

Revista **Económica**

AÑO XXXVIII / N° 183 / SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2023

ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

EXPORTACIONES Y EMPLEO RÉCORD

Sinteplast

65 AÑOS INNOVANDO
Y DESARROLLANDO
PRODUCTOS

Ingreso al BRICS

MÁS DUDAS QUE
CERTEZAS

PyMEs argentinas

EL DRAMA DE
EXPORTAR A EEUU

Vitivinicultura

CERTIFICACIÓN "ARGENTINA
SOSTENIBLE"

BBVA Spark

UNIDAD DE NEGOCIOS PARA
EMPRESAS TECNOLÓGICAS

SUSTENTABILIDAD

GENNEIA

-

HOLCIM

-

MASSALIN

-

SUPERVIELLE



INFINITAS POSIBILIDADES

WWW.SINTEPLAST.COM.AR



Sin industria no hay Nación

Hace pocas semanas se conmemoró un nuevo Día de la Industria y si se trata de conocer la situación del sector productivo nada mejor que repasar el informe presentado por el Centro de Estudios de la UIA que revela la disparidad del desempeño sectorial con 8 de 12 sectores registrando caídas en su producción. Esta tendencia se observa en un contexto marcado por restricciones en el abastecimiento de insumos y servicios, así como por una creciente incertidumbre a nivel macroeconómico a decir de los representantes más destacados del sector productivo.

Si tomamos como punto de partida julio veremos que el panorama muestra más elementos de incertidumbre producto del impuesto PAIS a las importaciones y del aumento del tipo de cambio con posterioridad a las PASO. En este marco, los datos disponibles indicaron una situación dispar en la producción. Sin embargo, se acentuó el cambio de tendencia en algunos indicadores: hubo un menor crecimiento de la actividad automotor y se aceleró la caída de la demanda de energía eléctrica de grandes usuarios industriales. La escasez de divisas profundiza los problemas asociados a las restricciones en los pagos de bienes y servicios críticos para la producción, así como genera incertidumbre sobre la dinámica del mercado interno. Por su parte la escasez de divisas agrava los problemas relacionados con las restricciones en los pagos de bienes y servicios esenciales para la producción, generando dudas sobre el futuro del mercado interno.

La actividad productiva de la industria volvió a encontrarse por debajo de 50% por quinta vez consecutiva; se ubicó en el valor más bajo de la serie, indicando un panorama de mayor complejidad para los últimos meses de 2023. El panorama industrial sigue siendo difícil pues se agudizaron las tensiones registradas en la producción y las ventas, así como las referidas al entorno macroeconómico.

Precisamente en comercio exterior las dificultades que se presentan para el sector productivo son la imposibilidad de obtener divisas para pagos en el exterior y la creciente deuda comercial; la misma aumentó en los últimos tres años 16 mil millones de dólares alcanzando los 38 mil millones de dólares en la actualidad. Este incremento está originando complicaciones en el crédito privado que las empresas tienen con sus proveedores y podría ocasionar mayores tensiones en las cadenas productivas. A lo antes descripto y para validar la preocupación expresada por la central fabril un trabajo realizado por Cammesa (Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico) indica que la actividad industrial viene en baja desde hace tiempo y que la situación es cada vez más crítica. El estudio marca una retracción interanual del 5,2% en la demanda eléctrica de las empresas industriales de todo el país durante los primeros ocho meses de 2023 y usualmente estas caídas se asocia directamente al ritmo de producción. Los datos indican que la tendencia negativa de la industria nacional continúa e incluso se profundiza por lo que de confirmarse la tendencia en septiembre el acumulado del año tendría valores negativos (entre enero y agosto el acumulado tuvo una variación positiva de 0,5%).

Carlos Pellegrini solía decir "Sin Industria no hay Nación" y esa máxima está más vigente que nunca; esperemos que a quienes le toque gobernar los destinos de nuestro país a partir del 10 de diciembre la tome como propia.

Sumario



4 pag.

BBVA SPARK
La unidad de negocios para empresas tecnológicas



8 pag.

ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO
Exportaciones y empleo record



12 pag.

MATÍAS JALIL
PyMEs argentinas y el drama de exportar a EEUU



22 pag.

INFORME MANPOWERGROUP
Crecen las expectativas de empleo para el cuarto trimestre



26 pag.

INGRESO DE ARGENTINA AL BRICS
Más dudas que certezas



32 pag.

YPF
Reporte de utilidades y exportaciones después de 18 años



50 pag.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Novedades del sector



6 pag.

TUBOS ARGENTINOS
Obtiene licencia del Instituto Americano de Petróleo

24 pag.

MOVISTAR
Premio a la internet más rápida de Argentina



11 pag.

MOTOROLA
Nuevo razor 40 disponible en Argentina

30 pag.

AGRICULTURA
Hacia un equilibrio sostenible de los sistemas productivos



16 pag.

TOTAL AUSTRAL
Fuerte Inversión para reducir 80% emisiones de metano



20 pag.

SINTEPLAST
65 años innovando y desarrollando productos



34 pag.

TOMÁS SORACO
Tokenización de activos, nueva manera de dar valor a los bienes



42 pag.

JUAN BARBIERI
Plan sustentable "Habitat 2030"



14 pag.

ADECCO
Lanzamiento de su División Minería

38 pag.

GRUPO SANCOR SEGUROS
Presidente Uruguayo visito Sunchales invitado por el Grupo



18 pag.

VITIVINICULTURA
Certificación "Argentina Sostenible"

46 pag.

SUPERVIELLE
Instrumentos financieros para empresas con proyectos sustentables

Staff

Edición 183

SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2023

REVISTA ECONÓMICA SE COMUNICA CON MOTO G23

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

BBVA Spark

La unidad de negocio para empresas tecnológicas llegó al país



HERNÁN JORDÁN, ROBERTO ALBALADEJO Y JUAN KINDT.

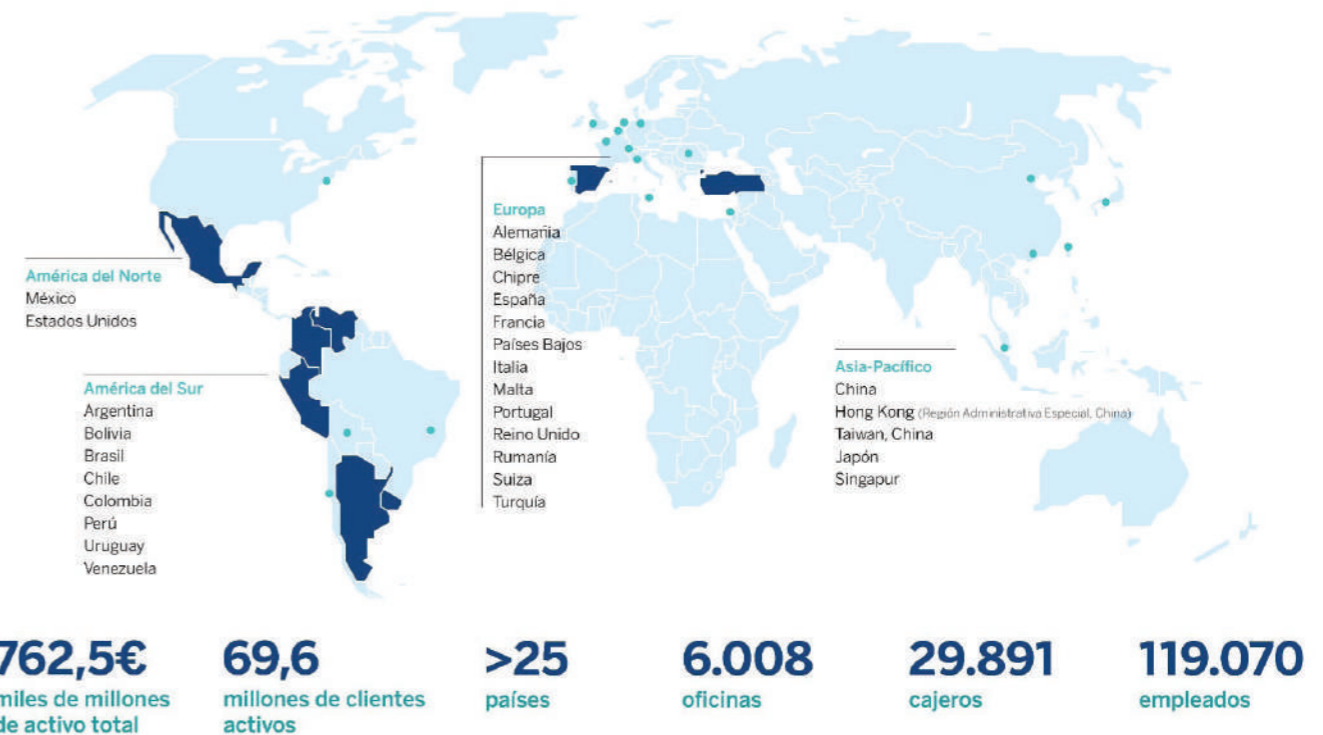
BBVA ANUNCIÓ QUE SU UNIDAD DE NEGOCIO BBVA SPARK LLEGA A LA ARGENTINA, PARA OFRECER UNA PROPUESTA INTEGRAL DE SERVICIOS FINANCIEROS DIRIGIDA A COMPAÑÍAS TECNOLÓGICAS EN SUS DISTINTAS FASES DE CRECIMIENTO. ESTA NUEVA INICIATIVA INCLUYE UNA COMPLETA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS, ACOMPAÑAMIENTO ESPECIALIZADO Y ACCESO AL ECOSISTEMA DEL SECTOR.

“Con BBVA Spark queremos apoyar al ecosistema tecnológico argentino, un sector que demuestra diariamente que la innovación y la ambición por superar todo tipo de desafíos está en su ADN. Con una oferta integral, completa y especializada vamos a prestar servicios financieros a las ‘startups’ desde su fase inicial hasta que alcancen la etapa de madurez”, señaló Juan Kindt, director de Desarrollo de BBVA en Argentina.

“Los emprendedores argentinos suelen buscar la expansión internacional después del primer año de operación. Con BBVA Spark tenemos la ventaja de ser el primer banco del país en ofrecer una propuesta de valor para startups con una fuerza de ventas especializada y una cobertura regional”, agregó Hernán Jordán, director Comercial de BBVA en Argentina.

“Estamos construyendo la mejor banca para empresas de alto crecimiento y una de nuestras principales geografías es América del sur. La apertura de BBVA Spark en Argentina representa una pieza fundamental de nuestra estrategia regional”, señaló Roberto Albaladejo, responsable de BBVA Spark.

BBVA Spark, como nueva área de negocio global y estrategia



única, comenzó a brindar sus servicios en España y México en julio del año pasado, y en Colombia desde marzo de este año, con el objetivo de ayudar en su crecimiento a las empresas tecnológicas que están definiendo el futuro con propuestas innovadoras y modelos de negocio escalables.

Tradicionalmente, estas compañías recurren a la financiación en capital de inversores privados. En gran medida por encontrarse en fases muy tempranas, pero también por la falta de un mercado de financiación bancaria desarrollado.

BBVA Spark permite a estas compañías cubrir todas sus necesidades financieras en un mismo lugar a través de una oferta integral que se adapta a las distintas etapas del ciclo de vida de estas empresas, desde sus fases iniciales hasta convertirse en grandes empresas, así como contar con productos de financiación sofisticados. Para ello, BBVA Spark pone a su disposición un modelo de relación diferencial con un equipo de especialistas que hablan su propio idioma.

De este modo, las empresas, dependiendo de la etapa en la que se encuentren, podrán acceder a toda la oferta de productos para empresas de BBVA (banca online, nóminas, pagos, tarjetas, seguros, etc.) y a la financiación específica que necesitan.

En tan sólo un año de actividad, BBVA Spark ya trabaja con más de 700 compañías tecnológicas de alto crecimiento. La iniciativa de BBVA ya ha facilitado más de 200 millones de euros en créditos y acumula más de 600 millones de euros comprometidos en

Estamos construyendo la mejor banca para empresas de alto crecimiento y una de nuestras principales geografías es América del sur. La apertura de BBVA Spark en Argentina representa una pieza fundamental de nuestra estrategia regional

fondos de capital de riesgo como Leadwind, Lowercarbon, Fifth Wall, Propel u otros. El foco reciente de estas inversiones se centra en impulsar la descarbonización y el desarrollo del emprendimiento innovador en los principales mercados con presencia de la entidad. Ambas áreas tienen un sentido estratégico para BBVA, para incorporar nuevos conocimientos al Grupo y apoyar a las empresas que pueden sumarse como clientes.

Tubos Argentinos obtiene la licencia del Instituto Americano del Petróleo



Tubos Argentinos, la primera empresa argentina dedicada a la fabricación de caños de acero con costura, ha recibido la certificación API Spec Q1 y la licencia de uso del monograma API 5L para la manufactura y comercialización de caños con costura con proceso de soldado de alta frecuencia para la industria de gas y petróleo. El alcance de la licencia incluye: fabricación de Line Pipe Plain grados PSL1 y PSL2, caño tipo HFW (high frequency welding), con tratamiento térmico de su soldadura y máximo grado de acero L360 o X52.

Esta certificación y licencia otorgadas por el Instituto Americano de Petróleo (API), uno de los organismos más exigentes del mundo en términos de control de calidad de productos y procesos, respaldan el accionar de la compañía y colaboran en el desarrollo de una industria que cumple con estándares mundiales. "La certificación API implica un nivel adicional de seguridad para los clientes de Tubos Argentinos y permitirá que la empresa participe en el desarrollo de la red de distribución y transporte del gas y petróleo de Argentina, contribuyendo con productos de calidad en el desarrollo energético y crecimiento de nuestro país" sostuvo Paula Poloni, Gerente General.

Tubos Argentinos, empresa argentina del holding CAP, Compañía Acero del Pacífico, logra este reconocimiento luego de realizar inversiones en tecnología de vanguardia en materia de producción y control de calidad de caños de acero con costura conformados en frío. A su vez, capacitó y preparó a su fuerza de trabajo para garantizar procesos controlados y revisados con el compromiso de desarro-

llar productos de alta calidad para la industria del gas y petróleo.

Tubos Argentinos estuvo presente en la Expo Oil & Gas (www.aogexpo.com.ar), en el Stand 1 F-20, que se llevará a cabo en La Rural en Septiembre donde presentará esta línea de productos.

La empresa celebra sus 114 años en el mercado argentino produciendo tubos, caños y perfiles de acero bajo normas IRAM, NAG y ASTM. Cuenta con tecnología de última generación, procesos de producción integrados y certificaciones nacionales e internacionales. Su triple certificación ISO 9001, 14001 y 45001 ratifica su compromiso y responsabilidad hacia el cuidado de su capital humano, medioambiente y la comunidad.

ACERCA DE TUBOS ARGENTINOS

La primera empresa argentina dedicada a la fabricación de caños de acero con costura. Con 114 años de historia, su importante trayectoria garantiza la calidad de sus productos, servicios y relacionamiento con su cadena de valor. Su misión es producir y proveer soluciones de acero, creando valor para sus clientes, a través de la eficiencia de sus procesos productivos, innovación y servicios integrales.

**BASTA DE HUMO,
HABLEMOS CLARO.**

**7 MILLONES DE FUMADORES ADULTOS
NO PUEDEN ELEGIR UNA MEJOR ALTERNATIVA.**

**PROHIBIR EL TABACO CALENTADO NO,
REGULARLO SÍ.**



**S/N HUMO
POR FAVOR**

o o o massalin
PARTICULARES
PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

Economía del conocimiento, exportaciones y empleo récord



LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO OCUPA UN LUGAR DE PRIVILEGIO EN ARGENTINA EN CANTIDAD DE EMPLEO, EMPRESAS Y POR SER EL 4TO COMPLEJO EXPORTADOR DEL PAÍS. LA IMPULSAN FACTORES COMO EL TALENTO Y EL EMPRENDEDORISMO, PERO LA FRENAN LAS DIFICULTADES MACRO Y A LA VEZ ENFRENTA UNA CRECIENTE COMPETENCIA SEÑALA LUIS GALEAZZI, DIRECTOR EJECUTIVO DE ARGENCON; CUÁLES SON LOS DESAFÍOS ACTUALES Y A FUTURO.

Mucho se habla de la Economía del Conocimiento (EdC) en la actualidad. En parte por el desarrollo tecnológico e innovador de este nuevo milenio y en parte a la hipercomunicación y digitalización en el mundo, que nos tiene rodeados de información, conocimientos que favorecen el desarrollo cotidiano de las personas y sus actividades.

Esto básicamente ha permitido la generación de una matriz económica que se basa justamente en la información, la innovación y el conocimiento con la tecnología como eje central. La Economía del Conocimiento involucra actividades y sectores diversos como desde Software, Audiovisual, Biotecnología y Bioeconomía, Electrónica y Comunicaciones, pasando por Servicios Profesionales de exportación, hasta la Nanotecnología, la Industria espacial y satelital, y el uso de tecnologías disruptivas como la Robótica, IA, IoT, por citar algunas.

Su impacto es transversal en todos los sectores de actividad tradicionales y emergentes, apuntalando su eficiencia y competitividad. En Argentina la Economía del Conocimiento ocupa un lugar de privilegio, ya que genera más de 450 mil puestos

argencon
Exportamos conocimiento argentino.

Es un cambio de era, tal como la electricidad cambió la sociedad a principios del siglo pasado, hoy la revolución digital ha transformado a la sociedad y ha generado lo que se llama la sociedad del conocimiento

de trabajo de calidad, en un marco de unas 70 mil empresas y emprendimientos, basado en factores locales determinantes como el talento y el emprendedorismo, entre otros activos. Pero no sólo eso: el sector es el 4to complejo exportador de Argentina, con US\$ 7.800 millones en 2022. No obstante, debe enfrentar desafíos importantes, algunos derivados de la macroeconomía local y otros de la creciente competencia internacional. Frente a un mundo en el que la tecnología y la digitalización son uno de los pilares de la transformación, ¿por qué la economía del conocimiento es tan importante hoy y a futuro? ¿qué sectores y actividades involucra?

La economía del conocimiento ya no es algo sectorial o que dependa de solo un sector o de una determinada industria. Es más un modo de vida, hay una sociedad digital que demanda bienes y servicios digitales, toda la productividad de los sectores están siendo realizadas y diseñadas a partir de nuevas tecnologías. "Es un cambio de era, tal como la electricidad cambió la sociedad a principios del siglo pasado, hoy la revolución digital ha transformado a la sociedad y ha generado lo que se llama la sociedad del conocimiento"

Un automóvil, que es la cosa más común que tenemos, que es un hecho mecánico y metalúrgico, después empezó a ser electrónico y hoy en día las propias empresas productoras se piensan más como empresas de servicios de transporte o movilidad. Es decir que están pensando en automóviles rentados, no ser dueño de un automóvil, sino ser comprador de un servicio. Todo el fenómeno de la movilidad se ha transformado completamente y con eso la industria del automóvil.

Todo esto sucede porque hay una nueva era digital que redefine todo lo que está dentro de las industrias. No estamos hablando solo de empresas que hacen software como a principio de siglo

se pensaba. Es un cambio de era, tal como la electricidad cambió la sociedad a principios del siglo pasado, hoy la revolución digital ha transformado a la sociedad y ha generado lo que se llama la sociedad del conocimiento.

¿Cuáles son los pilares del desarrollo histórico de la economía del conocimiento en Argentina? ¿en qué sectores y actividades hay ventajas competitivas de Argentina?

Nosotros tenemos presencia dentro de estos motores de innovación que son las empresas del conocimiento que es mucho mayor que la posición que Argentina tiene en el mundo como un país de economía emergente. Es decir, tenemos buena ciencia, buena tecnología, buenas empresas.

"Tenemos mucho también para venderle al mundo. Mucho para integrarnos con el mundo, por suerte jugamos en esa liga. No estamos en el furgón de cola, sino que somos un país bastante significativo en la generación de innovación"

Para poner un ejemplo, Globant es una de las empresas de software mejor calificadas del mundo y Globant es una empresa fundada por cuatro ingenieros en la ciudad de La Plata hace 20 años. Argentina tiene una potencia creativa que se ve en todos los startups, en la generación de los unicornios, en la adopción de tecnologías. Somos una sociedad bastante sofisticada, mucho más que el nivel geopolítico que tenemos.

Tenemos mucho también para venderle al mundo. Mucho para integrarnos con el mundo, por suerte jugamos en esa liga. No estamos en el furgón de cola, sino que somos un país bastante significativo en la generación de innovación y talento, entre otros activos clave. Los profesionales argentinos son muy reconocidos en todos lados.

Creemos que tiene que haber una política pública de apoyo a esto porque es como jugar en primera. Es decir, esta es la economía que mueve el mundo. No estar acá sería un grave error

¿A qué se debe este proceso?

Creo que confluyen dos cosas. Primero un nivel de educación que es indispensable. Si no hay educación esto no funciona y Argentina tiene 123 Universidades al día de hoy, una cantidad de escuelas técnicas y muchas de ellas no están dentro del sistema educativo formal, son las "Digital House" de este mundo. "El argentino medio es un argentino que tiene una cultura de innovación y eso es muy apreciado en la Economía del Conocimiento porque justamente es una economía de innovación" Ese nivel de educación se sostiene pese a todos los niveles estructurales que hay en el país. Ese es el primer factor, el segundo factor es que los argentinos nos hemos acostumbrado a surfear situaciones conflictivas, de riesgo e incertidumbre que nos ha creado un gen resiliente y un gen creativo. Somos muy originales para encontrar soluciones a los problemas. Tenemos una tendencia natural a resolver problemas producto de nuestra gimnasia tan sufrida de los ciclos económicos. El argentino medio es un argentino que tiene una cultura de innovación y eso es muy apreciado en la Economía del Conocimiento porque justamente es una economía de innovación. Estas dos cosas han confluído y han generado una base de profesionales, no siempre recibidos porque no hablo en términos de academia. Hablo de gente preparada para generar innovación tecnológica.

Con la ley 27.506 se instauró el "régimen de promoción de la economía del conocimiento" en 2019. luego tuvo algunas modificaciones. ¿cuál es la situación actual? ¿por qué es clave? Argentina es un país que tiene todas estas virtudes: los profesionales, el talento, el desarrollo. Pero por el otro lado tiene un gran contrapeso, porque es un país que no tiene reglas económicas claras y básicamente tiene un escalón de competitividad más bajo que otros países. Los problemas del régimen de cambio, la normativa y otros hacen que desde Argentina sea complicado operar. Entonces hay algunas leyes que se han desarrollado en la historia que han tratado de compensar ese escalón negativo que tenemos

en nuestra competitividad.

La primera fue la ley de software, que se hizo en el año 2004 (NdR: Ley de Promoción de la Industria del Software – Ley 25.922/2004) y existió hasta el año 2019 y a partir de ahí se sucedieron distintos formatos de ley de la llamada Economía del Conocimiento. Ya no fue solo para el sector software, sino para diversas verticales.

Esa ley se votó primeramente en el año 2019, se suspendió en el año 2020 por el actual gobierno. Entró en una especie de limbo y finalmente se votó una reforma. Esa reforma tuvo un formato en Diputados que luego se cambió en el Senado y actualmente hay una ley que de alguna forma es el resultado de todos esas idas y vueltas.

No es una ley positiva. Es muy complicada, muy burocrática. Mantiene algunos de los principios interesantes de la idea de promoción que es básicamente la idea de mejorar nuestro nivel competitivo en el mundo, pero su reglamentación y su formato es muy complicado. Es muy burocrático, muy sujeto a la discrecionalidad de la autoridad de aplicación entonces creemos que es una ley bastante mejorable. De todas formas hay que rescatar que Argentina tiene una ley para el sector. Hay 600 empresas adheridas, 400 venían de la ley de software, 200 se han adherido últimamente. Es decir, existe, es un paso positivo pero es muy mejorable.

¿Qué desafíos tenemos por delante? ¿cómo estamos frente a la competencia internacional con otros países? ¿qué políticas o acciones deberíamos implementar a nivel interno?

Hay que mirar esto como un desafío para Argentina. Si Argentina tiene las capacidades para seguir operando en el sector de innovación en el mundo, como proveedor de bienes y servicios sofisticados al mundo. Esto Argentina lo mantiene, hay startups y empresas que permanentemente se dedican a generar innovación en el rubro agrotecnológico, en el biotecnológico, en lo que es Inteligencia Artificial.

"Creemos que tiene que haber una política pública de apoyo a esto porque es como jugar en primera. Es decir, esta es la economía que mueve el mundo. No estar acá sería un grave error" Tenemos un gran potencial, somos un país que produce satélites. Pocos países en el mundo producen sus propios satélites y Argentina lo hace. INVAP es una maravilla como empresa de ingenieros y físicos que se dedica a energía atómica para fines no bélicos, específicamente para salud, para lo que es satelización. Es una empresa punta del mundo. Argentina tiene esta potencia.

Debemos reconocer este valor activo que contamos, que es un activo tecnológico, educativo y tecnológico que tenemos y apostar a él, básicamente como una estrategia de desarrollo de estas capacidades que hemos desarrollado a lo largo de la historia. Y esto es un tema que está en discusión porque Argentina realmente no ha tenido desde la política pública una mirada consolidada sobre esto. Creemos que tiene que haber una política pública de apoyo en este sentido porque es como jugar en primera. Es decir, esta es la economía que mueve el mundo. No estar acá sería un grave error.

Nuevo Motorola razr 40 disponible en Argentina



Los smartphones plegables, al alcance de cada vez más usuarios Motorola cambió el rumbo de la historia cuando creó el primer smartphone plegable, el icónico razr V3 que además fue el accesorio tecnológico que se ha convertido en un referente de moda a lo largo de los años. El motorola razr ha evolucionado a lo que vemos hoy con la nueva familia motorola razr 40, y en esa línea Motorola anuncia la llegada a Argentina del nuevo motorola razr 40. Este equipo combina la experiencia de la pantalla plegable con la expresión personal, impulsada por el estilo y la tecnología de vanguardia.

El motorola razr 40 se suma al recientemente lanzado motorola razr 40 ultra, y fue creado para quienes marcan tendencia, para aquellos que les gusta destacarse entre la multitud, pero también para los minimalistas digitales que quieren desconectar y retomar el control de su dispositivo. Cuenta una pantalla externa más compacta de 1.5" con todas las características que los usuarios buscan en un smartphone de gama alta, a la vez que

incorpora una pantalla interna plegable pOLED de 6.9" increíblemente fluida y vívida con frecuencia de actualización de 144 Hz para disfrutar del mejor entretenimiento y gaming desde cualquier lugar. Además, presenta una bisagra en forma de "gota" que hace que se doble por completo a la mitad y los extremos se alinean perfectamente para crear un estilo atractivo.

El motorola razr 40 ya se encuentra disponible en Argentina en color Gris mate a un precio promocional de lanzamiento de \$449.9995 y en hasta 6 cuotas sin interés en la tienda oficial de Motorola, los Motorola Flagship Stores y los Motorola Stores del país. En los próximos días también se podrá conseguir en colores Blanco marfil y Morado amatista, y estará disponible en los principales operadores y retailers del país.

Asociación de Motorola y Microsoft para mejorar funciones del Lenovo ThinkPhone by Motorola

El Lenovo ThinkPhone de Motorola, diseñado para clientes empresariales, ofrece nuevas herramientas de productividad. En este marco, Motorola y Microsoft anuncian dos nuevas funciones para que los usuarios

de este dispositivo puedan trabajar desde cualquier lugar: el soporte totalmente integrado para las funciones en la nube de Windows 365 y la integración Push To Talk con la función Walkie Talkie de Microsoft Teams. Con estas mejoras, el ThinkPhone se ha convertido en el teléfono ideal para el lugar de trabajo moderno.

Experiencia de PC completa con ThinkPhone y Window 365 cloud PC

Windows 365 combina la potencia y seguridad de la nube de Microsoft con la versatilidad y sencillez de la PC. Al integrar esta capacidad con el ThinkPhone, ahora se podrá llevar una PC completa en la nube directamente en el bolsillo para que sea posible trabajar desde cualquier lugar. Los usuarios de ThinkPhone pueden aprovechar la integración de Windows 365 y transmitir la experiencia de Windows5 directamente desde su ThinkPhone a una pantalla más grande simplemente conectándolo con un cable USB-C@3, un teclado y mouse Bluetooth@4. Podrán conectarse fácilmente entre compañeros de trabajo con la función Walkie Talkie de Microsoft Teams.

Pymes Argentinas y el drama de exportar a EEUU



Por Matías Jalil,
CEO y cofundador de Qubik

D

urante la última década las exportaciones argentinas registraron un importante estancamiento, luego de alcanzar un pico histórico en 2011. En 2020, a raíz de la pandemia por COVID-19, las exportaciones se retrotrajeron aún más, llegando incluso a niveles por debajo de los registrados durante la crisis mundial de 2009. Ya en 2021 ese deterioro se revirtió, aunque siguen siendo inferiores a los del pico de 2011 y, en gran medida, derivados del aumento de los precios internacionales de las materias primas.

Entonces cabe preguntarnos por la importancia de poder exportar. Las pymes argentinas tienen mucho potencial de crecimiento y son las empresas que ma-

yor empleo aportan al país. Pero, dependiendo del rubro, suelen tener competencia y un techo si solo se dedican a insertar sus productos de manera local. Además, la necesidad de poder tener dólares es uno de los fundamentos más atractivos, dando previsibilidad y estabilidad a una pyme.

Por eso muchas pymes buscan expandirse comercialmente al exterior, sobre todo a EEUU, que tiene un mercado muy amplio para una gran variedad de productos de manufactura. Este mercado importa al año USD 2.405.382 millones, y se estima que siga creciendo en los próximos 5 años un 15% anual, haciéndolo muy atractivo y una excelente oportunidad para expandirse y poder crecer de forma sostenida pudiendo producir más y generar más empleo.

En argentina hay cerca de 9.000 empresas registradas para exportar pero son 60

solamente que lo hacen por un promedio de US\$100 millones de forma anual, o sea solo el 0,3% de las exportaciones globales. Pero no hay que olvidarnos que estamos insertos en un contexto que impacta directamente a las pymes y su capacidad de producción, con una inflación en aumento, trabajos para importar materia prima y tecnología, una economía dolarizada, etc.

Pero a la hora de querer ingresar al mercado norteamericano, las pequeñas y medianas empresas, se encuentran con dificultades. El primer obstáculo es el desconocimiento de como poder exportar, es decir, de cómo hacer la primera exportación. Luego está el desconocimiento del mercado y sus oportunidades. Además, nos encontramos con barreras arancelarias, regulaciones, competencia, cultura local. Y por último uno de los grandes problemas, dejando afuera el tema de los pagos y cobranzas, es la logística. Es todo un



En argentina hay cerca de 9.000 empresas registradas para exportar pero son 60 solamente que lo hacen por un promedio de US\$100 millones de forma anual

der exclusivamente del mercado interno argentino.

Acceso a tecnología e innovación: Estados Unidos es un líder en tecnología e innovación en muchos sectores. Exportar allí podría permitir a la empresa acceder a nuevas tecnologías, prácticas comerciales y conocimientos avanzados.

Aprendizaje y conocimiento: Exportar a un mercado sofisticado como Estados Unidos puede proporcionar a la empresa una valiosa experiencia en términos de comercialización, ventas y logística a nivel internacional.

Reducción de estacionalidad: Si la empresa enfrenta estacionalidad en su mercado interno, la exportación a Estados Unidos podría permitirle nivelar la demanda a lo largo del año debido a las diferencias estacionales entre ambos mercados.

Imagen de marca internacional: Penetrar el mercado estadounidense puede

mejorar la percepción internacional de la marca de la empresa, lo que podría atraer a otros mercados globales.

Acceso a cadenas de suministro globales: Exportar a Estados Unidos podría facilitar el acceso a cadenas de suministro internacionales y a proveedores globales, lo que puede mejorar la eficiencia y reducir costos.

Incentivos gubernamentales: En algunos casos, los gobiernos pueden ofrecer incentivos fiscales y programas de apoyo a las empresas que buscan expandirse a través de la exportación.

Pero si bien vale la pena, antes de embarcarse en la exportación a Estados Unidos u cualquier otro mercado, es esencial realizar una investigación exhaustiva y desarrollar una estrategia sólida para maximizar los beneficios y mitigar los riesgos.

Adecco Argentina anuncia el lanzamiento de su División Minería

COMO PARTE DE SU COMPROMISO CONTINUO DE SATISFACER Y ADAPTARSE A LAS NECESIDADES CAMBIANTES DEL MERCADO Y LAS EXPECTATIVAS DE SUS CLIENTES, ADECCO ARGENTINA, FILIAL DE LA EMPRESA LÍDER EN EL MUNDO EN CONSULTORÍA INTEGRAL EN RECURSOS HUMANOS, CREÓ UNA DIVISIÓN ESPECIALIZADA EN MINERÍA DESARROLLADA A PARTIR DE LA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA QUE OFRECE EL SECTOR MINERO, CON EL LITIO COMO UNO DE SUS PRINCIPALES PROTAGONISTAS.



La industria minera está experimentando un crecimiento sostenido y una importante demanda de servicios de personal altamente calificado, como geólogos, proyectistas, químicos, perfiles técnicos y de ingenierías, y de back office, como especialistas en Compras, RR.HH., Administración, etc.

Al establecer esta nueva división, Adecco Argentina busca diversificarse brindando un servicio altamente especializado y focalizado en las necesidades del sector. Uno de los desafíos es obtener el talento que necesitan las diferentes operaciones en materia de competencias, pero además poder formarlos, ya que en muchos casos vienen de otras industrias. En segundo lugar, la industria necesita desarrollar proveedores que den asistencia a la infinidad de requerimientos que tiene, con foco en la solidez de los procesos, el personal y respaldo económico como trayectoria, para desarrollar el servicio de manera óptima.

La creación de una división minera representa una oportunidad significativa de crecimiento, teniendo en cuenta que el sector representó para el país más de U\$D 9.300

millones en inversiones durante los últimos dos años.

"La propuesta de valor de Adecco Argentina está centrada en brindar un servicio de alta carga especializada, dado que así lo requieren los perfiles demandados", explicó Federico Azeglio, Director Regional de NOA, Cuyo y Patagonia. En un mismo sentido continuó, "este proceso requiere un componente de agilidad, ya que es un eje central para el cliente, sumado a todas las herramientas tecnológicas con las que cuenta el Grupo Adecco a nivel global que generan un abordaje integral y diferencial".

Asimismo, el trabajo con las comunidades es parte de la genética de la nueva División Minera, ya que Adecco identificó allí un propósito fundamental para el impacto en la sociedad local. En este sentido, han desarrollado acciones en conjunto con otras instituciones en la Puna Salteña, con excelentes resultados.

Como parte de esta nueva estrategia, la consultora especializada en gestión integral de Recursos Humanos estuvo sponsorando el Seminario Litio en Sudamérica 2023, que se llevó a cabo el 9 y 10 de este mes en Salta.

Federico Azeglio, Director Regional de NOA, Cuyo y Patagonia

Actualmente, Adecco Argentina cuenta con clientes en Salta, Jujuy, Catamarca y Santa Cruz. En su mayoría, los clientes son grupos empresarios internacionales, característica vital por la que buscan a Adecco como garante de confianza local por su trayectoria y respaldo tanto legal como financiero a nivel global. El sector minero es un gran consumidor de servicios asociados y por ello Adecco Argentina es miembro hace algunos años de la Cámara Argentina de Proveedores Mineros (CAPMIN). Actualmente, la compañía tiene servicios activos en todas sus divisiones como Staffing, Permanent Placement, Outsourcing, Training & Consulting y Payroll.

BBVA
Creando Oportunidades



En BBVA
hacemos
que las cosas
sucedan

21 mil millones invertidos + 1 razón

BBVA en Argentina **movilizó más de 21 mil millones de pesos** durante 2022 en financiación sostenible destinada a acción climática e inclusión financiera.

La razón es una: acompañar a nuestros clientes y a la sociedad en la transición hacia un futuro sostenible, con foco en el cambio climático y el desarrollo social inclusivo.

BBVA en Modalidad Sostenible.

bbva.com/es/sostenibilidad/

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

Importante inversión de Total Austral en Argentina



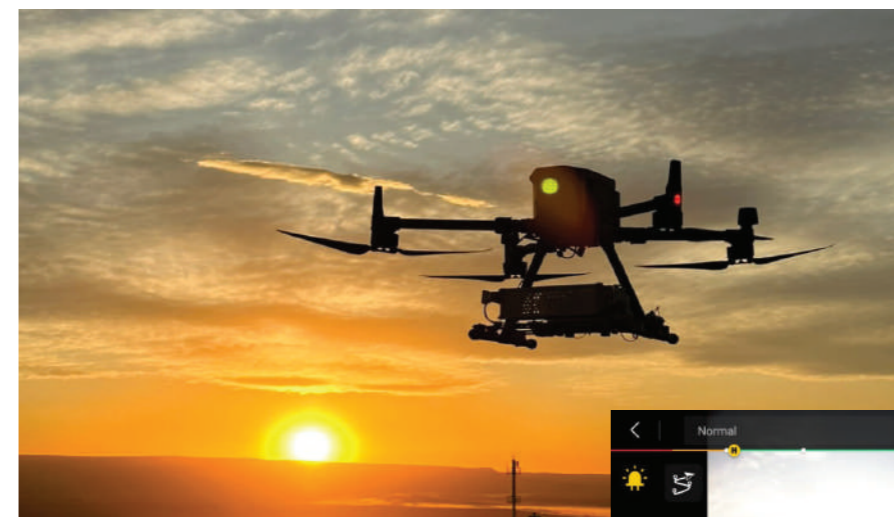
TOTALENERGIES, COMPAÑÍA MULTIENERGÍA QUE TRABAJA PARA POTENCIAR DE MANERA RESPONSABLE LA OFERTA DE ENERGÍA CON MENOS EMISIONES, INVERTIRÁ A TRAVÉS DE TOTAL AUSTRAL MÁS DE 100 MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS PARA ALCANZAR EL 80% EN LA REDUCCIÓN DE EMISIONES DE METANO EN ARGENTINA.

La compañía ya ha logrado una reducción de un 60% de las emisiones de metano en el periodo 2020-2023 y su próximo objetivo es superar esta meta a 2030, logrando reducir estas emisiones en un 80% con respecto al 2020, y con la ambición de alcanzar cero emisiones de metano para 2050.

El metano (CH₄) ha sido durante mucho tiempo uno de los principales desafíos para la industria del petróleo y del gas, en virtud del cuidado que merece el medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. Total Austral, principal operador privado de gas natural del país operando más de 30 millones de metros cúbicos día de gas natural, viene implementando iniciativas exitosas para el cumplimiento de su ambición en la eliminación de las emisiones de metano en sus operaciones, tanto en Neuquén como en Tierra del Fuego, y que le permitieron pasar de 6 kilotoneladas/año de emisiones de metano en 2020 a 2 kilotoneladas/año en la actualidad.

Entre los proyectos para la reducción de emisiones de metano - CH₄, la compañía trabaja en la eliminación de gas de instrumento mediante el reemplazo del 100% de las bombas neumáticas operadas con aire a través de skids energizados mediante paneles solares, tanto en Neuquén como en Tierra del Fuego.

La reducción y eliminación de fuentes de venteo y flaring es otra de las líneas de trabajo de Total Austral. En este sentido, la compañía lleva adelante la implementación de una Política de Flaring para establecer (por sitio) las limitaciones de diseño y justifi-



ficación técnica para seguridad y de rutina. Cabe destacar que, gracias a un riguroso análisis de riesgo, Total Austral concretó el apagado de dos antorchas y avanza en el estudio para el apagado de otras siete. Estas y tantas otras acciones se complementan con el monitoreo continuo para la detección de fugas en válvulas gracias a tecnología de punta.

Sumado a esto, Total Austral lleva adelante iniciativas de gran complejidad e inversiones considerables para la mejora de la eficiencia energética y consiguiente reducción de emisiones de dióxido de carbono - CO₂. En el caso de Aguada Pichana Este, a través de la construcción de una línea de alta tensión (132KV) de 43 kilómetros, que proveerá suministro eléctrico renovable a la planta. En este punto, el objetivo inmediato es poder reemplazar los termo-compresores por compresores eléctricos lo que permitirá una reducción de emisiones GEI de 28 ktCO₂eq/año.

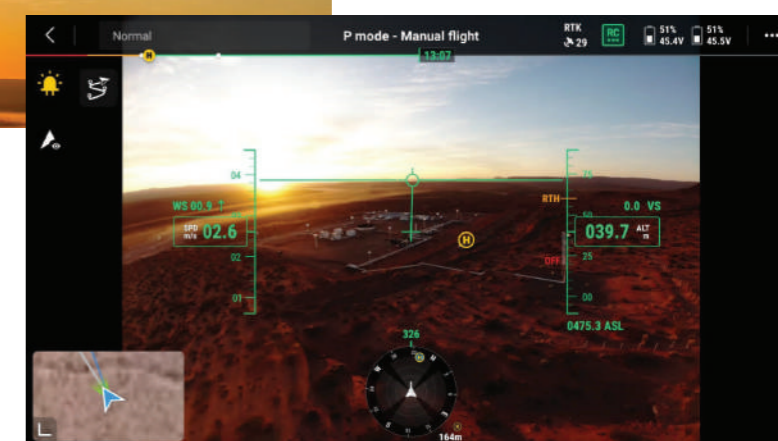
Adicionalmente, se destaca que en Tierra del Fuego Total Austral cuenta con un proyecto de construcción de una granja eólica que permitirá el suministro de energía eléctrica descarbonizada a la planta de tratamiento Río Cullen, donde actualmente la energía utilizada es por termocombustión.

A nivel mundial, TotalEnergies logró posicionarse como una empresa pionera en el abordaje integral de las emisiones de metano, con grupos de expertos trabajando en su detección, medición y control a través de satélites, aviones (KAİROS), campañas permanentes de medición vía drones (AUSEA,

desarrollo de TotalEnergies en cooperación con el Centro Nacional de Investigación Científica Francés (CNRS) y la Universidad de Reims Champagne-Ardenne), monitoreo y detección de fugas (QLDAR), medición de gases de escape para la cuantificación y consecuente reducción de gases efecto invernadero.

Es así como la compañía se encuentra certificada en el Nivel 3 por la OGMP 2.0 (Oil and Gas Methane Partnership, o Asociación para el Metano, de productores de Petróleo y Gas) y aspira a certificar el Nivel 4 a fines del 2023.

De esta manera, el foco de TotalEnergies es la multienergía, con un objetivo muy ambicioso de reducción de emisiones de gases efecto invernadero, tanto de dióxido de carbono como de metano, aumentando al mismo tiempo la oferta de energía que requieren las sociedades a nivel mundial.



El foco de TotalEnergies es la multienergía, con un objetivo muy ambicioso de reducción de emisiones de gases efecto invernadero, tanto de dióxido de carbono como de metano, aumentando al mismo tiempo la oferta de energía que requieren las sociedades a nivel mundial.

La Vitivinicultura Argentina marca un salto de calidad y ya es certificable



La Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) trabajó junto a los principales Organismos de Certificación del país para desarrollar un esquema que habilite a la obtención del sello "Argentina Sostenible", alcanzando a toda la cadena productiva, desde una finca a una bodega y desde del vino al jugo de uva concentrado. Esto permite consolidar un proceso hacia la sostenibilidad, como lo establece uno de los principales ejes del Plan Estratégico Vitivinícola en su actualización al 2030. Desde que la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) estableció que la sostenibilidad sería uno de los ejes centrales del Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) en su actualización al 2030, la misma ha tenido un desarrollo visible dentro de las acciones que se llevan adelante. En ese camino, y para completar un proceso que se inició con la creación de la Guía de Autoevaluación, COVIAR trabajó en el desarrollo y validación de un esquema de certificación que habilite a la obtención del sello "Argentina Sostenible", y que continuará con acciones directas para que productores, establecimientos o bodegas puedan certificar sostenibilidad.

El sello fue impulsado desde COVIAR como elemento distintivo para toda la producción vitivinícola de la Argentina, con el objetivo de promover e impulsar el reconocimiento en la aplicación de prácticas y procesos productivos sostenibles. Así, acredita el cumplimiento de todo el proceso de certificación y ofrece elementos diferenciadores y marcan un verdadero salto de calidad en cuanto a prácticas sostenibles para la vitivinicultura.

Principales elementos diferenciadores:

Es una herramienta que se adapta a cada organización. El gran desafío para la elaboración de la Guía consistió en lograr una herramienta aplicada a todo tipo y tamaño de organizaciones vitivinícolas. No obstante, se logró contemplar la aplicación de diferentes indicadores de auto evaluación de

sostenibilidad, para estas actividades o producciones vitícolas o vitivinícolas, segmentadas en función de una escala de tamaño. Es superadora. La Guía COVIAR consideró todos los estándares vinculados a la sostenibilidad vitivinícola y de responsabilidad social, como también las recomendaciones internacionales en la materia para desarrollar una herramienta que contemplara los aspectos más valorados actualmente en términos de sostenibilidad a nivel internacional. Fundamentalmente, que el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad y la priorización de sus dimensiones o esfera de acción están íntimamente ligadas a cada contexto vitivinícola. Es integral. El diseño de la Guía busca incorporar la autoevaluación y certificación de múltiples aspectos e impactos relacionados con la sostenibilidad, no sólo haciendo foco

en el ambiente, como predomina en muchos de los protocolos existentes, sino también con aspectos sociales, culturales, éticos y de integridad pertinentes a la realidad del contexto de la Argentina.

"Desde COVIAR hemos trabajado sobre este eje estratégico del PEVI 2030, teniendo como primer hito a la Guía de Sostenibilidad, para contribuir de manera transversal a la diversidad de proyectos vitivinícolas, tanto en tamaño como en tipo de producción. A diferencia de las otras opciones disponibles, podemos decir que esta es una Guía de Sostenibilidad de la Vitivinicultura Argentina; y es por ello que creemos que en un futuro cercano pasará de ser un valor intangible a un valor absolutamente tangible, sobre todo para quienes tienen intenciones de exportar. En este sentido, también estaremos contribuyendo al cumplimiento de otro de los ejes estratégicos del PEVI que es aumentar las exportaciones", afirma Adolfo Brennan, miembro del Directorio de COVIAR a cargo del proyecto de Sostenibilidad.

El camino hacia la sostenibilidad como eje del PEVI 2030

El primer paso para COVIAR fue definir a la sostenibilidad como uno de los ejes de desarrollo de la vitivinicultura en su proyección al 2030. Así, con esta estrategia como faro, avanzó con la creación de la Guía de Autoevaluación de la Sostenibilidad Vitivinícola Argentina, mediante un convenio que firmó con la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza) en 2021, para el desarrollo de una nueva herramienta de gestión, que apoye a toda la cadena productiva en la incorporación de la sostenibilidad, con el objetivo de contribuir al desarrollo de la sostenibilidad económica, ambiental y social de toda la actividad.

La Guía, que cuenta con el aval y reconocimiento de la OIV, está orientada a la autoevaluación de las prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad de organizaciones del sector, de diversas características, tamaños, integración y estados de evolución en el tema. Además, toma en cuenta las condiciones técnicas, éticas y culturales de las actividades vitivinícolas en el contexto argentino, con sus impactos sociales y ambientales; vincula sus indica-



dores con la Agenda 2030 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, y se funda en los cinco "Principios generales de sostenibilidad" que estableció la Organización Internacional de la Vid y el Vino (OIV) en 2016, para la promoción y desarrollo de una vitivinicultura sostenible a nivel mundial.

En paralelo, COVIAR también organizó un ciclo de capacitaciones para la promoción y sensibilización de la Guía y de la sostenibilidad en general, a través de un abordaje cualitativo para bodegas de diferentes características de la Argentina. Este ciclo de capacitaciones sirvió de base para obtener retroalimentación y validación de la guía por parte de las mismas empresas vitivinícolas.

Luego, el próximo paso fue empezar a trabajar con bodegas y proyectos en una etapa temprana a modo de inducción a la sostenibilidad, mediante el programa "Bootcamp Ruta Sostenible", a través del cual se llegó a 65 bodegas ubicadas en distintas partes de la Argentina en siete ediciones distintas durante 2021 y 2022. El programa representó una inversión total de más de 5 millones de pesos, gracias al financiamiento de las propias bodegas, a Aportes No Reembolsables que llegaron de la Dirección de Desarrollo de Capacidades Productivas, de la Subsecretaría de la Productividad y Desarrollo Regional Pyme, del Ministerio de Economía de la Nación.

El recorrido continuó con la presentación del Reglamento de Certificación para la Guía, que fue trabajado, consensuado y validado entre COVIAR y los principales Organismos de Certificación que operan en la Argentina. Actualmente, las siguientes certificadoras se encuentran reconocidas por COVIAR para brindar los servicios de certificación de la Guía de Sostenibilidad: IRAM; BUREAU VERITAS; Organización Internacional Agropecuaria (OIA); LETIS; FOODSAFETY; LENOR GROUP; ECOCERT. Así, el proceso de certificación y reconocimiento se completa hoy con el lanzamiento del Sello "Argentina Sostenible".

Por último, en el marco del trabajo de COVIAR con la Universidad Nacional de Cuyo y también en sintonía con otro de los ejes del Plan Estratégico Vitivinícola 2030, se desarrolló la Guía de Autoevaluación en Sostenibilidad Enoturística que pretende acompañar el crecimiento del turismo vitivinícola de los últimos años en la incorporación de la sostenibilidad. Esta herramienta continuará con los mismos pasos recorridos.

El desarrollo sostenible demanda acción conjunta entre el Estado, las empresas vitivinícolas, las organizaciones de la sociedad civil e instituciones académicas. COVIAR demuestra este camino en su trabajo institucional y de articulación para el desarrollo de estrategias colectivas de acción.

Sinteplast celebra 65 años innovando y desarrollando productos



SINTEPLAST, LA EMPRESA NACIONAL LÍDER DEL MERCADO EN PINTURAS, RECUBRIMIENTOS Y MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN CUMPLE 65 AÑOS DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS DESDE ARGENTINA Y LA REGIÓN PARA EL MUNDO.

La empresa argentina nació como un sueño familiar y hoy cuenta con 3 plantas de producción en el país (Buenos Aires, San Luis y Córdoba), 5 centros de atención al cliente (Neuquén, San Luis, Tucumán y Chaco) y plantas en Bolivia, Uruguay, Brasil y Paraguay. Su equipo de trabajo se compone de más de 1.400 colaboradores, ofrece más de 180 líneas de producto y 6.000 artículos para los rubros arquitectónico, industrial, de construcción y automotor. Sus principales destinos de exportación son, entre otros: India, Perú, Chile, Ecuador, Colombia y Cuba.

En los años 50, Raúl Rodríguez, decidido a cumplir su sueño con gran esfuerzo, compromiso y pasión, abrió su propia fábrica de pinturas en un chalet en la calle Palmar, en la localidad de Lomas del Mirador. Allí, Raúl junto a su esposa Amelia y sus cuatro hijos

instalaron los primeros molinos para la fabricación de pinturas.

Desde ese momento, la innovación y el servicio al cliente se transformaron en el sello de Sinteplast. La reinversión constante, en cumplir objetivos, desarrollo de nuevas fórmulas, la investigación y creación de nuevos productos, permitieron descubrir nuevas maneras para lograr la más alta tecnología aplicada en los procesos productivos y así garantizar la mayor calidad en cada etapa de la cadena de valor.

En este sentido, en 1991 se lanzó el sistema de colores en Argentina con la primera máquina que preparó hasta 2.000 colores en la pinturería. A sólo 4 meses de su lanzamiento, se instalaron 50 equipos en diferentes puntos del país y, en menos de 2 años, estaban funcionando 250 máquinas.



En línea con la innovación, la planta de Ezeiza de Sinteplast es World Wide Manufacturing Class. Eso que está totalmente automatizada, lo que genera seguridad en cuanto a la calidad de los productos. Con un depósito inteligente el Centro de Operaciones Ezeiza, es el único de esas nuestro país y en toda la región. Dicha tecnología permite duplicar la capacidad de despacho de los productos de la fábrica con la mayor tecnología.

Actualmente, el centro de operaciones de Ezeiza es la planta con más avance tecnológico y la inversión más grande de la compañía con diversas líneas de fabricación como son las pinturas en aerosoles, diluyentes, solventes, pintura en polvo y acuosos.

La historia que empezó en el año 58 en el garaje de una casa parece no tener fin. Hoy a manos de la tercera generación familiar, 8 plantas en 5 países, más de 6.000 productos, más de 1.400 empleados y exportación al mundo, Sinteplast promete seguir apostando al futuro.

La filosofía de Sinteplast se basa en la premisa de ser la mejor compañía del sector y así trabaja para lograrlo. Cada una de las per-

sonas que conforma la empresa, se esfuerza constantemente por aprender, evolucionar, innovar y construir futuro en los países donde está presente. Desde sus inicios, la compañía viene desarrollando un plan de expansión regional incorporando nuevos mercados en Latinoamérica, logrando productos y propuestas comerciales acordes a la idiosincrasia de cada país, pero manteniendo siempre el espíritu que la representa y distingue. Porque Sinteplast es una familia que trabaja con pasión, orgullo, innovación, compromiso, emprendedurismo y un gran trabajo en equipo.



Crece las expectativas de empleo para el cuarto trimestre



LUIS GUASTINI

UNA ENCUESTA DE MANPOWERGROUP INDICA QUE LA EXPECTATIVA NETA DE EMPLEO (ENE) CRECIÓ 11% AJUSTADA POR ESTACIONALIDAD, DEMOSTRANDO UN CRECIMIENTO DE 6% COMPARADO CON EL TERCER TRIMESTRE DEL 2023.

Los resultados revelan que el 31% de los empleadores encuestados (700 empleadores en total) planea aumentar sus dotaciones de personal, el 23% disminuirlas, el 43% no espera realizar cambios y el 3% restante no sabe si los realizará durante el periodo relevado.

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

Ocho de las nueve ramas de actividad relevadas muestra mejoras en las expectativas de empleo.

“Notamos un leve repunte en las expectativas de contratación para el último trimestre del año, traccionado principalmente por los sectores más dinámicos

de la economía, que a su vez se muestran inmunes al contexto electoral”, señala Luis Guastini, director general de ManpowerGroup Argentina.

“Son más los empleadores que van a aumentar su nómina a corto plazo que aquellos que estiman que van a reducirla. En general, a lo largo de este año hemos observado un comportamiento similar de este indicador, que se ha mantenido ‘amesetado’ pero en niveles bajos, sobre todo si los comparamos con el resto de los países. Por segundo trimestre consecutivo Argentina ocupa el último lugar en términos de expectativas de empleo, quedando además muy lejos del resto de los países de la región, que tienen expectativas superiores al promedio de 30% global. Creemos que esto se debe a que nuestros países vecinos presentan una mayor estabilidad económica y laboral,

lo que resulta atractivo para aquellas empresas que quieren invertir en Latinoamérica para descentralizar sus procesos productivos”, agregó.

¿Cree que las perspectivas pueden cambiar post elecciones?

Entendemos que este tipo de estudios predictivos de corto plazo, suelen estar mucho más influenciados por el impacto de la macroeconomía sobre las distintas actividades, que por políticas públicas que puedan influenciar las decisiones a mediano y largo plazo. En este caso puntual observamos que, si bien el trabajo de campo fue realizado durante el mes de julio, es decir antes de las PASO, las decisiones de contratación están más ligadas a las expectativas de desempeño económico que a la evolución de la política. Basta como ejemplo lo que observamos en la región, donde a pesar de la inestabilidad política de algunos países, se observan buenas expectativas de generación de empleo, gracias a prolongados periodos de estabilidad macroeconómica.

Qué promete cada sector

La consultora encuesta de forma periódica a empresas de nueve ramas de actividad económica. En esta oportunidad, ocho de los nueve relevados los empleadores esperan incrementar sus nóminas durante el cuarto trimestre del 2023.

El sector de “Sanidad y Ciencias de la vida” lidera esta tendencia, con una Expectativa Neta de Empleo de +23%, seguido por “Tecnología de la Información” y “Servicios de Comunicación”, ambos con +17%, y “Energía y Servicios Públicos” con +15%.

Los rubros que reportan las expectativas de contratación más débiles son “Finanzas y Real Estate”, con una ENE de -8%, seguido por “Bienes y Servicios de Consumo” que refleja una ENE del +9%.

Disparidad a nivel nacional

Así como se observan expectativas diferentes de acuerdo a la rama de actividad, también hay grandes diferencias en las



perspectivas de acuerdo a la región del país.

El Noroeste encabeza esta proyección, con una Expectativa Neta de Empleo de +17%, seguido por la Patagonia, con una ENE +14%, mientras que el Noroeste presenta las expectativas más bajas, con una ENE de +3% al 10%.

En relación con el periodo anterior, los datos de la encuesta muestran que las intenciones de contratación se incrementan en cinco de las seis regiones. La región Pampeana es la que más crece, con un aumento de 8 puntos porcentuales,

seguido por el NEA, con un ascenso de 7 puntos.

Por el contrario, el NOA registra una caída de 12 puntos porcentuales. En la comparación anual, las expectativas se elevan en las seis regiones. Los incrementos más notables en las intenciones de contratación se dan en el NEA y la región Pampeana, con 22 y 15 puntos porcentuales respectivamente.

Movistar premiada como la Internet más rápida de Argentina



Movistar fue premiada con el Speedtest Award de Ookla como la Internet más rápida de Argentina por tercer semestre consecutivo. La compañía se ubicó en primer lugar en las mediciones de Speed Score de Ookla en el primer semestre de 2023, como así también en las métricas de velocidades de subida y de bajada, de Mb por segundo, posicionándose como la Internet para el hogar más rápida de todo el país. Este año, además, Movistar anunció que superó el millón de clientes conectados con fibra óptica y logró el despliegue en 3,8 millones de hogares para que puedan acceder al servicio de Internet de Movistar. Para fines de 2023, proyecta escalar a los más de 4 millones de hogares conectados a la red de fibra. Damián Oliverio López Blanco, gerente de Propuesta de Valor de Telefónica, señaló "Estamos muy contentos de ser reconocidos por tercera vez consecutiva como la

Internet más rápida del país. Esto nos llena de orgullo y nos marca que estamos en el camino correcto. Es nuestro foco, y el de todo el equipo, desarrollar el mejor servicio de internet del país y llevar la mejor conectividad a nuestros clientes para que puedan trabajar, estudiar o entretenerse de la mejor manera." "Después de realizar un análisis en profundidad de las pruebas iniciadas por el consumidor tomadas con Speedtest, Movistar ha sido nombrada la red fija más rápida de Argentina por los premios Speedtest de Ookla", dijo Stephen Bye, presidente y CEO de Ookla, una división de Ziff Davis. "Estos premios se otorgan a los operadores de redes móviles y fijas que demuestran una velocidad y un rendimiento excepcionales en comparación con otras redes importantes en el mercado para Q1-Q2 2023.

Después de realizar un análisis en profundidad de las pruebas iniciadas por el consumidor tomadas con Speedtest, Movistar ha sido nombrada la red fija más rápida de Argentina por los premios Speedtest de Ookla"

- Turismo nacional e internacional
- Viajes a medida

- Salidas grupales
- Viajes de ocio

MOSAICO
DE VIAJES

- Viajes de negocios
- Incentivos para empresas

- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel

www.mosaicodeviajes.com.ar

El ingreso de Argentina al BRICS

Lo bueno, lo malo y por qué no lo vimos venir.

Por **Mario Guerrero** Profesor de la Universidad Nacional de Cuyo/
Becario doctoral del CONICET-Universidad Nacional de San Luis



Presidente de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, junto al presidente de China, Xi Jinping, el presidente de Sudáfrica, Cyril Ramaphosa, el primer ministro de la India, Narendra Modi, y el ministro de Asuntos Exteriores de Rusia, Sergei Lavrov (REUTERS)

Cuáles son los criterios para ser miembro del BRICS? ¿Cómo se identifica o diferencia un país con cualidades BRICS del resto de países emergentes? Lo cierto es que mi respuesta a esta pregunta siempre fue depende. Si lo vemos desde la perspectiva de Ji O'Neill, padre y creador del acrónimo en el año 2001, este identificó, en su primer informe y trabajo escrito para la Goldman Sachs, que los BRIC eran aquellos países que presentarían un destacadísimo desempeño económico de cara al 2050, consolidándose no sólo

como el tractor económico que impulsaría a la economía mundial, sino que también superaría en peso relativo la presencia que tiene el G7 dentro de la economía mundial. Sus predicciones efectivamente se dieron tal y como él lo pronosticó, con la particularidad de que ello aconteció en un lapso temporal muchísimo más corto del proyectado y que el BRIC llegó a declarar su independencia política en el año 2009. En el año 2011, con la independencia vino el segundo depende: Sudáfrica, primera nueva incorporación de la institución.

Para ese entonces, como bien lo destacara O'Neill había candidatos tales como Vietnam, Indonesia, México o incluso Nigeria los cuales tenían credenciales económicas más pertinentes a los fines de ser la nueva letra en el acrónimo. Sin embargo, la elegida por los fundadores fue Sudáfrica. Si bien el peso relativo que tiene dicho país en el continente africano no puede ser discutido, lo cierto es que sus características tanto económicas como poblacionales presentaban diferencias de escala bastante marcadas si se las comparaba con las de los cuatro miembros originarios: para 2011, el producto bruto interno de Sudáfrica solo suponía una decimosexta parte de la producción total de China, su tamaño poblacional representaba un cuarto de la brasilera y un tercio de la rusa, siendo que su crecimiento económico apenas superaba el 3 % anual, el cual se encontraba, para 2010, muy por detrás de las tasas chinas (10,6 %), brasileñas (7,5 %) o indias (8,5 %). Entonces, ¿por qué Sudáfrica?

Lo cierto es que terminaron imperando factores políticos más que económicos en la incorporación de dicho país. En primer lugar, antecedentes como el IBSA sirvieron de plataforma de cooperación en la que países como India, Brasil y Sudáfrica pudieron ver con anterioridad los efectos de cooperar en relación con las problemáticas consideradas comunes y compartidas. En segundo lugar, Jacob Zuma, presidente sudafricano de ese entonces desplegó, en el año 2010, lo que ha sido hasta el momento la campaña de convencimiento más activa que se ha tenido en el BRICS; todo ello con el objetivo de convencer a los cuatro países fundadores de que Sudáfrica era el país emergente que faltaba incorporar.

Esto último nos lleva a la tercera razón: a los fines de que el BRIC se constituyera efectivamente como una institución que representaba los intereses agregados de los países emergentes, los países fundadores entendían que a la institución le faltaba una pata africana y Sudáfrica contribuía claramente a ello. En suma, con la incorporación de Sudáfrica quedó demostrado que el BRICS ya nada tenía que ver con O'Neill o lo que es lo mismo, y parafraseando a la novela de Mary Shelley, el BRICS ya no le pertenecía al Prometeo de los emergentes.

Si bien con la incorporación de Sudáfrica se cerró por mucho tiempo la discusión



sobre ampliar el acrónimo e incorporar nuevos socios plenos, lo cierto es que quedó abierta la posibilidad del tercer y cuarto depende: el BRICS plus y el Nuevo Banco de Desarrollo (NBD). Más allá de que el BRICS plus no provee una membresía al BRICS como tal, lo cierto es que desde el año 2013 se constituyó en un tipo de reunión que le permitía, tanto a los países BRICS como a los invitados coyunturales, conversar sobre diversas agendas emergentes al tiempo que se fortalecía relaciones bilaterales y multilaterales entre ellos al tiempo que se sentían BRICS. En primera instancia comenzó siendo un proceso denominado outreach al que se invitaban a países de la región a la que pertenecía el país que tenía la presidencia pro tempore para pasar a constituirse, en el año 2017, en el principal foro en el que se reunían todas las organizaciones regionales emergentes como así también los países emergentes que se encontraban en ejer-

cicio de alguna presidencia pro tempore de importancia (ej. Argentina en el año 2018 cuando era presidenta pro tempore del G20).

Tal vez la clave para interpretar la actual incorporación de miembros plenos se encuentre en el cuarto depende, siendo que fue en el NBD donde se incorporaron efectivamente por primera vez nuevos países al espacio BRICS. En el 2014, durante la firma de su Estatuto, el NBD había dejado establecida tanto la posibilidad de incorporar nuevos miembros como así también un mecanismo formal para hacerlo. De aquí que siempre estuviera latente dicha opción, opción la cual no se terminó de activar hasta el período 2018/2019 cuando ya se creía que el banco había logrado cumplir con su primer ciclo de desarrollo asociado este a lograr la consolidación y reconocimiento del banco como entidad financiera internacional sólida. En consecuencia, con la

Lo cierto es que Argentina ha sido invitada a formar parte del BRICS a partir del 1 de enero del año 2024

iniciación del segundo ciclo de desarrollo del banco, se estableció como necesaria la incorporación de nuevos accionistas al NBD, siendo que los únicos habilitados para serlo son aquellos países que forman parte de la Organización de Naciones Unidas (ONU). En consecuencia, y procurando siempre mantener el criterio de representación regional, a partir del año 2021 se dio comienzo a la incorporación de los primeros nuevos miembros extra BRICS: Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Bangladesh y Uruguay.

Hasta el año 2023, los depende tres y cuatro fueron las principales formas utilizadas por el BRICS a los fines de ampliar el área de influencia del BRICS sobre otros países emergentes. Esto nos lleva a preguntarnos respecto a por qué los países fundadores querían contar con nuevos miembros. Para los países BRICS se torna vital continuar expresando sus propias demandas y salvaguardar colectivamente sus intereses comunes en la arena internacional. En este sentido:

Los países BRICS aspiran a seguir potenciando sus fortalezas económicas, factor central dado que fue este el que hizo que el acrónimo fuera pensado en una primera instancia.

Los países BRICS tienen intereses compartidos para abordar los desafíos encontrados en el proceso de globalización económica, principalmente producto de que como varios de ellos aún cuentan con sistemas económicos endeblados, son, por ende, más vulnerables a la influencia y el impacto de las dinámicas de la economía mundial.

En lo que respecta a los demás países emergentes, ¿por qué querían ser parte

del BRICS? En esencia, las razones pueden identificarse en torno a lo que he dado a llamar como capabilities simbólicas e institucionales. Desde el punto de vista de las primeras, se debe reconocer la fuerza del símbolo BRICS como un instrumento a utilizar por parte de sus miembros en la consecución de sus objetivos en el ámbito internacional. Como tal, el BRICS representa al fenómeno de mayor dinamismo entre los países emergentes, especialmente si se lo considera en relación con experiencias similares encabezadas con anterioridad por potencias del Norte Global. Para la dirigencia política de los miembros, la etiqueta BRICS ofrece la posibilidad de fortalecer el estatus de cada país como una potencia dinámica y emergente con un papel creciente en los asuntos globales; al tiempo que proporciona legitimidad y autoridad adicionales de cara a la política internacional actual. En este sentido, ser miembro del BRICS implica un grado considerable de reconocimiento internacional, por lo menos entre los emergentes, en parte proporcionado internamente por todos los miembros, pero también por otros actores internacionales tales como bancos internacionales, financieras, países desarrollados u organizaciones internacionales.

En lo que a capabilities institucionales se refiere, el BRICS se ha mostrado como un mecanismo cooperativo. En este sentido, el BRICS se presenta como una fuerza relevante para impulsar reformas en la gobernanza mundial y, así, representar los intereses de los países en desarrollo. Para sus miembros, el mecanismo cooperativo BRICS proporciona no solo una plataforma para la cooperación económica y comercial entre los mercados emergentes, sino también un escenario en el que los países en desarrollo hablan con una misma voz, mejorando con ello su voz (colectiva e individual) en la gobernanza global. El fortalecimiento y desarrollo del BRICS como un mecanismo cooperativo significa que los miembros ya no buscan ser espectadores en la gobernanza global, sino que, más bien, buscan convertirse en participantes activos y constructores de nuevas reglas internacionales.

Con todo, siempre he considerado que el ingreso de Argentina al BRICS era un hecho poco probable de acontecer. Desde una perspectiva que considere a los países fundadores del BRICS, y más allá del prin-

cipio de acuerdo mencionado anteriormente respecto a la necesidad de ampliar el BRICS para poder así aumentar la legitimidad internacional de la institución, dicho escepticismo estaba alimentado por el hecho de que los mismos han tenido, históricamente, diferencias a la hora de definir la ampliación de la institución hacia nuevos miembros plenos. Si bien los países han sido capaces de utilizar la plataforma a los fines de limar o controlar las asperezas existentes entre sus miembros (particularmente, China e India), lo cierto es que hacia el interior de la institución siempre sus miembros han procurado mantener un equilibrio de poder que los mantenga en igualdad de posiciones a la hora de tener que tomar decisiones colectivas. De esta manera, la incorporación de nuevos miembros plenos era percibida intra-BRICS como una potencial instancia en la que se podía inclinar la balanza hacia uno u otro de los miembros, generando, así, asimetrías que podían romper con la paridad de poder pretendida desde un comienzo. De aquí que resulte curioso el hecho de que en la cumbre de Johannesburgo se afirmase que los países miembros llegaron a un acuerdo respecto a "los principios rectores, estándares, criterios y procedimientos del proceso de expansión de los BRICS" (BRICS, 2023, pto. 90), pero que en ningún lugar se explicitan. Esto da cuenta de que, aún, hay procesos de negociación que todavía siguen abiertos.

Lo que se puede deducir, a la luz de las experiencias mencionadas anteriormente, es que existen factores políticos fácticos y materiales, más que institucionales del BRICS, que nada tienen que ver con los criterios económicos originales y que podrían ser susceptibles de explicar la actual incorporación de miembros. Al observar los países incorporados, tanto al NBD como plenos, podemos observar que: Existe un principio de representación e incorporación de países pertenecientes a los tres continentes.

Existen coincidencias ideológicas o alineamientos históricos y anteriores entre los nuevos miembros y determinados países fundadores.

Todos los nuevos miembros tienen al menos dos de los países fundadores del BRICS como sus principales socios comerciales.

Se observa un sostenimiento en los procesos de negociaciones entre el BRICS y

algunos miembros plenos, siendo que varios de ellos pasaron a ser plenos a pesar de que ya eran accionistas del NBD o ya habían sido invitados a formar parte.

Relevancia estratégica de varios de los nuevos miembros plenos, principalmente dentro del rubro energético y petrolero. En conjunto, estos criterios permiten inferir en cierta medida quiénes son los países que esponsoraron cada candidatura como así también el por qué no fueron considerados otros candidatos.

Ahora bien, desde el punto de vista de la Argentina, mi escepticismo se veía asociado al hecho de que el ser incorporado como miembro pleno no era un objetivo directo de la política exterior de la actual administración. Lo cierto es que las conversaciones con el BRICS se vieron aceleradas en el último tiempo por causa de la búsqueda por parte de la Argentina de alcanzar mayores niveles de financiamiento extranjera, situación la cual ha contado en el último tiempo con el apoyo del presidente Lula Da Silva luego de su vuelta a Planalto. De aquí en el reciente viaje realizado por el ministro de econo-

mía, Sergio Massa, el mismo se encontrará con el ofrecimiento de incorporarse al NBD como una potencial forma de adquirir el financiamiento a las importaciones brasileras que venía buscando, infructuosamente, a partir de financiamiento brasilerero desde hacía tiempo. En consecuencia, su incorporación se explica más por la combinación de dichas circunstancias más que por la búsqueda deliberada del país por ser miembro.

Sea cual fuera el caso, lo cierto es que Argentina ha sido invitada a formar parte del BRICS a partir del 1 de enero del año 2024. Si bien su incorporación se presenta como una nueva oportunidad para el desarrollo de dinámicas comerciales y de inversión que ya vienen teniendo lugar entre nuestro país y varios de los países fundadores, lo cierto es que esta nueva membresía deja abiertas una serie de preguntas. A partir del 10 de diciembre, ¿qué va a hacer el nuevo gobierno? ¿Sergio Massa seguiría por el mismo camino transitado hasta el momento? Patricia Bullrich, ¿realmente rompería con una institución la cual tiene por socios fundadores

a los dos principales socios comerciales del país o seguirá en la misma línea de conversación y trabajo que mantuvo el expresidente Mauricio Macri durante su mandato? Javier Milei, ¿realmente seguirá sosteniendo su discurso programático de romper con un socio comercial como China o demostrará un comportamiento cooperativo como el demostrado por Bolsonaro para con el BRICS? O, lo que parece estar siendo hasta el momento el mayor desafío para nuestro país, ¿cómo manejará Argentina el hecho de tener que compartir una institución con un país como Irán, en donde autoridades de dicho país tienen pedido de captura ante la INTERPOL por causa de los atentados terroristas de los años 1992 y 1994? Preguntas para las cuales, si bien, difícilmente tengamos respuesta en el actual contexto electoral y de fuerte polarización político-social interna, sin duda marcarán la agenda de discusión de la política exterior argentina que se viene.

Fuente: Instituto de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de la Plata

Sportel Rendez-vous en Buenos Aires

La puerta de entrada al negocio deportivo en las Américas

Después de numerosas ediciones exitosas en Miami, Sportel ha tomado la decisión de trasladar su evento de primavera dedicado a las Américas y dirigirse a un nuevo destino en 2024. Tras su paso por Río de Janeiro Sportel finalmente regresará a Sudamérica y aterrizará por primera vez en Buenos Aires del 14 al 15 de mayo de 2024.

"Desarrollar el mercado americano en su conjunto es una de nuestras prioridades. Sudamérica sólo representa el 5% de los participantes de Sportel, por lo que la capacidad de crecimiento es exponencial. Estamos encantados de poder ofrecer a



nuestra comunidad nuevas oportunidades de networking y negocios con ejecutivos de primer nivel de la industria en Buenos Aires, una capital deportiva global

y un punto focal de este floreciente mercado", comentó Laurent Puons, CEO de Monaco Mediac.

Hacia un equilibrio sostenible: la convivencia de los sistemas productivos agrícolas



La agricultura estuvo siempre estrechamente relacionada con los seres humanos, ya que representa además de su alimentación, su supervivencia de vida. En la prehistoria se vivía fundamentalmente de la cacería y recolección de frutos. Con el paso de los siglos se incorporaron los hábitos de una vida más sedentaria, buscando la domesticación de animales y de distintas especies de plantas.

Las pequeñas poblaciones que se asentaban buscaron terrenos fértiles y productivos. Así comenzaron a utilizar pequeños utensilios para la labranza del suelo. También se perfeccionaron en los sistemas de riego e incorporaron herramientas como el arado de bueyes o caballos.

Con la integración de la economía mundial, la mecanización de distintas labores agrícolas, y la introducción de abonos químicos, se logró acompañar la demanda de alimentos exigidas por el crecimiento poblacional. Así llegamos a

nuestros tiempos con grandes avances científicos en mejoramiento genético, fertilizantes y productos fitosanitarios cada vez más efectivos.

En nuestro país y el mundo, prevalece el sistema convencional. En él, los cultivos se siembran a campo o invernadero. Se utiliza toda la tecnología disponible para obtener los mayores rendimientos que maximicen la productividad. Para ello se adoptan las técnicas más avanzadas en riego y fertilización por goteo, uso de productos fitosanitarios (químicos, biológicos y naturales) para combatir los hongos, bacterias, malezas, nematodos, ácaros e insectos. En este sistema se combina, por ejemplo, el uso de fitosanitarios con el empleo de insectos benéficos para el control de algunas plagas. El uso de variedades resistentes o tolerantes a hongos, bacterias y virus es práctica común. Cabe destacar que todos los productos que se utilizan en el sistema convencional están aprobados por el SENASA (Servicio Na-

cional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), organismo regulador nacional.

Además, existe el sistema de producción orgánica y en nuestro país ocupa el segundo lugar a nivel mundial. El mayor porcentaje está destinado a exportación, y un porcentaje menor se mantiene en el mercado interno. La agricultura orgánica produce sin usar fertilizantes ni fitosanitarios químicos. Como alternativa, utilizan fertilizantes orgánicos como compost, estiércol y abonos. Además, mantienen al mínimo la utilización de insumos externos. Para producir bajo este sistema se necesita un sello de certificación. Además, la producción orgánica está regulada por la ley 25.127. Sus productos a la venta deben obligatoriamente indicar en la cara principal de su envase el isologotipo "ORGÁNICO ARGENTINA". Afortunadamente, existen cada vez más certificaciones y programas de apoyo gubernamental para el desarrollo y promoción de la agricultura orgánica, lo que ha



impulsado su crecimiento en los últimos años.

En la producción vegetal orgánica predominan los productos industrializados, como el azúcar, vino y puré de pera. En frutas orgánicas encontramos pera, manzana y arándanos, mientras que en cereales está el arroz y trigo, y en las hortalizas está la producción de ajo. A su vez en la producción animal orgánica predomina la producción ovina y la de miel.

En Argentina estos sistemas productivos conviven armónicamente. Algunos establecimientos agrícolas y ganaderos se dedican exclusivamente a un sistema, mientras que otros combinan elementos de ambos, dependiendo de los objetivos del productor, las oportunidades de mercado y las condiciones específicas de cada región.

La producción convencional y la orgánica tienen diferencias y similitudes. Sin embargo, algo que debe quedar muy claro, es que en ambos casos es necesario y obligatorio aplicar las buenas prácticas agrícolas (BPA), para garantizar la obtención de alimentos sanos, seguros y nutritivos. La aplicación de buenas prácticas en todos los sistemas de producción es indispensable para una agricultura sustentable, que promuevan la preservación del ambiente, el cuidado de la calidad de vida de la sociedad, y la viabilidad económica

sostenida en el tiempo.

Para lograr que los sistemas de agricultura convencional y orgánica convivan de manera efectiva, es importante adoptar un enfoque de agricultura sustentable que combine las mejores prácticas de ambos sistemas. Algunas estrategias podrían ser: zonificar las áreas de cultivo para identificar los distintos tipos de prácticas, y establecer áreas de amortiguamiento entre ambas. Aplicar el manejo integrado de plagas y combinar las distintas estrategias de control. Crear corredores ecológicos y promover la diversidad de cultivos y prácticas como la rotación de cultivos, la siembra directa y el uso de cultivos de cobertura, que mejoran la salud del suelo. También es sumamente necesario fomentar el respeto mutuo, a través de la educación y comunicación.

Estos desafíos técnicos pueden ser abordados con innovación e investigación continua. Pero también se debe fomentar el trabajo articulado entre los establecimientos educativos, entes gubernamentales y privados relacionados con la producción. Solo así será posible aprovechar los beneficios de ambas estrategias de producción y avanzar hacia sistemas agrícolas más sustentables que disminuyan el impacto ambiental y garanticen la provisión de alimentos.

También es sumamente necesario fomentar el respeto mutuo, a través de la educación y comunicación.

* Fuente Casafe
La Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes 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.

YPF informó utilidades y celebra exportaciones después de 18 años



YPF REPORTÓ GANANCIAS POR MÁS DE \$85.000 MILLONES EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DEL AÑO Y CELEBRÓ HABER RETOMADO LAS EXPORTACIONES DE PETRÓLEO DESPUÉS DE 18 AÑOS.

La compañía informó que el EBITDA ajustado alcanzó los US\$1.005 millones consolidando una ganancia neta de más de \$85.000 millones, que equivalen a unos US\$297 millones al tipo de cambio oficial mayorista y algo más de US\$142 millones al paralelo en el trimestre. En los primeros seis meses del año, en tanto, la ganancia neta quedó apenas por debajo de \$144.000 millones.

Se trata, sin embargo, de ganancias menores a las reportadas el año pasado, que en buena medida se explica por la aceleración de la inflación y la devaluación de la moneda. Es que la compañía viene teniendo dificultades para pasar al surtidor los aumentos de los costos.

Producción y exportación de crudo

Desde la firma que encabeza Pablo Iuliano, destacaron que la producción total de hidrocarburos durante el segundo trimestre alcanzó los 513.000 barriles equivalentes por día, al tiempo que la producción de petróleo promedió 241.000 barriles diarios. Dicha cifra representa un crecimiento del 7% respecto al segundo trimestre de 2022 y del 1% respecto al trimestre anterior. La producción de gas, por su parte, se mantuvo estable respecto al trimestre anterior y ascendió a 36,5 millones de metros. Adicionalmente, la compañía celebró haber logrado "un hito clave de su plan estratégico de crecimiento". Después de 18 años, indicaron, YPF volvió a exportar crudo neuquino de forma estructural a partir de la rehabilitación, en el mes de mayo, del oleoducto trasandino que co-



Pablo González, presidente de YPF

La producción total de shale llegó a un nuevo récord y durante el segundo trimestre representó el 45% de la producción total de YPF.

necta Neuquén con Chile.

Además, desde YPF informaron que llevan invertidos más de US\$2.650 millones en los primeros seis meses del año, un incremento de más del 60% en dólares respecto al mismo período de 2022. Asimismo, ratificaron su plan de inversiones de unos US\$5.000 millones en 2023.

La actividad no convencional, expresaron desde la petrolera a través de un comunicado, continuó siendo el principal eje de crecimiento de la compañía. "La producción total de shale llegó a un nuevo récord y durante el segundo trimestre representó el 45% de la producción total de YPF. La producción de crudo no convencional mostró un crecimiento del 28%, mientras que la producción de gas no convencional aumentó un 10%, respecto a igual trimestre del año anterior en ambos casos", destacaron.

Este crecimiento, añadieron, se apalanca nuevamente en las mejoras operativas desarrolladas por la compañía en sus campos en Vaca Muerta. En el segundo trimestre, dijeron, se mantuvieron altos estándares de eficiencia en los tiempos de perforación y fractura de los pozos, al-

canzando durante julio la marca histórica más alta en ambos indicadores: un promedio de 295 metros por día en perforación y 238 etapas por set por mes en fractura.

Por el lado de los segmentos de industrialización y comercialización, dijeron desde YPF, las ventas domésticas de combustibles del segundo trimestre se mantuvieron estables en comparación al segundo trimestre de 2022, donde se compensaron mayores ventas de naftas y menores ventas de gasoil, impactadas principalmente por una menor actividad del agro. Los niveles de procesamiento en las refinerías se mantuvieron en máximos históricos, creciendo un 8% respecto al año anterior, con una tasa de utilización del 93%.

Después de 18 años, indicaron, YPF volvió a exportar crudo neuquino de forma estructural a partir de la rehabilitación



Tokenización de activos, una nueva manera de dar valor a los bienes



Por: Tomás Soracco
Co-fundador de POAP y profesor de ITBA especializado en blockchain.

ambas partes, ya que la falta de volumen dificulta la negociación de estos activos, mientras que quienes no pueden acceder a ellos tienen menos oportunidades de diversificar sus inversiones. En la era digital, la tokenización de activos reales (Real-World Asset o RWA, por sus siglas en inglés) surgió como una solución innovadora que permite transformar activos físicos en tokens digitales y utilizar las ventajas de la tecnología blockchain para crear nuevas oportunidades financieras. Según el Boston Consulting Group, el mercado de los activos ilíquidos tokenizados, alcanzaría los US\$16 trillones* a nivel global para el año 2030.

Beneficios y oportunidades

Si se analiza en profundidad este nuevo segmento podemos destacar varios beneficios, entre ellos la fraccionización. La tokenización de RWA permite dividir la propiedad de un activo en partes más pequeñas y democratizar su acceso a inversores minoristas. Un ejemplo es la venta simbólica del edificio St. Regis Aspen Resort, en Colorado, Estados Unidos. El día del lanzamiento se realizaron 138.000 transacciones. El token, que inicialmente se comercializó por el precio de US\$1, terminó el día con un incremento del 32% en su precio. De acuerdo a la información de las transacciones se registran más de 500 poseedores distintos que invirtieron en este activo. Para muchos de estos activos, como sucede en el mercado de obras de arte, es difícil conseguir liquidez en el corto plazo. Incrementar el acceso y desarrollar plataformas digitales abiertas que permitan la negociación de estos tokens, hará que sea más fácil entrar o salir de es-

La industria financiera, una de las más antiguas y con mayores márgenes de ganancias, aún enfrenta importantes desafíos a la hora de adoptar la digitalización. De acuerdo a un estudio realizado por Messari, más del 56% de los activos de inversores estadounidenses con patrimonios entre US\$600.000 y US\$1 millón califican como activos ilíquidos (bienes raíces u obras de arte). El acceso a ellos está generalmente reservado a inversores institucionales o personas de alto patrimonio, lo cual deja fuera a millones de inversores minoristas que pueden traer dinamismo a estos mercados. Esto representa un problema para

La tokenización de activos reales promete desbloquear un nuevo nivel de eficiencia para una gran cantidad de mercados.

tas inversiones. La plataforma Maecenas Art realizó una subasta de la obra 14 Small Electric Chairs, de Andy Warhol, fraccionada mediante tokens que recolectó US\$1,7 millón por el 31,5% de la pieza, originalmente valuada en US\$5,6 millones. Para participar se seleccionaron 100 personas de un set de más de 800, de más de 56 países. Esto permitió a los inversores comprar y comerciar con participaciones de la obra. Además, proporcionó liquidez a un mercado que tradicionalmente carece de ella. La tokenización del arte brinda transparencia en los precios y facilita la autenticación de las obras.

Al utilizar la tecnología blockchain, la tokenización de RWA agiliza procesos que tradicionalmente son engorrosos, como la transferencia de propiedad y el registro de transacciones, ya que quedan grabadas y se pueden definir condiciones mediante un contrato inteligente, reutilizable para distintos tipos de activos. La digitalización permite la automatización de tareas administrativas para lograr una mayor eficiencia operativa y minimizar los errores. Asimismo, asegura un registro inmutable y transparente de todas las transacciones y facilita la verificación de la autenticidad de los activos. Finalmente, al ser activos digitales, se abren oportunidades de inversión alrededor del mundo. Una persona en Latinoamérica puede invertir en Real Estate en Europa con la facilidad con la que compra activos en su país. Fondos como Franklin Templeton crearon versiones tokenizadas de algunos de sus productos, lo cual permitió a muchos inversores utilizar criptomonedas para adquirir parte de estos instrumentos de inversión y acceder a

TOKENIZACIÓN DE ACTIVOS Y LA BLOCKCHAIN



nuevas herramientas financieras sin largos procesos burocráticos.

Lo que viene

Aunque la tokenización de RWA tiene un gran potencial, también enfrenta desafíos significativos. Uno de los principales obstáculos es establecer un marco regulatorio sólido que proteja los derechos de los inversores y garantice la transparencia en las transacciones. La falta de estándares globales y claridad legal ha sido un factor limitante en el desarrollo masivo de la tokenización de activos reales. Sin embargo, se están realizando esfuerzos globales para abordar estos problemas y fomentar un entorno favorable para su adopción. Desde el 2018, la Autoridad Supervisora del Mercado Financiero (FINMA), en Suiza, comenzó a emitir pautas claras sobre la emisión de tokens, la clasificación de activos tokenizados y los requisitos para los proveedores de servicios de tokenización. Esto trajo numerosos beneficios como inversiones y emprendedores que se establecieron en el país. Gracias a esto, la región comprendida por Suiza y Lichtenstein fue apodada "Crypto Valley" (en honor a Silicon Valley, cuna de startups, en los Estados Unidos). Al 2022, la

región tenía casi 1.200 empresas crypto registradas, con Zug, ciudad suiza que encabezó la regulación positiva de tecnologías blockchain, hogar para que abarca las "Ofertas de Tokens Digitales" (Digital Tok528 emprendimientos. En 2018, la Autoridad Monetaria de Singapur (MAS) estableció regulatorio en Offerings o DTO, por sus siglas en inglés) y a los proveedores de servicios relacionados. El marco regula aspectos como la prevención del lavado de dinero, la protección del consumidor y la divulgación de información adecuada. La tokenización de activos reales promete desbloquear un nuevo nivel de eficiencia para una gran cantidad de mercados. Esto implica una reducción significativa de costos y la posibilidad de acceder a distintos tipos de activos. También impulsa la democratización del acceso a herramientas financieras, facilita su negociación y establece las bases para una nueva economía donde las interacciones son más simples y requieren de menos intermediarios.

* Esto equivale a US\$16.000 millones de millones.

RFID, del almacén a la industria automotriz

Ana Laura Cacogui



LA TECNOLOGÍA RFID PUEDE IR MÁS ALLÁ DEL ALMACÉN TRADICIONAL Y CONVERTIRSE EN LA GRAN INNOVACIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, GRACIAS A QUE OFRECE VISIBILIDAD DE EXTREMO A EXTREMO EN CUALQUIER PROCESO.

La tecnología RFID puede usarse en esta industria para acelerar acciones de mantenimiento y reparación, favoreciendo la recopilación de datos y las actualizaciones automáticas.

De acuerdo con el Estudio sobre el ecosistema automotriz de Zebra, el 73% de los tomadores de decisión creen que su empresa estará en desventaja si no incorpora más tecnologías digitales.

Desde su invención, la tecnología RFID ha sido concebida como la mano derecha de los almacenes y la industria logística, pues facilita la trazabilidad de la mercancía, la visibilidad en las operaciones y la lectura de información de producto es más rápida. De acuerdo con la Universidad de Arkansas, tras la implementación de etiquetas con tecnología de identifica-

ción por radiofrecuencia (RFID), en una conocida cadena de supermercados, se detectó una reducción del 16% en la mercancía agotada. El estudio también muestra que los artículos agotados que contaban con estas etiquetas se reabastecieron tres veces más rápido que los artículos que usaban tecnología de código de barras estándar.

Sin embargo, la tecnología RFID puede ir más allá del almacén tradicional y convertirse en la gran innovación de diferentes industrias, tales como la automotriz. De acuerdo con el Estudio sobre el ecosistema automotriz de Zebra, estudio realizado con más de 1300 participantes entre consumidores, administradores de flotas y ejecutivos de la industria automotriz, el 73% de los tomadores de decisión creen que su empresa estará en desventaja si no

incorpora más tecnología. El 76% de las empresas sigue siendo un desafío integrar de forma segura dispositivos, sensores y tecnologías en toda la empresa y en la cadena de suministros.

Aunque la tecnología de código de barras brinda múltiples beneficios a los fabricantes de equipos originales (OEM), distribuidores, minoristas de repuestos, proveedores de servicios e incluso a los conductores de automóviles, no siempre proporciona el nivel de precisión que se requiere para obtener visibilidad en tiempo real del progreso de la fabricación, de la disponibilidad del inventario o del estado de mantenimiento. Igualmente, las empresas del sector pueden tener dificultades para conocer la ubicación actual de cada ítem, herramienta o piezas de embalaje de transporte, lo que hace difícil

mantener las operaciones de producción y cumplimiento de pedidos según lo programado.

Es por esto, que este tipo de necesidades generan urgencia de incorporar una tecnología más avanzada de seguimiento de vehículos y autopartes para toda la cadena y no solo para la última milla. El monitoreo y la generación de informes de activos y acciones deben automatizarse, y debe ocurrir en tiempo real, dado el creciente volumen y la diversidad de las operaciones de fabricación, envío, ventas y mantenimiento de automóviles. Según el estudio de Zebra mencionado, el 80% de los consumidores y administradores de flotas dijeron que quieren una visibilidad de extremo a extremo de lo que sucede durante el proceso de fabricación.

Para responder a las nuevas tendencias, la tecnología RFID y los sistemas de ubicación en tiempo real (RTLS) se están convirtiendo rápidamente en el estándar, a medida que el ecosistema automotriz se vuelve más digitalizado y aumenta la demanda de mayor transparencia por parte de los compradores con respecto a la materia prima y proceso de creación de los vehículos. Con un código de barras, solo se puede confirmar dónde se encontraba una pieza o un vehículo terminado en el momento del escaneo. Pero con la tecnología de ubicación en tiempo real, se puede confirmar la recepción de mercancías y varios productos al instante y aprovechar un modelo de almacenamiento más dinámico en la logística de piezas. O, a nivel de concesionario, se puede usar RFID para agilizar las acciones de mantenimiento y reparación, acelerando la recopilación de datos y las actualizaciones de registros a través de lecturas de etiquetas en neumáticos, piezas e incluso vehículos completos.

Al incorporar esta tecnología ya no será necesario pasar tiempo buscando el vehículo o investigando diferentes sistemas y registros para comprender el historial de este. El proceso de mantenimiento también se volverá totalmente transparente para el cliente, ya que puede ver cuándo se retiró el automóvil, qué acción se está tomando en este momento y cuándo debe



regresar al concesionario para que lo recojan, todo desde una aplicación móvil con la que recibe información en tiempo real.

“La necesidad de inmediatez de los consumidores está obligando a todas las empresas a replantear todos sus procesos desde la fabricación hasta la entrega al cliente y el sector automotriz no es la excepción. En la industria automotriz, los errores humanos pueden representar muy altos costos,” comentó Ana Laura Cacogui, Gerente de Mercadeo para Manufactura de Zebra Technologies. “El proceso de compra y personalización de vehículos es cada vez más complejo y contar con la tecnología adecuada en cada eslabón de la cadena de suministros es crítico para satisfacer al mercado,” añadió la ejecutiva. Además de tecnologías RFID, Zebra cuenta con diversas soluciones para esta industria, como los lectores fijos industriales y sistemas de visión inteligente para la automatización de la industria, escáneres ultrarresistentes, tabletas robustas, computadores móviles, impresoras industriales y suministros.

No es posible hablar sobre cuál solución es mejor que otra, pues depende de las necesidades y el desarrollo de cada negocio. Sin embargo, es una realidad, y más asequible, contar con tecnología RFID

para agilizar los procesos de localización y trazabilidad de mercancía y de esta manera, aumentar la digitalización y la rentabilidad de las empresas. Si su negocio ya pasó la etapa de desarrollo con códigos de barra, la solución RFID puede ser su siguiente mejor paso.

La necesidad de inmediatez de los consumidores está obligando a todas las empresas a replantear todos sus procesos desde la fabricación hasta la entrega al cliente y el sector automotriz no es la excepción.

El Presidente de Uruguay visitó Sunchales invitado por el Grupo Sancor Seguros



tecnólogos de todo el país. Este fondo lanzó su oferta pública en 2020 y más de una veintena de inversores se sumaron a la propuesta para invertir en ciencia y tecnología a través del mercado de capitales.

“Quiero agradecer a la gente de Sancor Seguros, es un gusto conocerlos. Hace instantes veníamos hablando con la gente del Grupo, de esa Argentina próspera, la Argentina que trabaja, y que hace de esta una gran nación. Y quiero mencionar una canción muy linda de mi país que recita: “árbol sin raíces no aguanta parado ningún temporal”, y esto demuestra que, pese a ser hombres de futuro, nunca debemos de dejar de mirar por el espejo retrovisor para no repetir lo que está mal, pero sobre todo para imitar y continuar lo que está bien. Y en este mundo globalizado tenemos una divina oportunidad como sociedad de apegarnos más a lo nuestro, al pago, a las tradiciones, y a la vez ser ciudadanos del mundo. Y eso hemos visitado hoy, hemos hablado de seguros agrícolas y al mismo tiempo estuvimos en el lugar que se genera investigación e innovación y se crea lo que no existe. Aquí en Sunchales, en un pueblo chico del interior del país donde vive y vibra esa Argentina que admiramos tanto, al mismo tiempo apegados a la tierra, apegados a la tradición, está creándose el futuro”, manifestó Lacalle Pou. Finalmente, en un gesto cargado de gran simbolismo y para conmemorar tan ilustre visita, las máximas autoridades del Grupo Sancor Seguros -encabezadas por su Presidente, Gustavo Badosa, y su CEO, Alejandro Simón- presidieron la ceremonia de plantación de un árbol en el sector donde se encuentra la piedra fundacional de sus instalaciones centrales, un tributo tangible a la unión de historia y futuro.

“Este tradicional evento refleja los valores fundamentales que han guiado a nuestro Grupo desde sus inicios. Por ello, nos orgullece especialmente contar con la presencia de Luis Lacalle Pou, que atestigua la importancia que atribuimos a las relaciones con nuestros amigos y vecinos de Uruguay y esperamos seguir consolidando los lazos entre nuestras naciones y contribuyendo al desarrollo de nuestras comunidades”, expresó Alejandro Simón. El evento reunió a funcionarios públicos, entre los cuáles se destacan el Embajador de la República Oriental del Uruguay en la República Argentina, Carlos Enciso Christiansen; el Gobernador de la Provincia de Santa Fe, Omar Perotti; y el Presidente de Fundación Konex, Luis Ovsejevich; como así también ejecutivos de importantes compañías y a Luis Landriscina, quien recibió un homenaje como amigo de la casa y principal promotor de este espacio de encuentro profundamente enraizado en las tradiciones de la Argentina rural.

El Presidente de la República Oriental del Uruguay, Luis Lacalle Pou, estuvo en Argentina invitado por Grupo Sancor Seguros. Concretamente, visitó la ciudad de Sunchales, en Santa Fe, donde la firma tiene su Casa Central, para participar de una tradicional celebración de la organización, donde se ven reflejados los valores del esfuerzo, del trabajo en equipo y del compromiso con la tarea. El mandatario uruguayo aprovechó para conocer el Edificio Corporativo y las instalaciones de CITES, su Centro de Innovación, Tecnológica Empresarial y Social dedicado a desarrollar, invertir e incubar startups deeptech basadas en soluciones disruptivas a problemas globales. Allí intercambió mensajes con científicos y

Naturgy Programa de Voluntariado



Naturgy, a través de su programa de voluntariado, premió a los ganadores de la 12° edición de “Emprendedores Sociales”, que tiene como objetivo acompañar las distintas iniciativas, presentadas por los colaboradores de la compañía, financiando estos proyectos sociales y medioambientales que buscan construir un futuro mejor para todos.

Este Programa de Naturgy, que lleva adelante desde el año 2011, apoya el desarrollo de proyectos e iniciativas comunitarias que se orienten al desarrollo sostenible a través de propuestas sociales y medioambientales. El emprendedor premiado, mediante un acuerdo con una ONG a su elección, llevará adelante el desarrollo del proyecto.

En el marco del Programa Emprendedores Sociales, Bettina Llapur, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Naturgy BAN, señaló que “el creciente interés por el rol que cumplen nuestros emprendedores sociales en la generación de un cambio innovador y sustentable en la comunidad, motiva año a año a Naturgy a continuar realizando el concurso para el

apoyo de proyectos sociales. Queremos agradecer la participación de todos, tanto de las instituciones que trabajan diariamente para lograr un futuro mejor, y promover posibilidades inclusivas, como de los colaboradores de la empresa que acercaron sus propuestas y se comprometen con causas de bien común que contribuyen al progreso de la sociedad.”

Por su parte, el Gerente General de Naturgy BAN Gerardo Gómez, afirmó que “el programa Emprendedores Sociales constituye uno de los programas de sostenibilidad que nos vincula fuertemente con la comunidad y con numerosas instituciones de bien público cuya labor valoramos y premiamos con estas distinciones.”

Este año, el programa recibió 28 proyectos que fueron analizados por un prestigioso jurado, conformado por Martín Kaindl, director de Relaciones Institucionales y Administración del IAPG (Instituto Argentino del Petróleo y el Gas), Leonardo Hernández, de CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible), Fernando Flores, del Foro Ecuménico Social; y Pablo Gandino, de Agenda Social.

El agua: un valioso recurso para la economía mundial



POR GUILLERMO PICCARDO,
GERENTE DE LÍNEA DE NEGOCIO EN
ATLAS COPCO ARGENTINA

Sin dudas, el estrés hídrico es uno de los grandes retos que deberá asumir el mundo para resolver los problemas de abastecimiento de la sociedad de cara al futuro. Un dato no menor, es que anualmente se vierten entre 300 y 500 millones de toneladas de efluentes en ríos, lagunas y océanos. Es tiempo que el sector público y privado implemente políticas en línea con el paradigma de la economía circular para mitigar la exigencia de la Tierra, dado por la sobrepoblación y un sistema excesivo de consumo. Ante este panorama, desde el 2018, y en línea con la meta 6.3 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Banco Mundial ha buscado promover en América Latina y el Caribe iniciativas para el tratamiento de efluentes y la recuperación de recursos con el objetivo de incrementar la reutilización de agua segura a nivel global para el 2030. En otras palabras, a mejor tratamiento de efluentes, mejor calidad tendrá el agua a potabilizar para el consumo diario de las ciudades, y sus habitantes. Un dato no menor es que en la región solo se trata entre el 30% y el 40% del agua residual recolectada, lo que impacta negativamente tanto en la salud, como en el medioambiente.

Las aguas residuales o negras son aquellas cuya calidad se ve afectada por la actividad humana y pueden clasificarse en urbanas, domésticas e industriales, según su procedencia. Entre los sectores productivos con mayor consumo se pueden mencionar: las industrias químicas

(25%), agroalimentarias y ganaderas (17%), la producción y transformación de metales –como, por ejemplo, el acero- (13%), la minería (7%), entre otras. De hecho, el 80% del agua que se utiliza se vierte al medioambiente sin haber recibido un tratamiento adecuado. La inversión en infraestructura y tecnologías de saneamiento es prioritaria para una gestión inteligente, ya que no solo ofrece beneficios económicos sino también productos derivados, como nutrientes y biogás que pueden aplicarse para la generación de energía limpia. Asimismo, los ingresos adicionales que se obtengan de este proceso podrían ayudar a cubrir costos operativos.

Tecnologías en el tratamiento de aguas residuales

Las plantas depuradoras son las que se encargan de gestionar, reciclar y convertir los efluentes -municipales e industriales- en valiosos recursos sociales y productivos. Uno de los elementos esenciales de estas instalaciones son los soplantes exentos de aceite, que garantizan un suministro continuo de oxígeno a las bacterias presentes en el agua. De esta manera, se busca acelerar el proceso de descomposición. A continuación, se describen las etapas de tipo físico, químico y biológico, que normalmente se llevan a cabo con el objetivo de tratar el agua.

Pretratamiento: da comienzo a la depuración mediante un proceso de separación de residuos sólidos grandes y medianos mediante rejas y tamices de diferente grosor.

Generalmente, se utiliza un soplador



A pesar de las dificultades hídricas que enfrenta Latinoamérica, existen razones que permiten vislumbrar un futuro sustentable -con una mayor profesionalización del sector y la aplicación de soluciones innovadoras que contribuyan a mejorar la gestión del agua- y responden a casos de éxitos que van desde México hasta el sur de Argentina

de aire para destapar los filtros de sedimentos gruesos, usando la menor cantidad de agua posible a una fuerza mucho mayor. Vale mencionar, que la presión con la que se inyecta agua pura consume mayor energía. Hoy, existen equipos que comprimen aire, siendo mucho más eficientes. De hecho, pueden generar entre un 20 y un 30% de ahorro en energía versus un soplante a lóbulo. Además, los compresores de velocidad variable, también conocidos como VSD, son una excelente opción para las instalaciones que tienen fluctuaciones en su demanda de aire, como las plantas que funcionan con varios turnos durante el día y aquellas en las que la demanda varía a lo largo de la jornada. La velocidad del motor se ajusta automáticamente según la demanda y ayuda a conseguir un ahorro de energía del 35-50 %, eliminando todo gasto innecesario.

Tratamiento primario: tiene por objetivo eliminar los sólidos suspendidos. Para ello, el agua queda retenida en decanta-

dores para que la gravedad ayude a separar esas partículas. También es posible añadir sustancias para mejorar la sedimentación y neutralizar el pH del agua.

Tratamiento secundario: tiene la finalidad de degradar y eliminar la materia orgánica por medio de la utilización de bacterias y microorganismos, así como también de nutrientes tales como el nitrógeno y el fósforo. El tratamiento más extendido es el que se conoce como lodos activados. Es habitual que en las plantas depuradoras el tratamiento finalice en este punto, cuando el agua tratada cumple con los requisitos de vertido definidos y no hay requisitos adicionales de calidad para su reutilización o uso posterior.

Tratamiento terciario o químico: busca aumentar la calidad del recurso por medio de la utilización de rayos UV o cloro con el objetivo principal de eliminar a las bacterias y agentes patógenos; antes de devolver el agua al río, a la naturaleza.

A pesar de las dificultades hídricas que enfrenta Latinoamérica, existen razones que permiten vislumbrar un futuro sustentable -con una mayor profesionalización del sector y la aplicación de soluciones innovadoras que contribuyan a mejorar la gestión del agua- y responden a casos de éxitos que van desde México hasta el sur de Argentina, recientemente publicados por el Banco Interamericano de Desarrollo. En este sentido, la posibilidad de implementar actualizaciones en materia de infraestructura y de impulsar alianzas público-privadas son dos factores que permitirán sentar los cimientos para un mejor mañana.

Barbieri

CON EL FIN DE REPENSAR LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN PARA QUE SEA SOSTENIBLE, LA EMPRESA LÍDER EN STEEL FRAME LANZÓ SU PLAN HABITAR 2030, ALINEADO A LA AGENDA DE LAS NACIONES UNIDAS EN SU CAMINO HACIA EL TRIPLE IMPACTO.



Juan Francisco Barbieri

Diseñamos el plan Habitar 2030 con el fin de co-construir un modelo de Triple Impacto, siendo imprescindible la participación otras empresas, gobiernos y organizaciones de la sociedad civil, ya que nos interpela a todos las partes como industria

Una industria sustentable es una industria que se incomoda y repiensa su responsabilidad extendida con la sociedad. Hoy el mundo está enfrentando crisis ambientales y sociales: El cambio climático afecta cada día a más personas; el 40% de las emisiones de gases de efecto invernadero son emitidos por el hábitat construido; y a su vez, en Argentina existe un déficit habitacional de 4 millones de hogares que continúa acrecentando. En este contexto y con el objetivo de repensar la industria de la construcción, Barbieri diseñó un plan de sustentabilidad alineado a la agenda 2030 de las Naciones Unidas, llamado "Habitar 2030" que aborda la "Estrategia Ambiental" y la "Estrategia de Inversión Social" de la compañía, mediante compromisos concretos que contribuyen a desarrollar el hábitat sostenible del que Barbieri quiere ser parte en el 2030: Un hábitat resiliente, seguro, digno e inclusivo. La Estrategia Ambiental aborda tres pilares: Materiales, Energía y Ciclo de Vida. Comenzando con el pilar de Materiales, Barbieri busca optimizar el flujo de materiales, reduciendo el consumo de recursos no renovables, la generación de residuos

y subproductos. Para ello, hacia el 2030, la empresa trabaja para reducir el uso de insumos de materiales vírgenes en un 5% para la unidad de negocio de conformado, un 15% la unidad de negocio de PVC y en un 50% para el resto de los insumos utilizados en la organización, tales como packaging o insumos de oficina. Reconociendo que un proceso de producción ideal es aquel que no genera residuos, Habitar 2030 tiene el objetivo de reducir un 15% del scrap actual de conformado y un 70% del actual de PVC. El pilar de Energía está enfocado en aumentar la eficiencia energética, consumo de energías limpias y la reducción de la huella de carbono. Uno de los desafíos consiste en disminuir un 15% los consumos energéticos, así como también trabajar en alcanzar una transición de un 50% en el consumo de energías renovables para ese año. En Argentina, Barbieri ya dio el primer paso al instalar más de 1700 paneles fotovoltaicos para el autoabastecimiento de la planta industrial y la inyección de la energía no utilizada al Municipio. Estos paneles representan el 45% del consumo anual; equivalente a quitar de circulación 280 autos por año. Sobre el pilar de Ciclo de Vida, Barbieri



busca conocer y transparentar el impacto que genera. Por eso, se propuso transparentar y certificar bajo EPDs la huella de carbono del 100% de los productos que ofrece a la sociedad. En Argentina, la compañía es pionera en Latinoamérica en certificar la huella de impacto para las familias de Steel Frame y Drywall Plus bajo EPD System, la Institución más reconocida en certificar la huella de carbono de productos. Por otra parte, la Estrategia de Inversión Social aborda otros tres pilares: Soluciones Constructivas, Educación y Empleabilidad y Diversidad e Inclusión. Dentro del pilar de soluciones constructivas, Barbieri busca innovar para que el Steel Frame sea una alternativa real para más personas. Impulsa proyectos de infraestructura comunitaria para acercar el sistema constructivo a los barrios populares, a través de alianzas estratégicas con organizaciones como TECHO, Ingeniería Sin Fronteras Argentina, Cáritas, Vamos a Zoomar, Módulo Sanitario, entre otros. Estas alianzas permiten acercarse a las necesidades de la comunidad y diseñar propuestas progresivas para dar respuesta a sus problemáticas de manera eficiente. A su vez, propone cambiar de paradig-

ma para abordar el déficit habitacional, impulsando la industrialización de su cadena de valor con el desarrollo de centros de panelizado y catálogos de prototipos para producir viviendas de mejor calidad y más asequibles. Hablando sobre el pilar de educación y empleabilidad, Habitar 2030 promueve la inclusión laboral desde la educación y la formación en Steel Frame, a través de cursos y capacitaciones brindadas por Consul Steel, para el desarrollo del sistema constructivo. Este pilar colabora en la formación de competencias para mejorar la empleabilidad, brindando una solución al desafío habitacional de las personas y promoviendo el desarrollo de una fuerza de trabajo especializada que pueda capitalizar el potencial de nuestro sistema constructivo sustentable. Dentro del pilar de diversidad e inclusión, Barbieri busca impulsar una industria de la construcción más diversa e inclusiva con representatividad de mujeres y disidencias, con el desarrollo de políticas internas y acompañamiento a instituciones y otras organizaciones que promuevan la igualdad de género en la construcción. Además, propone aumentar el plantel de instructoras mujeres en el área de Capa-

citación de la compañía, garantizar representatividad de mujeres y/o disidencias en todos los cursos mediante becas y cursos específicos para reducir la brecha de género. "Diseñamos el plan Habitar 2030 con el fin de co-construir un modelo de Triple Impacto, siendo imprescindible la participación otras empresas, gobiernos y organizaciones de la sociedad civil, ya que nos interpela a todos las partes como industria", compartió Juan Francisco Barbieri, Gerente de Innovación y Sustentabilidad. "Desde Barbieri creemos que esta es la forma de construir una industria que cree nuevas posibilidades, cooperando desde lo que hace y ofrece para el desarrollo sostenible del hábitat, bajo el propósito en común de Construir Futuro, Construir Familia".

BBVA otorgó un préstamo sostenible a ECOSAN para la construcción de una planta modelo



BBVA OTORGÓ UN PRÉSTAMO SOSTENIBLE DE 1.000 MILLONES DE PESOS A ECOSAN, PROVEEDORA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA CONSTRUCCIÓN, PARA LA EDIFICACIÓN DE UNA NUEVA PLANTA DE CONSTRUCCIÓN MODULAR DE 8.000 M2 QUE PERMITIRÁ AMPLIAR LA CAPACIDAD PRODUCTIVA, EN LOMA VERDE, PARTIDO DE ESCOBAR, PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

El préstamo sostenible está certificado bajo los estándares de la Taxonomía Europea, y el uso de sus fondos cumple con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, por contribuir al ODS 9 Industrias, innovación e infraestructuras. “En BBVA la sostenibilidad es una prioridad estratégica, no sólo ofrecemos productos sostenibles, sino también que ayudamos a nuestros clientes en la transición hacia un futuro más sostenible. Nos genera un gran orgullo acompañar a ECOSAN en la construcción de una planta con un sistema modular sustentable que tiene en cuenta el ahorro de agua, la eficiencia energética y una menor huella de carbono” sostiene Leandro Cardone, gerente Territorial Norte de BBVA en Argentina. “Desde BBVA hay un compromiso públi-



Juan Pablo Rudoni



Leandro Cardone



Oscar Gemignani

Desde BBVA hay un compromiso público muy importante. Los bancos tenemos la responsabilidad de transformar y ser agentes de cambio. Hay un cambio en nuestra cultura y es la clave de esto

co muy importante. Los bancos tenemos la responsabilidad de transformar y ser agentes de cambio. Hay un cambio en nuestra cultura y es la clave de esto. Dentro de nuestra estrategia, el banco ayuda en las comunidades donde opera para ayudar a nuestros clientes a transicionar hacia una economía más sostenible, agregó Oscar Gemignani, gerente Sostenibilidad y Partners de BBVA en Argentina.

“El financiamiento que obtuvimos lo destinaremos a la construcción de la planta, la cual se emplazará en un predio de 7 hectáreas que adquirimos con fondos propios, con este fin. Pensamos tener las instalaciones activas en 24 meses, y esto nos va a permitir generar entre 150 y 200 puestos de trabajo directo, a la vez que, exportar a mercados como Chile, Estados Unidos y Uruguay, e impactar en el desarrollo regional”, resaltó el presidente de Ecosan, Juan Pablo Rudoni.

Planta sustentable en Loma Verde

Esta nueva planta industrial será 100% sustentable, todo su sistema termomecánico se hace con tecnología aerotermia, un sistema que genera acondicionamiento térmico frío- calor y agua calien-

te, aprovechando más eficientemente la energía almacenada. Tiene un 70% de ahorro energético comparado con otros sistemas y, además, el gasto de energía eléctrica que genera por los compresores va a ser abastecido por energía solar a través de 140 módulos.

También va a tener 77 kVA de generación de energía para el abastecimiento de la planta de forma sustentable, generando un ahorro energético del 65 % de una planta de su tipo.

El criterio general de sustentabilidad va a ser transversal a toda la operatoria, recorriendo desde la planta y su operación hasta los productos que va a fabricar.

Toda esta infraestructura sustentable será dispuesta para producir construcciones que son más sustentables y, energéticamente, más eficientes que cualquier otra construcción convencional.

Además, contarán con certificación ISO14001, la norma aceptada internacionalmente que establece cómo implementar un sistema de gestión medioambiental eficaz, gestionando el equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental.

El financiamiento que obtuvimos lo destinaremos a la construcción de la planta, la cual se emplazará en un predio de 7 hectáreas que adquirimos con fondos propios, con este fin

Supervielle

Instrumentos financieros con impacto ASG

SUPERVIELLE PUSO A DISPOSICIÓN INSTRUMENTOS FINANCIEROS CON IMPACTO ASG QUE FACILITAN EL FINANCIAMIENTO DE EMPRESAS CON PROYECTOS DE DESARROLLO SUSTENTABLE.



Hernán Oliver



A medida que la conciencia sobre los desafíos actuales en materia ambiental y social continúa en aumento, también cobra mayor relevancia el rol de bancos y entidades financieras que reconocen la importancia de integrar consideraciones ambientales, sociales y de gobernanza en sus prácticas de financiamiento.

El mercado de fondos ASG en Argentina es incipiente y tiene un alto potencial de desarrollo, dado aún encuentra una brecha considerable entre el número de empresas que buscan financiación y la oferta disponible en el mercado, mismo fenómeno que se da a nivel internacional, donde la sobresuscripción ha sido lo habitual.

Este tipo de inversiones, implican la consideración de factores ambientales, como el impacto de las actividades de una empresa en el cambio climático o la gestión de los recursos naturales; factores sociales, como las prácticas laborales, los derechos humanos y el compromiso con las comunidades locales; y factores de gobernanza, como la transparencia, la ética empresarial y la estructura de gobierno corporativo.

Grupo Supervielle cuenta con una reconocida franquicia, tanto en la industria de administración de activos nacionales, a través de su subsidiaria Supervielle As-

set Management (SAM), siendo una de las principales Gestoras de Fondos Comunes de Inversiones, con más de \$200.000M de Pesos bajo administración ofreciendo distintos tipos de fondos destinados a satisfacer cada una de las necesidades del inversor, como también a través de la unidad de Mercado de Capitales de Banco Supervielle que, durante 2022, realizó 88 transacciones en el mercado local ubicándose #2 tanto por número de transacciones como por emisores incorporados al mercado, según C-Bonds.

¿Cómo deben invertirse los haberes del fondo ASG?

El fondo debe cumplir con la reglamentación definida por la CNV, donde la tenencia mínima que deberá destinarse a activos sustentables que compongan el objeto especial de inversión deberá ser de un 75%. Estos activos son aquellos que integran el panel de bonos SVS o emitidos por aquellas empresas que integran el índice de sustentabilidad elaborado por el BYMA, siempre y cuando se respeten las siguientes pautas:

El 75%, como mínimo, del haber del Fondo deberá estar invertido en valores negociables:

1. De segmentos y/o paneles de negociación Sociales, Verdes y/o Sustentables en mercados autorizados.

2. De emisoras que se encuentren listadas en paneles de mercados autorizados que destaquen la aplicación de buenas prácticas de Gobierno Corporativo, Social y/o Medioambiental, y/o que formen parte de índices de sustentabilidad que contemplen en su análisis las variables ASG.

3. Que cuenten con revisión externa, de acuerdo con los "Lineamientos para la Emisión de Valores Negociables Sociales, Verdes y Sustentables en Argentina".

4. Valores representativos de deuda y/o certificados de participación de Fideicomisos Financieros Solidarios constituidos conforme este régimen.

Con estos fondos, que están destinados a inversores con un perfil de riesgo moderado, Supervielle a capturado un monto de \$1.300 M desde su lanzamiento hasta la fecha. De esta forma, la entidad continúa impulsando la adopción de prácticas empresariales más sostenibles y fomentando la transición hacia una economía más verde y socialmente responsable. Esto, acompaña la estrategia de Grupo Supervielle de ser un jugador relevante en el mercado de capitales local tanto en la organización como en la estructuración de instrumentos que sean calificados verdes según la CNV.

"En los últimos años, las inversiones en fondos de esta categoría han crecido



Verónica de los Heros

significativamente en todo el mundo, incluyendo en los principales países de América Latina. En este sentido, y con el objetivo de ser el principal fondo sustentable del país, desde Supervielle Asset Management lanzamos nuestro primer fondo ASG, que ya es el segundo en activos bajo administración", dice Hernán Oliver, Gerente Corporativo de Finanzas de Supervielle.

Asimismo, Verónica de los Heros, Gerente de Sustentabilidad de Supervielle, señaló: "El lanzamiento del Fondo ASG significa un nuevo paso en la integración de factores de sostenibilidad en las decisiones de inversión de SAM. De esta manera, se busca fomentar las inversiones responsables de nuestros clientes, contribuyendo a la promoción de prácticas sostenibles y a la solución de problemas sociales y ambientales".

El fondo está orientado a un perfil de inversores de riesgo moderado y los clientes interesados en invertir pueden hacerlo desde \$100 a través de Online Banking.

El lanzamiento del Fondo ASG significa un nuevo paso en la integración de factores de sostenibilidad en las decisiones de inversión de SAM. De esta manera, se busca fomentar las inversiones responsables de nuestros clientes, contribuyendo a la promoción de prácticas sostenibles y a la solución de problemas sociales y ambientales".

Fundación Holcim Argentina

Nueva identidad

María Belén Daghero



FUNDACIÓN HOLCIM, UNA ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA CON LA CONSTRUCCIÓN DE UN FUTURO SOSTENIBLE, PRESENTÓ SU NUEVA IDENTIDAD. EL NUEVO DISEÑO ACOMPAÑA LA EVOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN EN LA PROPUESTA DE INICIATIVAS Y SOLUCIONES ORIENTADAS A LA CREACIÓN DE UN IMPACTO POSITIVO EN LA COMUNIDAD.

El propósito de la fundación y su empresa matriz es claro: construir progreso para las personas y el planeta. En línea con esta visión, la fundación se enfoca en cinco áreas clave de trabajo: vivienda asequible, educación, salud, negocios inclusivos y economía circular.

El nuevo logo de Fundación Holcim representa un ecosistema en el que tanto el medioambiente como las personas son protagonistas. Este diseño refleja la interconexión entre ambos y la importancia de trabajar juntos para lograr un camino sostenible. A través de sus colores y forma, al igual que Holcim busca ofrecer soluciones desde el suelo hasta el cielo, Fundación Holcim hace lo propio en la

amplitud de iniciativas de inversión social que desarrolla.

"Estamos encantados de presentar nuestro nuevo logo, el cual refleja nuestra visión y valores como fundación", dijo María Belén Daghero, Gerente de Comunicaciones Corporativas, Asuntos Públicos y Sustentabilidad de Holcim en Argentina. "En Fundación Holcim, creemos en el poder de la colaboración y en el impacto positivo que podemos generar cuando trabajamos juntos para construir un futuro sostenible. Este nuevo diseño representa nuestra dedicación a las personas, el medioambiente y a construir un progreso significativo en las comunidades en las que operamos".

GENNEIA

TERCER REPORTE DE SUSTENTABILIDAD



Carolina Langan



Tras superar 10 años de grandes desafíos Genneia, la compañía líder en generación de energías renovables en el país, lanzó su tercer reporte de sustentabilidad realizado de conformidad con los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y tomando en consideración los Sustainability Accounting Standards Board (SASB). El documento materializa el trabajo realizado durante 2022 y resume los indicadores de desempeño en materia ambiental, social y de gobernanza (ESG).

Dicho reporte se encuentra disponible para ser descargado en su sitio web y recorre los distintos hitos de la compañía, donde se resalta la historia de Genneia, las iniciativas llevadas adelante y las principales metas de cara al futuro. Como objetivo central, se estableció el 2030 como fecha target para proveer energía 100% renovable al SADI.

Asimismo, durante el 2022 la empresa reafirmó su gestión sustentable, adhiriéndose a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, incorporando buenas prácticas y un plan de acción, para seguir avanzando en dicha materia.

Por otro lado, se incluyeron nuevas secciones -Derechos Humanos, Cambio Climático y Biodiversidad- que la empresa abordó en mayor profundidad y se incorporó un podcast con episodios de

distintas áreas de la compañía, como canal informativo para obtener un mayor alcance, difusión y hacer más inclusivo el acceso a los contenidos del reporte.

"Estamos muy contentos de presentar nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad, a través del cual reflejamos los impactos positivos que generó la compañía en el último año, trabajando diariamente para mantener el compromiso con el medio ambiente, el acompañamiento a la comunidad, el cuidado de nuestro capital humano y la transparencia y rendición de cuentas hacia nuestros principales grupos de interés. De esta manera, fortalecemos los objetivos de la empresa, alineados a los mejores estándares internacionales y continuamos reforzando nuestro protagonismo en el sector energético.", expresó Carolina Langan, jefa de Sustentabilidad de Genneia.

A lo largo del tiempo, la compañía trabajó intensamente en obtener grandes resultados, superándose año tras año. Es así que, por primera vez, lograron realizar el reporte de conformidad con los estándares GRI, respondiendo a la totalidad de los indicadores y manteniéndose en un modelo de triple impacto basado en la transparencia, la integridad y la mejora continua.

La lucha contra el cambio climático, la transición energética, las finanzas sos-

tenibles, la descarbonización de la industria, los bonos de carbono, la compensación de la huella de otras empresas, la reducción de las emisiones de GEI, el cuidado del medio ambiente, la agenda ESG y el liderazgo en todas las áreas del sector, marcan este nuevo reporte.

ACERCA DE GENNEIA

Compañía líder en la provisión de soluciones energéticas sustentables en Argentina, con un 18% de participación en la capacidad instalada eólica y solar, alcanzando el 23% de la capacidad instalada de energía eólica y el 7,5% de la solar, lo que la convierte en la líder indiscutida del sector.

Massalin Particulares

NATALIA PÉREZ AGUIN
GERENTA DE COMUNICACIONES



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

En Massalin Particulares entendemos que la sustentabilidad en su conjunto debe ser un eje que atraviese todo el negocio. Una verdadera gestión a largo plazo, que apunte a ser efectiva y sólida, debe abarcar toda la cadena de valor. De ninguna manera debe ser considerada como algo accesorio o lateral, sino como la verdadera columna de todo lo que hacemos y nos proponemos.

¿De qué forma se refleja el compromiso sostenido por la empresa y la manera en que lleva adelante su negocio en relación con todos sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores, sociedad y Medio Ambiente?

Planteamos tres ejes que nos permiten abarcar toda la cadena de valor y afianzar un trabajo conjunto con todos los actores: Operar con excelencia: las prácticas de mercadotecnia y ventas buscan comercializar de manera responsable, por lo que siempre brindamos información basada en la ciencia sobre nuestros productos.

Cuidar a las personas con quienes colaboramos: Apuntamos a construir un ambiente laboral seguro e inclusivo para nuestros colaboradores.

Proteger el medioambiente: Nuestra meta es alcanzar siempre los más altos estándares de sustentabilidad. Nos enfocamos prioritariamente en la reducción de la huella ambiental, la gestión de recursos hídricos, la disminución de residuos y el cuidado de la biodiversidad.

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

Estamos muy orgullosos de los avances que hemos logrado durante 2022 en pos

de la construcción de un futuro libre de humo e impulsando la transición hacia nuevas alternativas al cigarrillo tradicional, la relación con el medio ambiente y la equidad de género en los espacios de trabajo.

En este sentido, nos gustaría destacar algunos de los hitos que hemos alcanzado durante el año, como la obtención de la Global Equal Salary Certification, que confirma que hombres y mujeres en PMI son remunerados equitativamente, con equidad en posiciones, niveles de seniority, performance, ratings y salarios. A nivel global el 40,7% de los cargos directivos son ocupados por mujeres (en 2021 eran el 39,7%).

En cuanto a la protección del medio ambiente, hemos alcanzado un valioso reconocimiento por el Manejo del agua. Somos la primera empresa en el país en alcanzar la certificación que brinda la Alliance for Water Stewardship (AWS), una membresía global que busca la colaboración entre empresas, organismos estata-

les y comunidades con el objetivo de promover el uso responsable y sustentable del agua.

Además de continuar por esta senda que hemos delineado en pos de la construcción de soluciones que tengan un impacto significativo y a largo plazo en las comunidades, nuestro objetivo para este año y los venideros es seguir adelante con nuestro propósito central, el de convertir a los productos libres de humo en nuestra mayor fuente de ingresos para 2025 (hoy constituyen casi el 35%). Para ello llevamos adelante una transformación de magnitud y complejidad, por la que estamos volcando todos nuestros esfuerzos en materia de innovación, recursos, tiempo, investigación, desarrollo y producción.

El Informe Integrado 2022 de PMI se puede consultar en este link: pmi.com/sustainability.



BMW

BMW Group Argentina lanzó la nueva BMW X1 y el nuevo Serie 3

Con el diseño más robusto e imponente de sus tres generaciones, la flamante BMW X1 ya está disponible en la red de concesionarios oficiales de Argentina. Este renovado modelo de entrada al mundo BMW X, que también recibió mejoras en el habitáculo y su equipamiento, llega importado de Regensburg, Alemania (planta que alcanzó el millón de unidades producidas de la X1 en julio pasado), en su configuración xDrive20i xLine, con tracción integral y precio sugerido al público de USD 90.900.



Serie 3

Con una actualización de diseño, una nueva variante híbrida y un interior con grandes avances en cuanto a digitalización, control y equipamiento, la nueva edición del BMW Serie 3 está lista para extender la exitosa historia local de este modelo. Llega a la Argentina en sus versiones 320i, 330e y M340i xDrive. Con más de 45 años de grandes éxitos, el BMW Serie 3 siempre fue la referencia del segmento Premium en cuanto al placer de conducir. Caracterizado por su estilo elegante y deportivo y su manejo ágil y dinámico, este modelo además representa el núcleo de la marca BMW.



Nuevos MINI Cooper y MINI Countryman

MINI sigue su camino hacia una gama de modelos totalmente eléctricos y presentó un anticipo de dos miembros de la nueva familia MINI en el Salón Internacional del Automóvil IAA de Múnich, de septiembre pasado. Como modelo de 3 Puertas en su futura quinta generación, el MINI Cooper totalmente eléctrico subraya la tradición de la marca con su distintivo diseño MINI y representa el manejo urbano y divertido. Por otra parte, el nuevo MINI Countryman ha crecido en sus dimensiones externas y ofrece a sus pasajeros más espacio, comodidad y seguridad, incluso más allá del asfalto gracias a la tracción integral. Los nuevos MINI Cooper y MINI Countryman son completamente eléctricos, garantizando una conducción sin emisiones y combinando un distintivo, tecnología avanzada de propulsión y una experiencia digital inmersiva.



FORD ARGENTINA



Nueva Transit Chasis 2023

Ford Argentina presentó la nueva Transit Chasis 2023, una actualización de la popular versión chasis cabina del vehículo comercial por excelencia que suma nuevos elementos diferenciales. Con un nuevo motor más potente, nuevas tecnologías de confort y conectividad, este modelo de Transit ofrece niveles superiores de rendimiento, eficiencia, seguridad y comodidad para el conductor.

Estrategia de electrificación de Ford

Ford asumió el compromiso a nivel global de alcanzar la carbono neutralidad en 2050 (en sus vehículos, procesos productivos y cadena de valor), y la electrificación de su portafolio de vehículos es uno de los pilares fundamentales para lograrlo. A nivel local, Ford Argentina aceleró en 2023 la implementación de su plan de electrificación del portafolio con el objetivo de ofrecer a sus clientes a fin de este año 5 opciones electrificadas en 5 segmentos distintos.

Kuga Híbrida

Ford Argentina también presentó la Nueva Kuga Híbrida, reafirmando su legado de innovación en diseño y tecnología, y combinando prestaciones deportivas, eficiencia y bajas emisiones gracias a la tecnología híbrida de Ford. La Nueva Kuga trae consigo un completo arsenal tecnológico, incluyendo Ford CoPilot 360, el paquete de asistencias a la conducción más completo del mercado y una nueva pantalla de 13.2" para una experiencia digital inmersiva. El sistema de propulsión híbrido entrega una potencia de 203CV y junto a la tracción integral inteligente, suspensión independiente trasera y 4 modos de conducción seleccionables, ofrecen una dinámica de manejo superior. Con el lanzamiento de la Nueva Kuga Híbrida, Ford avanza en su estrategia de electrificación anunciada a fines de 2022, cuyo objetivo es finalizar el año con 5 productos electrificados en 5 segmentos diferentes.



Ford anunció el lanzamiento de la marca global Omnicraft™ en Argentina

Ford Argentina anunció el lanzamiento de Omnicraft™, una marca global de Ford Motor Company, especializada en repuestos multimarca, que ofrece a los consumidores la posibilidad adquirir repuestos de calidad para vehículos de todas las marcas a un precio competitivo.

"En Ford Argentina estamos muy complacidos en anunciar el lanzamiento de Omnicraft™, con el fin de ofrecer a nuevos consumidores repuestos multimarca con la calidad y experiencia de Ford, a través de precios competitivos", comentó Pablo López, gerente general de postventa de Ford Argentina.



HONDA ARGENTINA

“45 AÑOS PONIENDO EN MARCHA LOS SUEÑOS DE LOS ARGENTINOS”



Argentina por años consecutivos. Honda continuó con un plan ambicioso construyendo la planta de Campana que demandó una inversión inicial de más de 250 millones de dólares, inaugurándose el 26 de mayo de 2011. Con el tiempo, en el nuevo predio se consolidaron todas las operaciones de la compañía. El Honda City fue el primer modelo de automóviles que se fabricó localmente, seguido por HR-V, primer SUV que se produjo en el país.

En 2019, se reestructuraron las operaciones a nivel global y Argentina comenzó a concentrar su actividad productiva en motocicletas. Hoy es la marca de motos en Argentina que más produce y más vende.

En lo que refiere a automóviles, su portafolio está orientado a modelos SUV (HR-V y CR-V), en línea con las tendencias globales, con foco en la tecnología y seguridad. El mismo seguirá expandiéndose y fortaleciéndose con grandes novedades como ZR-V, contemplando la llegada del primer híbrido de la marca al país.

En cuanto a productos de fuerza y marina, la compañía posee una amplia oferta integrada por motores estacionarios, generadores, motobombas, cortadoras de césped, motoguadañas, fumigadoras, sopladores y motores fuera de borda para diferentes tipos de embarcaciones. En 2022 vendió 14 mil unidades, siendo uno de los mejores resultados obtenidos en los últimos cinco años y posicionándose como la segunda marca del mercado en motores marinos de 4 tiempos.

Con más de 700 empleados, una red de concesionarios de más de 230 puntos de venta oficiales distribuidos en todo el país, 1.000 proveedores directos e indirectos, fuertes compromisos con la seguridad y el medio ambiente, Honda consolida hoy su liderazgo y se ubica como la empresa referente del sector con un futuro prometededor.

La historia comienza el 11 de Agosto de 1978 cuando Honda se establece en el país e instala sus oficinas, depósitos y áreas de capacitación en la Capital Federal. Desde el inicio, la tecnología, el diseño y la calidad cautivaron al público de todo el país. Fueron especialmente populares los modelos de motocicletas de baja cilindrada, como la MB100 o la CG125; y en cuanto a autos, los protagonistas de la época fueron Accord, Prelude y Civic. Con el tiempo comenzaron a ingresar también

motores de fuerza y cuatriciclos, que rápidamente se popularizaron.

En la década del '90 afianza su cultura con procesos de gestión. Modelos emblemáticos como el Civic, Accord, Legend y CR-V comenzaron a circular de forma habitual por las calles. Lo mismo sucedió con las motos, como CBR y VF500F. El público argentino valoró la calidad, tecnología y servicio, posicionando a Honda como una de las marcas referentes de la industria.

Con el cambio de siglo, Honda cumple su sueño de fabricar en el país: un paso importante en la consolidación de su relación con la Argentina. La primera planta productiva se emplazó en Florencio Varela en 2006. La actividad en las nuevas instalaciones tuvo un gran debut; con el inicio de producción del primer modelo, la Biz C105, y luego Wave NF100, que se convertiría en la moto más vendida de la

MERCEDES-BENZ ARGENTINA

LA EMPRESA CELEBRA 72 AÑOS EN EL PAÍS



Con el orgullo de ser la primera planta de la empresa en instalarse fuera de Alemania, Mercedes-Benz Argentina cumple 72 años de trayectoria en el país, marcando nuevos hitos en materia de movilidad.

En este nuevo aniversario el atributo de la innovación, propio de la marca, se reflejó con la llegada a nuestro país del primer vehículo eléctrico de Mercedes-Benz. Este hito representó nuestro ingreso al mundo de la propulsión 100% eléctrica en Argentina. El protagonista de este gran paso es un SUV compacto: la EQA 350 4MATIC, que abre camino a esta tecnología más sustentable en la cual Mercedes-Benz está trabajando desde hace décadas.

Por otro lado, y con un fuerte compromiso en el país, Mercedes-Benz Argentina fabrica el utilitario Sprinter en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio, habiendo comenzado su producción hace 27 años. El 70% de su producción

está destinada a la exportación y el resto al mercado interno.

Camiones y Buses Argentina: se completa una inversión de USD 50 millones en Argentina.

Mercedes-Benz Camiones y Buses, empresa perteneciente al grupo Daimler Truck AG, completa en sólo 7 meses, un ciclo de inversiones en el país por USD 50 millones destinados a la construcción de un totalmente nuevo e independiente centro logístico de autopartes y repuestos en el predio adquirido en el kilómetro 90 de la ruta nacional N° 9, en Zárate, provincia de Buenos Aires.

“Con 18 meses de operación como compañía independiente, estamos sumamente orgullosos, porque anunciar esta nueva inversión es confirmar nuestro presente y futuro en el país. Las inversiones realizadas demuestran nuestra apuesta por el desarrollo de la industria nacional y el trabajo argentino en el largo plazo”, comentó Raúl Barcesat, CEO

de Mercedes-Benz Camiones y Buses de Argentina.

Actualmente, la producción local alcanza diferentes modelos de los camiones Accelo y Atego y de los chasis de buses OH y OF que desarrollan una importante cadena de valor. El foco en la producción nacional se verifica también en los volúmenes y naturaleza de las ventas de la compañía. Más del 70% de los vehículos entregados en el 2023 corresponden a modelos producidos en Argentina.

Se lanza la segunda generación del Mercedes-AMG GT

Se lanza la segunda generación del Mercedes-AMG GT: un vehículo rediseñado desde cero. Con una estructura de carrocería de aluminio compuesto, segura y rígida contra la torsión, permite una nueva configuración de plazas tipo 2+2, lo que en un deportivo de esta clase significa mucho espacio para los ocupantes y para el equipaje.

STELLANTIS

PEUGEOT 208 ROADTRIP

El exitoso PEUGEOT 208 de producción nacional, y líder indiscutido de su segmento, vuelve a ofrecer en la gama el 208 ROADTRIP una alternativa que resultó un éxito en 2022 mediante una serie especial de 1.500 unidades y que ahora se convierte en un nuevo integrante de la familia 208 para el 2023. En cuanto al conjunto mecánico, el PEUGEOT 208 ROADTRIP mantiene en su oferta un motor nafta 1.6 VTi de 115 CV que combina un óptimo rendimiento con un consumo reducido. Esta motorización se ofrece con dos alternativas de caja: una manual de 5 velocidades y una automática secuencial de 6 velocidades (EAT6).



Nueva campaña de Citroën para su modelo C4 Cactus

La nueva campaña fue desarrollada por BETC Brasil y será difundida en diferentes medios de nuestro país, en los concesionarios de la marca y activaciones en redes sociales. El concepto "único para tu familia" tiene como objetivo destacar el aspecto familiar del modelo, pero también resalta la relación de amor entre los consumidores y sus vínculos más cercanos. El Nuevo SUV Citroën C4 Cactus acaba de renovar su gama con diferentes equipamientos que viene a sumar, sobre todo a las versiones de entrada de gama para hacerlo aún más accesible a sus diferentes clientes.

Citroën Sudamérica continúa desarrollando equipamientos del Nuevo C3 Aircross

La vicepresidenta de Citroën para América del Sur, Vanessa Castanho, habló sobre la versatilidad de este innovador modelo: Este SUV será el primero de la categoría capaz de transportar hasta siete personas y cuenta con el baúl más grande entre sus rivales directos: 489 litros. Entre otras novedades, ofrecerá además una caja de 7 velocidades con opción de cambios secuenciales. El Nuevo C3 Aircross es el segundo producto del proyecto C-Cubo y se producirá en el Polo Industrial Stellantis en Porto Real (RJ).

60 años del Fiat 1500

En septiembre de 1963, Fiat comienza la producción en la Argentina de uno de los vehículos más importantes en sus más de 100 años en el país, el 1500. El modelo se comercializó entre 1961 y 1972, se entregó en las versiones sedán, coupé, familiar y pick-up. Las primeras unidades llegaron importadas desde Italia, y luego se terminó produciendo íntegramente en el país. Fabricado en su planta de El Palomar poseía una integración nacional del 79%. Apuntalado por la gran demanda, el Fiat 1500 C se transformó en 1967 en el segundo auto más vendido del país, sólo superado por su hermano menor, el popular Fiat 600.

DESIGNACIÓN EN ADECCO ARGENTINA



Adecco Argentina, filial de la empresa líder en el mundo en consultoría integral en Recursos Humanos, anunció el nombramiento de Victoria Loza como nueva Directora de Recursos Humanos para Adecco Argentina y Uruguay.

En su cargo anterior, se desempeñó como Gerente de Recursos Humanos de Adecco Argentina y Uruguay. En el nuevo rol, Victoria se encargará de continuar potenciando la gestión del departamento de Recursos Humanos. Como directora, liderará el departamento y equipo de RR.HH., continuando la excelente gestión que desempeñó Alexandra Manera en los últimos años, quien pasará a gestionar el departamento de RRHH de la compañía en Brasil.

NOMBRAMIENTO EN ATOS

Atos, líder global en transformación digital, anuncia la llegada de Alexandre Matte como nuevo Vicepresidente de Alianzas y Portafolio para América del Sur. El ejecutivo reforzará la posición de Atos como integrador de proyectos de transformación digital y contribuirá a fortalecer la asociación de la empresa con los principales proveedores globales de tecnología. Matte, como se le conoce, tiene más de 20 años de experiencia en puestos ejecutivos, trabajando directamente en el liderazgo de equipos de alto rendimiento, apoyando el crecimiento de las áreas de ventas, marketing, canales y alianzas. Ha trabajado para grandes empresas como T-Systems, Contax, Embratel e IBM.

El nombramiento de Matte va en línea con la iniciativa de Atos de impulsar aún más su presencia en el mercado de la región, mostrando toda su cartera de soluciones empresariales con plataformas de eficacia probada, especialmente para el segmento de las grandes empresas.



NUEVO DIOXAFLEX VL DE BAGÓ

Laboratorios Bagó, empresa farmacéutica argentina con fuerte presencia en Latinoamérica y en el mundo, acaba de lanzar Dioxaflex VL, un potente antiinflamatorio que ofrece toda la eficacia del diclofenac en una nueva presentación de venta libre adecuada para afecciones agudas.

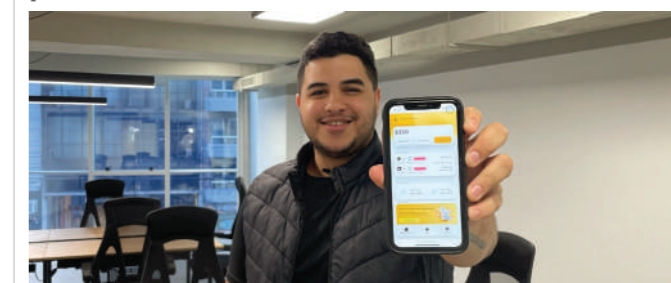
"La eficacia del diclofenac -en su dosis adecuada- para este tipo de afecciones frecuentes hace de este medicamento de venta libre una opción atractiva para aquellas personas que buscan alivio cuando se trata de dolores musculares y de articulaciones, especialmente los que se acompañan de inflamación" sostuvo el Dr. Eric Jordan Sánchez Bazán (MN: 141.580), líder médico de las áreas de Clínica médica y Dolor de Laboratorios Bagó.



BEETRANSFER, LA FINTECH QUE NO PARA DE CRECER

La empresa creada por freelancers permite el cobro desde cualquier parte del mundo de forma simple y rápida. Beetransfer nació con la idea de ofrecer soluciones fintech que facilitan el cobro de dólares para latinoamericanos que exportan su talento al exterior sin tener que crearse una cuenta en los Estados Unidos. Los usuarios usan las cuentas bancarias de la fintech para poder recibir el dinero y se los acreditan a sus cuentas locales o billeteras cripto en minutos. Así surge esta fintech de la mano de Kristhian Cardenas (COO) Rubén Lovera (CEO) y Jesús Montero (CMO).

"Estamos orgullosos de presentar Beetransfer, ya que en muy poco tiempo nos convertimos en la primera solución fintech todo en uno para que los nómadas digitales puedan usar su dinero sin importar donde estén" comenta Rubén Lovera, CEO de Beetransfer.





TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA

El Instituto Médico de Alta Complejidad abrió las puertas de una nueva sede en Av. Díaz Vélez 4363, CABA, con el objetivo de incorporar nuevos servicios y una mayor capacidad de atención para sus pacientes.

Este nuevo centro cuenta con instalaciones de máximo confort, distribuidas en 7000 m² y 13 plantas diseñadas para que pacientes, familiares y profesionales de la salud se desenvuelvan con absoluta y total comodidad.

IMAC mantiene desde sus inicios un fuerte compromiso con el desarrollo de la excelencia profesional y la accesibilidad de la prestación médica y, en ese sentido, el reciente complejo médico cuenta con un amplio espectro de prestaciones y especialidades con equipamiento de última generación.

J.P. MORGAN ARGENTINA ABRE INSCRIPCIÓN SEGUNDA EDICIÓN DE CORPORATE CHALLENGE

Por segundo año consecutivo de manera presencial, Buenos será sede una vez más del J.P. Morgan Corporate Challenge, el evento corporativo de running de renombre más grande del mundo, que se llevará a cabo el 2 de noviembre en la Costanera de Vicente López. Las inscripciones estarán abiertas hasta el 2 de octubre para colaboradores de empresas de todos los tamaños que formen un equipo entre sus compañeros con un mínimo de cuatro participantes.

"Estamos muy contentos de poder llevar adelante la segunda edición consecutiva del J.P. Morgan Corporate Challenge en Argentina, siendo el único país en la región en donde se lleva a cabo, luego del éxito que supuso la edición 2022", expresó Facundo Gómez Minujín, Senior Country Officer para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia.



73 AÑOS DE LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA

La Industria Química y Petroquímica fue fundada en 1949 con el objeto de representar a las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector químico y petroquímico. Sus productos aportan diariamente bienestar y aumento de la calidad de vida de la humanidad. Esta industria representa el 4,2% del PBI nacional y sus exportaciones anuales son aproximadamente un 20% de las ventas externas totales del país de manufacturas de origen industrial.

Con motivo de un nuevo aniversario Jorge de Zavaleta, director ejecutivo de la Cámara de la Industria Química y Petroquímica señaló, "Este día de celebración es muy especial, para reflexionar sobre los avances logrados hasta ahora y las expectativas de crecimiento acompañando la monetización de los recursos hidrocarbúricos de Vaca Muerta, ese proceso implica seguir trabajando juntos, con nuestras comunidades y con el gobierno para definir políticas que incentiven las inversiones petroquímicas".



SAMSUNG ELECTRONICS PRESENTA SU ÚLTIMA LÍNEA INSIGNIA DE NOTEBOOKS

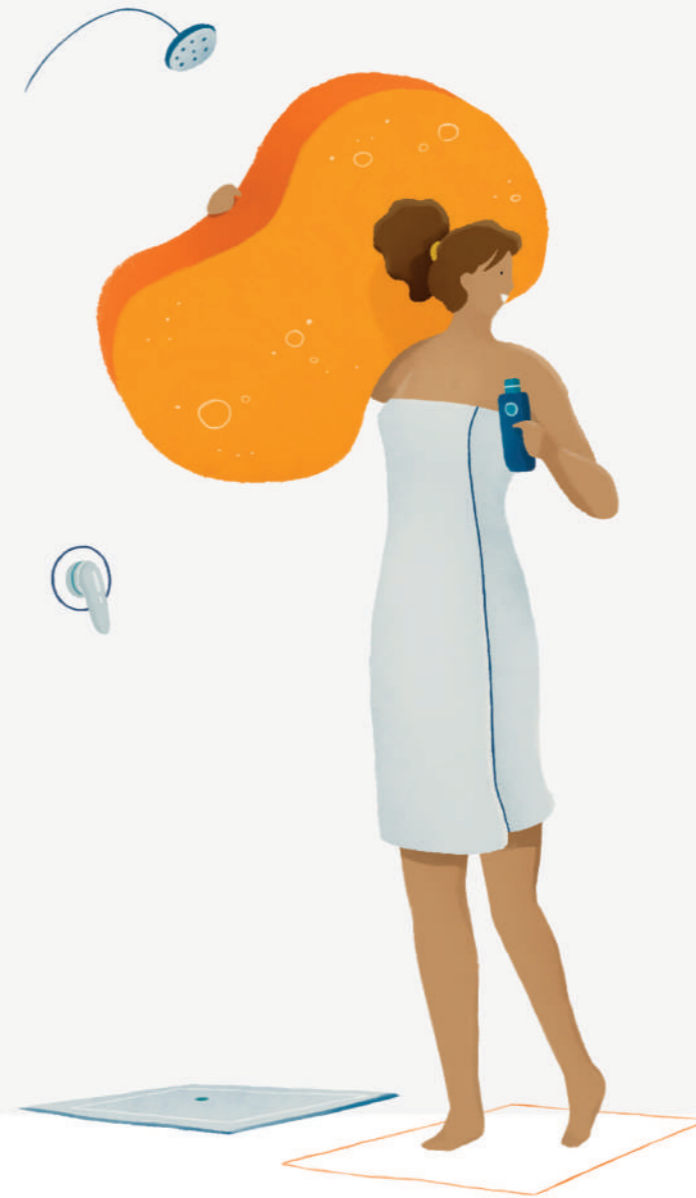
La Serie Galaxy Book3 estará disponible en Argentina con los modelos Galaxy Book3, Book3 Pro y Book3 Pro 360. La serie Galaxy Book3 fue diseñada para aquellos que necesitan una conectividad multidispositivo continua y un hardware premium para potenciar la productividad y creatividad. La Galaxy Book3 Pro 360 presenta un factor de forma convertible 2 en 1 con funcionalidad S-Pen, la Galaxy Book3 Pro ofrece un diseño delgado y liviano que prioriza la movilidad, y la Galaxy Book3 es el modelo ideal para un uso diario. La serie Galaxy Book3 ofrece una experiencia conectada que es a la vez intuitiva y familiar.

Están en Argentina los nuevos Galaxy Z Flip5 y Z Fold5

de batir un nuevo récord de pre venta en América Latina, ya se encuentran disponibles en Argentina los nuevos Galaxy Z Flip5 y Z Fold5, además de toda la nueva línea de Galaxy Tab S9.



Naturgy
Transforming Together



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

Cuidemos lo bueno
Cuidemos el gas

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



naturgy.com.ar



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