siempre. Trabajamos para consolidar y conservar ese liderazgo. La vara está muy alta.



Supervielle lanza “Inversión rápida”

EL BANCO SUPERVIELLE LANZO “INVERSIÓN RÁPIDA”, CONVIRTIÉNDOSE EN EL PRIMER BANCO QUE POSIBILITA RENDIMIENTOS DIARIOS CON OPERATORIA 24 HORAS.

La entidad ofrece una nueva experiencia de inversión en Fondos Comunes a corto plazo que permite al cliente generar rendimientos diarios y con liquidez inmediata, invirtiendo desde \$100.

En la actualidad, cada vez son más los ahorristas que buscan alternativas para lograr un mayor rendimiento del dinero que tienen disponible en caja de ahorro. Teniendo esto en cuenta, Supervielle lanzó “Inversión rápida” una experiencia que permite lograr este objetivo de una forma simple y accesible.

Desde la plataforma Online Banking y con la agilidad de dos clics, el cliente puede acceder a una experiencia simplificada e intuitiva para suscribir desde \$100 a Fondos Comunes de Inversión (FCI) de corto plazo en pesos; generando rendimientos diarios con liquidez inmediata, ya que el retiro del dinero puede solicitarse de lunes a viernes durante las 24hs.

Próximamente, contarán con esta opción en su aplicación (App Supervielle), y también se podrá suscribir y retirar el dinero los fines de semana. De esta manera, el cliente puede obtener ganancias con el dinero que no esté utilizando y, al mismo tiempo, contar con los fondos en el acto cuando lo considere necesario.

“A través de Inversión Rápida no sólo ofrecemos a nuestros clientes una herramienta para generar rendimientos diarios, sino que logramos una experiencia simplificada, ágil y segura que acerca e invita a cada vez más personas a la posibilidad de invertir” destacó



Leonardo

Sgavetti, Gerente de Experiencia Individuos en Supervielle y agregó “Inversión Rápida es para nosotros un nuevo paso hacia la inclusión financiera, ya que muchos usuarios no se animan a invertir por considerarlo difícil, en Supervielle buscamos ser un facilitador de su operatoria diaria y nos alegra ser el primer banco en ofrecer este tipo de alternativa”. Este producto forma parte de la filosofía Human Banking de Supervielle que consiste en

generar desarrollos digitales que tengan al cliente en el centro y brindar conocimiento sobre instrumentos de inversión para lograr el objetivo de inclusión financiera.

Acerca de Banco Supervielle

Banco Supervielle, de origen familiar, cuenta con una larga trayectoria en el sistema financiero argentino y una posición competitiva líder. Es el 8º banco de capital privado más grande de Argentina en términos de préstamos y el 11º sumando los bancos públicos. Supervielle desarrolla una filosofía de servicios financieros enfocada en el equilibrio entre los vínculos humanos y la tecnología, a través de un sistema de valores propios -ágil, cordial y sencillo- cuyo propósito es impulsar tus sueños.

EL MUNDO ESTÁ CAMBIANDO

CAMBIÁ PARA MEJOR

FATE.
COM.
AR

fate O

Tendencia

Los espacios flexibles en la estructura laboral



ROCÍO ROBLEDO
DIRECTORA DE WEWORK
ARGENTINA.

Apartir de la pandemia, notamos un cambio muy grande en los hábitos de consumo y de trabajo en las personas. Hoy, lo que antes era pensado como una dinámica rutinaria y "normal", cambió. La costumbre de ir obligatoriamente a la oficina 5 días de la semana ya no es posible y, obviamente, las empresas tuvieron que adaptarse y cambiar su dinamismo y estructura en el momento de la vuelta a la oficina.

A raíz de esto, el mercado inmobiliario de las oficinas sufrió grandes cambios pero logró adaptarse rápidamente: la creciente demanda de espacios flexibles de trabajo motivó al mercado a transformar las oficinas para hacerlas más colaborativas y di-

námicas y, así, cubrir con la demanda de las empresas que buscan mover sus headquarters a espacios que cubran mejor las necesidades de sus colaboradores.

En lo que respecta a las oficinas y estos nuevos hábitos, resulta sumamente importante que las organizaciones tengan en cuenta el factor clave para el desempeño proactivo y favorable entre los colegas: devolver la calidez al espacio laboral, sin perder de vista las oportunidades que ofrece una virtualidad. Esto, a través de una gestión inteligente con propósito, les permite a los colaboradores intercambiar opiniones y puntos de vista en un entorno controlado y óptimo para el trabajo cara a cara, tal como lo puede ofrecer un espacio colaborativo con las mejores condiciones



de infraestructura para garantizar un alto desempeño.

En este sentido, en WeWork contamos con espacios flexibles que brindan la posibilidad de trabajar de manera 100% online en oficinas privadas o espacios colaborativos, a los que pueden accederse a través de membresías que permiten a las empresas contar con un sistema de amenities e insumos para despreocuparse de temas como el mantenimiento administrativo de la oficina, el pago de los servicios públicos, el Internet, el café, entre otros.

En esta misma línea, lanzamos All Access, una membresía mensual con la cual es posible tener una oficina en más de 800 ubicaciones alrededor del mundo, cómodamente equipadas con conexión a Internet de alta velocidad, impresoras profesionales y sistemas audiovisuales para videoconferencias, además de livings, escritorios individuales o compartidos y cafeterías. Los edificios están abiertos las 24 horas del día y los siete días de la semana, por lo que cada colaborador tiene la oportunidad de decidir en qué momento trabajar.

La costumbre de ir obligatoriamente a la oficina 5 días de la semana ya no es posible y, obviamente, las empresas tuvieron que adaptarse y cambiar su dinamismo y estructura en el momento de la vuelta a la oficina.

Cómo pueden hacer las marcas de bebidas para captar a los nuevos consumidores



Hugo Magalhães

Ball Corporation, compañía líder en fabricación de envases de aluminio, realizó un estudio de mercado para comprender el comportamiento de los compradores.

En los últimos años, el mercado de bebidas en lata viene registrando un crecimiento sostenido sin precedentes. De hecho, el consumo de latas en Argentina creció más de 10% en 2022, y según el estudio realizado por Ball Corporation, esto en parte se debe a que los consumidores buscan envases que les permitan tener características como practicidad a la hora de elegir una bebida, entre otros motivos. Desde hace ya un tiempo, los consumidores buscan la comodidad en todos los productos que compran. La teoría de la inmediatez se volvió cada vez más real en nuestras vidas, y comenzamos a acostumbrarnos a un estilo de vida dinámico que a su vez nos brinde posibilidades acertadas y próximas. Siguiendo con esta línea, el estudio realizado por la compañía lo comprueba, ya que la practicidad (35%), el rápido enfriamiento (16%) y la medida justa (12%) son las principales ventajas percibidas por las personas, al momento de elegir bebidas en lata.

Pero no solo eso, sino que temas como la conciencia ambiental y la posibilidad de elegir marcas más sustentables que sean responsables de sus acciones, también

son factores que se están comenzando a tomar como punto de partida al momento de comprar.

Es decir, que nos encontramos frente a

un consumidor complejo, más informado y consciente, por esto más demandante con las compañías en lo que respecta no solamente al compromiso con la sustentabilidad, sino también al compromiso con los consumidores y el tratamiento de problemáticas sociales. Particularmente en Argentina y según el Trust Barometer de Edelman, en la actualidad el 53% de las personas encuestadas cree que las compañías deben asumir un rol de liderazgo para resolver estas problemáticas identificadas por la sociedad. Asimismo, los números reflejan que el 84% de los argentinos prefiere comprarle a empresas y comercios que tratan bien a sus empleados (20% lo hace más que antes de la pandemia) y un 61% piensa que las empresas deben ponerse al frente del cuidado del medio ambiente y la comunidad. (Fuente Kantar).

Entonces, la sustentabilidad y la circularidad de los envases son un diferencial y ayudan a las personas a comprar y utilizar productos cuyo impacto sea menos dañino con el medioambiente. Por eso, las marcas deben educar a los clientes en un consumo responsable y en el reciclaje de los residuos que se generan, para lograr tasas de recuperación más altas. Desde Ball Corporation, por ejemplo, potencian la lata de aluminio como el envase protagonista de un modelo de consumo más sustentable a través del movimiento QUIEROLATA.

Por otro lado, las marcas deberán buscar la forma de hacer sus embalajes más llamativos, ya que es el primer canal de comunicación que tienen con sus clientes, responsable de capturar la atención del

consumidor y transmitir los mensajes del producto, de sus atributos y del fabricante. En este sentido, los encuestados indican que innovaciones como tapas de colores, nuevos barnices, cambio de color por temperaturas frías, etiquetas coleccionables, texturas de relieves, entre otras más, las ayudaría a diferenciarse y destacarse en las en las góndolas.

Para hacer frente a esta demanda, la compañía cuenta con la tecnología Ball Digital Printing que permite impresión con calidad fotográfica y una infinidad de colores en latas para bebida, además de rótulos únicos y personalizados.

"Sabemos que estamos ante un cambio de paradigma con lo que respecta a nuestros consumidores, y queremos que la lata deje de ser recipiente que transporta el líquido, para consolidarse como una forma de comunicación premium, capaz de entregar nuevas experiencias a los consumidores desde la góndola del supermercado, pero, además, se adapte a las necesidades y preferencias de las personas" indica Hugo Magalhães, Director de Marketing de Ball Sudamérica. Y agrega: "Desde Ball queremos asesorar y acompañar a los productores de bebidas para que puedan innovar y desarrollar latas que estén a la altura de las cuestiones no solamente estéticas, sino sustentables y prácticas", concluye.



YO Y MI NUEVA MANERA DE COBRAR

Usá **wapa** y cobrá
de manera **ágil,**
práctica y **segura.**

**BANCO
PATAGONIA**
VOS Y LO QUE QUERÉS

CARTERA COMERCIAL – EL OTORGAMIENTO DEL SERVICIO WAPA SE ENCUENTRA SUJETO A LA ACEPTACIÓN DE SUS TÉRMINOS Y CONDICIONES DISPUESTOS POR BANCO PATAGONIA S.A. PARA MÁS INFORMACIÓN CONTÁCTESE CON SU OFICIAL DE CUENTA, ACÉRQUESE A CUALQUIERA DE NUESTRAS SUCURSALES O INGRESE A WWW.BANCOPATAGONIA.COM.AR. LOS ACCIONISTAS DE BANCO PATAGONIA S.A. (CUIT: 30-50000661-3, AV. DE MAYO 701 PISO 24 (C1084AAC), CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES) LIMITAN SU RESPONSABILIDAD A LA INTEGRACIÓN DE LAS ACCIONES SUSCRITAS. EN VIRTUD DE ELO, NI LOS ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE CAPITAL EXTRANJERO NI LOS ACCIONISTAS LOCALES O EXTRANJEROS, RESPONDEN EN EXCESO DE LA CITADA INTEGRACIÓN ACCIONARIA POR LAS OBLIGACIONES EMERGENTES DE LAS OPERACIONES CONCERTADAS POR LA ENTIDAD FINANCIERA. LEY 25.738. bancopatagonia.com.ar

Marfrig

Ganancia neta de 4,2 mil millones de reales en 2022



LOS INGRESOS NETOS DE LA COMPAÑÍA ROMPEN UN RÉCORD: 131 MIL MILLONES DE REALES, UN 53% MÁS EN COMPARACIÓN CON 2021. EL EBITDA AJUSTADO ALCANZA LOS 12,7 MIL MILLONES DE REALES. EL MARGEN EBITDA ES 9.8%. EL FLUJO DE CAJA OPERATIVO ES POSITIVO EN 9.300 MILLONES DE REALES. LA OPERACIÓN DE MARFRIG EN AMÉRICA DEL SUR GENERA INGRESOS NETOS DE 27.600 MILLONES DE REALES, UN 22,6% MÁS QUE EL AÑO ANTERIOR.

Marfrig, líder mundial en la producción de hamburguesas y una de las empresas de carne vacuna más grandes del mundo, presentó a la Comisión de Bolsa y Valores de Brasil (CVM) sus resultados fiscales para 2022 – los números consolidan la información contable y financiera de las Operaciones de América del Sur y América del Norte de la empresa y de BRF, uno de los mayores productores mundiales de alimentos, controlada por Marfrig desde abril de 2022.

La diversificación geográfica de las operaciones, la expansión de la cartera de productos y la consolidación de la información financiera de BRF aseguró el récord en ingresos netos en 2022: 131 mil millones de reales, un aumento del 53% en comparación con el año anterior. En el período, la proteína de res -foco de las operaciones de Marfrig en América del Sur y América del Norte- representó 61% de los ingresos netos totales de la empresa. Los productos derivados de proteínas de aves y cerdos, mercados en los que BRF

se encuentra entre los líderes mundiales, tuvieron una participación de 32% de ventas.

La ganancia neta alcanzó los 4,2 mil millones de reales y el Ebitda (ganancia antes de impuestos, intereses, depreciación y amortización) ajustado ascendió a 12,7 mil millones de reales. El margen Ebitda ajustado fue del 9,8% y el flujo de efectivo operativo alcanzó los 9.300 millones de reales. Estos resultados permitieron a Marfrig anticipar el pago de 1,1 mil millones de reales en dividendos a sus accionistas.

“El año 2022 fue un hito en la historia de Marfrig. La empresa se ha vuelto a consolidar como la mayor productora mundial de hamburguesas gracias a inversiones relevantes, ha demostrado la importancia de su diversificación geográfica y ha aumentado la participación de los productos de alto valor agregado en sus resultados”, dice Marcos Molina dos Santos, interventor y presidente del Consejo de Administración de Marfrig. “Además, la adquisición del control de BRF, líder en la

producción de alimentos y propietaria de algunas de las marcas más admiradas del país, fue un movimiento estratégico muy importante, que destaca nuestra visión a largo plazo”.

La consolidación de BRF contribuyó significativamente al aumento y mayor diversificación de los mercados de consumo atendidos. En el escenario actual, Estados Unidos aparece como el mayor mercado de Marfrig, con una participación del 42% de los ingresos netos totales. Le siguen Brasil con un 22%, China y Hong Kong con un 11%, Medio Oriente con un 6% y Japón y Europa con un 4% cada uno.

El año pasado, las inversiones de Marfrig en el segmento de carne bovina ascendieron a 2,7 mil millones de reales. El destaque fue la conclusión de una nueva fábrica de hamburguesas en Bataguassu, en Mato Grosso do Sul, con capacidad de producción de hasta 24.000 toneladas por año y cuyo foco es atender la creciente demanda del food service.

Expectativas de Empleo de ManpowerGroup 2º trimestre de 2023

SEGÚN MANPOWERGROUP SE ESPERA UN LIGERO AUMENTO EN LAS INTENCIÓNES DE CONTRATACIÓN PESE A QUE SON LAS MÁS DÉBILES DE LA REGIÓN



del 2023. La Patagonia lidera esta tendencia, con una ENE de +32%, seguida por la Pampeana, con una ENE +22%, mientras que el NOA arroja las expectativas de contratación más débiles, revelando una ENE de 0%.

En comparación con el periodo relevado anteriormente, notamos que las intenciones de contratación aumentan en tres de las seis regiones. La Patagonia lidera esta tendencia con un incremento de 30 puntos porcentuales, seguido por la región Pampeana, con una mejora de 8 puntos y el AMBA, con 7 puntos porcentuales.

En la comparación interanual, las expectativas disminuyen en tres de las seis regiones. El mayor declive se ubica en el NOA con 21 puntos porcentuales. Los aumentos más significativos en las intenciones de contratación se observan en la Patagonia y en la región Pampeana, con 16 y 9 puntos porcentuales respectivamente.

EN EL RESTO DEL MUNDO

En América, los empleadores de los once países relevados esperan aumentos en sus expectativas de contratación para el segundo trimestre de 2023. Panamá presenta las expectativas más altas de la región (+41%), seguido por Costa Rica (+38%) y Guatemala (+38%). Por el contrario, Argentina es el país que arroja las expectativas más débiles de la región (+16%), seguido por Brasil (+21%) y Perú (+23%).

A nivel mundial, los empleadores proyectan aumentar sus nóminas en los 41 países y territorios encuestados.

ManpowerGroup presentó los resultados de la Encuesta de Expectativas de Empleo correspondiente al segundo trimestre de 2023, que refiere al período de abril a junio. Este resultado fue obtenido tras encuestar a más de 700 empleadores argentinos, quienes reportaron una Expectativa Neta de Empleo (ENE) de +16% ajustado por estacionalidad, demostrando un aumento de 5 puntos porcentuales en comparación con el primer trimestre del 2023.

Los resultados revelan que el 37% de los empleadores encuestados planea aumentar sus dotaciones de personal, el 19% disminuirlas, el 39% no espera realizar cambios y el 5% restante no sabe si los realizará durante el período relevado.

Cabe destacar que el valor de la ENE se obtiene al tomar el porcentaje de empleadores que espera incrementar sus plantillas y restar el porcentaje de aquellos que proyectan una disminución durante el próximo trimestre.

“Pese a que el segundo trimestre del año seguirá marcado por un contexto macroeconómico adverso, como así también por las incertidumbres propias de un año electoral, se espera un leve repunte en las expectativas de contratación, traccionado principalmente por el sector de Servicios de Comunicación, y Energía y Servicios Públicos”, reflexiona Luis Guastini, director general de ManpowerGroup Argentina. Y agrega: “Sin embargo, en la comparación regional, los resultados de Argentina continúan siendo los más débiles”.

COMPARACIONES POR SECTOR

En las nueve actividades económicas relevadas los empleadores esperan incre-

FEDEX



FedEx Corp. (NYSE: FDX) anuncio que superó su meta 50 Days of Caring que consistió en ayudar a 50 millones de personas antes del 50 aniversario, celebrado el 17 de abril de este año.

Para celebrar aún más este hito, FedEx se enorgullece de anunciar que ha superado el objetivo de FedEx Cares 50 by 50 que consistió en ayudar a 50 millones de personas antes del 50 aniversario de la empresa. En reconocimiento a estos acontecimientos, la empresa realizó una donación de 50 mil dólares a World Central Kitchen

(WCK). “Durante las últimas cinco décadas, FedEx ha transformado al mundo conectando personas y posibilidades, y queremos celebrar este aniversario histórico retribuyendo a nuestras comunidades”, dijo el presidente y CEO de FedEx, Raj Subramiam. “Haber superado nuestro objetivo 50 by 50, de apoyar a 50 millones de personas globalmente demuestra la increíble dedicación de los miembros del equipo FedEx y nuestro firme compromiso de entregar, además de paquetes, esperanza, oportunidades y bienestar para el mundo”.

“FedEx Cares, fundado en el 2019, trabajó globalmente con más de 900 organizaciones sin fines de lucro para tener un impacto directo y positivo en más de 50 millones de personas. Los miembros del equipo FedEx hicieron servicio comunitario, invirtieron en esfuerzos filantrópicos y facilitaron el transporte de envíos humanitarios a muchas organizaciones. Algunas de las causas más destacadas son:

Ofreciendo esperanza y alivio al movilizar la red global de la empresa para suministrar productos de primera necesidad y medicamentos a las personas afectadas por catástrofes naturales y crisis.

Ayudando a cumplir sueños al invertir en inclusión y en la próxima generación de emprendedores.

Priorizando el planeta al invertir en soluciones e innovaciones para crear ciudades más sostenibles y capacitar a los miembros del equipo para restaurar y proteger el medio ambiente a través del servicio comunitario.

Dedicando tiempo de forma voluntaria a la comunidad para ayudar a brindar abrigo a niños en necesidad y alimentar a grupos vulnerables.

Aunque FedEx alcanzó el objetivo de 50 by 50, el trabajo sigue. Animamos a los miembros de nuestro equipo en todo el mundo a demostrar su apoyo a las comunidades a las que sirven diariamente y a participar en 50 Days of Caring ofreciéndose como voluntarios para una organización sin fines de lucro o donando artículos a entidades en necesidad. “El éxito de nuestros primeros 50 años y el impacto de nuestros esfuerzos benéficos y de voluntariado nos inspiran a continuar trabajando para crear un futuro tan transformador como el de nuestras primeras cinco décadas”, dijo Subramiam. “Ante todos nuestros logros, el haber podido ser parte de la construcción de un mundo mejor y más brillante es nuestra entrega más importante hasta ahora”.



**TODO PARA CUIDAR A LAS SELECCIONES DE HOCKEY
Y A LAS LEONAS Y LEONES DE TU EMPRESA**

Sponsor oficial
de Los Leones
y Las Leonas



CONFEDERACIÓN
ARGENTINA DE HOCKEY

SanCorSalud
Medicina Privada

El Futuro del Talento



HAY POCO, ES DIFÍCIL RETENERLO Y CUENTAN CON UN MONTÓN DE PROPUESTAS. SÓLO 3 DE CADA 10 TRABAJADORES REDUCIRÍAN SU SALARIO PARA GANAR FLEXIBILIDAD. CASI UN 25% DE LOS TRABAJADORES A NIVEL MUNDIAL NUNCA TUVO UNA REUNIÓN SOBRE SU CRECIMIENTO PROFESIONAL EN SU PUESTO ACTUAL. SÓLO EL 33% DE LOS TRABAJADORES UTILIZA TODOS SUS DÍAS DE VACACIONES, CONCEDIDOS PARA MANTENER SU SALUD MENTAL Y SU BIENESTAR.

Adecco

Con el telón de fondo de un mundo laboral en transición tras la pandemia Covid-19, que trajo consigo cierres forzados y políticas de trabajo desde casa, Adecco realizó un informe que se propuso investigar las nuevas actitudes y prioridades de los trabajadores hacia el trabajo y ofrecer soluciones eficaces a las empresas que luchan contra la pérdida de talento. En la tercera edición de esta encuesta anual, se entrevistó a 30.000 trabajadores, tanto de oficina como no de todo el mundo, entre ellos de Argentina. Mientras que los resultados principales apoyan la continuación de la Gran Renuncia, hay sutilezas detrás de este tema que pintan un cuadro más complejo. La elevada sensación de seguridad en el empleo, la preocupación de los trabajadores por los disturbios geopolíticos y la inminente recesión económica muestran indicios de que la Gran Renuncia podría ralentizarse. El informe descubre posibles estrategias para que las empresas atraigan nuevos talentos, fidelicen a los que ya tienen y, lo que es más importante en una época de escasez e incertidumbre, desarrollos el suyo propio.

Compensación Salarial - Una herramienta de atracción, pero no de retención

El salario es la razón número uno para que los trabajadores abandonen sus puestos de trabajo en el 2023. A medida que las empresas luchan contra el desgaste y la preocupación por la inflación aumenta, el incremento de los salarios se ha convertido en una táctica rápida para atraer a las personas adecuadas. Sin embargo, un salario más alto por sí solo no tiene un impacto duradero en la fidelización. Dado que casi la mitad de los trabajadores consideran que su salario no es un reflejo justo de su trabajo, las empresas deben vincular la remuneración con el rendimiento, en lugar de centrarse en las horas trabajadas. Del mismo modo, y en una época de escasez de talento, las empresas no deben concentrarse en la atracción en detrimento de la retención.

Flexibilidad - La continua demanda de autonomía

Ahora que las empresas empiezan a animar a su personal a pasar más tiempo en el lugar de trabajo, los resultados de esta

encuesta resaltan que los trabajadores siguen exigiendo autonomía en cuanto a horarios, lugar de trabajo y tiempo libre. 6 de cada 10 trabajadores de oficina ya han cambiado de trabajo o están en proceso como resultado directo de tener más flexibilidad; esto representa un aumento interanual de 19 puntos porcentuales en los trabajadores que están priorizando o ya han priorizado la flexibilidad. De hecho, el 30% de los trabajadores que están planeando dejar su trabajo declaran que la flexibilidad es su principal razón. Ofrecer una semana de cuatro días es una tendencia creciente entre las empresas que pretenden atraer talento, especialmente en China y EE.UU. Sin embargo, actualmente sólo está disponible para el 42% de los trabajadores de oficina en todo el mundo, y suele ir acompañada de un recorte salarial y de estrés por una carga de trabajo no reducida. Así, sólo 3 de cada 10 trabajadores reducirían su salario para ganar flexibilidad.

Crecimiento en la carrera profesional - ¿Atascado en cargos intermedios o en tierra de nadie?

El 31% de los trabajadores afirma que la principal razón para renunciar es la falta de crecimiento y de oportunidades. Esta carencia se evidencia mayormente en la Generación Z (86%) y los Millennials (84%). Además, sólo 4 de cada 10 personas que no son directivos dicen estar satisfechos con sus perspectivas de carrera y la inversión en desarrollo de competencias en su empresa, en comparación con 7 de cada 10 directivos. Por lo tanto, las oportunidades de desarrollo profesional deben abordarse con carácter de urgencia. El informe revela que los trabajadores que tienen menos posibilidades de desarrollar su carrera muestran una menor satisfacción en su trabajo actual y no se animan a solicitar oportunidades de trabajo internas.

Casi una cuarta parte de la mano de obra mundial no ha tenido nunca una reunión sobre su crecimiento profesional en su puesto actual. El desarrollo de los trabajadores, especialmente a nivel no directivo, es vital para crear una usina de talento.

Bienestar y salud mental - Replanteamiento de los programas de bienestar Con la mitad de los trabajadores de todo el mundo (49%) preocupados por ello, el agotamiento sigue siendo un problema universal, que afecta a todos los encuestados independientemente de la edad, la nacionalidad o el género. El 35% de los encuestados afirma que dejará de trabajar en los próximos 12 meses debido a la preocupación por el equilibrio entre la vida laboral y personal. Sin embargo, sólo el 33% de los trabajadores utiliza todos

sus días de vacaciones concedidos para mantener su salud mental y su bienestar. Y sólo el 17% se toma un día de enfermedad cuando se siente mal mental y emocionalmente. No es de extrañar que los trabajadores hayan empezado a practicar la "renuncia silenciosa" para protegerse del agotamiento. Esta tendencia, que no se detecta en los informes tradicionales de abandono, puede dañar la cultura corporativa, promoviendo un entorno tóxico en el que los trabajadores no se sienten seguros para hablar, y en su lugar deciden desengancharse. Es hora de reiniciar los programas de bienestar de las empresas para ofrecer iniciativas más eficaces.

Se realizó EconAr en La Rural



LA PRIMERA FERIA DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO QUE REUNIÓ EL TALENTO JOVEN Y LAS EMPRESAS IT DE TODO EL PAÍS.

Durante la exposición, se pudo acceder a los diferentes stands separados por categorías que van desde la Biotecnología y la Nanotecnología a la Realidad Virtual y la Inteligencia Artificial.

Participaron más de 100 empresas del sector, el tercero en volumen exportador de la economía argentina.

En 2022 la Economía del Conocimiento generó divisas por US\$ 7.000 millones y este año está previsto superar los US\$ 9.000 millones.

Más de 40 unidades académicas de todo el país presentaron su oferta académica y las nuevas oportunidades laborales.

Esta muestra se dio en el marco del reciente avance del proyecto que permite acceder al Monotributo Tech el cual apun-

ta a ayudar a la retención del talento capacitado en materia de software y tecnologías asociadas. También y como contrapartida, de la reciente resolución del aumento de los impuestos para la importación de equipamiento informático.



Schneider Electric presenta nuevas soluciones para sectores sin acceso a la energía



El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha estimado que en menos de 10 años, América Latina y el Caribe necesitarán más de 577.000 millones de dólares para cerrar la brecha de energía eléctrica. Según los últimos datos del Banco Mundial, aún hay más del 10% de la población mundial que no tiene acceso a este recurso.

En este propósito, y en su objetivo de ofrecer nuevas alternativas para garantizar el acceso a la energía, Schneider Electric continúa desarrollando una ambiciosa estrategia de innovación. Es así como destina parte de sus recursos para la configuración de soluciones como la Mobiya y la Homaya Pro. Esta última fue el reciente lanzamiento de la marca, la cual hace posible que miles de personas puedan disfrutar de un suministro permanente.

“Desde Schneider Electric, empresa líder en automatización y gestión eficiente de la energía, hemos entendido que un punto crítico en estos proyectos es poder brindar electricidad a las zonas en donde aún carecen de este recurso. Es por ello que desde los objetivos globales de Schneider se cuenta con el programa “Access to Energy” (A2E), donde tenemos la meta

a 2025 de proporcionar acceso a electricidad verde a 50 millones de personas globalmente. Con el fin de cumplir esto, se establece el compromiso de impacto en familias por región. Este año 2023, esperamos cambiar la realidad en más de 200 mil personas en Argentina, Paraguay y Uruguay”, afirma Sofía Yrigoyen, Líder de Sustentabilidad para Argentina, Paraguay y Uruguay.

“Las familias que vivían en zonas remotas necesitaban de una solución más completa que les permitiese cubrir sus necesidades energéticas. Esta nueva solución permite integrar baterías de tecnologías tanto de litio o estándar, tiene embebido un controlador MPPT para la integración con los paneles solares y es escalable”, concluye Sofía Yrigoyen.

Sin dejar de lado la Mobiya, una lámpara realizada con materiales sostenibles, que con 1 día de recarga puede iluminar hasta 48 horas. La batería garantiza su funcionamiento durante 5 años y ha sido preparada para resistir impactos de hasta un metro y medio de altura. Puede estar en el agua sumergida hasta 1 hora y, además cuenta con entrada USB para poder cargar celulares.

Estos desarrollos serían uno de los pro-

yectos más ambiciosos para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se trata de soluciones de fácil adaptación, más aún teniendo en cuenta que Argentina tiene un gran potencial para el desarrollo de la energía solar.

El propósito de Schneider es empoderar a todos para aprovechar al máximo nuestra energía y nuestros recursos, de manera que se apoye el progreso y la sostenibilidad para todos. A esto lo llamamos “Life Is On”.

Nuestra misión es ser su socio digital para lograr la sostenibilidad y la eficiencia.

Impulsamos la transformación digital mediante la integración de tecnologías de procesos y energía líderes en el mundo, productos de conexión de terminales a la nube, controles, software y servicios que abarcan todo el ciclo de vida, lo que permite la administración integrada de empresas para hogares, edificios, centros de datos, infraestructura e industrias.

Somos la empresa más local entre las empresas globales. Somos defensores de los estándares abiertos y de los ecosistemas cooperativos que comparten con la misma pasión nuestros valores de empoderamiento, inclusión y propósitos significativos.



Santander Argentina



Alejandro Butti

SANTANDER ARGENTINA PRESENTO SU INFORME INTEGRADO: ALLÍ REÚNE LOS RESULTADOS FINANCIEROS CON EL VALOR DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES DEL EJERCICIO FISCAL 2022. EL DOCUMENTO PERMITE RECORRER LA ESTRATEGIA DESARROLLADA EN EL MARCO DE SU COMPROMISO CON LA GESTIÓN DE UNA BANCA RESPONSABLE. TAMBIÉN MUESTRA LOS PRÓXIMOS PASOS DE UN MODELO DE CREACIÓN DE VALOR, QUE CUENTA CON UNA VISIÓN INTEGRADA DEL NEGOCIO.

Esta edición cuenta con un diferencial: siguiendo las nuevas pautas de la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés) y los principales estándares de informes ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), el Informe muestra los resultados del ejercicio de "doble materialidad". Esto

permite identificar los temas claves para la gestión del negocio y los impactos de las operaciones de Santander en la economía, el medioambiente y las personas. "El informe es una hoja de ruta que se presenta ahora, pero al que volveremos constantemente a lo largo del año porque guía nuestras acciones con el objetivo de impulsar el progreso de la comunidad, la inclusión y educación financiera, la diversidad, el arte y nuestras iniciativas para reducir el impacto ambiental", explica Celeste Ibañez, Head Banca Responsable/ESG & Gobierno Interno.

Para lograr identificar los principales riesgos y oportunidades -actuales y aspiracionales- en el desarrollo sostenible del negocio, se actualizó el análisis de materialidad realizado en 2021, lo que incluyó un aporte más directo de sus grupos de interés (entrevistas y encuestas internas y externas).

Para presentar los resultados y facilitar su comprensión, se alinearon los temas materiales y prioridades estratégicas a la lógica de los seis capitales del Marco Internacional (IR, por sus siglas en inglés). De esta forma, se hizo foco en los riesgos e impactos positivos y negativos que sus operaciones tienen en el desarrollo sostenible, preservando su compromiso de contribuir a los ODS y brindando información clara, precisa y transparente a sus públicos de interés.

Algunas de las principales conclusiones y cambios respecto al reporte anterior son: Las "finanzas verdes" y la financiación a clientes y a proyectos de tecnologías bajas en carbono y de reciclaje surgen como las mayores expectativas. La "experiencia y satisfacción del cliente" sigue siendo la temática más priorizada por su impacto interno y externo. "Diversidad e inclusión" se encuentra



**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

ahora entre los temas cruciales. La "digitalización e innovación", el "compromiso con la ética" y la integridad", y la "ciberseguridad y protección de datos" continúan siendo temas cruciales.

La "gestión integral de riesgos", que contempla todas las variables ASG, aumenta su importancia y se posiciona ahora como un tema crucial.

Alejandro Butti, CEO y Country Head de Santander Argentina, comentó: "Hoy somos una plataforma de servicios financieros a través de la cual buscamos brindar una experiencia cada vez más simple y enfocada en la necesidad de clientes. Esto nos permite llegar a distintos segmentos con distintas necesidades. Estamos convencidos de que el rumbo que debemos tomar es el del crecimiento sostenible. Para esto, buscamos aportar a la creación de valor para todas las partes interesadas: accionistas, colaboradores, clientes, ambiente y nuestra sociedad en general".

El Informe Integrado 2022 fue elaborado bajo las recomendaciones del International Integrated Reporting Council, los estándares de la Global Reporting Initiative y el marco de las Normas Internacionales de Información Financiera, con el compromiso de potenciar el desarrollo sustentable del país y la Agenda Global 2030 de Naciones Unidas. Con este formato, Santander afirma su compromiso con la transparencia y la ética a la hora de rendir cuentas.

A lo largo de sus páginas, puede obser-



varse las iniciativas para conseguir una sociedad más inclusiva, equitativa y sostenible a través de la educación superior, propuesta que desarrolla desde hace más de 25 años con Santander Universidades. En materia de inclusión social, repasa la presencia de Santander en comunidades no bancarizadas, brindando oportunidades de integración y crecimiento a través de las Sucursales de Integración Social, impulsando iniciativas que promuevan emprendimientos, empleabilidad y formación en oficios, y acompañando en la toma de decisiones responsables e informadas a través de iniciativas de educación financiera. En tanto, las iniciativas de Fundación Santander que aparecen son otra muestra de su impulso por la transformación social y reflejo del arte como agente de cambio.

También pueden encontrarse las iniciativas de finanzas verdes, donde el banco acompaña a sus clientes en la transición hacia una economía de energías renovables, al mismo tiempo que mide, compensa y mitiga su impacto en el ambiente.

Acerca de la Banca Responsable / ESG de Santander Argentina

El compromiso de Santander Argentina es contribuir al progreso de las personas y

las empresas, impulsando el crecimiento inclusivo y sostenible. Por ello, llevamos adelante diversas iniciativas sociales, ambientales y de gobernanza para generar triple impacto.

Durante el 2022, más de 225 mil personas recibieron el apoyo de Santander, a través de diversos programas enfocados en la comunidad. Contamos con 74 emprendimientos de impacto social y ambiental en el programa SuperClub+ Comprometidos, impulsando el consumo responsable y el emprendedurismo.

También impulsamos iniciativas para reducir el impacto ambiental: somos neutros en carbono y llevamos adelante programas de reducción, vinculados a eficiencia energética y alianzas ambientales. Estamos transformando nuestros espacios, contamos con Sucursales Sustentables, donde se aplica tecnología sostenible a través del uso de energía solar y un sistema de ahorro energético.

Acompañamos a nuestros clientes en su transición hacia una economía baja en carbono: llevamos 12 bonos verdes, sustentables y vinculados a la sostenibilidad, y lideramos la colocación del primer bono verde emitido por un municipio argentino en Córdoba.



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

Barbieri



EN LÍNEA CON SUS OBJETIVOS DE SUSTENTABILIDAD PARA EL 2030, BARBIERI REEMPLAZÓ EL 45% DE SU CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR ENERGÍAS RENOVABLES, CON LA INSTALACIÓN DE SOLARES EN SU PLANTA INDUSTRIAL DE BURZACO.

Actualmente vivimos en una sociedad que es más consciente y responsable respecto al cuidado del ambiente, alcanzando también a empresas que buscan adaptarse a un nuevo modelo de trabajo que minimice la huella de carbono de su actividad en busca de un futuro más sustentable. En ese sentido, Barbieri, empresa líder en el rubro de la construcción, realizó en alianza con Enel X y el Banco Santander, la instalación de más de 1.700 paneles fotovoltaicos en su planta industrial ubicada en Burzaco, Buenos Aires. Esta acción requirió una inversión de capital de 900.000 USD, obtenido a través de un préstamo enfocado en sustentabilidad otorgado por



Ignacio Lorenzo



Juan Erize



Juan Francisco Barbieri

l Banco Santander. Los paneles solares reemplazan un 45% el consumo anual de energía eléctrica de la red en Barbieri, el equivalente en emisiones de CO₂ a quitar 280 autos de circulación por año y, además producen 942 kWh para autoabastecimiento de la compañía e inyección del excedente a la red pública.

“Este es uno de los tantos proyectos que vamos a llevar adelante desde Barbieri, con el objetivo de alcanzar para el año 2030 que el 50% del consumo energético global de la empresa sea provisto por energías renovables, así como reducir en un 15% nuestro consumo energético actual”, comentó Juan Francisco Barbieri, Gerente de Sustentabilidad e Innovación de Barbieri. “Esto demandará un esfuerzo adicional en Argentina y nuestras filiales, más allá del proyecto actual, por lo que ya comenzamos a evaluar la puesta en práctica de iniciativas similares, por ejemplo, en Brasil”.

Por su parte, ENEL X, la empresa proveedora de los paneles fotovoltaicos, es una compañía global líder en transformación del sector energético cuyo objetivo es transformar la energía en nuevas oportunidades para que sus clientes descubran una nueva forma de usarla de manera sustentable.

En esa misma línea, este supone el primer contrato que Barbieri firma con la empre-



sa, con el fin de eficientizar el desempeño de sus operaciones.

“Este proyecto con Barbieri es un proyecto llave en mano, donde hicimos la provisión e instalación de un parque fotovoltaico. El parque genera casi un 50% de la electricidad que necesita la planta. Es un proyecto icónico, el más importante que Enel X Argentina ha realizado en el país”, describió Juan Erize, Gerente General de Enel X.

Para hacer posible esta instalación, Barbieri accedió a un financiamiento otorgado por el Banco Santander, entidad que está comprometida con un ambicioso plan de acción para los próximos 10 años, destinado a reducir la huella de carbono a partir del uso de energías renovables. De esta manera, Santander busca contribuir al progreso de las personas y las empresas, impulsando el crecimiento inclusivo

y sostenible, en este caso a través de créditos “verdes” destinados a la adquisición de bienes de capital nuevos de reconversión energética.

“En Santander estamos absolutamente comprometidos con el cambio y somos actores centrales en la transformación ambiental. Es por eso que creemos que este camino se construye haciendo realidad los proyectos sustentables de individuos y empresas, que les permitan adquirir productos que reduzcan el impacto ambiental, como es el caso de la energía renovable”, afirmó Ignacio Lorenzo, Head of Global Debt & Green Financing de Santander. “Este trabajo en conjunto con Barbieri y Enel X es el ejemplo de lo que queremos seguir haciendo para lograr un verdadero cambio ambiental en la comunidad”, concluyó el ejecutivo.

▪ Turismo nacional e internacional

▪ Viajes a medida

▪ Viajes de negocios

▪ Incentivos para empresas

▪ Salidas grupales

▪ Viajes de ocio

MOSAICO

DE VIAJES

- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel

www.mosaicodeviajes.com.ar

AUTOMOTRICES

FORD

FORD INVERTIRÁ EN EL PAÍS U\$S 80 MILLONES DE DÓLARES, EN LA FABRICACIÓN EN ARGENTINA NUEVOS MOTORES DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA

Daniel Justo, presidente de Ford Sudamérica y Martín Galdeano, presidente de Ford Argentina, anunciaron durante una reunión con Sergio Massa, ministro de Economía, la decisión de realizar una nueva inversión de 80 millones de dólares destinada mayormente a la fabricación en Argentina de una nueva familia de motores de alta tecnología que impulsarán a la próxima generación de la pick-up Ranger. Con este anuncio, el total de inversiones para la producción de la próxima

generación de la pick-up Ranger en el país alcanza un total de 660 millones de dólares. Esta decisión es una demostración de la importancia de la operación de Ford Argentina y el compromiso de Ford con el país.

"La decisión de continuar invirtiendo en Argentina es muy importante para Ford, y está alineada con nuestro objetivo de ofrecer lo último en tecnología global a los consumidores de Sudamérica" dijo Daniel Justo, presidente y CEO de Ford Sudamérica. "La mejora continua de nuestros productos y la competitividad, son clave para la sostenibilidad del negocio de Ford en la región. Esta nueva inversión demuestra el compromiso de Ford con el país", agregó el ejecutivo.

Fabricar esta nueva familia de motores demandará una importante transformación de la planta de motores de Pacheco, incorporando las últimas tecnologías y procesos productivos de Ford a nivel global, así como conceptos de manufactura 4.0. La prioridad en el diseño de esta planta y sus procesos es entregar motores de alta calidad para los clientes de Sudamérica. El inicio de producción de los nuevos motores en Planta Pacheco tendrá lugar durante el año 2024.

"Uno de nuestros objetivos es lograr la más amplia integración local posible de forma competitiva y eficiente" dijo Martín Galdeano, presidente de Ford Argentina. "Esta nueva inversión también fue posible gracias al profesionalismo y compromiso de cada uno de los trabajadores de Ford. Ellos están llevado adelante el proceso de transformación más grande en la historia de Planta Pacheco" complementó Galdeano.

La decisión de continuar invirtiendo en Argentina es muy importante para Ford, y está alineada con nuestro objetivo de ofrecer lo último en tecnología global a los consumidores de Sudamérica"



FPT INDUSTRIAL



Se anuncio el pre-lanzamiento de motores remanufacturados para el mercado argentino

Con el objetivo de promover un servicio diferencial a sus clientes, FPT Industrial acompañado de su distribuidor oficial Eurotorque, exhibió por primera vez en el país una alternativa sustentable en pósventas que son los motores remanufacturados garantizando su excelencia como un producto nuevo.

Original Reman es un motor cuya vida parece haber llegado a su fin pero que con una Remanufactura certificada FPT original, se le vuelve a dar uso en las mismas condiciones de un nuevo motor y con las mismas utilidades. La remanufactura de FPT Industrial permite ahorrar dinero y beneficiarse de una relación costo-calidad única.

Inicialmente, el Original Reman será ofrecido para la serie de motores Cursor 9 (agrícolas), y luego se ampliará a la necesidad de otros motores y aplicaciones en el mercado argentino.

En este sentido, los motores Original Reman son producidos con los mismos criterios y procesos de la línea de producción, lo que asegura confiabilidad, calidad del motor como nuevo y 12 meses de garantía. Además, para asegurar disponibilidad y garantizar el menor tiempo de inactividad, Original Reman busca la velocidad proporcionando tiempos de servicio rápidos para el cliente.

"Porque trabajamos todos los días pensando en mejorar nuestros



servicios y en cómo ayudar al negocio de nuestros socios de la mejor manera, hoy estamos anunciando este nuevo programa para el país. Seguiremos trabajando para ampliar su aplicabilidad y por supuesto, escuchando y acompañando las necesidades de cada uno de ellos", comentó Marco Rangel, presidente de FPT Industrial en América Latina.

Por su parte Gustavo Da Cruz, Gerente Comercial de Eurotorque, añadió que "es un Orgullo. Y más aún con este servicio que estamos lanzando, que significa una gran oportunidad para el cliente y sin dudas mejorará su negocio. Estos motores son remanufacturados, con garantía de nuevo, y reducen los tiempos de máquina parada a cero. Si tienes un motor FPT, no paras nunca".

"Porque trabajamos todos los días pensando en mejorar nuestros

GENERAL MOTORS ARGENTINA



EN SU 70 ANIVERSARIO, CHEVROLET OFRECE AL MUNDO UN CORVETTE AWD ELECTRIFICADO

Exactamente 70 años después de que Corvette debutaría en Motorama, en Nueva York, Chevrolet ha regresado para presentar el primer Corvette electrificado con all wheel drive (AWD) y un potente motor V8 de 6.2 litros LT2 de bloque pequeño, el E-Ray 2024.

Este Corvette utiliza electrificación para maximizar la experiencia y el desempeño de manejo, que va desde la intensidad en una línea recta hasta la confianza en todos los tipos de clima y capacidades que solo se logran con el eAWD.

E-Ray es también el único auto deportivo que combina dos diferentes sistemas de propulsión, con la potencia de un motor V8 naturalmente aspirado con la capacidad de respuesta electrificada del eAWD, convirtiéndolo en un auto como ningún otro.

E-Ray es el Corvette de producción más rápido de la historia, registrando un tiempo de aceleración de 0 a 60 mph (96.6 km/h) de 2.5 segundos, para llegar al cuarto de milla en 10.5 segundos.

OnStar, el servicio de seguridad que los usuarios vuelven a elegir OnStar sigue creciendo en la Argentina, mostrando la gran aceptación por parte de los clientes que utilizan este servicio. OnStar es la tecnología exclusiva de Chevrolet que protege a sus usuarios y familias, ofreciendo conectividad y asistencia personalizada las 24 horas, los siete días de la semana, en los vehículos Onix, Cruze, Tracker, Equinox, Trailblazer y S10 (*), en cualquier lugar donde se encuentren del territorio argentino y sus países limítrofes.

CHEVROLET PRESENTE EN EXPOAGRO 2023

El stand de exhibición de Chevrolet ofreció una pista de pruebas dinámicas 4x4 para que los visitantes pudieran hacer el test drive de la pickup Chevrolet S10 High Country y el SUV Trailblazer. Además, se exhibieron los SUV Equinox y Tracker, este último que ha logrado posicionarse como el SUV más vendido del país durante el 2023.

"Chevrolet es una marca referente en Argentina. Estar presentes en Expoagro, es parte de ello. Esta vez mostramos al público nuestra gama de camionetas 4x4 como S10, Equinox, Trailblazer y también el Chevrolet Tracker de fabricación local", dijo Raúl Mier, Director Comercial de General Motors Argentina.



HONDA ARGENTINA

LA EMPRESA EXHIBIÓ LA RENOVADA TORNADO XR250



Honda Motor de Argentina estuvo presente en una de las competencias más importantes de motocicletas del mundo: el Enduro de Verano (EDV) que tuvo lugar Villa Gesell. En la 28va. edición de este clásico evento, y bajo el hashtag #SomosHondaEnduro, la compañía exhibió los modelos emblema de la familia XR: XR150L, XR190L y la XR250 que estrena novedades en diseño y equipamiento. Además, en el stand de la marca se destacó la África Twin.

La Tornado XR250 presenta un diseño frontal con faros, guardabarros y guiños renovados. También incorpora un corte que impide la puesta en movimiento de la moto con el soporte lateral extendido y un sistema de bloqueo de manillar, desarrollados bajo las nuevas normas de seguridad.

"Como parte de nuestra presencia en el país y en el marco de la celebración de nuestro 45 aniversario en Argentina, continuamos invirtiendo para mejorar día a día nuestros productos y seguir posicionándonos como líderes y referentes en el mercado, en este caso con la Honda Tornado", afirmó Víctor Pruvost, Gerente Comercial de Honda Motor de Argentina.

"Como parte del equipo de desarrollo, fue un placer haber participado en este evento único que tiene a la Tornado como gran protagonista. Ver el fanatismo del público por Honda fue algo inolvidable", comentó Keita Mikura, Jefe de Ingeniería Regional de la división de nuevos modelos para América Latina, quien viajó especialmente al país para participar de esta competencia tan emblemática para la categoría, y en particular para la Tornado XR250.

Honda Argentina e YPF refuerzan y amplían su alianza

Al acuerdo estratégico destinado a la división de motocicletas y provisión de energía renovable, se suman las unidades de negocios de automóviles, motores fuera de borda y también equipos de competición.

La alianza celebrada entre Honda e YPF a principios de 2022 con el foco en desarrollar soluciones de valor para la industria de motocicletas y la provisión de energía renovable por parte de YPF Luz a la planta de Honda Motor de Argentina, ahora se amplía con la incorporación de nuevas oportunidades para las unidades de negocios de automóviles y motores fuera de borda.



MERCEDES BENZ ARGENTINA

RÉCORD PARA LA MARCA DEPORTIVA MERCEDES-AMG EN EL PAÍS



Expoagro 2023: En un stand interactivo

Mercedes-Benz Camiones y Buses lució sus camiones de industria nacional y anunció las novedades del año.

En el marco de Expoagro, Mercedes-Benz Camiones y Buses exhibió sus productos de fabricación nacional, los camiones Atego y Accelo. Además, compartió con el público sus principales novedades para el 2023.

La empresa apostó al relanzamiento de su campaña Kilómetro a Kilómetro, con la que busca acompañar a sus clientes desde que se suben al vehículo, hasta que eligen su próximo Mercedes-Benz. "El objetivo de esta campaña es parte de nuestra visión de negocio 360° que abarca todo el proceso en la vida de los camiones y buses: venta, repuestos, servicios, planes de mantenimiento, REMAN, financiación y compra del camión usado del cliente como parte de pago" explicó Roberto Faist, Gerente de Marketing y Producto de Mercedes-Benz Camiones.

Fernando Rivero, Director de desarrollo de Red Comercial y Postventa de Mercedes-Benz Camiones y Buses, afirmó: "Estamos felices de anunciar una alianza estratégica de cooperación y desarrollo entre Mercedes-Benz Camiones y Buses Argentina y MICHELIN Flotas Conectadas powered by Sascar, donde se unen el conocimiento y la

tecnología de ambas empresas para potenciar las soluciones al transporte". Y agregó: "Esta alianza, que nos permite seguir ampliando nuestra oferta

de servicios de la mano de MICHELIN Flotas Conectadas powered by Sascar, ya está presente en el mercado brasileros desde hace unos años para el segmento de camiones pesados".



SCANIA ARGENTINA

YA FUNCIONAN EN ARGENTINA LOS PRIMEROS MOTORES SCANIA A BIOGÁS



Scania Argentina concretó, para Estancia San Lino, la conversión de dos motores de grupos electrógenos para ser impulsados con biogás. Los propulsores funcionaban con gas natural y con esta modificación generan ventajas económicas, a la vez que mayores cuidados al medioambiente.

Ubicado en Chivilcoy, los primeros dos motores Scania a Biogás serán utilizados para el emprendimiento agrícola ganadero San Lino Agropecuaria SA, y significa una enorme apuesta de economía circular, ya que se obtiene el biogás de materia orgánica.

En cuanto a la capacidad de generación de biogás, la obra de San Lino está diseñada para obtener 250 m³ por hora, lo cual es transformado por el motogenerador en 300 kWh de energía eléctrica, que serán ampliados a 500 kW que es lo que la planta puede alimentar de manera constante generando inyección a la red las 24 hs, explicaron desde BGA, constructores de plantas.

Nueva mochila que duplica la autonomía de su línea Green Efficiency

La marca sueca exhibió en Expoagro, las nuevas mochilas para vehículos GNC, que ofrecen mayor capacidad y autonomía de almacenamiento de gas natural, para mayor autonomía en los camiones de la línea Green Efficiency. También continúa ofreciendo soluciones de financiación con Scania Credit y promociones especiales para el agro con Scania +10.

Este nuevo producto está compuesto por cuatro tubos de fibra de carbono ultralivianos con capacidad de almacenamiento de

200m³. Para su instalación, la mochila se incorpora detrás de la cabina del camión y existe la posibilidad tanto de instalarlo en unidades nuevas, como en las que hayan sido adquiridas anteriormente, para poder recorrer mayores trayectos impulsando la movilidad sustentable.

"Continuamos ampliando nuestro portfolio de soluciones, que nos permite acompañar a los diversos sectores productivos del país", afirmó Oscar Jaern, CEO de Scania Argentina.

Nuevo plan de inversiones en el país por 27 millones de dólares.

En el marco de su 47º aniversario, Scania explicó que la decisión responde a una necesidad productiva de la compañía a nivel global, motivo por el cual se instalará una nueva línea en la fábrica que la firma tiene en Tucumán.

Del total de las inversiones, 18 millones se aplicarán en la planta ubicada en la localidad tucumana de Colombres, que se utilizarán para la nueva generación de productos, de maquinaria, y de infraestructura y desarrollo de competencias. Entre las incorporaciones, se destaca la nueva línea de fibra de carbono para las piezas de sincronizado de la nueva caja de cambios, la cual comenzará a funcionar a partir de este año. Por otro lado, 9 millones de dólares serán destinados a la red de servicios, distribuida estratégicamente alrededor de todo el país y que actualmente cuenta con 28 puntos de servicio.

STELLANTIS

FIAT CRONOS ES EL VEHÍCULO MÁS VENDIDO DE ARGENTINA



En su quinto aniversario, el Fiat Cronos es el vehículo más vendido de Argentina por segundo año consecutivo. El auto que se produce exclusivamente en la planta de Stellantis en Córdoba ya superó las 280 mil unidades producidas desde su lanzamiento en 2018.

En cinco años es el auto que más se vendió en todo el mercado argentino.

Es el auto más elegido por los argentinos, con 31 meses consecutivos como líder del mercado. En febrero de 2022 marcó el récord histórico de participación de cuota de 15,2% sobre el mercado total. También es el auto de producción nacional con mayor integración de piezas locales (48%). El modelo de la marca italiana es el sedán más vendido de Sudamérica. Y a lo largo de estos años cosechó los premios A la Excelencia Exportadora, Mercurio, PIA, Eikon y Auto-cosmos. Con más de 280.000 unidades producidas desde su lanzamiento en 2018, el Fiat Cronos se ha convertido en un referente no sólo de su categoría sino también de la industria argentina.

40 años del lanzamiento del 205

El 24 de febrero de 1983, Peugeot causó sensación al lanzar el 205. Este modelo consolidó la marca en la era moderna, tanto en términos de producto, de marketing como en el automovilismo. Una mirada retrospectiva a una seductora historia épica... el origen de una larga línea de exitosos automóviles urbanos PEUGEOT y también asequible... En resumen, un automóvil que cumplía todos los requisitos.

Diseño de Peugeot frente a Pininfarina

En términos de diseño, así como de tecnología y marketing, el Peugeot 205 cambió el juego. Fue un diseño que inauguró algunos signos distintivos que se encontrarían en los futuros Peugeot, por ejemplo, la parrilla con barras horizontales y la banda entre las luces traseras.

El primer diesel pequeño de alto rendimiento

Técnicamente, el Peugeot 205 marcó la entrada de PEUGEOT en la era moderna: compacto pero espacioso, práctico con su hatchback, eficiente y económico al mismo tiempo, adaptado a todos los usos... En particular, es el primer automóvil de la marca en adoptar barras de torsión en la parte trasera, con el fin de liberar más espacio en el compartimiento de pasajeros. También es el primer automóvil en recibir la nueva familia de motores XU, como el XUD7, un motor de cuatro cilindros de 1.769 cm³ con 60bhp. El PEUGEOT 205 fue el primer automóvil diesel francés pequeño y, sobre todo, el primer modelo diesel pequeño en ofrecer un rendimiento equivalente al de sus homólogos nafteros, pero con un consumo mucho menor (3,9l/100km de media).

De 45 a...;200 caballos de fuerza!

El Peugeot 205 fue el primer pequeño Peugeot en recibir una gama tan amplia y variada de motores, de 45 a 200 caballos de fuerza! y una caja de cambios automática, una opción rara en el mercado en ese momento. Desde su lanzamiento en 1983, vino con cuatro motores nafteros y uno diesel.

BMW

DIGITAL, DINÁMICO Y AHORA TAMBIÉN TOTALMENTE ELÉCTRICO: EL BMW SERIE 5 ENTRA EN UNA NUEVA ERA



El BMW Serie 5 también llegará con una motorización totalmente eléctrica de BMW M GmbH / El lanzamiento comenzará en octubre de 2023 / BMW i5 Touring llegará en 2024 posicionándose como el único modelo totalmente eléctrico en el segmento de automóviles familiares. Dentro de apenas unos meses se presentará la octava generación del BMW Serie 5 sedán. El nuevo modelo será más dinámico y confortable que nunca, y contará con una interpretación actualizada de su característico diseño elegante y deportivo, sin olvidar el Sistema Operativo BMW 8.5 con BMW curved display, los innovadores servicios digitales y, por primera vez, un sistema de propulsión puramente eléctrico bajo la denominación BMW i5.

La arquitectura flexible del tren motriz permitirá que el nuevo BMW Serie 5 sedán se ofrezca en variantes totalmente eléctricas e híbridas enchufables, así como con motores nafteros y diésel de alta eficiencia con tecnología Mild Hybrid de 48 V.

En la conferencia anual del BMW Group, Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración BMW AG, anunció más detalles sobre la nueva gama de modelos del BMW Serie 5, e indicó que el sedán también estará disponible con una versión M Performan-

El BMW i4 M50 totalmente eléctrico muestra cómo BMW combina el rendimiento dinámico y la movilidad eléctrica a la perfección”, dijo Zipse.*

ce totalmente eléctrica. “El BMW i4 M50* totalmente eléctrico muestra cómo BMW combina el rendimiento dinámico y la movilidad eléctrica a la perfección”, dijo Zipse. “Fue el modelo BMW M más vendido en todo el mundo durante 2022. También se incluirá un modelo Performance totalmente eléctrico de BMW M GmbH en la nueva gama de sedanes del Serie 5”.

Zipse reveló que también se sumará una nueva variante al portfolio de motores del nuevo BMW Serie 5 Touring. “El BMW Serie 5 Touring es muy popular, especialmente en Europa”, comentó. “A partir del segundo trimestre de 2024 también vendrá en una versión totalmente eléctrica, lo que nos brindará un diferencial de venta verdaderamente único en este segmento”.

MOVISTAR CON TODO

Fibra TV Móvil Movistar Arena

MÁS INFORMACIÓN EN WWW.MOVISTAR.COM.AR

Tu vida nos inspira.

El 11 de abril celebramos nuestro aniversario. 89 años cerca tuyo, **impulsando tu bienestar y el de tu familia en cada etapa de la vida.**

