

Revista **Económica**

AÑO XXXVIII / N° 182 / JULIO-AGOSTO 2023

Gasoducto GFNK

EL CAMBIO DE LA MATRIZ ENERGÉTICA

Fernando Werlen

GRUPO SANCOR SALUD, EL NUEVO PARADIGMA
DE LA SALUD EN ARGENTINA

Sergio Fernández

JOHN DEERE, SOLUCIONES Y CONOCIMIENTO
PARA EL PRODUCTOR AGROPECUARIO

Estudio FMI

GANANCIAS DE EMPRESAS EXPLICA
EN PARTE LA INFLACIÓN EN EUROPA

YPF

PRIMER PLANTA
PRODUCTORA DE GNC

Sustentabilidad

NUEVA CHEVROLET MONTANA.

LA SUV QUE NECESITÁS, LA PICK UP QUE SOÑABAS.



ONSTAR



MOTOR TURBO 1.2

ENCONTRÁ NUEVOS CAMINOS™

CHEVROLET 

No ahogar más al sector productivo

El gobierno lanzó hace unas semanas nuevos impuestos y el aumento de los ya existentes, que agrega un peso adicional a la carga tributaria que agobia desde hace tiempo a las empresas trabando la actividad productiva y desincentivando la inversión privada. Tres de las entidades gremiales empresarias más representativas del sector productivo como La Unión Industrial Argentina, la Asociación Empresaria Argentina y el Foro de Convergencia Empresarial hicieron escuchar su voz señalando entre otras cosas que el déficit fiscal generado por el aumento del gasto público en todos los niveles de gobierno, las pérdidas de las empresas del Estado, los subsidios a la energía y el transporte y el financiamiento de dichas deudas a través de la emisión monetaria, nos ha llevado a una tasa de inflación muy elevada que constituye un impuesto adicional, especialmente sobre los sectores más vulnerables.

También cuestionan la forma de implementar las medidas ya que la discusión de estos temas tan relevantes debe darse en el Congreso de la Nación que, según la Constitución Nacional, es el único habilitado para la creación de nuevos impuestos y la ocasión para hacerlo es la discusión del Presupuesto 2024.

Volviendo a las medidas, estas impactan sobre la competitividad de las exportaciones y generan costos retroactivos sobre importaciones ya pautadas. El sector formal de la economía soporta una presión fiscal altísima, y es urgente trabajar para reducirla, solo así se generarán las condiciones para un desarrollo económico y social sustentable que permita la generación genuina de empleo.

No caben dudas que las medidas anunciadas afecta la actividad con fuerte im-

pacto en las PyMEs a partir de una mayor presión fiscal al sector productivo, mayores costos y pérdida de competitividad para la exportación. Resulta fundamental evitar el sesgo antiexportador y las distorsiones de precios que generan estos esquemas que impactan aleatoriamente en las cadenas de valor generando zozobra e incertidumbre.

Es muy probable que el conjunto de estas medidas genere consecuencias negativas en el bolsillo de los consumidores, especialmente entre los sectores de menores ingresos ya que, un aumento en el precio del dólar -sea a través de un impuesto o a través del precio de mercado como hemos estado viendo- genera, inevitablemente, una suba en la inflación. No solo esto, sino que el incremento en el valor de exportación de las economías regionales tiene un impacto directo en el valor de los alimentos entre otras cosas.

Como señalara un renombrado economista "creen que apretando al sector privado con cepo van a lograr conductas de crecimiento económico" cuando lo que hay que hacer es liberar el potencial que tiene el sector productivo con medidas que alienten su desarrollo y crecimiento. Debe haber una política exterior que nos integre productivamente al mundo, que busque cuáles son esos motores de crecimiento y de garantía a la inversión extranjera con un plan macroeconómico a mediano y largo plazo que dé previsibilidad a los compromisos externos y a la administración de las reservas internacionales.

Sumario



4 pag.

SERGIO FERNÁNDEZ

John Deere, soluciones y conocimiento para el productor agropecuario



6 pag.

YPF

Construcción de la primera planta productora de GNL



8 pag.

GASODUCTO GPNK

El cambio de la matriz energética



18 pag.

INFORME FMI

Las ganancias de las empresas explican en parte la inflación en Europa



22 pag.

ACTIVIDAD PYME

Se crearon 140 mil puestos de trabajo



26 pag.

FERNANDO WERLEN

Sancor Salud, nuevo paradigma de la salud en Argentina



40 pag.

ACCENTURE

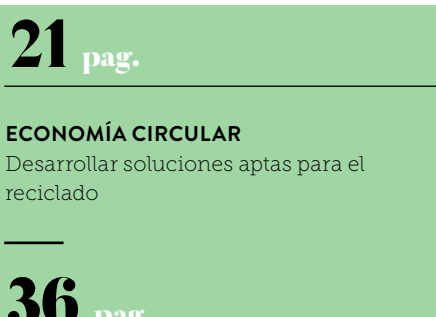
Inversión de tres mil millones de dólares en IA



16 pag.

PREVENCIÓN ART

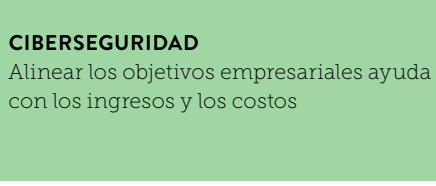
Nuevo desarrollo tecnológico



21 pag.

ECONOMÍA CIRCULAR

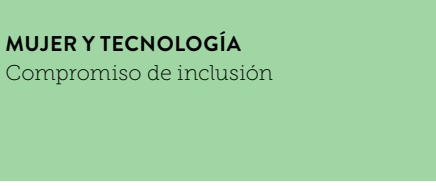
Desarrollar soluciones aptas para el reciclado



34 pag.

CIBERSEGURIDAD

Alinear los objetivos empresariales ayuda con los ingresos y los costos



36 pag.

MUJER Y TECNOLOGÍA

Compromiso de inclusión



12 pag.

ENERGÍA EÓLICA

Su generación en 2023 permitirá ahorro de divisas al país



30 pag.

OCDE

Conducta Empresaria Responsable, claves para multinacionales



14 pag.

JULIÁN GONZÁLEZ

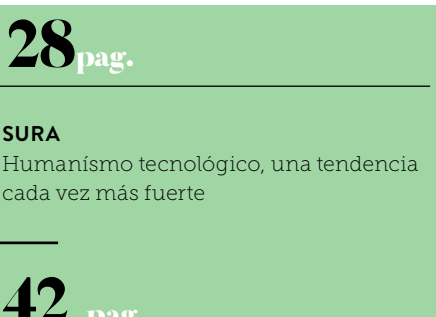
Qué son las OKRs y cómo pueden ayudar a tu PyME



38 pag.

BIOINSUMOS

La naturaleza aliada a la innovación



28 pag.

SURA

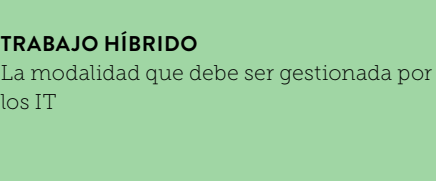
Humanismo tecnológico, una tendencia cada vez más fuerte



32 pag.

BBVA Y UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS

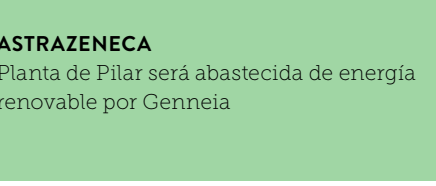
Programa de fortalecimiento de negocios de impacto



42 pag.

TRABAJO HÍBRIDO

La modalidad que debe ser gestionada por los IT



46 pag.

ASTRAZENECA

Planta de Pilar será abastecida de energía renovable por Genneia

Staff

Edición 182

JULIO - AGOSTO 2023

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

Buenos Aires, Argentina.

E-mail: reveconomica@gmail.com

rechax2@gmail.com

www.revistaeconomica.com.ar

John Deere: Soluciones y conocimiento para el productor agropecuario



SERGIO FERNÁNDEZ

JOHN DEERE SE HA CONVERTIDO EN UNA EMPRESA QUE BRINDA SOLUCIONES Y CONOCIMIENTO AL PRODUCTOR AGROPECUARIO A TRAVÉS DE SU PORTFOLIO TECNOLÓGICO APLICADO A LA MAQUINARIA AGRÍCOLA. LA INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA A LOS EQUIPOS ESTÁ DIRECTAMENTE RELACIONADA CON SU PROPÓSITO DE PRODUCIR DE FORMA EFICIENTE Y SEGURA CON EL AMBIENTE, MANIFESTÓ A REVISTA ECONÓMICA, SERGIO FERNÁNDEZ, PRESIDENTE DE LA EMPRESA.

Dónde se desarrollan las actividades productivas de John Deere?

Las actividades productivas de John Deere se desarrollan en 3 ubicaciones geográficas: en Granadero Baigorria (Santa Fe) se producen tractores, cosechadoras, plataformas y motores (marca John Deere); en Las Rosas (Santa Fe), pulverizadoras, fertilizadoras y sembradoras (marca PLA); y en Campana (Buenos Aires), botalones de fibra de carbono (marca King Agro).

¿Cuáles son las nuevas tecnologías que está incorporando la empresa?

John Deere se ha convertido en una empresa que brinda soluciones y conocimiento al productor agropecuario a través de su portfolio tecnológico aplicado a la maquinaria agrícola. La incorporación de tecnología a sus equipos está directamente relacionada con su propósito de producir de forma eficiente y segura con el ambiente.

Actualmente, la apuesta tecnológica local de la compañía, gira en torno a la agricultura de precisión a través de la conectividad del Ecosistema Conectado y el John Deere Operations Center™. Ecosistema Conectado es un sistema en donde personas, inte-



A través de la IA, este conjunto de herramientas tecnológicas realiza ajustes automáticos en las tareas de cosecha, logrando la optimización en el uso de la máquina reduciendo las pérdidas de granos e incrementando la calidad de los granos cosechados.

ligencia, tecnología y máquinas trabajan de forma integrada, entregando datos relevantes para que se tomen decisiones cada vez más inteligentes. Toda la información que reúne se gestiona a través del John Deere Operations Center™.

Esta herramienta gestiona los procesos agrícolas en línea, de manera universal, abierta y gratuita. Se puede acceder a ella desde una computadora, celular o tablet y brinda toda la información agronómica y de productividad de los equipos que los clientes tengan conectados.

Por otro lado, la compañía trabaja con un paquete llamado Combine Advisor. A través de la IA, este conjunto de herramientas tecnológicas realiza ajustes automáticos en las tareas de cosecha, logrando la optimización en el uso de la máquina reduciendo las pérdidas de granos e incrementando la calidad de los granos cosechados.

En lo que ha pulverización de precisión se refiere, See& Spray reduce la aplicación de herbicidas en más de dos tercios y le permite a la pulverizadora reconocer la diferencia entre las plantas cultivadas y las malezas para que las plantas individuales puedan tratarse de forma específica.

En esta misma línea, y de reciente presentación, la tecnología ExactShot permite reducir en más de un 60% la cantidad de fer-

tilizante inicial necesario durante la siembra. Estas últimas dos tecnologías, ayudarán a los agricultores a ser más sostenibles desde el punto de vista económico y medioambiental.

Los concesionarios John Deere no quedan excluidos de los avances tecnológicos. El sistema denominado Expert Alerts, es un soporte predictivo que, en base a probabilidades, identifica y diagnostica algunas situaciones antes de que ocurran. Esto permite al operador de la maquinaria seguir trabajando hasta un momento conveniente, minimizando el costo de reparación y el impacto potencial en los componentes.

Equipos operando en plena automatización como la cosechadora S700, un proyecto con Inteligencia Artificial para iniciar procesos de selección de talento dentro del área de Recursos Humanos, el proyecto de tecnologías de avanzada en planta CVML (Computer Visión Machine Learning), o la capacitación de personal a través de la utilización de realidad virtual, son otros ejemplos de tecnología aplicada en John Deere.

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

El 90% de las unidades vendidas por John Deere en el país son de modelos de fabricación nacional. Se importan solo productos de alta especialización y bajo volumen, como por ejemplo Cosechadoras de Caña de Azúcar o Picadoras de Forraje.

John Deere es la única empresa que fabrica en Argentina los 4 principales productos que el agro utiliza: tractores, cosechadoras, pulverizadoras y sembradoras.

¿A que destinos destinan la exportación?

John Deere exporta desde sus tres plantas. La fábrica de Rosario (Granadero Baigorria) es la principal proveedora de motores para todas las fábricas de equipos agrícolas y construcción de Sudamérica, lo mismo sucede con los botalones de fibra de carbono de la fábrica en Campana de King Agro. Los equipos de Pla también llegan a clientes de países vecinos. Motores y demás componentes salen para las plantas de la región, ubicadas principalmente en Brasil, que a su vez exportan a otras partes del mundo.

¿Cuántos empleos directos genera la empresa?

Entre las fábricas y la red de concesionarios, la empresa genera cerca de 3200 empleos directos.

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

Las expectativas de la compañía para este año giran en torno a seguir potenciando el uso de la tecnología. Poder capitalizarlo junto con el usuario John Deere y lograr que los equipos alcancen su máximo potencial.

Esto no será posible sin el trabajo en conjunto con la red de concesionarios, quienes brindan el acompañamiento necesario para la transformación de la actividad hacia el universo digital, los datos y la información.

YPF construirá la primera planta productora de GNL



PABLO GONZÁLEZ,
PRESIDENTE DE YPF

Al participar de un plenario de comisiones de la Cámara de Diputados que comenzaron a analizar el proyecto de ley de Promoción del Gas Natural Licuado (GNL) el presidente de YPF Pablo González señaló que "Teniendo en cuenta la demanda de energía, que hoy estemos acá tratando lo que considero que debe configurar una política de Estado, es muy saludable". "Tenemos gas para 170 años manteniendo los niveles de consumo actuales en un horizonte de transición energética. El desafío es monetizar el gas y ver la forma de abastecer el mercado interno y exportarlo como GNL. El mundo tiene gas, por eso tenemos que promover la actividad para ser competitivos en un mercado mundial".

EL PROYECTO DE YPF CON PETRONAS

YPF y Petronas firmaron un acuerdo de entendimiento para la construcción de la primera planta productora de GNL que le permitirá al país convertirse en un exportador de gas a escala mundial. Petronas es la empresa petrolera nacional de Malasia que es una de las 3 más grandes del mundo en el mercado del GNL con presencia en 17 países y más de 40 años de experiencia en este negocio.

Es un proyecto integral que comprende desde la producción de gas en Vaca Muerta, su transporte por tres gasoductos desde el yacimiento hasta la terminal de procesamiento y su industrialización. En la fase 1 de la industrialización, se prevé la instalación de dos barcos licuefacto-

res y en la segunda fase, la construcción de una planta de licuefacción escalable con una capacidad de producción final de 25 millones de toneladas al año, lo que equivale a 465 barcos metaneros. La inversión estimada es de 56.000 millones de dólares tanto en infraestructura como en el desarrollo de Vaca Muerta a lo largo de los 15 años del proyecto. Dentro de 10 años, cuando el proyecto esté finalizado, se podrán producir y exportar más de 25 millones de toneladas/año de GNL, equivalente a 110 millones de metros cúbicos de gas día, lo que representa el doble de la producción de gas actual de Vaca Muerta y el 80% de la producción del consumo total del país.



REPORTE INTEGRADO 2022

Conocé nuestro desempeño económico, social y ambiental.
Todo lo que hicimos en un año, pensando en el futuro.

bancaresponsable.bbva.com.ar

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

GPNK: El cambio de la matriz energética



LA CONSTRUCCIÓN DE LA PRIMERA ETAPA DEL GASODUCTO PRESIDENTE NÉSTOR KIRCHNER (GPNK) DEMANDÓ UNA INVERSIÓN DE US\$2.500 MILLONES, PERO LA ENVERGADURA Y LOGÍSTICA DE SU CONSTRUCCIÓN DEJÓ UN IMPACTO EQUIVALENTE A MÁS DEL 12% DEL PRODUCTO BRUTO GEOGRÁFICO (PBG) EN LA ZONA DE INFLUENCIA POR LA QUE PASA EL TENDIDO, JUNTO CON LA CREACIÓN DE 40 MIL PUESTOS DE TRABAJO Y UN FUERTE IMPULSO EN MATERIA DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.



La inauguración se llevó a cabo en un predio lindero a la planta Saturno que opera la transportista TGS, que será el punto de vinculación con el gasoducto Neuba II, a través del cual llegará el gas producido en Vaca Muerta en una primera instancia con 11 millones de metros cúbicos por día (m3d) hasta el Área Metropolitana Buenos Aires (AMBA). Si bien el final de obra de 573 kilómetros se espera para los próximos meses, el GPNK ya tiene su habilitación operativa luego de un trabajo contrarreloj que desde septiembre de 2022 condujo la empresa estatal Energía Argentina (Enarsa), junto a las contratistas nacionales privadas Techint, Sacde y BTU. La inversión estimada para la Etapa I del GPNK -entre la localidad de Tratayen, en la provincia de Neuquén, y Salliqueló, en el distrito bonaerense- y sus obras complementarias que integran el gasoducto Mercedes-Cardales, el loop de ampliación Neuba II y la nueva planta compresora de Mercedes, se estiman en un total de US\$ 2.524 millones.

UNA OBRA CENTRAL

El gasoducto, que comprende una segunda etapa próxima a ser licitada para completar otros 1.050 kilómetros de extensión, es un componente central del conjunto de obras destinadas a ampliar la capacidad del sistema de transporte de gas y a optimizar su utilización, con nueva infraestructura y su interconexión de los sistemas de transporte existentes.

Su potencial radica en las posibilidades de autoabastecimiento, en la exportación futura de gas natural y en mejoras en la competitividad industrial del país, por el desplazamiento de combustibles más caros por el gas natural de Vaca Muerta, entre los aspectos más destacados.

La envergadura que tuvo la obra se refleja en el impacto local y nacional que tuvo la inversión en el GPNK y sus complementa-

rias, que equivale al 12% del Producto Bruto Geográfico (PBG) del área de influencias del proyecto a lo largo de las cuatro provincias que atraviesa: Neuquén, Río Negro, La Pampa y en distintas zonas de Buenos Aires.

Allí, la distribución de beneficios indirectos se percibió en departamentos como Añelo, en la provincia de Neuquén; General Roca, en Río Negro; Puelén, Limay Mahaida, Curacó, Utracán y Atreuca, en La Pampa; Adolfo Alsina, Guaminí, Tres Lomas, Salliqueló, Hipólito Yrigoyen, Carlos Casares, Exaltación de la Cruz, Lujan, Mercedes, Navarro, San Andrés de Giles y Zarate, en la provincia de Buenos Aires.

Esos US\$ 2.524 millones además tuvo su incidencia para el agregado nacional por el equivalente al 1,9% del presupuesto de la Administración Pública y al 0,4% del PIB argentino de 2022, de acuerdo con estimaciones realizadas por Energía Argentina y la Universidad de Buenos Aires.

Es que una obra de estas características tiene un efecto multiplicador sobre la inversión y el consumo, al impulsar una amplia gama de actividades productivas que abastecen insumos y a la vez generan empleo calificado en numerosas localidades del país que impulsan el consumo de los hogares.

La inversión en el GPNK, que asciende aproximadamente a \$310 mil millones de pesos, es una suma que incrementará el Valor Bruto de Producción (VBP) de la economía en \$540 mil millones, en valores estimados al inicio de la obra.

Pero en términos relativos, ese impacto se puede traducir en que de cada \$1 invertido en la construcción del gasoducto y las obras complementarias se generaron \$0,74 adicionales en el resto de la economía, dentro de la cual los sectores más beneficiados fueron la industria manufacturera, la construcción, la explotación de minas y canteras, comercio, transporte y almacenamiento.

En materia de empleo se afirma que la obra principal que se abar-



Un lugar de formación para los trabajadores que será clave en futuras obras

La alta demanda de personal que requirió la construcción del Gasoducto Presidente Néstor Kirchner motivó a las empresas a capacitar en oficios específicos y manejo de maquinaria de miles de trabajadores, cuyos nuevos conocimientos y habilidades son un capital para cada uno de ellos y para las futuras obras energéticas ya proyectadas.

La tendencia observada en esta obra indicó que, en su mayoría, los trabajadores locales ocuparon puestos de menor calificación y remuneración, mientras que los de otras provincias lo hicieron en puestos de alta calificación y mayor remuneración, pero también por debajo de los extranjeros.

Algunos trabajadores locales fueron empleados por sus capacidades previas en el manejo de maquinaria pesada, al haberse desempeñado en tareas agrícolas, industriales o petroleras en las provincias de Neuquén, Río Negro o La Pampa, pero la mayoría carecía de experiencia previa en manejo de maquinaria o herramientas de trabajo de obras de construcción. A pesar de esta carencia en términos de saberes laborales, las empresas contratistas emplearon a muchos trabajadores inexpertos que se insertaron en puestos de ayudantes, los que pudieron en el terreno ampliar sus capacidades y, en muchos casos, accedieron a puestos superiores. La adquisición de conocimientos es un aspecto fundamental para la permanencia de estos trabajadores locales en sucesivas obras de la escala y complejidad como ésta, que transita por diferentes geografías.

La primera de las vías por las cuales los trabajadores se fueron capacitando se realizaron in situ y fueron brindadas por las empresas contratistas en diferentes momentos, áreas y espacios de la obra, orientadas a cuestiones relacionadas con la seguridad, la salud y el medio ambiente de trabajo en la obra. La segunda vía de capacitación se relacionó con procesos informales, por los cuales trabajadores de distintas categorías y jerarquías compartieron sus saberes prácticos sobre los oficios que desarrollan a diario en sus puestos de trabajo. Esta transmisión de conocimiento forma parte de la adquisición de experiencias y estuvo presente en todos los renglones de la obra de forma permanente: en los tiempos de descanso, durante los almuerzos o los días en los que era imposible trabajar a causa de temporales de arena o lluvias de verano.

Por su parte, las empresas contratistas pudieron acceder a una tecnología de punta e incorporarla a sus procesos de trabajo. Sin dudas, esto servirá como adquisición de un know-how preciado en el rubro constructivo de gasoductos y permitirá planificar a futuro otros proyectos similares en menores plazos de ejecución. Además, en los meses previos al inicio de las obras, las contratistas brindaron a un grupo de trabajadores argentinos un curso intensivo de capacitación en el manejo de máquinas side booms.

có en tres frentes simultáneos a lo largo de la traza, tuvo un fuerte impacto en la generación de puestos de trabajo y alcanzó los 5.500 directos y unos 40.000 si se consideran los indirectos.

EL IMPACTO EN LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Para esta primera etapa de construcción, las contratistas de los renglones 1 a 4 movilizaron más de 2.300 maquinarias y equipos e incorporaron nuevas tecnologías, entre los que se incluyeron equipos de transporte; equipos de soldado; tiendetubos; equipos de elevación; grupos electrógenos; motocompresores; motobombas; excavadoras, topadoras y equipos viales.

Se destacó particularmente el sistema de soldadura automática importado desde Estados Unidos para esta obra, cuya utilización por primera vez en Argentina incrementó significativamente el ritmo de producción, minimizando tiempos y errores.

En el mismo sentido, las plantas doble juntas permitieron soldar dos tubos de 12 metros cada uno, para bajar al terreno los caños ya con una soldadura previa y minimizar los traslados y las tareas en la traza, lo que contribuyó al salto de productividad en el proceso la construcción en tiempo récord.

Pero además de lo cuantitativo, al reducir los plazos de los 24 meses originales a sólo 10, se generaron nuevas capacidades locales para el uso de este tipo de tecnologías, lo que dejará operarios ya formados para el desarrollo de las futuras obras de ampliación del sistema de gas proyectadas.

Las empresas llevaron adelante diferentes estrategias de contratación, tales como priorizar las propias redes de reclutamiento para convocar a sus expertos de todo el país, a partir de bases de datos y bolsas de trabajo, y la articulación con gobernaciones provinciales, intendencias locales y delegaciones regionales de la Unión Obrera de la Construcción.

La prioridad fue la contratación de trabajadores provenientes de las provincias donde se realizó la obra, para la cual se incorporaron 340 mujeres que representaron un 6,9% del total, pero en casos específicos se debió recurrir a expertos calificados del exterior.

Tenés todo en un mismo lugar.
Tenés la App Galicia.



Descargala de tu store:



Tenés  Galicia

La energía eólica generará ahorro de divisas

Según un trabajo presentado por la Cámara Eólica Argentina la energía eólica generará un ahorro de divisas por U\$S 1.800 en este año, permitiendo disminuir 896 millones de dólares en subsidios y reducir el costo de generación del sistema en 6,1 dólares por MWh. Para satisfacer la demanda interna, Argentina debe importar combustibles desde diferentes mercados, y en este contexto, la apuesta por las energías renovables resulta ampliamente beneficiosa para disminuir la necesidad de divisas del país. La generación renovable eólica reduce de manera directa la dependencia y el consumo del gas, el GNL y combustibles líquidos importados. Durante 2023, según la CEA, la generación producida por el viento generará un ahorro en divisas por 1.838 millones de dólares, menores costos fiscales en subsidios por 896 millones de dólares y una reducción del costo de generación de 6,1 dólares por MWh. Estos números se basan en la generación eólica estimada para este año y su costo promedio, en comparación con el precio actual de los combustibles fósiles y las necesidades de consumo del sistema. Este estudio se lleva a cabo por tercer año consecutivo.

"La generación de energía eólica demuestra una vez más que no sólo es clave para cumplir con los objetivos de reducción de emisiones de carbono asumidos por Argentina a nivel internacional, para acompañar la descarbonización de la industria y promover la lucha contra el cambio climático, sino que también se transforma en un actor clave para reducir la dependencia externa de energía y para generar un ahorro concreto de divisas" afirmó Bernardo Andrews, Presidente de la CEA.

Es así, que entre 2016 y 2023, gracias al desplazamiento del consumo de combustibles fósiles por la mayor oferta eólica, el ahorro de divisas para nuestro país supera los 7.000 millones de dólares. Ya que este mismo estudio estimó que la generación eólica permitió evitar pagos al exterior por 3.250 millones en 2022, 800 millones en 2021 y 1.300 millones entre 2016 y 2020.



ACERCA DE CEA

La Cámara Eólica Argentina (CEA) agrupa a los principales generadores, tecnólogos y proveedores de la industria eólica del país. Nació con el fin de favorecer el desarrollo y potenciación del sector eólico argentino. A través de una comunicación efectiva y su participación en los procesos de toma de decisiones políticas,

la CEA busca facilitar políticas e iniciativas nacionales e internacionales que fortalezcan el desarrollo de los mercados, la infraestructura y la tecnología argentina y mundial de la energía eólica. Las empresas asociadas a la CEA son responsables del 80% de la generación eólica del país.



**TODO PARA
CUIDARTE
CON PLANES
QUE SE ADAPTAN
A VOS**

**Elegí cuidarte con la red de servicios médicos más grande del país
y con planes que se adaptan a cada necesidad.**

SANCORSALUD.COM.AR

SanCorSalud **50**
Medicina Privada Años

¿Qué son las OKRs y cómo pueden ayudar a tu Pyme?



Por Julian González
especialista en Marketing digital,
estrategias de negocios y ventas
@juliangonzalez77

Los OKRs son los objetivos y resultados claves que actúan como marco para establecer objetivos y determinar cómo alcanzarlos. Son objetivos que se definen de manera colaborativa, son transparentes y están alineados a la estrategia empresarial.

Utilizados por individuos, equipos y empresas, los OKR son mucho más que establecer metas. Un OKR te ayuda a establecer objetivos medibles y lograrlos, mientras que un KPI te ayuda a medir el desempeño o la calidad de un proceso.

Un KPI (Key Performance Indicators) es una métrica que se utiliza para evaluar el desempeño en actividades o procesos en curso. Estos indicadores mensurables varían entre las empresas (e incluso dentro de ellas).

Los OKR se pueden dividir en un objetivo y un conjunto de resultados clave para lograr el objetivo. Los KPI son simplemente métricas clave que se usan para evaluar su progreso.

¿EXISTEN DIFERENTES TIPOS DE OKR?

Los OKR aspiracionales son objetivos a la luna, mientras que los OKR comprometidos son más realistas.

OKR aspiracional es como tu hermano loco y ambicioso. Ese que te hace saltar desde la montaña más alta.

Estos OKR son objetivos de la luna llena que pueden ser difíciles de abordar y lograr. Sin embargo, podrían ayudar a su empresa a descubrir rutas nuevas e innovadoras para impulsar su crecimiento. Fomentan el desarrollo exponencial de tu Pyme.

OKR comprometido, es el más realista. Tan realistas que se supone que deben lograrse por completo, todo el tiempo. A menudo llamados objetivos de gran alcance, estos OKR son mucho más fáciles de lograr que los OKR aspiracionales. Y dado que son realistas, también tendrá una idea clara de cómo lograrlos.

5 EJEMPLOS PRÁCTICOS DE OKR

OKR de toda la empresa

Los OKR para toda la empresa son objetivos amplios de la empresa con los que los gerentes de una organización, así como los empleados, se comprometen.

También aclaran cuáles son las prioridades clave de la empresa en este momento. Lanzar un nuevo producto o duplicar sus ingresos en un año son algunos ejemplos de OKR para esto.

OKR DE VENTAS

Los OKR de ventas lo ayudan a mejorar su compromiso con las ventas y también a motivar a su equipo de ventas para que se desempeñe mejor. Estudios recientes muestran que el 51% de los trabajadores estadounidenses sienten que pierden al menos una hora al día por ser ineficaces en el trabajo debido a cosas tan simples como la sobrecarga de correo electrónico o sentirse



Los OKR se pueden dividir en un objetivo y un conjunto de resultados clave para lograr el objetivo. Los KPI son simplemente métricas clave que se usan para evaluar su progreso.

desconectados del equipo. Dado que estos equipos suelen desempeñar un papel importante en los ingresos de su empresa, es vital establecer los objetivos correctos y realizar un seguimiento de los resultados clave correctos, reducir las ineficiencias y hacer esto ayuda a impulsar la productividad de todo el equipo.

OKR DE MARKETING

No pueden mejorar las ventas sin impulsar también los esfuerzos de su equipo de marketing. Aumentar el alcance de las redes sociales en el tercer trimestre será la meta, medida por:

Incrementar el número de seguidores de Twitter en 30k Obtenga 5k o más vistas en videos de YouTube

Duplica la tasa de conversión de redes sociales en comparación con el segundo trimestre.

OKR DE RECURSOS HUMANOS

Su equipo de ventas y marketing no es el único departamento que tiene una gran influencia en el crecimiento y la rentabilidad, incluso su equipo de recursos humanos necesitará OKR.

Se pueden implementar objetivos similares para todas sus actividades de recursos hu-

manos, desde la contratación y el reclutamiento hasta la construcción de la cultura de la empresa.

OKR PERSONALES

Estos objetivos ayudan a concentrarse en lo que es importante en su vida personal. Estos objetivos pueden ser cualquier cosa, desde perder peso hasta pasar más tiempo de calidad en familia. A diferencia de los OKR, las resoluciones son en su mayoría objetivos endebles que no se miden ni revisan con ninguna métrica.

Recomendamos planificar tus OKRs de manera trimestral para darle seguimiento, mientras que los indicadores claves sean mensuales.

Es importante que cada indicador tenga su dueño y se sepa qué área es responsable. Cada dueño del indicador deberá precisar las tareas a realizar para cumplir con el objetivo establecido. De esta manera evaluamos al responsable por las tareas realizadas.

Hoy es el momento de empezar a medir lo que importa.

Prevención ART lanza un nuevo desarrollo tecnológico

Llegó

Autogestión TRABAJADORES

LANZAMIENTO

AHORA ES MÁS FACIL:

- Solicitar turnos médicos y traslados.
- Gestionar reintegros de gastos.
- Recibir notificaciones útiles.
- Mantener contacto permanente con el analista del siniestro.



Disponible para celular o PC y no ocupa memoria en el dispositivo.

Prevención ART
de SANCOR SEGUROS

Cuidando a tu gente. Cuidando a tu empresa.

www.argentina.gob.ar/srt 0800-666-6778

SRT Superintendencia de Riesgos del Trabajo

Continuando con el proceso de transformación digital que viene llevando adelante, la aseguradora de riesgos del trabajo líder del mercado argentino, Prevención ART, presentó Autogestión Trabajadores.

Se trata de un desarrollo tecnológico pensado especialmente para estar cerca de los empleados de las empresas clientes. En lo operativo, brinda la posibilidad de solicitar turnos, reintegros y traslados, ver el estado en el que se encuentran y consultar el historial en todos los casos.

Además, en Autogestión Trabajadores se puede tener contacto permanente con quien administra el caso. De esta manera, la persona accidentada recibe un acompañamiento constante y puede evacuar todas las dudas o solicitar ayuda cuando sea necesario.

Por último, entre sus funcionalidades principales se encuentra una que es de gran utilidad para simplificar aún más las gestiones, ya que todas las novedades e información relevante se reciben mediante notificaciones y recordatorios.

La herramienta fue diseñada a partir de la experiencia del usuario y sus necesidades, y posee una interfaz amigable e intuitiva que agiliza las operaciones. Como ventaja, se destaca el hecho de que no ocupa espacio en la memoria de los dispositivos, ya que se puede ingresar desde cualquier celular o PC a través de un acceso directo.

“En Prevención ART consideramos fundamental acompañar a nuestros clientes y ofrecerles soluciones que les permitan cuidar a sus empleados y facilitarles las gestiones. Nuestro foco está puesto en mejorar la experiencia en todo el proceso del servicio que brindamos”, concluyó Mauricio Miretti, Gerente General de la compañía.

HONDA

CUMPLIMOS 45 AÑOS PONIENDO EN MARCHA LOS SUEÑOS DE LOS ARGENTINOS.



En 1978 empezamos en Argentina un viaje lleno de sueños, que fueron el motor para crear productos de calidad, innovadores y seguros, logrando superar las expectativas de nuestros clientes.

Queda mucho camino por recorrer.

Muchas gracias.

45
años
Honda en Argentina
1978-2023

FMI afirma que las ganancias de las empresas explican gran parte de la inflación en Europa



EL ESTUDIO QUE PUBLICÓ EL ORGANISMO SEÑALÓ QUE EL INCREMENTO DE LOS MÁRGENES DE GANANCIA EXPLICÓ EL 45% DE LA DINÁMICA INFLACIONARIA EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS. TAMBIÉN DESTACARON QUE LAS COMPAÑÍAS AUMENTARON LOS PRECIOS POR ENCIMA DE LO QUE LO HICIERON LOS COSTOS DE LA ENERGÍA IMPORTADA.

Un estudio realizado por tres economistas del Fondo Monetario Internacional (FMI) arrojó que el incremento de los márgenes de ganancia corporativas explicó casi la mitad del incremento de la inflación en Europa en los últimos dos años. En ese sentido, destacaron que las empresas aumentaron los precios más de lo que lo hicieron los costos de la energía importada a pesar del efecto de la invasión rusa en Ucrania sobre ese mercado. El título del análisis de los expertos del FMI es "Las perspectivas de inflación en Europa dependen de cómo absorban los



Kristalina Georgieva, directora gerente del FMI asegura que "Lo más importante para Europa es controlar la inflación. ¿Por qué? Porque la inflación es mala para el crecimiento y es un impuesto para los pobres. Si miramos a medio y largo plazo, lo fundamental para Europa es estimular más la innovación y crear más dinamismo. Hay vías para hacerlo completando la Unión Bancaria, avanzando en la Unión de Mercados de Capitales. Hacer que los activos financieros de Europa sean bastante significativos".

beneficios empresariales las subas salariales". Los autores son los miembros del Departamento del Hemisferio Occidental del organismo Niels-Jakob Hansen, Frederik Toscani y Jing Zhou.

El texto reflejó la tensión existente entre las tensiones que existen entre los trabajadores y las compañías del viejo continente. Al respecto explicaron: "Ahora que los trabajadores exigen subas salariales para recuperar el poder adquisitivo perdido, es posible que las empresas tengan que aceptar una menor participación en los beneficios si quieren que la inflación siga en camino de alcanzar el objetivo del 2% fijado por el Banco Central Europeo para 2025, según las previsiones de nuestro último informe Perspectivas de la economía mundial (WEO)".

Los economistas recordaron que la inflación en la zona del euro alcanzó un máximo del 10,6% en octubre de 2022, cuando los costos de importación se dispararon tras la invasión rusa de Ucrania y las empresas repercutieron en los consumidores más que este aumento directo de los costos. "Desde entonces, la inflación ha retrocedido hasta el 6,1% en mayo, pero la inflación subyacente -una medida más

confiable de las presiones subyacentes sobre los precios- se ha mostrado más persistente", repusieron.

"Esto mantiene la presión sobre el BCE para que aumente las tasas de interés, a pesar de que la zona euro entró en recesión a principios de año", sostuvieron. En junio, las autoridades subieron las tasas hasta el 3,5%, el nivel más alto en 22 años.

"El aumento de la inflación hasta la fecha refleja principalmente el incremento de los beneficios y de los precios de importación, siendo los beneficios responsables del 45% de las subidas de precios desde principios de 2022", afirmaron los economistas del Fondo.

"Los costos de importación representaron alrededor del 40% de la inflación, mientras que los costos laborales supusieron el 25%. Los impuestos tuvieron un impacto ligeramente deflacionista", precisaron.

En otras palabras, expresaron que, hasta ahora las empresas europeas estuvieron más protegidas que los trabajadores frente al impacto adverso de los costos. "Los beneficios (ajustados a la inflación) se situaron en torno a un 1% por encima de su nivel anterior a la pandemia en el pri-

mer trimestre de este año” explicaron. Mientras tanto, “la remuneración de los asalariados (también ajustada) se situó en torno a un 2% por debajo de la tendencia. Esto no es lo mismo que decir que la rentabilidad ha aumentado, como se expone en nuestro documento”.

“Los anteriores episodios de encarecimiento de la energía sugieren que la contribución de los costos laborales a la inflación debería crecer en el futuro. De hecho, ya ha repuntado en los últimos trimestres. Al mismo tiempo, la contribución de los precios de importación ha caído desde su máximo a mediados de 2022, ampliaron y agregaron: “Este retraso en los aumentos salariales tiene sentido: los salarios tardan más que los precios en reaccionar a las perturbaciones. Esto se debe en parte a que las negociaciones salariales se celebran con poca frecuencia”.

“Pero después de ver cómo sus salarios caían en torno a un 5% en términos reales en 2022, los trabajadores están presionando ahora para conseguir aumentos salariales. Las cuestiones clave son a qué ritmo subirán los salarios y si las empresas absorberán los mayores costos salariales sin aumentar aún más los precios”, indicaron.

“Suponiendo que los salarios nominales aumenten a un ritmo de alrededor del 4,5% en los próximos dos años (ligeramente por debajo de la tasa de crecimiento observada en el primer trimestre de 2023) y que la productividad laboral se mantenga prácticamente plana en los próximos dos años, la participación de las empresas en los beneficios tendría que volver a caer a niveles anteriores a la pandemia para que la inflación alcance el objetivo del BCE a mediados de 2025 afirmaron.

“Nuestros cálculos parten del supuesto de que los precios de las materias primas sigan bajando, como se prevé en las Perspectivas de la economía mundial de abril”, proyectaron.

“Si los salarios aumentaran más significativamente -por ejemplo, a la tasa del 5,5% necesaria para que los salarios reales vuelvan a su nivel prepanémico a

finales de 2024-, la participación de los beneficios tendría que caer al nivel más bajo desde mediados de los años noventa (salvo un aumento inesperado de la productividad) para que la inflación volviera al objetivo”, aclararon los expertos del área de Investigación que dirige Pierre-Olivier Gourinchas.

De todos modos, los economistas del organismo sugirieron que “las políticas macroeconómicas deben seguir siendo restrictivas para anclar las expectativas y mantener una demanda moderada”. Así, “las empresas aceptarían una comprensión de la participación en los beneficios y los salarios reales podrían recuperarse a un ritmo moderado”. Es decir, más allá de la causalidad de la suba de los precios, la reducción del problema depende de políticas macroeconómicas sólidas, como la cuestión fiscal y tasas de interés positivas, entre otras.

Los anteriores episodios de encarecimiento de la energía sugieren que la contribución de los costos laborales a la inflación debería crecer en el futuro. De hecho, ya ha repuntado en los últimos trimestres.

¿Cómo se puede avanzar con la circularidad de envases en la industria de alimentos?



LA ECONOMÍA CIRCULAR ES VIABLE CON LA COLABORACIÓN DE TODOS LOS IMPLICADOS EN EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO. ES FUNDAMENTAL DESARROLLAR SOLUCIONES QUE SEAN APTAS PARA EL RECICLAJE Y LA REINSERCIÓN DE LOS PLÁSTICOS POSCONSUMO EN LA CADENA PRODUCTIVA.

cantidad de plástico, por ejemplo, y logra el mayor nivel de protección para un alimento. Un ejemplo son los desarrollos que realiza SEE en materiales de envases termoformados para proteínas. “Hoy ya contamos con envases con película delgada que consumen hasta un 40% menos de plástico por unidad de envasado, factor que ofrece a los productores de alimentos una reducción de la huella de carbono de hasta un 32% en el proceso productivo. En grandes volúmenes de venta, esta reducción repercute en menos residuos en el medio ambiente. Una solución muy relevante para un escenario de transición como el que estamos viviendo,” especifica el directivo. Soluciones como esta permiten completar la cadena productiva, posibilitando el avance de la circularidad del packaging en la industria alimentaria.

“Realmente creo que el escenario seguirá transformándose a medida que el consumidor también sea más consciente de su rol en la economía circular, ya sea realizando la eliminación correcta de residuos o incluso exigiendo a las empresas y autoridades alternativas y condiciones sostenibles para que hagan su aporte al proceso. El propio envase ya puede tener un sistema de conectividad y, a través de un código QR, llevar al consumidor a un entorno de información sobre la forma correcta de desechar o reciclar de ese producto,” finalizó Iocco.

Durante siglos, la industria ha pasado por este proceso de producción lineal: extraer, fabricar, comercializar, usar y desechar. No se lograrán cambios de un momento a otro. Sin embargo, la búsqueda de estrategias de crecimiento más sustentables reflejada en las nuevas políticas de RSE ya ha impulsado acciones encaminadas a transformar un sistema industrial lineal en uno circular. La circularidad se ha convertido en parte de la agenda recurrente en la industria alimentaria. Cerrar el ciclo de envasado para este segmento requiere un cambio que va desde la innovación en el desarrollo del material de envasado hasta la concientización sobre el desecho post-consumo, pasando por todo un proceso de ampliación de las operaciones logísticas y de reciclaje. Por eso, es fundamental entender que la economía circular es viable a través de una economía que cuenta con la colaboración de todos los implicados en el ciclo de vida de un producto. “Como industria, nuestro compromiso es

innovar siempre con el desarrollo de materiales que lleguen al mercado listos para ingresar a un sistema de producción circular, ya sean reciclados o reciclables. Esta tecnología, junto con la expansión de las políticas y operaciones de logística inversa y sumada al trabajo de las marcas en torno a la concientización del consumidor, sin duda nos ayudará a dar mayores pasos hacia la economía circular,” comenta Mariano Iocco, Director de Marketing de SEE para América Latina (empresa líder en soluciones de packaging comprometida con la sustentabilidad).

El punto de partida es la industria. Independientemente del volumen de material reciclado, es fundamental desarrollar soluciones que sean aptas para el reciclaje y la reinsertión de los plásticos posconsumo en la cadena productiva. Además, el desarrollo de tecnologías que utilicen menos material de embalaje también impulsa la circularidad. En la industria del packaging, llamamos “nivel óptimo” al que utiliza la menor

Pymes argentinas, 140 mil puestos de trabajo nuevos en el primer trimestre 2023



Según el último Índice de Producción Industrial Pyme de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), la actividad de las pequeñas y medianas empresas mostró un crecimiento interanual de 0,3% en mayo respecto al mismo período del año anterior.

La Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo del Ministerio de Economía destacó la relevancia para el desarrollo de la economía argentina de las pequeñas y medianas empresas, ya que representan el 99,4% del total de empresas del país y emplean al 64% de los asalariados registrados. Además, según datos de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, en el primer trimestre de 2023 las Mipymes crearon 140.000 puestos de trabajo con respecto al mismo período de 2022.

Según el último Índice de Producción Industrial Pyme de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), la actividad de las pequeñas y medianas empresas mostró un crecimiento interanual de 0,3% en mayo respecto al mismo período del año anterior.

Esto se da en el marco de un crecimiento generalizado de la actividad económica. De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en el primer trimestre de 2023 el producto bruto interno (PBI) creció 1,3% en términos interanuales, mientras que el consumo privado registró una suba del 6% con respecto a los primeros tres meses de 2022. En términos de inversión, la tasa en dicho período fue del 18,9%, la más alta desde el tercer trimestre de 2008, y de 36,3% por sobre los niveles de la prepandemia (último trimestre de 2019).

En ese contexto, la industria se destaca como el sector que más aportó al crecimiento del PBI, con una suba interanual de 2,8% y de 12,4% por sobre los niveles de la prepandemia (primer trimestre de 2019). Fue el valor más alto de producción industrial para un primer trimestre desde 2015.

Además, existió un crecimiento del empleo privado formal industrial, que acumula 34 meses de expansión, en un contexto de suba generalizada del empleo formal registrado que presentó el nivel más alto desde al

menos los últimos 14 años, creciendo a tasas que no se registraban desde 2011.

Por otro lado, las Mipymes registraron también un aumento en su capacidad exportadora. Según datos de la subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, representan el 90% de las empresas exportadoras, y, el año pasado, 8.540 Mipymes exportaron por US\$ 12.900 millones, un 8,3% más que en 2021. De esta manera, en 2022 se registró el año de mayores exportaciones de esta clase de compañías desde 2013, y 1.144 Mipymes por primera vez realizaron ventas a mercados internacionales.



“DISENSA MAX”, nuevo local de Holcim Argentina en Buenos Aires

Holcim en Argentina, líder en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción, inauguró un nuevo local Disensa Max, el cual se encuentra en la localidad de General Arenales en la provincia de Buenos Aires, sumando ya once de este formato y cinco del modelo showroom en la Argentina. Con esta apertura, la red de corralones Disensa, cuenta con más de 480 locales en toda la Argentina. Esta nueva conformación de tienda más amplia, con el mayor surtido de materiales y asesoramiento personalizado significa una nueva experiencia para los clientes. La misma está ubicada en la Ruta 65 y Acceso a General Arenales, General Arenales, Buenos Aires. Este nuevo showroom modelo de Disensa Max representa una completa propuesta de valor, tanto para sus socios/as comerciales, como para usuarios/as finales que buscan una experiencia de compra diferente. Asimismo, y fiel al espíritu de cubrir las más variadas demandas, el Disensa Max contará con asistencia técnica para asesorar y satisfacer la mayor demanda de clientes particulares, como así también para los del negocio de las grandes obras. En este espacio de más de 385 m2 de showroom Disensa, se podrá encontrar un extenso catálogo con más de 3000 productos de 20 marcas, entre los cuales se destacan todos los cementos, pinturas, morteros y productos de Holcim, además de artículos de ferretería, aberturas, revestimientos, y materiales de la construcción en general. La apertura oficial, contó con la presencia de Natalia Soler, Gerente de Disensa y por parte de su socio local, Miguel Ángel Ramos. En la provincia



de Buenos Aires, Disensa cuenta con 43 puntos de venta en sus tres formatos. Esta nueva apertura en Buenos Aires conforma el gran proceso de expansión que llevó a cabo Disensa en el 2022 y continúa durante el 2023. Este Disensa Max en General Arenales, undécimo a nivel país, se da luego de las aperturas de Villa María y Jesús María en Córdoba, este mismo año. Para los próximos meses del 2023, la prioridad es seguir la expansión de Disensa a más ciudades del país con los diversos formatos de tiendas los cuales ofrecen mayor valor agregado a los/as cliente/as. Por su parte, a nivel regional Disensa posee más de 2500 sucursales en países de América latina como: Colombia, Ecuador, México, Nicaragua, Costa Rica, El Salvador y Argentina.



PRO PÓ SI TO

NUESTRO LIDERAZGO ESTÁ DETERMINADO POR EL PROPÓSITO DE NUESTRAS ACCIONES.

Nos guía un modelo de triple impacto. Por eso, nos comprometemos con iniciativas que reducen el efecto negativo en el medio ambiente y promueven una sociedad más justa.

- * Evitamos la emanación de + de 1.500.000 tn de CO₂.
- * Fuimos la compañía argentina #1 en emitir un bono verde en el mercado internacional.
- * Alcanzamos los US\$ 622 millones de bonos verdes. Avanzamos a nuestro modo: con propósito, actitud y resultados. LIDERAZGO MODO GENNEIA.

GENNEIA

#1

#liderazgoMODOGENNEIA

Tendencias 2023

El nuevo paradigma de la salud en Argentina



Por Fernando Werlen,
Director General de Grupo
SanCor Salud

Cómo la pandemia y la tecnología están influyendo en nuestros hábitos de consumo, estilo de vida, concepto de bienestar y noción de enfermedad? ¿Cuáles son las tendencias que impulsan la transformación del sector de la medicina prepaga? ¿Qué rol tienen la innovación tecnológica, la atención centrada en el paciente y la promoción de la salud?

En primer lugar, la promoción de la salud, a diferencia de la mera prevención, es cada vez más importante, ya que aborda las causas subyacentes de las enfermedades y fomenta estilos de vida saludables a través de la educación y la atención integral. Esto no sólo beneficia a la sociedad, sino que también conduce a un sostenimiento de la rentabilidad de las prepagas y a una reducción del gasto sanitario público asociado a enfermedades crónicas prevenibles. Según la OMS, una estrategia centrada en la promoción puede reducir las enfermedades cardiovasculares hasta en un 80% y los casos de diabetes de tipo 2 en un 50%.

La personalización de los servicios también desempeña un papel importante en el nuevo paradigma de la salud. Gracias al uso de tecnologías de análisis de datos, se pueden identificar los factores de riesgo individuales y brindar intervenciones personalizadas para promover estilos de vida saludables. Según Accenture, el 94%

de los profesionales de la salud considera que la personalización es fundamental para el futuro de la atención médica.

En segundo lugar, la adopción de tecnologías disruptivas es esencial para la transformación del sector de la medicina prepaga. Las aplicaciones móviles, los sistemas de telemedicina, la big data y la inteligencia artificial, están revolucionando la prestación de los servicios.

Según la American Medical Association, el 76% de los pacientes prefieren la telemedicina en lugar de las consultas presenciales. Se espera que el mercado global de telemedicina alcance los \$130.5 mil millones para 2025, con una tasa de crecimiento anual del 19.3%, según Grand View Research. En SanCor Salud hace tiempo que apostamos a esta tendencia, para brindarle a nuestros asociados la posibilidad de atenderse con un médico las 24 horas, sin la necesidad de moverse de su casa.

Además, la inteligencia artificial juega un papel crucial al analizar grandes cantidades de datos clínicos para identificar patrones y tendencias. Se estima que el mercado global de IA en salud alcanzará los \$35.8 mil millones para 2025, con una tasa de crecimiento anual del 43.5%, según MarketsandMarkets.

Estas herramientas posibilitan una atención más accesible, eficiente y a la medida de las necesidades de cada individuo, permitiendo el seguimiento de la salud a distancia, el diagnóstico precoz de enfermedades y la prestación continua de cuidados y recomendaciones. Además, permite generar una sensación de cercanía entre la prepaga y nuestros asociados, que es vital para fortalecer los vínculos y que se sientan acompañados y contenidos en los momentos más importantes.

Por último, la atención con foco 100% en el paciente es crucial para ofrecer una asis-



tencia de calidad. Un enfoque orientado en el paciente implica situarlo en el centro de todas las decisiones referidas a su salud, ofrecer una comunicación clara y transparente, y fomentar la participación en su propio cuidado. Según The Beryl Institute, el 80% de los pacientes considera importante tener una comunicación clara y transparente con sus proveedores de salud.

El nuevo consumidor de servicios de medicina prepaga desea una experiencia sanitaria más cómoda, accesible, personalizada y que se centre en sus necesidades específicas. Está cada vez más empoderado y busca acceder a servicios de salud de calidad de manera rápida y eficiente.

Según un reporte de Salesforce, el 64% de los usuarios están interesados en utilizar la tecnología para autogestionar su salud, mientras que, según Deloitte, el 74% utiliza aplicaciones móviles para controlar su bienestar. En ese sentido, desde SanCor Salud seguimos mejorando en las posibilidades que ofrecemos desde nuestro sitio web para que nuestros asociados accedan a servicios de salud de calidad, de manera rápida y eficiente.

Actualmente hay un mayor interés en la prevención y la promoción de la salud, en lugar de simplemente tratar enfermedades. La actividad física y la alimentación sana son componentes esenciales del

bienestar personal, con un aumento del 107% en las búsquedas de "autocuidado" en Google en los últimos cinco años. Los dispositivos portátiles para el seguimiento de la salud y la forma física también están ganando terreno.

La salud mental también es cada vez más importante, ya que el 63% de los latinoamericanos la consideran tan relevante como la salud física.

Al adoptar estos cambios, toda la industria de la salud puede mejorar la calidad de la atención a los pacientes, promover estilos de vida saludables y reducir los costos asociados con las enfermedades crónicas. Sabemos que aunque estos cambios plantean retos operativos, como la adaptación a la digitalización y la automatización, con una planificación adecuada y la inversión en tecnología pueden generar importantes beneficios.

Para aprovechar plenamente estas oportunidades, los proveedores de planes de medicina prepaga deben aplicar estrategias integrales que tengan en cuenta todos los aspectos de su modelo de negocio. Un enfoque gradual que comience con proyectos pilotos puede garantizar el éxito de la transición hacia el prometedor futuro de la asistencia sanitaria. Lograr esta transformación requiere un cambio cultural, inversión en tecnología y datos, y un liderazgo proactivo.

Humanismo tecnológico: una tendencia que pisa cada vez más fuerte en el entorno laboral

LA HIPERCONECTIVIDAD Y LA GLOBALIZACIÓN HAN TRANSFORMADO LA FORMA EN LA QUE SUCEDE EL TRABAJO Y LA MANERA EN LA QUE LAS COMPAÑÍAS GENERAN EMPLEO. EN ESTE CONTEXTO, SEGUROS SURA ANALIZA LAS TENDENCIAS DE TALENTO HUMANO PARA BRINDAR A LAS EMPRESAS LAS HERRAMIENTAS QUE LES PERMITAN TOMAR DECISIONES ESTRATÉGICAS ADECUADAS Y ASÍ CONTRIBUIR CON EL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO.



Alejandro Desimone

Realidad virtual, realidad aumentada, la nube, big data, robots, automatización y plataformas colaborativas son solo algunas de las tecnologías que impactan en el mundo laboral y que están modificando nuestra forma de trabajar.

Sumado a esto, los mercados laborales ya no tienen fronteras geográficas y empiezan a concebirse como un único lugar en el mundo, por lo que la puja por el talento humano ya no es local sino global. En este sentido, las empresas deben redoblar los esfuerzos para brindarles a sus colaboradores una oportunidad que se ajuste a este nuevo paradigma.

Alejandro Desimone, VP de Talento Hu-

mano de Seguros SURA, explica que en la compañía vienen trabajando desde hace varios años en este aspecto, brindando herramientas y metodologías de trabajo que contribuyen al desarrollo personal y profesional de los colaboradores. "Consideramos que el desarrollo del talento humano es uno de los pilares de nuestra empresa. En un mundo cada vez más tecnológico, se requiere el sentido humano en el trabajo, no solo para aportar al uso de las nuevas tecnologías, sino también para generar conexión entre las personas, impulsar la cercanía, el compromiso y la confianza". Por su parte, Magdalena Urdampilleta, líder del Observatorio de Tendencias de Seguros SURA, afirma que también vienen ana-

lizando las nuevas tendencias en el mundo laboral: una de las más importantes es el humanismo tecnológico, que busca conciliar la implementación tecnológica con la promoción y protección del bienestar humano. En este modelo, la tecnología está al servicio de las personas y su desarrollo. "Debemos entender que la tecnología no destruye el trabajo realizado por el ser humano, al contrario, lo potencia. Reconoce el valor intrínseco de los seres humanos y busca asegurar que el progreso tecnológico se oriente hacia el beneficio y la realización de las personas", sostiene Urdampilleta.

De esta tendencia surge el concepto de cobotización, que se refiere al trabajo colabo-

rativo entre los seres humanos y los robots, que hace que las personas ocupen menos cantidad de horas en actividades rutinarias automatizables, cometan menos errores y, a la vez, puedan realizar tareas con un mayor grado de complejidad, interconexión y relacionamiento.

"En Seguros SURA, el avance de la cobotización ha generado un impacto significativo en la forma en que trabajamos y en el desarrollo de nuestros colaboradores. La automatización de tareas ha abierto nuevas oportunidades profesionales a nuestros colaboradores. A medida que los robots asumen algunas de las tareas e interactúan de forma segura y colaborativa, los empleados tienen la posibilidad de

enfocarse en actividades de mayor valor agregado", asegura Desimone. Y continúa: "Estos cambios y transformaciones nos permiten dar mejores respuestas. Sabemos que tendrá su tiempo de maduración, pero es el camino que hemos trazado subiéndonos al proceso de gestión de tendencias y riesgos que surge de la observación de nuestros entornos".

Es importante destacar que, si bien la tecnología puede ser una herramienta valiosa en la gestión del talento humano, el enfoque humanista implica considerar siempre el impacto en el bienestar de los colaboradores y mantener una comunicación transparente y abierta. Para aprovechar al máximo este cambio en el panorama

Al invertir en el reskilling de nuestro talento, estamos asegurando su empleabilidad a largo plazo y promoviendo una cultura de aprendizaje continuo que pueda responder a los desafíos actuales y futuros

ACERCA DE SURA, SEGUROS TENDENCIAS Y RIESGOS

En Argentina, la compañía cuenta con más de 600 empleados y 4000 productores asesores de seguros y más de 1.5 millones de clientes. Además, posee más de 14 agencias distribuidas por todo el país, sumando el edificio corporativo en Puerto Madero, donde opera la sede central de Seguros SURA. Con 75 años de experiencia, Suramericana S.A. es la compañía especializada en seguros, tendencias y riesgos, con fuerte presencia en el mercado latinoamericano y un total de 16.6 millones de clientes. La firma está presente en 9 países de Latinoamérica como México, Chile, Argentina, Brasil, Uruguay, El Salvador, República Dominicana, Panamá y Colombia. Suramericana S.A. filial de Grupo SURA (81.1%) y en la cual también participa como accionista la reaseguradora alemana Munich Re (18.9%), se presenta a los clientes con la marca SURA, en sus soluciones de seguros generales, seguros de vida, riesgos laborales, planes obligatorios y complementarios de salud, entre otros.

laboral, en SURA, se han implementado programas de reskilling, que consisten en proporcionar al equipo espacios de capacitación y desarrollo para adquirir las habilidades necesarias y altamente valoradas en la era de la cobotización. Por ejemplo, manejo de la inteligencia artificial, aprendizaje automático, análisis de datos, programación y otras disciplinas relacionadas con la tecnología. Además, se brindan espacios para trabajar en el desarrollo de competencias y habilidades como la prospectiva, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. "Al invertir en el reskilling de nuestro talento, estamos asegurando su empleabilidad a largo plazo y promoviendo una cultura de aprendizaje continuo que pueda responder a los desafíos actuales y futuros", agrega Desimone.

Finalmente, desde Seguros SURA sostienen que el humanismo tecnológico en el mercado asegurador, al igual que en los demás sectores, debe estar acompañado de decisiones estratégicas que contribuyan el bienestar y la competitividad de las empresas y las personas aseguradas.

Conducta Empresarial Responsable:

Explorando las claves de actualización de las directrices de la OCDE para empresas multinacionales

*Por **María Inés Corrá** y **María Victoria Tuculet**



***María Inés Corrá** es especialista en Arbitraje Internacional, Regulación Económica y Derecho Administrativo. **María Victoria Tuculet** es especialista en Servicios Financieros y Mercado de Capitales. Ambas son parte de Bomchil, firma de abogados full-service que este año celebra su 100° Aniversario.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha publicado una actualización de las Directrices para empresas multinacionales sobre conducta empresarial responsable. Éstas, consideradas como instrumentos de soft law, tienen como objetivo promover la articulación entre el sector público y el sector privado en la protección de los derechos humanos, la conducta empresarial responsable y la prevención de la corrupción. En particular, las directrices ofrecen recomendaciones específicas para que las empresas multinacionales se alineen con los objetivos internacionales en relación con el cambio climático y la biodiversidad, reconociendo así la importancia creciente de abordar los desafíos ambientales en el ámbito empresarial. Además, se proporciona un marco detallado que establece las expectativas en cuanto a las medidas de debida diligencia

en diversas áreas, incluyendo el desarrollo, financiamiento, venta, licenciamiento, comercio y uso de tecnología. Este enfoque también abarca la recolección y uso de datos, con un reconocimiento explícito de la importancia de proteger la privacidad y la seguridad de la información. En cuanto a los impactos y relaciones comerciales vinculadas con el uso de productos y servicios, la actualización ofrece recomendaciones que refuerza la responsabilidad de las empresas en el ciclo de vida completo de sus productos y servicios. Por otro lado, es clave abordar la protección integral de personas y grupos en riesgo, lo cual resalta la importancia de proteger y respetar los derechos humanos en todas las operaciones comerciales, especialmente en contextos vulnerables. La actualización además incluye recomendaciones actualizadas sobre la divulgación de información relacionada con la conducta empresarial responsable. Esto

busca promover una mayor transparencia y rendición de cuentas en las prácticas comerciales de las empresas multinacionales.

En otro aspecto, se han ampliado las recomendaciones sobre medidas de debida diligencia para la prevención de la corrupción y así implementar políticas y prácticas sólidas para combatir la corrupción en todas las etapas de las operaciones comerciales.

Una de las recomendaciones destacadas es la alineación de las actividades de lobby con las directrices establecidas por la OCDE para garantizar que las empresas multinacionales realicen sus actividades de lobby de manera ética y responsable, evitando prácticas que puedan comprometer la integridad y la transparencia en el proceso de toma de decisiones.

Además, la actualización también busca fortalecer los procedimientos de supervisión de los Puntos de Contacto Nacionales (PCN) para la Conducta Empresarial Responsable. Estos PCN son responsables de recibir y analizar las denuncias relacionadas con las prácticas comerciales de las empresas multinacionales y asegurarse de que se tomen las medidas adecuadas en caso de incumplimiento.

En un mundo cada vez más globalizado, donde las empresas multinacionales desempeñan un papel significativo en la economía global, la adopción de medidas para promover la conducta empresarial responsable se vuelve esencial. Su adopción y cumplimiento pueden generar beneficios significativos tanto para las empresas como para la sociedad en general.



MÁS DE 100 AÑOS INVIRTIENDO EN EL DESARROLLO DE LA ENERGÍA EN EL PAÍS.



BBVA y Universidad de San Andrés lanzan un Programa de Fortalecimiento de Negocios de Impacto



Hernán Carboni

BBVA en alianza con el Centro de Innovación Social de la Universidad de San Andrés anuncian la segunda edición del Programa de Fortalecimiento de Negocios de Impacto (Proimpacto) orientado a emprendedores y empresas que brindan soluciones innovadoras y se apalancan en el mercado para abordar los desafíos de la comunidad y del planeta. Esta propuesta de formación y apoyo tiene el propósito de contribuir a fortalecer las capacidades de los emprendedores de impacto social y ambiental para enfocar y liderar sus negocios hacia el crecimiento y la escala. "Creemos que esta segunda edición refuerza el compromiso de BBVA con este sector estratégico que aporta al crecimiento del país y demuestra nuestra continua contribución a fortalecer las habili-

dades de los emprendedores y empresas a través de la formación y capacitación. Estamos convencidos que los excelentes resultados que tuvimos en este programa nos estimula a seguir apostando por este camino donde las entidades financieras somos realmente un actor relevante en su desarrollo y acompañamiento", señaló Hernán Carboni, director de Relaciones Institucionales de BBVA en Argentina. Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social de la Universidad, comentó: "El programa está destinado a empresas de impacto que están en una etapa de madurez, en camino hacia su escala y crecimiento. Incluimos talleres, mentoría, construcción de redes y vinculación con actores clave. Proimpacto se enriquece con el intercambio entre pares y expertos para analizar las barreras de esta etapa y

para elaborar un plan de acción que impulse el fortalecimiento de su modelo de negocio. La Universidad pone así a disposición su conocimiento académico y su experiencia en apoyo del ecosistema emprendedor desde hace más de una década, en alianza con nuestro socio estratégico BBVA para hacer disponible esta segunda edición."

Programa de Fortalecimiento de Negocios de Impacto (Proimpacto)

El Programa de Fortalecimiento de Negocios de Impacto incluye talleres, asesoramiento, construcción de redes y vinculación con actores claves que contribuirán a potenciar a las empresas participantes. El programa finaliza con la elaboración e intercambio entre pares y con expertos de sus planes de acción para el fortaleci-

miento y crecimiento de sus empresas. El Programa es dictado por el Centro de Innovación Social con el apoyo del Centro de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés y del BBVA como socio estratégico.

Destinado a equipos de emprendedores y colaboradores claves de startups que cuenten con un modelo de negocios probado con al menos 2 años de facturación y PYMES con modelos de negocios orientados al impacto social o ambiental, y que cuenten con un alto compromiso y condiciones para iniciar un proceso de crecimiento.

Proimpacto se desarrollará entre agosto y octubre de 2023 con encuentros virtuales, jornadas de trabajo híbridas y encuentros de mentoría personalizada.

Los interesados se postularán completando el formulario de admisión al programa. Deberán cumplir con los siguientes criterios para su admisión: a) ser propietarios o integrar el equipo ejecutivo de startups con al menos 2 años de facturación o PYMES que estén orientadas a generar impacto social o ambiental a través de su modelo de negocios, b) pertenecer a empresas en fase de consolidación o iniciando la fase de crecimiento, c) contar con visión empresarial y plan de negocios en etapa de ejecución; d) demostrar compromiso, capacidad y actitud para el crecimiento. Se dará prioridad a equipos de 2 ó 3 integrantes de una misma empresa. La inscripción cierra al cubrirse el cupo previsto. Para solicitar más información comunicarse a cis-impacto@udes.edu.ar, o al 7078-4310.

Centro de Innovación Social

El Centro de Innovación Social (CIS) ha sido creado por la Universidad de San Andrés a comienzos de 2007, para consolidar el trabajo que la universidad realiza desde 1996 en el campo de la profesionalización de las organizaciones sin fines de lucro, la promoción de la inversión social privada y la responsabilidad social empresarial. Su misión es fortalecer el compromiso y las capacidades para generar impacto y transformación social de las organi-

zaciones de la sociedad civil, empresas, emprendedores, fundaciones donantes e inversores sociales privados, mediante la formación académica, la capacitación, la generación y difusión de conocimientos relevantes, y la producción de contenidos educativos. El Centro de Innovación Social desarrolla actividades de generación y difusión de conocimientos, formación académica, capacitación y producción de contenidos educativos. El CIS ha participado en investigaciones y publicaciones sobre negocios de impacto y ha brindado apoyo a diversas iniciativas del ecosistema de impacto orientadas a promover el crecimiento y consolidación del sector en nuestro país y en la región. Más información puede obtenerse en www.udes.edu.ar/cis.

Centro de Entrepreneurship

El Centro de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés tiene como objetivo la creación, el impulso y el apoyo al crecimiento de emprendimientos argentinos, siendo un referente en el ecosistema emprendedor del país. Para ello, impulsa un conjunto de iniciativas abiertas a la comunidad relacionadas con el desarrollo y apalancamiento de startups y emprendedores: la Startup Competition, una de las más reconocidas competencias nacionales de proyectos de negocios; SparkLab, una incubadora de nivel internacional; y el programa Ventures Academy (en conjunto con Endeavor), entre otras iniciativas y programas realizados en conjunto con aliados estratégicos. Asimismo, el Centro participa activamente en los programas académicos e iniciativas de las carreras de grado y posgrado de la universidad. En los últimos cinco años, más de 3500 emprendedores participaron de los programas del Centro, que contribuyó en la creación de un gran número de empresas innovadoras y escalables en diferentes verticales. Para más información ingresar a <https://udes.edu.ar/emprendedores>.



Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social de la Universidad

En los últimos cinco años, más de 3500 emprendedores participaron de los programas del Centro, que contribuyó en la creación de un gran número de empresas innovadoras y escalables en diferentes verticales. Para más información ingresar a <https://udes.edu.ar/emprendedores>.

Alinear la ciberseguridad con los objetivos empresariales ayuda a aumentar los ingresos y a reducir los costos



Por Federico Tandeter
Director de Ciberseguridad de
Accenture Hispanoamérica. "

Las organizaciones que adapten sus programas de ciberseguridad con los objetivos de negocio tendrán un 18% más de probabilidades de lograr un crecimiento en los ingresos, la cuota de mercado objetivo y mejorar la satisfacción del cliente, así como un 26% más de probabilidades de reducir el costo de los incidentes de ciberseguridad, de acuerdo a lo establecido por un nuevo estudio de Accenture.

El informe de Accenture "State of Cybersecurity Resilience 2023" se basa en una encuesta realizada a 3.000 ejecutivos de seguridad y negocio de grandes organizaciones de Europa, Nor-

teamérica, Sudamérica y Asia-Pacífico. El reporte identifica a un grupo de empresas que están liderando sus esfuerzos en ciberseguridad. Estas compañías, a las que Accenture denomina "cibertransformadoras" y que representan el 30% de los encuestados, logran un equilibrio entre destacar en ciberresiliencia y alinearse con la estrategia empresarial para conseguir mejores resultados de negocio. "La adopción acelerada de tecnologías digitales como la IA generativa - combinada con regulaciones complejas, tensiones geopolíticas e incertidumbres económicas - está poniendo a prueba el enfoque de las organizaciones para gestionar el riesgo cibernético", aseguró Federico Tandeter, Director de Ciberseguridad de Accenture Hispanoamérica. "En este entorno rápidamente cambiante, los líderes empresariales necesitan integrar la ciberseguridad a sus esfuerzos de transformación digital central para convertirse en empresas resilientes. Este es uno de los rasgos diferenciadores clave de los transformadores cibernéticos, que demuestran que están mejor equipados para impulsar resultados empresariales exitosos", agregó Federico.

Las cuatro características que diferencian a los transformadores cibernéticos de otras empresas son:

Sobresalir en la integración de la ciberseguridad y la gestión de riesgos: Los cibertransformadores integran un marco basado en el ciberriesgo en su programa de gestión del riesgo empresarial; hacen que sus operaciones de ciberseguridad y

la dirección ejecutiva coordinen sobre la prioridad de los activos y operaciones que deben protegerse; y tienen muy en cuenta el riesgo de ciberseguridad a la hora de evaluar el riesgo general de la empresa (65% vs. 11%).

Aprovechar la ciberseguridad como servicio para mejorar las operaciones de seguridad: Los cibertransformadores son más propensos que los demás a utilizar proveedores de servicios gestionados para administrar las operaciones de ciberseguridad (40% vs. 24%).

Están más comprometidos con la protección de su ecosistema: Los cibertransformadores son más propensos que los demás a incorporar a sus socios del ecosistema o de la cadena de suministro a su plan de respuesta a incidentes (45% vs. 37%) y, a exigirles que cumplan normas estrictas de ciberseguridad (41% vs. 29%).

Dependen en gran medida de la automatización: Los transformadores cibernéticos son mucho más propensos que los demás a depender en gran medida de la automatización para sus programas de ciberseguridad (89% vs. 57%). Además, el 96% de todos los encuestados, cuyas organizaciones automatizan sustancialmente su ciberseguridad, afirmaron que la automatización les ayuda a mitigar la escasez de cibertalentos, un reto clave para cualquier empresa que busque la ciberresiliencia.

"Aunque las organizaciones están tomando medidas para alinear mejor los programas de ciberseguridad con los objetivos de negocio, todavía hay mucho margen de mejora, ya que más del 60% de los encuestados siguen siendo víctimas de incidentes que provienen de fuera de

sus organizaciones", dijo Federico Tandeter, Director de Ciberseguridad de Accenture Hispanoamérica. "Trabajar de forma más efectiva en todo el C-suite y garantizar que los esfuerzos de seguridad tengan un impacto empresarial positivo requiere de un CISO dirigido por el negocio que actúe como educador y colaborador con los líderes no relacionados con la seguridad", concluyó el vocero de la compañía.

El informe destaca que las organizaciones que integran tres acciones clave de ciberseguridad en sus esfuerzos de transformación digital, y aplican sólidas prácticas de ciberseguridad en toda la organización tienen casi seis veces más probabilidades de experimentar transformaciones digitales más eficaces que aquellas que no hacen ambas cosas. Las acciones de ciberseguridad que las organizaciones pueden adoptar para aumentar el éxito y la satisfacción son:

Exigir controles de ciberseguridad antes de implantar todos los nuevos servicios y productos empresariales.

Aplicar la ciberseguridad de forma incremental a medida que se alcanza cada hito de la transformación digital.

Designar a un encargado de ciberseguridad como parte del equipo central de transformación que coordine la ciberseguridad en todas las iniciativas.

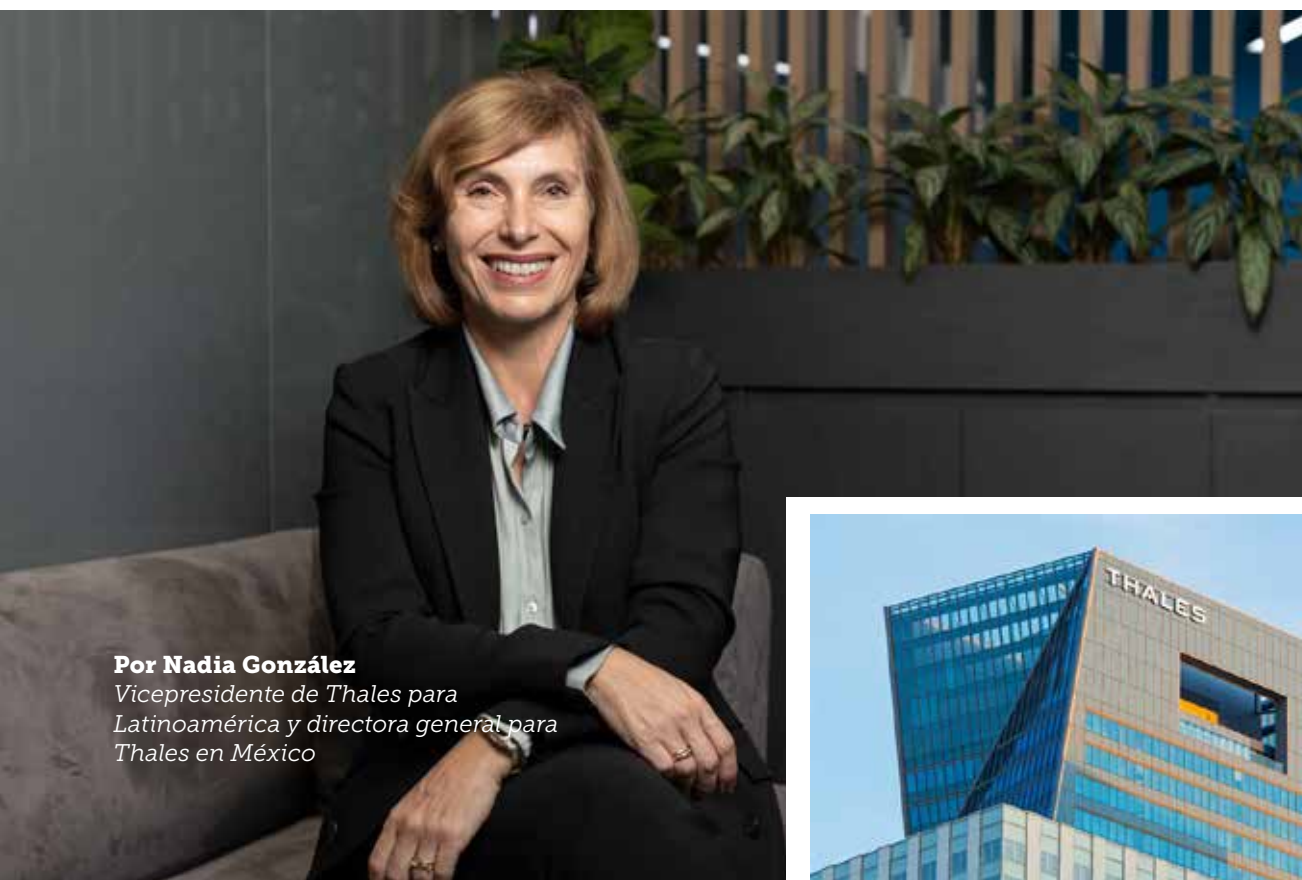
Se puede explorar el informe State of Cybersecurity Resilience 2023 en Accenture Foresight, la nueva aplicación de liderazgo de pensamiento de Accenture, que proporciona un feed personalizado de todos nuestros últimos informes, casos de estudio, blogs, gráficos de datos interactivos, podcasts y mucho más. Descargue la aplicación en <http://www.accenture.com/foresight>.

METODOLOGÍA

Accenture Research encuestó a 3.000 ejecutivos -incluidos 2.500 directores de seguridad de la información (CISO) y 500 directores generales y directores financieros- de grandes organizaciones Europa, Asia-Pacífico y Sudamérica. El objetivo era comprender el papel de la ciberseguridad en el enfoque de transformación de las organizaciones y las prácticas de ciberseguridad más amplias que facilitan una transformación digital segura. El estudio se realizó entre septiembre y octubre de 2022.

ACCENTURE
RESEARCH

Mujer y tecnología: compromiso de inclusión para garantizar un futuro más equitativo



Por Nadia González
Vicepresidenta de Thales para
Latinoamérica y directora general para
Thales en México



En las últimas décadas se han logrado avances significativos que dejan ver un futuro prometedor para la inclusión de las mujeres dentro del sector tecnológico. No obstante, aún prevalecen desafíos en los que hay que seguir trabajando para lograr una verdadera igualdad de género.

Muchas mujeres siguen escogiendo carreras que no tienen que ver con la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas, conocidas también como STEM, a pesar de que en estas especialidades se encuentran los empleos del futuro. Según ONU Mujeres, hasta 2020 solo el 35% de los estudiantes de carreras y programas del campo de STEM son mujeres.

Es vital, entonces, que desde las empresas exista un compromiso conjunto para abordar la disminución en esta disparidad y avanzar en la construcción de un futuro más equitativo desde la perspectiva de género, donde la diversidad se vea reflejada en cada toma de decisión, desarrollo innovador, ideación de proyecto y en el propio futuro de la tecnología.

Las bases están dadas para que en los próximos años las cifras de mujeres en puestos directivos y que emergieron de carreras STEM continúen creciendo de forma favorable, solo es cuestión de que, desde la base familiar, siga la transición del antiguo rol que limitaba a la mujer al hogar, por uno integral en el que mujeres y hombres participan en igualdad de condiciones, tanto profesionalmente como en casa.

Es necesario seguir direccionando esfuerzos para impulsar la formación y crecimiento profesional de las mujeres en las carreras de ingeniería desde su temprana edad, inspirado, construyendo interés y confianza en esta industria que ocupa un rol más que importante para el futuro de la humanidad. La comunicación y la escucha activa son fundamentales para entender las necesidades y los distintos puntos de vista, y poder así brindar oportunidades de valor para el desarrollo de los talentos.






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 ELLO, 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   

Bioinsumos: la naturaleza aliada a la innovación



Por Ing. Agr. Federico Elorza,
coordinador de Gestión
Sustentable de Casafe

La agricultura argentina es innovadora y se caracteriza por la rápida adopción de tecnologías, a cargo de sus protagonistas: los productores agropecuarios. Del otro lado de la cadena, está la industria de fitosanitarios -entre otras- que desarrolla e investiga nuevos ingredientes activos y formulaciones, métodos de aplicación más eficientes, tecnologías de liberación controlada, así como mejoras en la seguridad de los productos y en la protección del ambiente. Dentro de esta batería de herramientas encontramos soluciones biológicas para el control de adversidades. Los productos biológicos o bioinsumos de uso agropecuario son sustancias de origen biológico o natural, como por ejemplo hongos, bacterias, virus, ácaros o extractos de plantas. Sirven para mejorar la productividad de los cultivos y pueden clasificarse en 3 grandes grupos: como

Biofertilizantes, Bioestimulantes y productos biológicos de control o productos de Biocontrol. Los biofertilizantes son productos naturales que contienen microorganismos beneficiosos para las plantas, ayudando a mejorar su crecimiento y nutrición. Los inoculantes son los más conocidos y representan el mayor porcentaje del mercado, alcanzando a casi el 65% de los bioinsumos comercializados en Argentina. Cuando necesitamos estimular el crecimiento, desarrollo y resistencia de las plantas, mejorando su rendimiento y salud contamos con los bioestimulantes. Tienen como objetivo principal mejorar la eficiencia fisiológica de los cultivos, brindar tolerancia al estrés que pueden generar factores externos y/o características de calidad del cultivo. No están destinadas al control de enfermedades o insectos. Entre estos se destacan los reguladores de crecimiento (PGR, por sus siglas en inglés), ácidos orgánicos o aminoácidos, entre

otros. Los bioestimulantes representan alrededor del 10% del mercado argentino de bioinsumos.

Por último, están los productos de Biocontrol, que pueden actuar de forma directa o indirecta, para controlar poblaciones de plagas. En el primer grupo, encontramos a los agentes de control, que pueden ser de origen microbiológico, como bacterias, hongos o virus; o macrobiológicos, es decir, insectos. En el grupo de los indirectos, se destacan las feromonas (Semioquímicos) y los bioquímicos, como los fitorreguladores o algunos promotores de crecimiento. Los productos de control biológico representan alrededor del 14% del mercado y son los que están mostrando una mayor tasa de crecimiento. Se detecta una gran cantidad de desarrollos e investigación en proceso, centradas en bioinsecticidas y en biofungicidas. Respecto de los bioherbicidas, hay una menor representatividad debido a la complejidad de su desarrollo en cuanto a la especificidad para las malezas.

Desterremos mitos

Muchas veces, escuchamos afirmaciones sobre los bioinsumos relacionadas a su inocuidad, eficiencia o incompatibilidad con otros productos. Repasemos uno a uno.

En cuanto a la inocuidad, no existen sustancias inocuas. Si bien los bioinsumos tienen una clasificación toxicológica de las más bajas (banda verde o clasificación toxicológica IV), pueden generar riesgos si no se usan adecuadamente. La aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) es la clave para que su uso sea seguro para las personas y para el ambiente, y sostenible en el tiempo. La forma en que los utilizemos, bajo las recomendaciones de las etiquetas y de los profesionales asesores, es lo que hará que sean eficaces en el corto y largo plazo.

Respecto de su efectividad, los bioinsumos son tan eficientes como los fitosa-



nitarios de origen químico. Deben manipularse, acopiarse y utilizarse de manera adecuada, en condiciones de temperatura y humedad específicas, según el bioinsumo. Esto es clave, ya que estamos trabajando con organismos vivos -o con productos producidos por estos-, que tienen una sensibilidad distinta a otros tipos de productos o factores. Los productos biológicos son desarrollados para ser muy específicos y solo deben utilizarse para la plaga adecuada que se quiera controlar. Por último, hablemos de su compatibilidad con otros productos. En muchas ocasiones se plantea el crecimiento de los biológicos como un reemplazo de otras soluciones tecnológicas. Sin embargo, no sería responsable realizar esta afirmación. Los bioinsumos son una herramienta innovadora que se complementa con las tecnologías de síntesis química de manera exitosa y altamente eficaz. Por ejemplo, algunos fungicidas químicos eliminan patógenos en las semillas que pueden competir con los microorganismos de los bioinsumos. De esta manera, la combinación de los productos químico y biológico le brinda a la semilla mayor vigor, mejorando el crecimiento de la planta y potenciando el accionar de cada uno. La innovación en la industria de los fitosanitarios es muy amplia. Los bioinsumos son una de las tecnologías que más ha crecido en este último tiempo, debido a su efectividad y alta complementariedad con otros productos. Incorporar este tipo de herramientas significa más alternativas tecnológicas para quienes producen. Incorporaremos nuevas soluciones, impul-

*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.

Accenture

Inversión de 3.000 millones de dólares en Inteligencia Artificial



ACCENTURE ANUNCIO UNA INVERSIÓN DE 3.000 MILLONES DE DÓLARES A LO LARGO DE TRES AÑOS EN SU PRÁCTICA DATA & AI A NIVEL MUNDIAL PARA AYUDAR A CLIENTES DE TODOS LOS SECTORES A AVANZAR Y UTILIZAR LA IA DE FORMA RÁPIDA Y RESPONSABLE PARA LOGRAR UN MAYOR CRECIMIENTO, EFICIENCIA Y RESILIENCIA.

Accenture es una compañía global líder en servicios profesionales que ayuda a las principales empresas, gobiernos y otras organizaciones del mundo a construir su núcleo digital, optimizar sus operaciones, acelerar el crecimiento de los ingresos y mejorar los servicios al ciudadano, creando valor tangible a velocidad y escala. Existe un interés sin precedentes en todas las áreas de la IA, y la importante inversión que estamos realizando en nuestra práctica de Datos e IA ayudará a nuestros clientes a pasar del interés a la acción y al valor, y de forma responsable con casos de negocio claros”, explica Julie Sweet, presidenta y CEO de Accenture. Las empresas que construyan una base sólida de IA adoptándola y escalándola ahora, cuando la tecnología esté madura y ofrezca un valor claro, estarán mejor posicionadas para reinven-

tarse, competir y alcanzar nuevos niveles de rendimiento. Nuestros clientes tienen entornos complejos, y en un momento en que la tecnología está cambiando rápidamente, nuestro profundo conocimiento de las soluciones del ecosistema nos permite ayudarlos a navegar de forma rápida y rentable para tomar decisiones inteligentes”, agrega Sweet.

La inversión se basa en el liderazgo de más de una década de Accenture en IA. La experiencia de la compañía en IA abarca más de 1.450 patentes y solicitudes de patentes pendientes en todo el mundo y cientos de soluciones de clientes a escala, que van desde el marketing al comercio minorista y desde la seguridad a la fabricación. Accenture ha integrado la IA en su enfoque de prestación de servicios, impulsando la eficiencia, el conocimiento y acelerando el valor para miles de clientes a través de sus plataformas líderes

Nuestros clientes tienen entornos complejos, y en un momento en que la tecnología está cambiando rápidamente, nuestro profundo conocimiento de las soluciones del ecosistema nos permite ayudarlos a navegar de forma rápida y rentable para tomar decisiones inteligentes



Julie Sweet

en el mercado, como myWizard, SynOps y MyNav.

Hace seis años, Accenture fue pionera en su marco de IA responsable, que ahora forma parte de cómo Accenture ofrece su trabajo a los clientes, está incluido en el código ético de la compañía y es la base de su riguroso programa de cumplimiento de IA responsable.

Accenture trabaja actualmente con muchos clientes en proyectos de IA generativa, como ayudar a un grupo hotelero a gestionar las consultas de sus clientes o a un sistema judicial a sintetizar la información del proceso judicial en cientos de miles de documentos complejos.

El anuncio incluye una serie de inversiones que Accenture está realizando para ayudar a las empresas a desarrollar las nuevas estrategias, modelos operativos, casos de negocio y arquitectura central digital que necesitarán

para capitalizar la innovación en IA:

Accenture invertirá en activos, soluciones sectoriales, empresas, adquisiciones, talento y asociaciones de ecosistemas, que profundizarán y desarrollarán nuevas habilidades y capacidades en IA diagnóstica, predictiva y generativa.

El área de Datos e IA duplicará su talento en IA hasta alcanzar los 80.000 profesionales mediante una combinación de contrataciones, adquisiciones y formación.

El nuevo AI Navigator for Enterprise es una plataforma basada en IA generativa que ayudará a los clientes a definir casos de negocio, tomar decisiones, navegar por trayectos de IA, elegir arquitecturas y comprender algoritmos y modelos para impulsar el valor de forma responsable. Basándose en los propios esfuerzos de Accenture, la plataforma incluirá activos diseñados para acelerar las

prácticas responsables de IA y los programas de cumplimiento.

Accenture creará aceleradores para la preparación de los datos y la IA en 19 sectores distintos, así como modelos funcionales y sectoriales preconstruidos que aprovechen las nuevas capacidades de la IA generativa.

Para avanzar en los usos de la IA generativa, su Centro de IA Avanzada se dedica a maximizar el valor de esta tecnología en los clientes y dentro de Accenture. Esto incluye una amplia I+D e inversiones para reimaginar la prestación de servicios utilizando capacidades de IA generativa y otras capacidades emergentes.

Accenture invertirá en relaciones nuevas y existentes a través de sus ecosistemas de nube, datos e IA líderes en la industria para reinventar el tipo de trabajo que se entrega a los clientes. Por ejemplo, desarrolladores que utilicen modelos preconstruidos para mejorar la creación de prototipos o creadores que construyan entornos virtuales dinámicos que puedan adaptarse a los cambios del mundo real.

Durante la próxima década, la IA será una megatendencia que transformará sectores, empresas y nuestra forma de vivir y trabajar, ya que la IA generativa transformará el 40% de las horas de trabajo”, afirma Paul Daugherty, director general de Accenture Technology. Nuestra práctica ampliada de Datos e IA reúne toda la potencia y amplitud de Accenture en la creación de soluciones específicas para cada sector que ayudarán a nuestros clientes a aprovechar todo el potencial de la IA para remodelar su estrategia, tecnología y formas de trabajar, impulsando la innovación y el valor de forma responsable y más rápida que nunca”, concluye Daugherty.

El trabajo híbrido, la modalidad que debe ser gestionada por los IT



LA PANDEMIA HA REVOLUCIONADO RÁPIDAMENTE LA FORMA DE TRABAJAR; GUSTE O NO, EL TRABAJO HÍBRIDO LLEGÓ PARA QUEDARSE. LAS CIFRAS ILUSTRAN PERFECTAMENTE ESTA TENDENCIA: UN ESTUDIO DE LA CONSULTORA DE GESTIÓN GLOBAL MCKINSEY REVELÓ QUE UN SIGNIFICATIVO 78% DE LOS EMPRESARIOS TRABAJAN AHORA EN FORMATOS HÍBRIDOS A DISTANCIA. ADEMÁS, LOS EMPLEADOS NO SÓLO SE PASAN AL TRABAJO HÍBRIDO PORQUE SE LO PIDAN. UNA ENCUESTA DE MICROSOFT REVELÓ QUE ALREDEDOR DEL 70% DE LOS EMPLEADOS DESEAN SEGUIR SIENDO HÍBRIDOS COMO NUEVA NORMALIDAD. NO ES DIFÍCIL VER POR QUÉ: UN INFORME DE PWC INDICA QUE ESTE TIPO DE TRABAJO AUMENTA LA EFICIENCIA LABORAL.

A medida que la cultura laboral híbrida continúa desarrollándose, los departamentos de tecnología de la información (IT) en diferentes industrias se han convertido en el pilar de las empresas, sentando las bases para la nueva normalidad en gran parte de la fuerza laboral global. Pero ¿qué es exactamente la tecnología de la información? ¿Qué funciones desempeña la IT y cómo puede promover las mejores prácticas para trabajar de forma remota?

A la luz de estos avances, aquí hay cinco direcciones generales para gestionar una fuerza laboral híbrida y remota:

Planificar en función de los sectores

Tanto para las pequeñas oficinas domésticas (SOHO) como para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) o las empresas, es esencial una política de trabajo híbrido (TH). Naturalmente, los departamentos informáticos deberán elaborar estrategias en función de los sectores en los que trabajen y del tamaño de su empresa. En primer lugar, hay que planificar qué software es esencial para qué puestos; también hay que tener en cuenta los costos de invertir en IT híbrida a distancia. El caso de éxito del

TH para grupos “más difíciles”, como los trabajadores de primera línea, implica la importancia de una planificación crítica. Planificar un modelo de trabajo híbrido sólido para una organización no es en absoluto sencillo, ya que existen múltiples aspectos de este proceso. Los temas clave que todo equipo de IT debe tener en cuenta a la hora de planificar esta modalidad de desempeño laboral son: Definir objetivos: Aunque puede resultar tentador seguir las tendencias en el lugar de trabajo, es crucial que una organización contemple primero sus razones para adoptar un modelo de TH. Además, que identifique las metas y objetivos para permitir el trabajo remoto en su empresa (por ejemplo, “mi compañía debería adoptar este modelo para mejorar la motivación en los trabajadores” o “mi organización está adoptando el trabajo remoto para ahorrar espacio en la oficina”).

Evaluar hardware y software actuales: Para que el trabajo remoto sea posible, se necesitan ciertos tipos de hardware y software. “Es fundamental que todo plan de TH evalúe las tecnologías actuales de la organización y lo que necesita comprar. Se debe contemplar la planificación de dispositivos más seguros y modernos y hacer inventario de los dispositivos no aptos para Windows 11. Cada vez más tenemos el compromiso de ofrecer a las organizaciones herramientas adaptadas a sus necesidades de movilidad, seguridad y con la potencia necesaria para ejecutar todas las tareas de manera exitosa”, asegura Acer, un líder en el mercado de tecnología.

Desarrollar directrices o políticas para el trabajo remoto: Los empleados pueden sentirse confusos sobre los horarios y límites del TH (por ejemplo, cuándo ir a la oficina, cómo se evalúa el rendimiento mientras se trabaja a distancia y si el trabajo a distancia implica horarios flexibles). Por eso es útil elaborar directrices escritas que los empleados puedan consultar.

Elegir las herramientas de trabajo adecuadas: Para facilitar eficazmente el trabajo a distancia, el departamento de TI debe elegir las herramientas y tecnologías adecuadas. Considere la posibilidad de implantar software de videoconferencia, herramientas de colaboración y plataformas de gestión de proyectos, entre otras opciones pertinentes, para permitir una comunicación y colaboración fluidas entre los miembros del equipo remoto.

Probar y perfeccionar: El TH no es fácil de gestionar, y es todo un reto que funcione sin problemas en las primeras semanas. Por ello, resulta útil probarlo y perfeccionarlo durante breves periodos antes de pasar por completo a este modo de laborar de los empleados.



Comunicarse con los empleados: La comunicación periódica con los empleados acerca de las políticas, procedimientos y herramientas disponibles para el trabajo a distancia es esencial para garantizar una transición fluida. Para ayudar a los empleados en este cambio, proporcione formación y apoyo continuos para asegurarse de que se sientan cómodos con la tecnología y entiendan cómo utilizarla eficazmente.

Proporciona dispositivos de valor

Las organizaciones pueden preguntarse si los empleados pueden utilizar sus dispositivos electrónicos personales para trabajar a distancia. Aunque esto parece rentable, hay preocupaciones asociadas a tales prácticas. Si los empleados hacen clic en enlaces comprometidos de sus correos electrónicos personales, pondrían en peligro la red de la empresa al exponerla a programas maliciosos.

Es necesario proporcionarles dispositivos de trabajo portátiles (como laptops, teléfonos móviles, tabletas, etc.). Sin embargo, “no todos los dispositivos están preparados para la empresa; merece la pena dedicar tiempo a investigar diferentes marcas de hardware y decidir si sus características satisfacen las amplias necesidades del trabajo remoto”, recomienda Acer. Por ejemplo, a la hora de considerar una laptop para este tipo de trabajo, busque dispositivos modernos y seguros. En cuanto al software, el departamento de TI debe proporcionar a los empleados herramientas de trabajo que permitan el trabajo a distancia, faciliten la comunicación y la colaboración entre colegas y garanticen un entorno de trabajo seguro con funciones como VPN empresariales, cortafuegos y software de autenticación multifactor, para protegerse de las ciberamenazas.

Al implantar un modelo de TH, también es crucial tener en

Teletrabajo y la nueva normalidad

2 es el promedio de días de teletrabajo por semana

El 48% cuenta con un esquema de días fijos y preestablecidos, mientras que el 52% son flexibles.

El 16% redujo los metros cuadrados (m2) de oficina en un 33%

El 17% implementó herramientas para la reserva de espacios en la oficina y monitoreo



cuenta las necesidades de los empleados con discapacidad. Las empresas deben colaborar para identificar equipos informáticos especiales o tecnologías de apoyo y proporcionarles las herramientas adecuadas para garantizar su éxito y productividad en el entorno de trabajo remoto.

Formar a tus empleados

Uno de los problemas más comunes de la tecnología híbrida en el lugar de trabajo es la exposición a importantes riesgos de ciberseguridad. "Si los empleados no respetan los protocolos de seguridad al conectarse a la red de la organización, ciberdelincuentes pueden aprovechar la oportunidad para acceder a los archivos y la información confidencial de la organización a través de la red doméstica de los empleados. Por eso, una sólida sesión informativa sobre el uso de dispositivos y software, así como sobre seguridad empresarial, es fundamental para el funcionamiento de una organización", insiste Acer. El departamento de TI debe tratar de resumir la información de forma ilustrativa y, a ser posible, en lenguaje accesible y no en jerga tecnológica, para que los no profesionales de IT puedan entenderla. El software y los dispositivos utilizados para el trabajo híbrido no siempre son fáciles de manejar, por lo que, para que los empleados entiendan cómo funciona el sistema, es necesario ofrecerles formación y apoyo. Un manual claramente ilustrado también sería útil en caso de que el trabajador olvide algún detalle esencial de su formación en IT.

Simplificar la gestión moderna

Es comprensible que las culturas de trabajo híbridas puedan resultar estresantes para los equipos de IT, por lo que es esencial disponer de las estrategias y tecnologías adecuadas. Si los empleados acceden a la VPN de la empresa desde casa, una medida preventiva sería controlar todos los dispositivos de trabajo de los empleados desde una ubicación central. Esto facilita la gestión de las actualizaciones de software y los ajustes de seguridad, lo que quita peso de encima al equipo de gestión de IT. Elegir soluciones tecnológicas útiles -aquellas cuya gestión requiere poca o ninguna infraestructura- puede ahorrar esfuer-

zos al equipo informático. Y, cuando se trata de gestionar las IT para el trabajo remoto, son igual de importantes las cuestiones de privacidad y seguridad de los datos, sobre todo para los sectores que guardan datos confidenciales o información privada. Con cierto control central sobre los dispositivos de trabajo de los empleados, los equipos de IT pueden supervisar las acciones de los empleados y garantizar el cumplimiento de las políticas en todo momento. Este control puede asegurar que los empleados están autorizados a acceder sólo a la información necesaria para sus tareas, minimizando la posibilidad de fugas de datos o ciberataques. Por último, es importante que el equipo de TI disponga de capacidades de apagado remoto para evitar la exposición de datos causada por el robo del portátil de un empleado o las acciones de un empleado descontento.

El soporte necesario

Es comprensible que el trabajo híbrido requiera un apoyo constante por parte del equipo de IT, por lo que es necesario implantar sistemas de asistencia remota. Si bien se necesita el apoyo de IT para problemas técnicos o soporte para información, hay herramientas que pueden ayudar a conectar a los empleados a través de sesiones remotas.

En un entorno empresarial con personal remoto que trabaja en distintas zonas horarias, es esencial que el equipo de soporte informático ofrezca asistencia las 24 horas del día. No prestar esta ayuda a tiempo a un trabajador con un problema informático podría suponer una pérdida significativa de horas de trabajo y obstaculizar potencialmente la productividad general de la organización.

En fin, el TH ha surgido como un modelo prominente en el lugar de trabajo moderno, con empresas que reconocen los beneficios de ofrecer una combinación flexible de opciones de trabajo remoto y presencial. A medida que esta tendencia sigue creciendo, las empresas deben atender a esta nueva mano de obra o arriesgarse a perder talento.

CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES



VANESA VÁZQUEZ,
GERENTE DE CRECIMIENTO
INCLUSIVO Y SUSTENTABILIDAD

¿Qué acciones concretas pudieron realizar en 2022 y que proyectan para este año?

El año pasado nos comprometimos a ser una compañía carbono neutral a 2040, y vamos a seguir trabajando en esa línea para reducir nuestras emisiones de carbono al máximo, compensar el residual y acompañar la descarbonización de nuestra cadena de valor. También lanzamos Gauchada, nuestro primer negocio social y buscamos que se expanda este año, ya que el objetivo es que pueda sustentar las acciones de impacto social de la compañía reinvertiendo los ingresos que genere Cebada Gauchada, el producto social de este negocio. Continuaremos trabajando con nuestros más de 1000 productores de cebada en la adopción de buenas prácticas agropecuarias, a raíz de las cuales el año pasado pudimos crear la cerveza 27, elaborada con malta de cebada de agricultura regenerativa por el trabajo junto a 23 productores que incorporaron estas técnicas. En 2022 también trabajamos en nuestro plan de electrificación y eficiencia de la flota logística con la política de camión siempre lleno, potenciando el programa de entregas directas con mayor eficiencia en recorridos y rutas, aumentando la capacidad productiva en regiones donde existe mayor demanda, e incorporando camionetas eléctricas para las entregas de última milla.

Cómo interpreta su empresa la Responsabilidad Social Empresarial, el Medio Ambiente y la Sustentabilidad?

Hoy el paradigma de Crecimiento Inclusivo plantea una mirada más amplia de la sustentabilidad, creando negocios de triple impacto con la colaboración y la regeneración como pilares.

En Cervecería y Maltería Quilmes creemos que la sustentabilidad ES el negocio, porque estamos convencidos de que es necesario un desarrollo económico que, a la vez, genere oportunidades para las personas y regenere el ambiente. La crisis climática y los problemas sociales a nivel global, desde hambre y pobreza hasta cuestiones de salud como epidemias y pandemias, demuestran que debemos adoptar modelos de negocios de triple impacto que integren todos los aspectos.

¿De qué forma se refleja el compromiso sostenido por la empresa y la manera en que lleva adelante su negocio en re-

lación con todos sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores, sociedad y Medio Ambiente?

Contamos con un reporte de ASG (ambiental, social, gobernanza) que está basado en lineamientos de sustentabilidad internacionales, los estándares GRI (Global Reporting Initiative). Nuestras metas de sustentabilidad a 2025 incluyen a toda nuestra cadena de valor y utilizan criterios e indicadores basados en la ciencia, que son medibles y auditables. Somos parte de CEMPRESA (Compromiso Empresarial para el Reciclaje), CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible), AACA (Alianza por la Acción Climática) y Consejo Empresario B para aprender y articular con especialistas. También creamos el Comité de ESG interno, liderado por el presidente de la compañía, y formado por los líderes de las diferentes áreas para impulsar la evaluación de los desafíos y sus posibles caminos y, tomar decisiones de negocio.

La Planta de AstraZeneca en Pilar será abastecida de energía renovable por Genneia

CON EL OBJETIVO DE SEGUIR APOSTANDO POR DESAFÍOS QUE GENERAN UN IMPACTO POSITIVO EN EL MEDIO AMBIENTE, ASTRAZENECA LLEGÓ A UN ACUERDO CON GENNEIA, LA COMPAÑÍA LÍDER EN GENERACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES EN ARGENTINA, PARA ABASTECER POR 10 AÑOS A LA PLANTA DE PILAR (PROVINCIA DE BUENOS AIRES) CON ENERGÍA LIMPIA.



Con esta iniciativa, la reconocida empresa biofarmacéutica confirma su compromiso en materia de sostenibilidad en el marco de su política de sustentabilidad orientada en tres pilares centrales: acceso a la salud, cuidado ambiental - a través del seguimiento de sus 6 ODS -, y ética y transparencia.

Siguiendo esta línea, AstraZeneca continúa desarrollando proyectos que contribuyan a beneficiar el planeta que habitamos. Es así que, en su último Reporte de Sustentabilidad, declararon que el 91% de su uso total de electricidad se obtiene a partir de energías renovables. De esta manera, tienen como objetivo central llegar a las cero emisiones de carbono para 2025 y establecer una cadena de valor de carbono negativo para 2030.

En este sentido, AstraZeneca fue el primer laboratorio en Argentina en obtener la certificación My Green Lab, en reconocimiento a sus buenas prácticas sustentables que aseguran un ambiente seguro, en apoyo de la ciencia.

“En AstraZeneca nos une nuestro deseo de desafiar los límites de la ciencia para ofrecer soluciones que impactan en la ca-



lidad de vida, mientras agregamos valor a nuestros colaboradores, nuestras comunidades y el medio ambiente. Creemos que existe una fuerte conexión entre la salud de nuestro negocio, nuestros pacientes, nuestros colaboradores y el planeta. Es por esto que contar con el apoyo de una empresa líder en el sector energético nos potencia para seguir desarrollando este tipo de proyectos que contribuyen al bienestar de nuestro planeta”, expresó Sergio Martinelli, Líder de Calidad de AstraZeneca.

Por su parte, Gustavo Castagnino, Director de Asuntos Corporativos, Regulatorios

y Sustentabilidad ESG de Genneia agregó: “Estamos orgullosos de poder brindar energía limpia a una de las compañías de salud más reconocidas a nivel global y acompañarlas en este proceso. Esta acción nos permite, como país, continuar avanzando en un cambio cada vez más sólido en materia de energías renovables para descarbonizar los procesos industriales”.

Este tipo de soluciones buscan preservar, restaurar y gestionar eficazmente los ecosistemas naturales para capturar y/o evitar emisiones de CO2 al ambiente.

Coca-Cola

THE COCA-COLA COMPANY Y SUS EMBOTELLADORES CREARON EL FONDO DE CAPITAL DE RIESGO CENTRADO EN LA SUSTENTABILIDAD, EN ASOCIACIÓN CON GREYCROFT.



ENVASES RETORNABLES, ALIADOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Sustentables y convenientes

- > Reducen el uso de plástico virgen
- > Ayudan a reducir la huella de carbono
- > Son más económicos para el consumidor
- > Luego de completar su vida útil son reciclados

Se realizarán inversiones por \$137,7 millones de dólares en empaquetado, descarbonización y más iniciativas que permitan reducir la huella de carbono del Sistema.

La huella de carbono del sistema Coca-Cola es una de las principales prioridades para el fondo, por lo que se enfocará en áreas claves con el mayor impacto potencial para comenzar: Empaquetado. Calefacción y refrigeración. Descarbonización de instalaciones. Distribución. Cadena de suministro.

“Este fondo nos ofrece la oportunidad de ser pioneros en soluciones innovadoras y de ayudar a escalarlas rápidamente dentro del sistema Coca-Cola y en toda la industria”, dijo John Murphy, Presidente y Director Financiero de The Coca-Cola Company. “Esperamos tener acceso a tecnología y ciencia emergentes para la sustentabilidad y la reducción de la huella de carbono.”

El fondo buscará invertir en empresas en la fase de comercialización. Para Greycroft, asociarse con el sistema Coca-Cola representa una oportunidad atractiva para ayudar a escalar las innovaciones junto con algunas de las principales operaciones de embotellado del mundo.

“Las cadenas de suministro sustentable y

la tecnología de producción han ido creciendo a la par que las marcas de consumo trabajan para satisfacer las demandas de los clientes y demás audiencias conscientes del impacto en el ambiente”, dijo Dana Settle, cofundadora y socia gerente de Greycroft. “Greycroft tiene el enfoque de ‘invertir en cualquier lugar’, lo que creemos que nos permite identificar start-ups prometedoras que brinden soluciones tecnológico-climáticas listas para escalar”.

Participantes de todo el mundo

El capital del fondo de \$137,7 millones de dólares proviene principalmente de inversiones de \$15 millones de dólares de capital comprometido de cada una de las siguientes empresas: The Coca-Cola Company, Arca Continental, Coca-Cola Bottling Co. UNITED, Coca-Cola Consolidated, Coca-Cola Europacific Partners, Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola HBC, Reyes Coca-Cola Bottling, Swire Coca-Cola. Juntas, representan casi la mitad del volumen del sistema Coca-Cola en todo el mundo.

El sistema tiene una larga historia de inversión en proyectos enfocados en la sustentabilidad que siguen marcando la diferencia. Por ejemplo: En América Latina,



John Murphy

The Coca-Cola Company y Arca Continental han invertido en PetStar, empresa líder en el procesamiento de PET reciclado; Coca-Cola FEMSA ha invertido en IMER y una planta de reciclaje de PET de alta tecnología, PLANETA.

Más información sobre la sustentabilidad en The Coca-Cola Company en <https://www.cocacolacompany.com/reports/business-and-sustainability-report>.

BMW

BMW M GmbH confirma el desarrollo de un nuevo BMW M5 Touring

La séptima generación del BMW M5 Sedán ya está formando parte de un intenso programa de pruebas. BMW M GmbH continuará su ofensiva de productos en 2024 con una ampliación de su gama, que incluirá una variante Touring del nuevo modelo de altas prestaciones. Los prototipos fueron cuidadosamente camuflados, pero no pueden ocultar su carácter deportivo. La futura generación del BMW M5 ha entrado en la fase de pruebas previa a su producción en serie, ya que el nuevo sedán de altas prestaciones de BMW M GmbH está completando sus test en rutas públicas, pistas de pruebas del Grupo BMW y distintos circuitos alrededor del mundo. Al igual que el futuro BMW M5 Sedán, la variante Touring también contará con un sistema de propulsión parcialmente electrificado. Con las características de rendimiento típicas de un M. De este modo, BMW M GmbH avanza con paso firme en su camino hacia la electrificación. “Ahora también instalaremos un sistema híbrido, con las prestaciones típicas de M, en otros coches de altas prestaciones”, confirmó al respecto Dirk Häcker, Jefe de Desarrollo de BMW M GmbH. Los motores de seis, ocho y diez cilindros, la tecnología M TwinPower Turbo combinada con altas revoluciones, el sistema de frenos compuestos con M Carbon y la tracción integral M xDrive son solo algunos de los hitos tecnológicos con que cuenta este modelo.



MINI ACV 30

El MINI ACV 30: el concept que casi se convierte en “El Nuevo MINI” Fue el más famoso de los prototipos que no lograron convertirse en el sucesor del Mini clásico y fue el primer MINI diseñado por Adrian van Hooydonk, actual vicepresidente senior de BMW Group Design. El MINI ACV 30 se presentó en 1997, pero las ideas que representa aún se encuentran vigentes en la marca británica.



El nuevo BMW CE 02

Con el nuevo BMW CE 02, BMW Motorrad presenta un nuevo vehículo eléctrico para zonas urbanas casi dos años después de presentar la BMW CE 04 y, por lo tanto, continúa consistentemente su estrategia de movilidad eléctrica. Ni scooter eléctrico, ni moto eléctrica: el “eParKourer” ideal para ciudades y zonas urbanas.



CNH INDUSTRIAL



CASE IH ESTUVO PRESENTE EN LA VIGÉSIMA EDICIÓN DE AGRONEA

De la mano de Agro Biciuffa, la marca participó de la exposición agropecuaria en el corazón del sudoeste chaqueño. Desde 1997, Agronea, la muestra agrícola-ganadera más importante del norte argentino, fue atravesada por la innovación tecnológica y procesos que apuntan a una producción más sustentable y competitiva. En su vigésima edición, desarrollada del 30 de junio al 2 de julio en la ciudad de Charata, provincia de Chaco, continuó siendo el lugar de encuentro y negocios que conecta a la región con el futuro del agro y el desarrollo industrial. Una vez más, Case IH, marca de CNH Industrial, se presentó en la exposición junto a su concesionario oficial Agro Biciuffa. En un stand de 900m2 se exhibieron los productos más representativos y elegidos por los clientes del sector: la línea de tractores Farmall M y Puma, y el pulverizador Patriot 300. Además, se lucieron las últimas novedades en tecnología y conectividad: las soluciones de AFS, telemetría, mapeos y piloto automático. “Apostamos nuevamente a Agronea porque es la posibilidad que



tienen los productores de la región de estar cerca del producto aquí en el norte. Es la manera de crear feedback para conocer las situaciones de cada uno de ellos y relacionarnos con los potenciales clientes”, explicó Conrado Ristoff, gerente de Ventas de Agro Biciuffa.

GENERAL MOTORS ARGENTINA

CHEVROLET INICIA LAS VENTAS DE LA NUEVA MONTANA



Chevrolet inicia las ventas de la pickup Nueva Montana. General Motors anunció que Chevrolet inició las ventas en el mercado local de la Nueva Montana. Este modelo llega respaldado por su excelente desarrollo y por la gran aceptación de los clientes que ya la han elegido en los mercados de la región de Sudamérica. Luego de su inicio de preventa durante el mes de junio a través de planes de ahorro de "Plan Chevrolet" (sólo en su versión LTZ), a partir de hoy la Nueva Montana ya se encuentra disponible en todas sus versiones de equipamiento y canales de comercialización a través de su extensa Red Oficial de Concesionarios Chevrolet del país. "La Nueva Montana llega a la Argentina para innovar el segmento de las pick-ups compactas con una propuesta urbana e inteligente, y tomando como base la experiencia de nuestra marca produciendo

pick-ups desde hace más de 100 años", comentó Raúl Mier, Director Comercial de General Motors de Argentina, en el evento de lanzamiento que se realizó en Tortuguitas, provincia de Buenos Aires.

Chevrolet Montana: la primera "Smart Utility Pickup" (SUP)

Este nuevo modelo inaugura el concepto SUP (Smart Utility Pickup) en su segmento. En él se reúnen la versatilidad y robustez de una pickup con el confort de un SUV (Sport Utility Vehicle). La nueva pickup Montana desarrolla una performance extraordinaria en las calles, ya que entrega una excelente relación aceleración-consumo dentro de su clase. Esta SUP está equipada en todas sus versiones con un motor 1.2L Turbo con 132 caballos de fuerza y 190 Nm de torque. Su selectora de cambios es automática de 6 velocidades.

Diseño y funcionalidad. La nueva pickup Montana se destaca por su diseño, seguridad, espacio interior, conectividad y performance. Las proporciones de la carrocería no tienen precedentes y brindan de serie un resultado fantástico para un vehículo que mide 4,72 metros de largo y 1,8 metros de ancho. La posición de manejo elevada, la atmósfera tecnológica del habitáculo y los acabados con materiales premium, hacen que remita definitivamente a los SUV. Esta sensación se ve reforzada por el bajo nivel de ruido a bordo, la conducción muy cómoda, y la excelente estabilidad del vehículo, ya sea vacío o con carga. La inédita caja de carga Multi-Flex es un diferencial importante del producto y fue diseñada para funcionar como un baúl gigante (874 litros) de manera versátil para cualquier tipo de uso de los clientes.

HONDA MOTOR DE ARGENTINA

Fue presentado el nuevo modelo nacional Honda CB300F Twister

En el año de su 45 aniversario de presencia en Argentina, Honda continúa demostrando su compromiso con el país, la compañía presentó oficialmente en el centro de entrenamiento de Fadeeac a la nueva integrante de su line up local: CB300F Twister.

Así, este nuevo producto que trae equipamiento diferenciador y superador, representa el octavo modelo fabricado en la planta de Campana y ya se encuentra disponible en todos los concesionarios oficiales del país.

Se trata de una alternativa deportiva y urbana mediante un producto moderno y equilibrado en prestaciones y con características muy valoradas por los clientes del segmento: tecnología, seguridad y precio. Pensada para la ciudad, con 293cc, inyección, ABS, control de tracción y otros atributos que la destacan y se posiciona como un vehículo de avanzada en el segmento sport, categoría que actualmente representa el 11% del mercado local.

Virtudes y diferenciales del modelo

Uno de los principales atributos del modelo es el diseño desarrollado por Rafael Chiarello de Araujo, un diseñador de Honda Brasil. Su asiento de dos cuerpos mejora la postura de manejo, posee puerto de carga USB-C (5V; 3A), el tablero de instrumentos es atractivo y moderno. Se destaca de sus competidores, por ser digital y con un diseño de vanguardia.

La CB300F Twister 2023 posee un motor a inyección de 293cm³ y ~23CV con 4 válvulas a la cabeza. Además, cuenta con radiador de aceite para ayudar a mantener la viscosidad del aceite y la lubricación del motor, manteniendo una temperatura óptima de funcionamiento. La línea central del conjunto de biela está desplazada del centro del cigüeñal reduciendo la resistencia y fricción entre el pistón y el cilindro durante el ciclo de expansión. También cuenta con un deflector que cumple funciones aerodinámicas, direccionando el flujo de aire en la parte inferior del motor. Cuenta con caja de transmisión de 6 velocidades.

Este modelo está equipado con embrague anti-rebote de 3 resortes y 5 placas, que reduce los efectos del frenado del motor en un rebaje brusco. Este sistema atenúa situaciones inesperadas de pérdida de maniobrabilidad por un rebaje accidental y/o fatiga al conductor en caminos que requieran frecuentes cambios de marcha. Su tanque de combustible de 14,1 litros, le da una gran autonomía con su eficiente consumo. Viene en Rojo, negro y azul.



MERCEDES-BENZ



La empresa incluyó la inteligencia artificial en sus vehículos para clientes de Estados Unidos.

Mercedes-Benz a nivel mundial está ampliando el uso de la inteligencia artificial (IA) y, recientemente, se anunció su integración en el control por voz de sus vehículos. Con la incorporación de ChatGPT se espera mejorar aún más el control por voz a través del Asistente de Voz MBUX, el “Hola Mercedes” será aún más intuitivo.

Esta utilización de inteligencia artificial está disponible en Estados Unidos y se puede acceder a través de la aplicación Mercedes Me o directamente desde el vehículo mediante el comando de voz “Hola Mercedes” (a través del sistema de info-entretenimiento MBUX). Esta integración se está realizando a través de Azure Open AI Service.

Nueva sede del Concesionario Besten

La empresa inauguro la nueva sede de Besten, Concesionario Oficial de Mercedes-Benz Argentina, ubicada en la localidad de San Fernando, Gran Buenos Aires.

Manuel Mantilla, Presidente y CEO de Mercedes-Benz Argentina, afirmó: “Nos enorgullece seguir creciendo y trabajando junto a quienes confían en nuestra marca en cada punto del país. Contar con concesionarios con el compromiso de Besten, que pongan al cliente en el centro y ofrezcan una experiencia superior a los visitantes, es clave para profundizar los ejes de innovación y calidad que nos caracterizan”.

Mercedes-Benz garantiza la privacidad de los datos

El trabajo con Microsoft permite la integración de ChatGPT en los vehículos Merce-

des-Benz. A través de Azure OpenAI Service, Mercedes-Benz está aprovechando los modelos de IA generativa a gran escala de OpenAI combinados con las capacidades de seguridad, privacidad y fiabilidad de grado empresarial de Azure. Mercedes-Benz conserva el control total sobre los procesos de IT en segundo plano. Los datos de comandos de voz recopilados se almacenan en Mercedes-Benz Intelligent Cloud, donde se anonimizan. La protección de datos es una prioridad absoluta para Mercedes-Benz. La compañía protege todos los datos de la manipulación y el uso indebido.

SCANIA ARGENTINA



Nueva generación de buses

Scania Argentina presentó su Nueva Generación de Buses, para recorridos urbanos y para trayectos de media y larga distancia. Este nuevo chasis de la serie K fue desarrollado priorizando la eficiencia energética, los combustibles alternativos y el transporte inteligente y seguro, factores que benefician tanto a los transportistas como a los usuarios y al medioambiente. Los nuevos buses introducen en estas unidades la gama de motores XPI, que generan un ahorro de combustible de un 10%. Además de disminuir la emisión de gases contaminantes, se garantiza una reducción de los costos operativos. Disponibles tanto para el segmento de transporte urbano como de larga distancia, los vehículos de la nueva generación se destacan por ser más sustentables, seguros y rentables. Ya comenzó su comercialización en todo el país.

Con más de 10 años de investigación y desarrollo, esta nueva generación alcanza un 92% de innovación tecnológica de sus componentes, respecto de la serie anterior, por lo que se trata de una línea completamente renovada.

“Scania ofrece a sus clientes soluciones integrales de transporte más sustentable, y este lanzamiento es un nuevo paso que damos con ese propósito”, definió Oscar Jaern, CEO de Scania Argentina, y amplió: “ofrecemos soluciones integrales a nuestros clientes, compuestas por productos innovadores y eficientes, servicios financieros para garantizar la accesibilidad; servicios de reparación y mantenimiento de alta calidad; capacitaciones a conductores y transportistas, y sistemas de gestión de flota a través de vehículos conectados”.

Camiones Scania a GNC, ideales para transportar combustible

A partir de la alianza concretada entre la compañía de origen sueco y la firma de transporte MB Energy, un vehículo de la línea Green Efficiency será utilizado para trasladar la cisterna cargada desde Buenos Aires a Salta.

Scania Argentina entregó un camión a GNC a la empresa de transporte MB Energy, responsable de trasladar nafta y gasoil desde Buenos Aires hasta Salta. El G410 A6x2 de la línea Green Efficiency fue la opción elegida, y se utilizará para llevar el combustible que utiliza el agro desde las refinerías hasta las estaciones de servicio.

Para la homologación que hiciera posible llevar a cabo este tipo de operación con tecnología más limpia, se desarrolló un proceso de autorización en conjunto con Raízen, empresa integrada de energía, dando como resultado que este vehículo Scania sea la primera unidad propulsada a GNC autorizada para transportar combustibles Shell.



STELLANTIS

Rampage: una legítima RAM creada a medida de Latinoamérica

Lanzada en Brasil y presentada como avant premiere en nuestro país, la pickup Rampage llega para ofrecer altas dosis de robustez, capacidad, sofisticación y tecnología -pilares fundamentales que siempre están presentes en las pickups RAM-, en un vehículo del tamaño perfecto para las condiciones típicas de nuestra región. Rampage es el primer vehículo de la marca RAM diseñado y desarrollado en latinoamérica. La Rampage es la camioneta de producción regional con el más amplio contenido tecnológico y la más potente y rápida, con 272 hp y capaz de alcanzar los 220 km/h.



Fiat Strada Volcano CVT

Reconocida a lo largo de sus más de 20 años por su versatilidad, calidad, fiabilidad y robustez, la nueva Strada suma una variante con caja automática CVT. A la amplia gama de versiones se agrega la versión Volcano CVT, una novedad única en el segmento que hace que la Strada sea la mejor opción para múltiples usos. El motor 1.3 Firefly que equipa la versión Volcano es moderno y eficiente, convirtiendo esta pick up en el vehículo más económico en su categoría.

Nuevo DS 3

El nuevo DS 3 muestra su audacia con una silueta única. Su diseño logra un equilibrio perfecto entre líneas y volúmenes. Los cambios más visibles están a la parte frontal, que le dan un nuevo dinamismo y una mayor sensación de robustez conservando su toque de elegancia.



Jeep® Renegade

Lanzado en 2015, el Jeep® Renegade alcanzó el hito de las 50.000 unidades comercializadas y coronó en el podio de los SUV más elegidos del mercado argentino en el primer semestre del 2023. En su gama actual, de serie, todas las versiones del Jeep Renegade cuentan con al menos 6 airbags, freno automático de emergencia, alerta de mantenimiento de carril, entre otros elementos técnicos.



BANCO CIUDAD FIRMO CONVENIO CON ADMINISTRADORES DE CONSORCIOS

El Banco Ciudad y la Asociación de Administradores de Consorcios de la Propiedad Horizontal (ACAPPH) celebraron un convenio marco para impulsar el acceso de los Consorcios a la bancarización a través de los servicios y productos específicos que la entidad financiera ofrece para facilitar la administración y generar un ahorro, tanto para propietarios como para inquilinos, que viven en departamentos. Esta iniciativa fue refrendada por Guillermo A. Laje, presidente del Banco Ciudad, y por parte de la ACAPPH, por el vicepresidente Christian Rubén Tettamanti y el secretario Fernando Vitale.



BANK OF AMERICA ANUNCIO CAMBIOS CLAVE DE LIDERAZGO EN AMÉRICA LATINA

Augusto Urmeneta ha sido nombrado nuevo director para América Latina de Bank of America y supervisará las operaciones e impulsará estrategias de crecimiento de BofA en toda la región. Su nombramiento representa el compromiso de Bank of America de servir a nuestros clientes y contribuir al crecimiento y desarrollo de las economías de la región. Anteriormente, Urmeneta dirigió los negocios de Banca de Inversión y Mercados de Capitales y Derivados para América Latina.



INNOVACIÓN EN STEEL FRAME: BARBIERI PRESENTÓ SU NUEVO SISTEMA DE PANELIZADO

En los últimos años, la construcción en seco continúa ganando popularidad en Argentina, tanto en proyectos comerciales como residenciales, gracias a las múltiples ventajas que ofrece no solamente en términos de precisión, velocidad y calidad durante el proceso constructivo, sino también desde el punto de vista de la sustentabilidad, empleando materiales como el acero galvanizado y paneles aislantes, que se adaptan a diferentes condiciones climáticas, optimizan el uso de energía y reducen tanto desperdicios como consumo de agua durante la obra. Con el apoyo de la consultora líder en Steel Frame, Consul Steel, este sistema de vanguardia es una metodología innovadora que industrializa, eficientiza y eleva la calidad de construir en seco, a la vez que comprende tres maquinarias de industria nacional y diseñadas por la compañía.



NUEVAS AUTORIDADES EN CREA

La Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola renovó su Comisión Directiva. La entidad se propone continuar el trabajo realizado durante los últimos dos años bajo la gestión de su Presidente saliente Santiago Negri, con foco en los ejes estratégicos de su visión: innovación, sostenibilidad e integración a la comunidad. La Comisión Directiva 2023-2024 se conforma de la siguiente manera: Presidente: Jorge Saenz Rozas, Vicepresidente: Matilde Bunge, Secretario: Fernando de Nevares





Dia

Todo lo que te gusta de Dia al alcance de tu mano

COMPRAS > OFERTAS > CUPONES >

Descargate la nueva App Dia

DESCARGALA ACA

Con **DIA** llegás

DIA LANZÓ SU NUEVA APP: TODO LO QUE TE GUSTA DE DIA AL ALCANCE DE TU MANO

La app de Dia Argentina se renueva y ahora todo Dia está disponible en un solo lugar: tu celular. Guiados por el propósito de estar cada día más cerca de sus clientes con gran calidad al alcance de todos y ofreciendo una experiencia de compra fácil y rápida, Dia Argentina continúa avanzando en su proceso de transformación digital y lanza una nueva versión de su reconocida App, disponible en iOS y Android, con importantes novedades.

La nueva App Dia presenta una función única para los clientes y se transforma en la primera aplicación de supermercados en permitir realizar compras desde el celular.

"Estamos muy emocionados de poder lanzar esta nueva versión de nuestra App Dia. Esto es un reflejo del proceso de transformación digital que estamos atravesando", comentó Fernanda Onzari Nobua, directora de eCommerce de Dia Argentina.

EL NUEVO MOTOROLA EDGE 40 YA SE ENCUENTRA DISPONIBLE EN ARGENTINA

Motorola anunció la llegada a la Argentina del nuevo motorola edge 40. Este equipo, recientemente presentado en el país junto con el motorola edge 40 pro, se destaca por la belleza y comodidad de su diseño curvo sin bordes y especificaciones únicas.

El nuevo motorola edge 40 es un dispositivo de gran elegancia que combina estilo y rendimiento, cuenta con una pantalla de cristal curvado sin bordes y la parte posterior en cuero vegano. Una gran novedad es que presenta protección IP681, que proporciona protección contra el agua y brinda tranquilidad todos los días.

A su vez, representa la continuación de la asociación a largo plazo entre Motorola y la autoridad mundial en materia de color: Pantone, ya que se puede conseguir en el color del año 2023, Viva magenta e integra el sutil chip en la parte posterior del dispositivo. Además, cuenta con una opción para personalizar el teléfono integrando el color en la interfaz de usuario.




CON TODO ES MEJOR.

Fibra Móvil TV Movistar Arena

MÁS INFORMACIÓN EN WWW.MOVISTAR.COM.AR



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



**SANCOR
SEGUROS**

sancorseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSNI SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN