

Revista **Económica**

AÑO XXXIX / N° 188 / SEPTIEMBRE/OCTUBRE 2024

CHINA

Y LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
GLOBAL

Bco Provincia de Buenos Aires

200 AÑOS DE TRAYECTORIA



Ley Bases

¿CÓMO IMPACTA LA REFORMA
LABORAL EN LAS PYMES?

Manpower

LAS EXPECTATIVAS DE EMPLEO
PARA EL ÚLTIMO TRIMESTRE

Shell

110 AÑOS EN EL PAÍS CON
INVERSIONES Y TECNOLOGÍA

Mercosur

PROPUESTA ARGENTINA PARA
DINAMIZAR LA AGENDA EXTERIOR

RSE - Sustentabilidad



En BBVA
hacemos
que las cosas
sucedan

116 mil millones invertidos + 1 razón

BBVA en Argentina **movilizó más de 116 mil millones de pesos** durante 2023 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).

No primarizar la economía, desarrollar los recursos

Frente a tanto fundamentalismo y exaltación del representante de la Escuela de Austria es necesario poner un manto de racionalidad y serenidad, sobre todo, para analizar alternativas que nos saquen de este peligroso sendero que venimos recorriendo hace 9 meses. Es interesante repasar algunos conceptos vertidos recientemente por Ignacio de Mandiguren sobre las necesidades que tiene el país de un pacto que nos impulse al futuro en lugar de llevarnos al pasado; un pacto para el desarrollo. Los recursos naturales que tenemos no son una salvación, son un activo.

Para ser desarrollados no hay que "explotar" al activo, como dice el pacto que propone el gobierno. Hay que desarrollarlo.

El activo incluye al gas y el petróleo de Vaca Muerta y de Palermo Aike, a los hidrocarburos del Mar Argentino, al cobre y al litio de la Cordillera, las proteínas de la pampa húmeda.

El mundo quiere y necesita esos recursos: energía, minerales y alimentos son la clave para el nuevo ciclo geopolítico en curso: alimentos de mejor calidad, energía segura y minerales para la transición energética. Argentina tiene todo: Argentina es un activo público global.

"Explotar" esos activos es el camino fácil. No requiere esfuerzo y nos somete a lo que otros quieran de nosotros. Porque el mundo quiere y necesita nuestros recursos, va a venir por ellos. Eso es un dato.

Lo que no es dato es qué haremos nosotros con esos recursos. Argentina es un país federal, en el que las dueñas de los recursos son las provincias. Pero no por eso podemos dejar de tener una estrategia nacional para que el desarrollo sea inclusivo para los 50 millones de argentinos.

Sin estrategia nacional, Argentina se convertirá en un conjunto partido de economías de enclave, un conglomerado de Nigerias, Guyanas o Guineas Ecuatoriales apilados, no una Nación soberana.

Con estrategia nacional, claridad en el rumbo y acuerdo político, podemos ser un país desarrollado. Los pasos hay que darlos ahora, con prisa y sin pausa. La estrategia marca el horizonte, pero se construye día a día, con cada política pública, cada ley y cada decisión.

Argentina no es un país rico. Argentina es un país que puede generar riqueza. Vender sus recursos no alcanza para que todos los argentinos vivamos dignamente. Argentina tiene que triplicar o cuadruplicar el valor de sus recursos para que los ingresos alcancen para todos. Hacer un pozo y sacar petróleo o cobre y sacarlo del país no alcanza para que todos vivamos bien.

De acá a 2050 tenemos una certeza y una duda. La certeza es que los recursos que hoy tiene Argentina van a llegar al mundo. La duda es si nosotros, que vivimos acá en Argentina, vamos a ser propietarios o inquilinos de esos recursos.

Para ser propietarios, tenemos que tomar las riendas de nuestro destino. ¿Eso significa negar el papel del gran capital extranjero? No. Pero sí significa orientar el sentido de las inversiones.

El gas de Vaca Muerta va a llegar al mundo. Pero parte de ese gas tiene que impulsar la competitividad del país; parte de ese gas tiene que generar el mayor polo petroquímico del hemisferio sur. El cobre y el litio de la Cordillera va a llegar al mundo, pero también tenemos que adquirir y desarrollar las tecnologías de la electromovilidad. Los granos argentinos van a llegar a los graneros del mundo, pero también tiene que llegar nuestros productos elaborados a las góndolas del mundo.

El Plan Argentina Productiva 2030 que empezamos a implementar en 2023 va en esa dirección. La innovación, el agregado de valor, la industria 4.0., la ciencia y la tecnología aplicada al mundo de la producción, la inteligencia y el trabajo argentinos puestos al servicio de la generación de riqueza.

Ese es el otro camino que tenemos que retomar hoy, cuando los cantos de sirena de la primarización absoluta de nuestra economía se pretende imponer a fuerza de crisis. Ninguna urgencia y ningún enojo nos tiene que llevar a regalar nuestro futuro. Depende de nosotros, de nuestra voluntad.

Sumario



4 pag.

LEY BASES
Como impacta la reforma laboral en las PyMEs



6 pag.

ESTREMAR
Primer barco pesquero híbrido de Argentina y Sudamérica



8 pag.

MERCOSUR
Propuesta de Argentina para dinamizar la agenda externa



18 pag.

SANCOR SALUD
Liderazgo, respaldo y flexibilidad



20 pag.

TRABAJO REMOTO
La nueva era del trabajo, innovación y talento



23 pag.

VICTORA LOZA
IT, un desafío permanente para RRHH



42 pag.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Novedades del sector

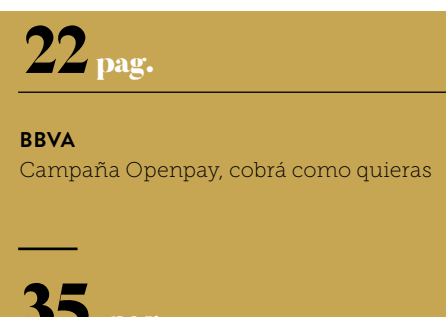


16 pag.

LABORATORIO TEVA
Renovación de su portfolio de productos de vanguardia

34 pag.

MASTELLONE
Nuevo ciclo de talleres de Sustentabilidad y reciclado



22 pag.

BBVA
Campaña Openpay, cobrá como quieras

35 pag.

TELECOM
Gestión sustentable integrada al negocio, respeto al medio ambiente y uso positivo de la tecnología



12 pag.

BANCO PROVINCIA BS AS
Entidad señera con 200 años de trayectoria



14 pag.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ GLOBAL
Ofensiva de China contra la industria automotriz occidental



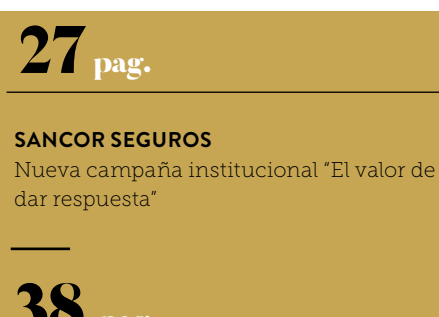
24 pag.

SHELL
110 años en el país con inversión y tecnología



30 pag.

MANPOWER
Expectativas de empleo sin recuperación para el último trimestre



27 pag.

SANCOR SEGUROS
Nueva campaña institucional "El valor de dar respuesta"

38 pag.

SINTEPLAST
"Háblalo" una innovadora aplicación para personas con discapacidad comunicacional



28 pag.

SUPERVIELLE
Gustavo Manríquez nuevo CEO

40 pag.

LABORATORIO MERCK
Compromiso con el desarrollo sustentable

Staff

Edición 188

SEPTIEMBRE/OCTUBRE 2024

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
Nº 79746. Queda hecho el depósito que
marca la ley 11.723. Se autoriza la repro-
ducción 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

Ley Bases: cómo impacta la reforma laboral en las pymes

Por: **Francisco Costa** / CEO y cofundador de Naaloo



La reciente sanción de la Ley de Bases generó un intenso debate sobre su impacto en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), que son pilares fundamentales de la economía. En un contexto donde estas empresas representan el 99,4% del total de compañías en el país y emplean al 64% de los asalariados registrados, según datos oficiales, cualquier modificación legislativa puede tener repercusiones profundas.

La Ley de Bases introduce una serie de reformas laborales que buscan formalizar el empleo no registrado, mejorar las condiciones laborales y flexibilizar la gestión de contratos y despidos. Estos cambios incluyen incentivos fiscales y la eliminación de multas y sanciones, aspectos que pueden beneficiar a las PyMEs al facilitar su crecimiento y estabilidad.

El contexto económico y laboral actual en Argentina es complejo. De acuerdo con datos de las Naciones Unidas, las PyMEs generan entre el 60% y 70% de los empleos a nivel mundial y contribuyen con el 50% del Producto Interno Bruto (PIB) global. En Argentina, operan más de 600,000 PyMEs, que no solo son

fundamentales para la economía, sino que también enfrentan desafíos superlativos en términos de informalidad laboral. La Organización Mundial del Trabajo (OIT) señala que la informalidad en el empleo asciende al 50% en Argentina, en línea con el promedio regional.

La dinámica del mercado de trabajo en América Latina y el Caribe había presentado en 2023 un aumento menor al 1% en la tasa regional de ocupación. En tanto, la participación disminuyó ligeramente en comparación al año anterior, con un 62,3% frente a un 62,5%, y una desocupación promedio del 6,5%.

Otro de los aspectos que destaca el informe menciona la relación entre la recuperación de puestos de trabajo y el crecimiento del empleo informal: las ocupaciones de este tipo contribuyeron a la creación de entre el 40 y 95% de los puestos de trabajo entre el tercer trimestre de 2020 y el segundo trimestre de 2023 en la mayoría de los países.

Según cifras del año pasado, Ecuador se convirtió, con un 95%, en el país de la región en el que la informalidad laboral tuvo la mayor participación en la recuperación del empleo total desde la pandemia; Argentina y Bolivia le seguían con el 78 y 77%

respectivamente. En cambio, Uruguay y Chile se distinguieron por el crecimiento de la formalidad.

Generar empleo formal, la clave

Este contexto de alta informalidad y la necesidad de generar empleo formal son fundamentales para entender las motivaciones detrás de la Ley de Bases.

La Ley de Bases promueve el empleo registrado permitiendo a los empleadores regularizar relaciones laborales no registradas dentro de los 90 días de dictada la reglamentación. Esto incluye la condonación de infracciones, multas y sanciones impagas, así como la baja del Registro Público de Empleadores con Sanciones Laborales (REPSAL) si se regularizan los trabajadores. Además, se ofrece una condonación de deudas de aportes y contribuciones en al menos un 70%, y se establecen incentivos para el cumplimiento de obligaciones de contado, beneficiando particularmente a las PyMEs.

La formalización del empleo representa una gran oportunidad para reducir costos y riesgos legales, mejorar la seguridad y satisfacción de los trabajadores, y acceder a incentivos fiscales. Sin embargo, también supone un desafío para las PyMEs que operan en un entorno económico incierto. El aumento de los costos laborales podría ser importante, y muchas pequeñas empresas podrían necesitar apoyo adicional para cumplir con estos nuevos requisitos sin comprometer su viabilidad financiera.

Otro aspecto crucial de la ley es la derogación de multas por registro irregular del contrato de trabajo y la eliminación de multas por la falta de entrega de certificados de trabajo y de ingreso de aportes. Estas medidas alivian considerablemente la carga financiera sobre las PyMEs, que a menudo enfrentan dificultades para cumplir con todas las exigencias administrativas y legales en tiempo y forma. La simplificación del mecanismo de registro laboral, haciéndolo simple y electrónico, también facilita el cumplimiento normativo para estas empresas.

Más empleo menos litigiosidad

La Ley de Bases también introduce el Fondo de Cese Laboral, un mecanismo moderno y flexible para manejar las indemnizaciones por despido. Este fondo se constituye a través de convenios colectivos y permite a los empleadores optar por servicios privados de aseguramiento o auto-asegurarse, con un aporte mensual que no superará el 8% del salario, corriendo únicamente por cuenta del empleador.

Este sistema, similar al previsto para la construcción, proporciona una alternativa más flexible y económica a las indemnizaciones tradicionales, facilitando la planificación financiera y la estabilidad empresarial.

Sin embargo, su aplicabilidad debe analizarse caso por caso, ya que es más adecuado para actividades con alta rotación de trabajadores o tareas ligadas a proyectos específicos.

La modificación del artículo 242 de la Ley de Contrato de Trabajo (LCT), que incluye como causas de despido la "participación en bloqueos y/o tomas de establecimiento", otorga a los empleadores una herramienta legal más clara y directa para manejar situaciones de conflicto laboral.

Esto puede ser beneficioso para las PyMEs al reducir la posibilidad de enfrentarse a demandas laborales costosas y prolongadas, permitiendo mantener la operación y la productividad. El despido discriminatorio también recibe una modificación significativa en la Ley de Bases. Los jueces podrán incremen-



tar la indemnización por antigüedad entre el 50% y el 100% en casos de despido discriminatorio, pero no se permitirá la reinstalación del trabajador. Esto agrava las indemnizaciones en casos de discriminación, pero elimina la reinstalación, disminuyendo la litigiosidad y la interpretación de normas ajenas al ámbito laboral.

El tema de la litigiosidad no es un asunto menor. Según un informe de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART), en 2023 se llevaron a cabo 117.348 juicios por accidentes laborales, un 23,8% más que en 2022, un 48% más respecto de 2021, y un 163% más que en 2020, año marcado por la pandemia del COVID-19. De esta forma, se cortó la tendencia decreciente registrada en los años previos. El pico máximo histórico se dio en 2017, cuando se registraron 130.679 juicios, pero luego, reforma laboral mediante, la situación cambió rotundamente: se achicaron a 80.038 en 2018 y a 67.898 en 2019.

No es casual que la industria del juicio y el peso de la carga tributaria fueran las dos principales preocupaciones de los empresarios chicos y medianos en la última edición de las "Charlas Abiertas Pymes de IDEA" entre 70 dueños, CEOs y autoridades de pequeñas y medianas empresas de todo el país.

Adaptación al mercado

Otro aspecto importante de la norma aprobada es la inclusión de una nueva categoría de trabajadores independientes, que pueden emplear hasta tres colaboradores independientes bajo un régimen especial. Observamos que esa posibilidad ofrece flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades del mercado. Este régimen permite a los trabajadores independientes acceder a la seguridad social, obras sociales y riesgos del trabajo, sin crear una relación de dependencia con la persona contratante, a menos que en la realidad del vínculo se evidencien notas de subordinación propias de una relación de dependencia.

Finalmente, la extensión del período de prueba a seis meses, ampliable a ocho meses en empresas de seis a cien trabajadores y a doce meses en empresas con hasta cinco trabajadores, permite a las PyMEs evaluar el rendimiento del empleado antes de contratarlo por tiempo indeterminado. Esto ofrece una mayor flexibilidad en la gestión del personal y reduce el riesgo de contratar a empleados que no se ajusten a las necesidades de la empresa.

La Ley de Bases introduce una serie de reformas laborales que tienen el potencial de impactar positivamente a las PyMEs en Argentina al promover la formalización del empleo, reducir costos y riesgos legales, y ofrecer una mayor flexibilidad en la gestión de personal. Sin embargo, el éxito de estas reformas dependerá de su implementación efectiva y del apoyo adicional que las PyMEs puedan recibir para adaptarse a estos cambios en un entorno económico desafiante.

Estremar presentó el primer barco pesquero híbrido de Argentina y Sudamérica



Ushuaia, Tierra del Fuego, fue testigo de la presentación oficial del "Centurión del Atlántico", el primer buque pesquero híbrido de Argentina. Esta histórica reconversión, realizada en el Astillero Westcon en Florø, Noruega, es fruto de una inversión de más de 45 millones de dólares y la colaboración entre autoridades argentinas y noruegas. El "Centurión del Atlántico" ha tenido Ushuaia como puerto base desde 1992, y tras su reconversión, se posiciona como un buque factoría pionero, que incorpora tecnología de propulsión híbrida. Esta innovación reduce significativamente el consumo de combustible y las emisiones de CO2, estableciendo un nuevo estándar en la transición hacia prácticas pesqueras más sostenibles. Marcos Osuna Andrade, CEO de Estremar, afirmó: "Con la modernización del Centurión del Atlántico, hemos realizado nuestra inversión más significativa, permitiéndonos producir surimi y harina de pescado de la más alta calidad mientras minimizamos nuestra huella de carbono. Este avance refleja un compromiso continuo hacia la reducción de nuestro impacto ambiental, un camino de progreso que no tiene vuelta atrás".

Un Proyecto Argentino-Noruego Este proyecto, la mayor inversión en un barco

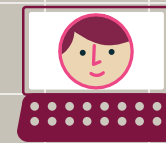
pesquero hecho por una empresa argentina, es el resultado de una estrecha colaboración entre Argentina y Noruega. Involucró a un equipo diverso que incluyó proveedores, autoridades, y la Prefectura Naval Argentina. La Prefectura Naval fue clave en la supervisión y certificación de la tecnología híbrida, asegurando que el "Centurión del Atlántico" no solo cumpla con las regulaciones más estrictas sino que es el único barco pesquero en Argentina en ostentar algunas de las certificaciones ambientales más avanzadas, además de superar las expectativas en sostenibilidad y rendimiento. El buque es una verdadera fábrica flotante con más de 90 tripulantes, que captura y produce productos terminados como surimi o pescado elaborado y clasificado ya listo para exportación. Los restos del proceso de pescado son usados para producir harinas, obteniendo como subproducto aceite que es aprovechado como combustible, colaborando así en la reducción de la huella de carbono y el completo aprovechamiento de los recursos capturados. La matriz energética del barco ha sido rediseñada para optimizar su eficiencia, logrando una reducción significativa en el consumo de energía y, por ende, en su huella de carbono. La tecnología híbrida permite que los excesos de energía generada se acumulen en ba-

terías y queden disponibles para ser utilizada en la medida de su requerimiento. Con esta incorporación, Estremar reafirma su compromiso con la innovación y la sostenibilidad, sentando las bases para un mejor futuro en el que la economía azul será fundamental. Este concepto se centra en el papel de los mares como fuente económica y en la importancia de gestionar sus recursos de manera eficiente, restaurando los ecosistemas dañados e introduciendo innovación para un aprovechamiento sostenible. Así, avanzamos hacia un futuro más sostenible y eficiente en la pesquería argentina.



SUPERVIELLE + Pyme

Si tu Pyme te tiene de acá para allá, te resolvemos todo por acá.



Atención por videollamada en horario extendido.

Conocé más



CARTERA COMERCIAL. VÁLIDO PARA CLIENTES DE BANCO SUPERVIELLE S.A., RECONQUISTA 330, CABA, CUIT 33500005179, IGJ N°23, F°502, L45, T° A DE ESTATUTOS NAC. ("BANCO") QUE ABRA SU CUENTA CORRIENTE EN [HTTPS://ONBOARDINGNEGOCIOS.SUPERVIELLE.COM.AR](https://onboardingnegocios.supervielle.com.ar). SERVICIO DE ATENCIÓN POR VIDEOCALLAMADA SUJETO A CONDICIONES DE CONTRATACIÓN. LA APERTURA DE UNA CUENTA CORRIENTE EN EL BANCO Y EL OTORGAMIENTO DE CUALQUIER FINANCIACIÓN Y SU MONTO ESTÁ SUJETO A CONDICIONES DE CONTRATACIÓN Y CALIFICACIÓN CREDITICIA FAVORABLE. LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE. MÁS INFORMACIÓN

EN WWW.SUPERVIELLE.COM.AR/NEGOCIOS/PYMES/HACETE-CLIENTE.

Mercosur

Propuesta de Argentina para dinamizar la agenda externa



Por **Juan Maximilano Moreno**
Director Fundación INAI (Instituto para las Negociaciones Agrícolas Internacionales)



(iv) la armonización normativa.

Hoy, 33 años después de su creación y a pesar de las falencias de funcionamiento y temas de agenda pendientes por perfeccionar, existe un importante consenso en los analistas sobre la relevancia económica-comercial y geopolítica del bloque.

Es el principal destino de nuestras exportaciones al mundo, con USD 15.091 millones en 2023 (cifra que representa el 22,6% del total exportado). Además, es el principal origen de nuestras importaciones con USD 21.845 (dando cuenta del 29,6% de nuestras compras al mundo).

Desde su creación en 1991, nuestras exportaciones a los socios del Mercosur crecieron un 760%.

Además, el bloque regional (particularmente a Brasil) se ha consolidado como un destino clave para nuestras exportaciones de productos agrícolas (como el trigo, malta, cebada, harina de trigo, leche en polvo, ajos, etc.). De hecho, con exportaciones promedio por USD 4.200 millones anuales, Mercosur es el tercer destino en importancia para nuestro sector agroindustrial, representando casi el 10% de las exportaciones al mundo.

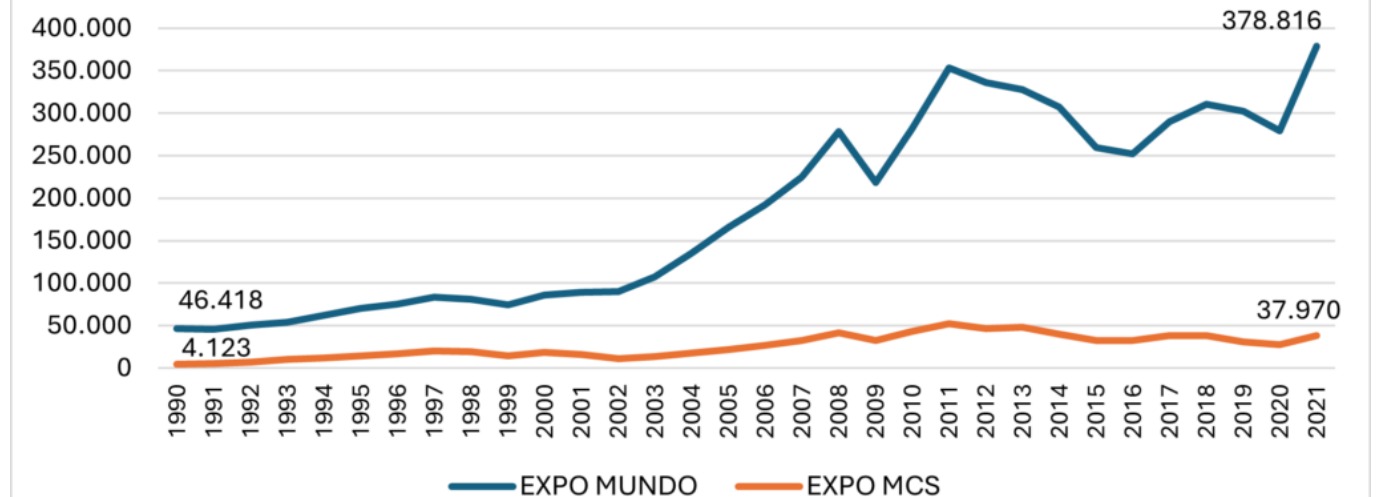
Pero hay otra cara de esta moneda. A pesar del crecimiento de nuestras exportaciones, Argentina tiene un histórico déficit comercial con el bloque, que llegó a acumular casi USD 60.000 millones entre 1991 y 2023. Además, Mercosur ha perdido participación relativa dentro de los destinos de nuestras exportaciones.

En 1990 (un año antes de la entrada en

Uno de los principales temas pendientes de la agenda Mercosur es la falta de avance en la firma de acuerdos comerciales con otros países o bloques. Las razones de este proceso son múltiples, pero principalmente vinculadas a la propia dinámica de nuestro bloque. La propuesta que acaba de presentar Argentina para flexibilizar y dinamizar las negociaciones externas parece ser un paso positivo en el camino correcto.

El Mercosur fue creado a través del Tratado de Asunción de 1991, con la finalidad de establecer un mercado común al 31 de diciembre de 1994. El mismo instrumento legal define que un mercado común implica: (i) la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, (ii) el establecimiento de un Arancel Externo Común (AEC) y la adopción de una política comercial externa común con terceros países, (iii) la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales y

EVOLUCION DE EXPORTACIONES TOTALES MCS Y MCS INTRAZONA
MILLONES USD. TRADEMAP



vigor del Tratado de Asunción), el 14% de las exportaciones totales de la Argentina iban destinadas a Estados Parte del Mercosur. A medida que avanzó el proceso de desgravación arancelaria intrazona este valor creció, llegando a tocar un techo del 32% en 2000, para luego comenzar a caer sistemáticamente desde ese año, llegando al 20% en 2023.

Las exportaciones argentinas al mundo entre 2000-2023 crecieron un 200% mientras que nuestras exportaciones al Mercosur solo crecieron un 70% en ese período. Esta situación que atraviesa Argentina no es muy diferente en los socios del Mercosur. En el gráfico 1 se observa cómo las exportaciones de los países del Mercosur destinada a extrazona crecen a una tasa mucho más significativa que el comercio intrazona.

*VER GRAFICO

El crecimiento de las exportaciones a terceros países no ha sido logrado gracias al Mercosur, sino todo lo contrario, a pesar del Mercosur. Y concluimos ello dado que el principal dinamizador de este crecimiento ha sido el aumento exponencial de la demanda de productos agroindustriales en países como China, India, Vietnam, Malasia, Indonesia y países del norte de África. Tendencia que de acuerdo con el Informe sobre Perspectivas Agrícolas FAO-OCDE 2024-2033 se mantendrá, ya que casi el 94% del consumo adicional de productos agroindustriales en la próxima década se producirá en países de ingre-

sos medios y bajos, dentro de los cuales se destaca la incidencia de los países del Sur y Sudeste de Asia.

Desde sus comienzos, Mercosur se concibió a sí mismo como parte de un "regionalismo abierto", es decir, un esquema destinado a aumentar el comercio entre sus integrantes, pero siempre teniendo claro que el verdadero mercado a conquistar estaba más allá de las fronteras de la región. Sin embargo, el aporte del Mercosur al proceso de internacionalización de nuestras economías y diversificación de nuestras exportaciones ha sido muy bajo, y esto se debe fundamentalmente a uno de los grandes temas pendientes de la agenda regional: la escasa cantidad de Acuerdos Comerciales Regionales (ACRs) firmados. De hecho, Mercosur solo cuenta 11 ACRs, con países que representan alrededor del 10% del PBI mundial, mientras que la UE tiene 47 ACRs; Chile 31, México 23; Australia y Ucrania 19 cada uno; Canadá 15; Nueva Zelanda 15 y EEUU 141.

Las razones por las cuales Mercosur ha tenido serias dificultades para avanzar en su agenda de relacionamiento externo son múltiples, algunas de ellas originadas en el complejo contexto internacional o la sensibilidad de otros países para abrir sus mercados agrícolas, pero la mayoría de las razones del lento avance están motivadas en la propia dinámica negociadora del bloque. Recordamos que por la normativa Mercosur (Tratado de Asunción, Protocolo de Ouro Preto y Decisión CMC 32/00), las negociaciones comerciales externas deben iniciarse, desarrollarse y concluirse de

manera conjunta entre los 4 Estados Parte. A lo largo de los años, en diferentes ocasiones algún Estado Parte planteó su disconformidad con estas regulaciones, reclamando algún tipo de flexibilidad. De hecho, ha sido (y sigue siendo) uno de los temas que mayor debate ha generado dentro del bloque. Uruguay ha sido el más vocal en estos últimos años, especialmente frente a la falta de concreción del acuerdo con la Unión Europea.

A mediados de agosto de este año, la Argentina presentó una propuesta interesante, tendiente a modernizar, simplificar y desburocratizar el Mercosur para que, respetando su esencia intergubernamental, pueda brindar respuestas más rápidas y adecuadas al deseo común de una mejor inserción internacional.

En términos generales, la propuesta plantea dos innovaciones procesales que podrían ser de utilidad para dinamizar la agenda externa:

En primer lugar, si bien reitera que las negociaciones comerciales son "conjuntas", menciona que las mismas podrán contener: (i) ofertas de desgravación de aranceles comunes, con elementos de diferenciación o, directamente ofertas nacionales; (ii) cronogramas de desgravación o convergencia diferenciados; y (iii) compromisos diferenciados en las distintas disciplinas y capítulos sobre el bienes, servicios e inversiones. Esta posibilidad de acordar pautas (arancelarias y no arancelarias) diferenciales es una innovación sustantiva respecto a la dinámica actual de negociación, basada en la noción de "todo



en conjunto”.

En segundo lugar, plantea que en caso de que no se alcance un entendimiento, en el lapso de dos reuniones ordinarias del Grupo de Mercado Común (GMC), respecto al lanzamiento de negociaciones con terceros países o grupos de países, los Estados Parte podrán iniciar de forma individual o plurilateral negociaciones con aquellos. Esto es también una gran innovación, ya que parece revertir el derecho a veto que tiene cualquier Estado Parte del Mercosur bajo la regla del consenso.

Desde el INAI siempre se ha sido consistente con la necesidad de que el Mercosur contribuya a abrir nuevos mercados externos para nuestra producción agroindustrial. Las exportaciones argentinas al mundo de productos del sector promediaron los USD 49.000 millones entre 2021 y 2023. Si tomamos a los 15 principales destinos (que en conjunto dan cuenta del 75% de nuestras exportaciones), solo los envíos a Brasil, Chile y Perú ingresan en condiciones arancelarias preferenciales. Todas las exportaciones argentinas destinadas a otros países no tienen ningún beneficio, al contrario, ingresan pagando aranceles superiores que otros abastecedores que

sí cuentan con ACRs, lo que afecta seriamente el crecimiento y diversificación (tanto en productos como destinos) de nuestras exportaciones.

Para mejorar esta inserción es indispensable que Mercosur profundice con determinación su red de acuerdos comerciales, de manera estratégica. La propuesta de Argentina parece ser un paso positivo en el camino correcto y no tenemos dudas que el sector privado de nuestro país está listo para brindar elementos de análisis e información que aporten a la construcción de una agenda externa robusta, ambiciosa y que brinde renovadas oportunidades de una mejor inserción internacional.

Las exportaciones argentinas al mundo de productos del sector promediaron los USD 49.000 millones entre 2021 y 2023. Si tomamos a los 15 principales destinos (que en conjunto dan cuenta del 75% de nuestras exportaciones), solo los envíos a Brasil, Chile y Perú ingresan en condiciones arancelarias preferenciales.

Besoterapia

En SanCor Salud impulsamos nuevas especialidades que le hacen bien a tu salud.

 **SanCorSalud**
Grupo de Medicina Privada

La buena salud es todo

conocenos sancorsalud.com.ar

Banco Provincia entidad señera con más de 200 años de trayectoria



Juan Cuattromo
Presidente del Banco Provincia

BANCO PROVINCIA ABRIÓ SUS PUERTAS POR PRIMERA VEZ EL 6 DE SEPTIEMBRE DE 1822 Y ESE MISMO DÍA PUSO EN CIRCULACIÓN LOS PRIMEROS BILLETES DE LA HISTORIA ARGENTINA. ESTABAN IMPRESOS SOBRE UNA PLANCHA ÚNICA Y EL VALOR ERA ASIGNADO A MANO POR UN FUNCIONARIO DEL BANCO QUE LOS AVALABA CON SU FIRMA.

Después de una etapa en la que el Banco Provincia fue utilizado como polea para la especulación y el endeudamiento, hemos recuperado su verdadera esencia: la de una banca pública destinada a sostener y apuntalar el desarrollo productivo”, señaló el Gobernador Axel Kicillof en oportunidad de la celebración y agregó: “Estamos demostrando que no son contradictorias la eficiencia, la eficacia y la solvencia de la institución, con su rol como palanca del crédito para las pymes, los pequeños emprendimientos y las y los trabajadores”.

Además, el Gobernador afirmó que “el Banco de la Provincia está integrado y articulado con todas las políticas del Gobierno”, al tiempo que destacó que “el lanzamiento de Cuenta DNI, la primera billetera virtual de la Argentina, permitió sostener la actividad y llegar a millones de bonaerenses en el peor momento de la pandemia, convirtiéndose en una herramienta fundamental de inclusión financiera y de justicia social”.

“Nos tocó la responsabilidad de conducir el Banco en un momento complejo para el país, la provincia y nuestra institución. Encontramos un banco con debilidades estructurales, pero principalmente alejado de los valores esenciales que definen la razón de ser de la banca pública, y con la conducción del Gobernador Axel dimos vuelta esa página”, dijo Juan Cuattromo, titular de la entidad y agregó: “En estos años de gestión hemos mejorado todos los indicadores financieros y hoy tenemos una institución que llegó a nuestros días con un nivel de solidez inédito desde hace más de 200 años: solvente, líquido, con bajos niveles de morosidad y buenos

resultados. Hemos demostrado que una banca pública eficiente y al servicio de la producción es posible. Todo esto es el resultado de un trabajo solidario y compartido”.

Sigamos la Historia de la Institución

Si bien nació como una sociedad anónima de capitales privados, la primera de la argentina, desde 1946 es una empresa estatal de la provincia de Buenos Aires. Los primeros años funcionó en un sector de “la manzana de las luces”, hasta que en 1826 se instaló en el antiguo Consulado. En ese mismo solar histórico ubicado sobre la actual calle San Martín 137 permanece desde entonces la Casa Central del Banco. En diciembre de 1863 abrió su primera sucursal en San Nicolás de los Arroyos, a la que le siguieron Dolores y Mercedes. Desde entonces, su presencia se extendió en todo el territorio que hoy conforman la Provincia y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Sus sucursales y cajeros automáticos son un sinónimo de progreso y crecimiento para las comunidades. Actualmente, es la única entidad financiera presente en 131 localidades bonaerenses.

Su primera sucursal en La Plata fue inaugurada el 20 de noviembre de 1882, apenas un día después de la fundación de la ciudad. El edificio proyectado por los arquitectos Juan Buschiazzy y Luis Viglione fue la obra más importante de la Institución durante el siglo XIX.

En el transcurso de tres siglos el Banco superó diversas crisis económicas, algunas propias de la Argentina y otras globales. La más difícil fue la que enfrentó en 1890, cuando entró en moratoria y cerró la mayoría de sus sucursales, a excepción de la

Casa Central, la Casa Matriz La Plata y las tres primeras filiales antes mencionadas. En 1906 se reorganizó como entidad mixta al fusionarse con el Banco de Comercio Hispano Argentino. Este régimen lo rescató de su moratoria y posibilitó su crecimiento sostenido y la adecuación a las condiciones del sistema bancario moderno durante cuarenta años.

En 1946, a partir de la política de estatización de empresas impulsada durante el primer gobierno de Juan Domingo Perón, el Banco se transformó en una empresa estatal de la provincia de Buenos Aires. El presidente del Directorio durante esta etapa fue Arturo Jauretche, quien impulsó la apertura de 21 nuevas sucursales y desplegó una política de crédito orientada al desarrollo de la industria nacional y el campo.

Entre los múltiples hitos en la historia de Banco Provincia, se destacan: el primer crédito hipotecario argentino (1856); el primer crédito del país diseñado específicamente para el sector agropecuario (1941); la creación de planes de vivienda y la construcción de conjuntos habitacionales en la provincia de Buenos Aires (1962); la incorporación del servicio de tarjetas de crédito Visa (1980); la inauguración de su propia red de cajeros automáticos (1989); la creación del Grupo Provincia, un holding de empresas de servicios financieros (1997); el nacimiento de Provincia Microcréditos, una empresa destinada a brindarles financiamiento productivo a trabajadores y trabajadoras independientes que no tienen acceso al sistema bancario tradicional (2009); la creación del primer comité de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual del sistema financiero argentino (2020).

Históricamente, el Banco Provincia se ha caracterizado por ser una institución inclusiva. En 1919 incorporó la primera trabajadora, en un contexto mundial donde la mujer se incorporó al mercado laboral durante la primera guerra mundial. Hacia 1960 ingresó el primer trabajador con discapacidad y se inició así una cultura



Casa Matriz La Plata



Casa Central CABA

interna que promueve la diversidad en todas sus formas. A partir de 1984, con el retorno de la democracia, fue la primera entidad financiera que fomentó la incorporación de más de un centenar de veteranos de la Guerra de Malvinas. El Bicentenario encontró a la banca pública bonaerense inmersa de nuevo en su rol histórico de apoyo a los sectores productivos y a la vanguardia del sistema financiero argentino en materia de

innovación tecnológica. El último hito de su historia ocurrió en abril de 2020 cuando relanzó su billetera digital Cuenta DNI, una herramienta de inclusión financiera con 5,5 millones de personas usuarias que está transformando el sistema de pagos en la provincia de Buenos Aires. Banco Provincia tiene 420 sucursales, una red de 1.900 cajeros automáticos y 10.500 trabajadoras y trabajadores.

China y la industria automotriz global



Michael Dunne

Empresario, autor y orador principal. En 2018, fundó Dunne Insights para brindar servicios de asesoramiento de primer nivel sobre los mercados globales de vehículos eléctricos y autónomos

Los funcionarios de Pekín pueden negarlo, pero no nos engañemos: China ha lanzado una ofensiva relámpago mundial contra la industria automotriz de occidente. China exportará una impresionante cifra de 6 millones de automóviles a más de cien países este año, consolidando su posición como el mayor exportador del mundo. El precio medio de esos coches fabricados en China es de 19.000 dólares, menos de la mitad del precio medio de un coche nuevo en Estados Unidos y Europa. Los consumidores de todas las zonas horarias están abandonando sus Chevys, VWs y Hondas en favor de nuevos modelos de Chery, MG, Changan y BYD.

Cambios dramáticos

La repentina avalancha de automóviles chinos está trastocando décadas de cuotas de mercado y beneficios estables. Tomemos como ejemplo Tailandia. Un amigo mío –y veterano vendedor de coches con base en Bangkok– recibe con frecuencia cotizaciones de fabricantes

de automóviles chinos.

“Un tipo en China –y parecía muy seguro– dijo que podía entregar una réplica del Territory por sólo 8.000 dólares”, contó mi amigo. “Mira, yo vendo el Ford Territory auténtico aquí a partir de 32.000 dólares. ¿Te lo imaginas?” Sus palabras me hicieron recordar los años 1990 y 2000, cuando estaba creando nuestra primera empresa en Bangkok. Tailandia era conocida entonces como “el patio trasero de Japón”. Y con razón. Las marcas japonesas dominaban por completo el mercado, año tras año, y se llevaban más del 90% del mercado.

No más

En el primer semestre de 2024, la cuota de mercado de BYD aumentó al 5%. Todas las marcas japonesas, incluida Toyota, vieron caer sus ventas. Honda se vio obligada a cerrar una planta. Y Suzuki se marcha del Reino. El boom brasileño Tailandia es sólo un ejemplo. Otro es Brasil, el sexto mercado automovilístico más grande del mundo. Los fabricantes de automóviles chinos enviaron allí 175.000

automóviles en el primer semestre, un aumento del 450 por ciento respecto del mismo período de 2023.

Leyó bien: 450 por ciento. ¿Cómo se explica este sensacional crecimiento? “Los gobiernos de China y Brasil se están acercando”, me dijo esta semana un ejecutivo de un importante grupo de distribuidores de Sao Paulo, haciendo alusión a la ofensiva de encanto geopolítico de China. “Los precios agresivos y los buenos productos también forman parte de ello”.

Las ganancias chinas significan un nuevo dolor para los fabricantes de automóviles existentes. Chevy, Jeep y Fiat se cuentan entre los heridos que caminan. Como grupo, perdieron más de 125.000 clientes brasileños a manos de marcas chinas en el primer semestre de 2024. A estas alturas, la industria reconoce a BYD como el principal fabricante de automóviles de China. La empresa elevó recientemente su previsión de ventas para todo el año a 4 millones, apenas unos pasos por detrás de Ford.

Pero BYD no es el mayor exportador de

China. Al menos, no todavía. Sus tres mayores exportadores de automóviles son empresas estatales chinas.

Los 5 principales exportadores de China en 2024 fueron Chery 1,25 millones, SAIC 1,1 millones, Changan 620.000, Geely 500.000 y BYD: 500.000.

Mientras los fabricantes de automóviles chinos se adueñan de grandes porciones del mercado, los competidores japoneses, europeos y estadounidenses parecen no tener respuesta. Están confundidos y abrumados por la velocidad y la fuerza de la ofensiva china.

Los precios de las exportaciones chinas en particular los sorprenden. ¿Quién puede competir con 19.000 dólares?

Los alarmantes precios de los automóviles en China son producto de un poderoso arsenal nacional que quizá sea imposible de duplicar.

China tiene una escala, una velocidad, unas cadenas de suministro y todo tipo de subsidios inigualables. Y los barcos también. BYD y SAIC tienen sus propios buques Roll-on/Roll-off para transportar automóviles a través de los océanos.

Las ganancias chinas significan un nuevo dolor para los fabricantes de automóviles existentes. Chevy, Jeep y Fiat se cuentan entre los heridos que caminan. Como grupo, perdieron más de 125.000 clientes brasileños a manos de marcas chinas en el primer semestre de 2024

Laboratorios Teva renueva su portfolio de productos de vanguardia



Laboratorios Teva, líder global en la fabricación y comercialización de medicamentos genéricos de marca y especializados, continúa su camino de renovación y desarrollo de su portfolio, alineado con su estrategia orientada hacia la innovación y la salud de los pacientes. "Nuestra estrategia se centra en ofrecer productos innovadores que respondan a las necesidades cambiantes del mercado y que mejoren la calidad de vida de nuestros pacientes. Este enfoque ha impulsado una serie de lanzamientos clave en lo que va del año, consolidando a Teva como un referente en diversas áreas terapéuticas", sostuvo Vanina Faillace, CEO de Teva Argentina. Con una perspectiva clara de desarrollo y crecimiento, durante este año ya han presentado en el mercado argentino diferentes medicamentos innovadores en las áreas de oncología, Cardiovascular Metabolismo y Sistema Nervioso Central. A este proceso se suma el inminente lanzamiento de Neuro Armonil®, un neurotónico de la línea Armonil, con el que Teva Argentina se suma al desarrollo de nuevas categorías, apostando a un mer-

cado emergente anclado en nutrición neuronal, con grandes expectativas de crecimiento. Este nuevo lanzamiento está pensando para mejorar 5 funciones cognitivas fundamentales: memoria, atención, aprendizaje, enfoque y razonamiento. Su fórmula incluye ingredientes de origen natural que ayudan a potenciar la capacidad cognitiva. "Este lanzamiento refleja nuestro compromiso inquebrantable con la excelencia y la innovación en el sector farmacéutico. En Teva Argentina seguimos un rumbo definido, impulsados por la innovación y la creación de productos diferenciados que cumplen con altos estándares de calidad a precios accesibles. Nuestras certificaciones nacionales e internacionales respaldan nuestros procesos, y estamos aumentando la inversión en investigación y desarrollo (I+D) para fortalecer nuestra planta de producción como un centro de exportación clave para toda América Latina" concluyó Faillace.

Acerca de Teva

El laboratorio Teva desarrolla y produce medicamentos para mejorar la vida de las personas desde hace 120 años (Teva Patients Behind the Numbers', April 25, 2019). Es uno de los líderes globales en medicamentos genéricos y de especialidad con una cartera de más de 35.000 productos en casi todas las áreas terapéuticas. Alrededor de 200 millones de personas en el mundo toman un medicamento de Teva todos los días gracias a que la compañía cuenta con una de las cadenas de suministro más complejas y grandes de la industria farmacéutica (Según Teva 2020 Environmental, Social and Governance Progress Report). Enfocado en los pacientes y cuidadores, el laboratorio Teva posee cerca de 300 medicamentos, con un marcado protagonismo en el área de Neurociencias, donde ofrece terapias innovadoras para tratar la migraña y la esclerosis múltiple. Su planta de producción elabora medicamentos para Argentina y otros países.

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

SanCor Salud: liderazgo, respaldo y flexibilidad



distingue a la empresa. En respuesta a las cambiantes necesidades del mercado y la situación económica actual, SanCor Salud se destaca como una compañía flexible. El liderazgo, la experiencia y la accesibilidad la hacen ser una de las opciones predilectas por los argentinos en el rubro. En un año desafiante, hace algunos meses presentaron sus nuevos planes Flex y Flex Digital, opciones emergentes que ofrecen una alternativa viable para aquellos que buscan mantener una cobertura de calidad sin comprometer su presupuesto.

Así es que con escucha permanente y activa, y estrategias acertadas, Daniel Gonzalez comparte que “El resultado de tanto trabajo es que año a año superamos los objetivos de venta, a pesar de las inesperadas coyunturas que hemos podido atravesar. Nuestra cartera se compone de un 84% del segmento individuo y un 16% del segmento empresas. Ganamos cuota de mercado en distintas provincias y quienes más nos eligen están en los rangos de 20 a 40 años. Seguimos en la construcción de puentes que nos lleven a nuevas conquistas”.

Innovación puesta al servicio

La industria de la salud está experimentando un cambio radical impulsado por avances tecnológicos y la demanda creciente de la personalización. En esto, SanCor Salud también está a la vanguardia. Con la implementación de soluciones digitales innovadoras, como plataformas de telemedicina, utilización de Big Data, y herramientas de gestión online, la empresa facilita el acceso a la atención médica y optimiza los procesos

nuevos desarrollos que generemos para fortalecer la propuesta de valor que brindamos como compañía” expresa Daniel Gonzalez, Director Comercial de SanCor Salud.

El core de su negocio: amplitud en planes

“La variedad de planes que ofrecemos en SanCor Salud garantiza que cada individuo y empresa encuentre una solución acorde a sus necesidades. Desde planes esenciales hasta la diferenciada línea Exclusive, pasando por la opción Gen pensada para los más jóvenes. Nuestro compromiso es decodificar las necesidades reales de la sociedad, y ofrecer cobertura integral para todas las personas y sus familias”, confiesa en detalle Daniel Gonzalez. Su segmento corporativo está diseñado en la misma sintonía que el resto de sus planes. Busca conocer la composición, situación y demandas de cada organización para ofrecer soluciones a medida, que contemplan médicos y ejecutivos individualizados para la atención y toda la plataforma virtual.

La adaptabilidad es otra cualidad que

Con medio siglo de experiencia avalando un servicio de calidad, SanCor Salud es hoy una de las tres prepagas líder en Argentina. La empresa creció a pasos agigantados. La transformación fue estructural y en la última década la compañía se posicionó entre las primeras opciones y triplicó su volumen pasando de 220.000 a 800.000 asociados. La accesibilidad de sus planes y su federalismo, se destacan entre los atributos del mercado, siendo una de las opciones más elegidas por los argentinos. Su crecimiento exponencial y sostenido tiene base en la amplia alternativa de coberturas, en su extensa red de prestadores médico-asistenciales que rodean los 200.000, y los más de 300 puntos de atención distribuidos a lo largo y ancho del país. “Cómo fue hasta ahora y seguramente como será en el futuro, los caminos de avances se seguirán nutriendo de los análisis que nosotros hagamos permanentemente de las necesidades del mercado y de nuestros asociados y de los

Sabemos que la palabra es importante. Quisimos pararnos desde un lugar proactivo, positivo y vimos en la campaña publicitaria la oportunidad de impulsar un mayor bienestar corriéndonos de mensajes más tradicionales.



Daniel Gonzalez, Director Comercial

administrativos. Esta apuesta por la digitalización refleja el ADN de SanCor Salud, el compromiso con mejora continua para brindar soluciones para los asociados.

A su vez, la empresa impulsa el diseño, el desarrollo y la aplicación de las herramientas de IA (inteligencia artificial). Un claro ejemplo es su servicio de atención virtual que permite que los asociados puedan chatear vía whatsapp y obtener información sobre diversas gestiones. Éste trata de un software de inteligencia artificial. También cuentan con un whatsapp conversacional, otra alternativa que prioriza la articulación de la instantaneidad y la personalización.

También vela porque los algoritmos estén alineados con la estrategia de innovación del grupo, que persigue mantenerlo a la vanguardia de las nuevas tecnologías y los modelos de negocio disruptivos, fomentando una cultura innovadora que impregna a toda la organización y promueve ambientes de trabajo motivadores que favorecen la generación de ideas y prácticas, justamente innovadoras.

En este sentido, su Director Comercial afirma “Nos ocupa poder dar una atención más accesible, eficiente y a medida de las necesidades de cada individuo”. Todo este vanguardismo está aplicado por un equipo altamente capacitado y una atención personalizada, la excelencia en la atención al cliente es uno de los pilares fundamentales de la compañía. La empresa se esfuerza constantemente por ofrecer servicios de calidad, garantizando un acceso rápido sosteniendo la humanidad que los caracteriza. Una reseña aparte merece su gestión sustentable que hace sólido y da cohe-

rencia a su compromiso de negocio. SanCor Salud está también entre las empresas referentes de responsabilidad social. Esto significa que su estrategia empresarial está alienada e integra a su estrategia de sostenibilidad y sus acciones repercuten positivamente en la sociedad. Esta empresa insignia es hoy una de las apenas 100 empresas que reportan año tras año en Argentina. Este año presentarán su 11° Reporte transparentando allí desde la ética de sus políticas y procesos hasta el aporte a las comunidades y el medio ambiente.

Campaña nacional

SanCor Salud se consolida como líder en el mercado de la medicina privada, combinando una sólida trayectoria, y una visión que busca adaptarse a las necesidades cambiantes de la sociedad tanto en las opciones concretas de coberturas como todo lo relativo a desarrollos de innovación.

En el mismo sentido va su mensaje comunicacional. “La buena salud es todo” es su nueva campaña comunicacional que fue lanzada recientemente y demuestra su mirada innovadora y creativa. La empresa de medicina privada fue más allá de la visión tradicional de salud lle-

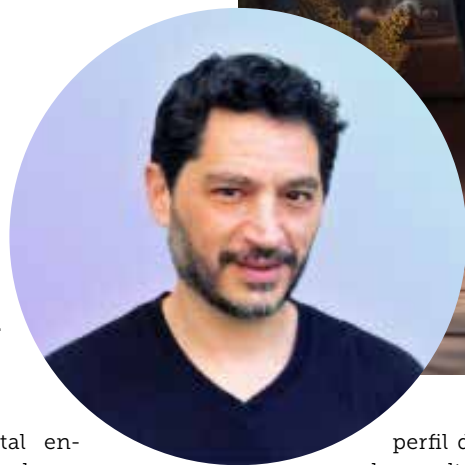
vando también en su comunicación la convicción que tiene del servicio.

El bienestar integral es un concepto muy intrínseco a SanCor Salud. Hace años lo propagan desde sus distintas unidades de negocio y desde sus mensajes. Hoy decidieron dar un paso más, e invitan al público a priorizar las prácticas diarias, que hacen bien; especialidades como “amigología”, “gustitoterapia”, “besoterapia”, “tranquilología” y aquellos pequeños momentos que nos suman en salud..

“Sabemos que la palabra es importante. Quisimos pararnos desde un lugar proactivo, positivo y vimos en la campaña publicitaria la oportunidad de impulsar un mayor bienestar corriéndonos de mensajes más tradicionales. Hay un contexto que pide mensajes más activos y funciones y eso hicimos. Nuestra nueva campaña nacional en mensaje con un alto nivel de atractivo; que de manera simple asocia de forma inmediata la importancia y prioridad que tiene la salud en nuestras vidas”, cierra Daniel Gonzalez.

Una invitación o un recordatorio a priorizar lo simple y humano que traerá seguramente una positiva respuesta social.

La nueva era del trabajo: innovación y talento



Por Federico Pineda
CEO de ITR



Es fundamental entender cómo la programación y el rol del programador han evolucionado, particularmente en estos últimos años en los que la tecnología ha pasado de ser una herramienta de apoyo a convertirse en el centro de muchas actividades productivas y comerciales. En el último tiempo hemos sido testigos de cómo la profesión de programador ha cambiado y se ha especializado, al tiempo que ha enfrentado importantes desafíos, como la escasez de talento calificado y la transformación hacia un entorno de trabajo predominantemente remoto.

El trabajo de programación es, en esencia, la creación, diseño y escritura de las instrucciones que permiten que los sistemas y aplicaciones funcionen en relación a un objetivo deseado. Cada aplicación que utilizamos en nuestro día a día, desde un simple mensaje en WhatsApp hasta una compleja plataforma de comercio electrónico, depende de líneas de código escritas por programadores.

Conforme fue avanzando el tiempo, el

perfil del programador se ha vuelto más especializado. Hace décadas, los programadores solían ser más generalistas, abarcando múltiples áreas. Hoy, hay una gran diversidad de especializaciones: desde expertos en desarrollo de interfaces de usuario (frontend), hasta aquellos que manejan el backend, donde se procesan los datos y la lógica de las aplicaciones. Además, hay nichos que demandan conocimientos específicos, como la inteligencia artificial (IA), el análisis de datos, la ciberseguridad, y la integración de plataformas, entre otros que exigen habilidades técnicas muy especializadas.

Formación diversa: El nuevo desafío Uno de los cambios más evidentes ha sido la diversidad en la formación necesaria para ser programador. Mientras que en el pasado era común que los programadores vinieran de carreras universitarias relacionadas con la ingeniería en sistemas o ciencias de la computación, hoy vemos una mayor variedad de rutas educativas. Los bootcamps, los cursos

cortos y las certificaciones en lenguajes de programación específicos han ganado popularidad permitiendo que más personas ingresen al mercado laboral con una preparación técnica acelerada pero enfocada. Por ejemplo, programas de formación interna como bootcamps dirigidos específicamente a mujeres ayudan a fomentar una mayor inclusión en el sector.

La escasez de talento: Un desafío permanente

A pesar de la creciente oferta de formación, aún existe una notable escasez de talento en el mercado tecnológico. Según el informe de CESSI del primer trimestre de 2024, el sector de la tecnología emplea a más de 140.000 personas en Argentina, de las cuales entre un 40% y un 50% son programadores. Sin embargo, la demanda sigue superando la oferta, lo que dificulta que las empresas encuentren el talento adecuado para cubrir sus vacantes. Este desequilibrio entre oferta y demanda se ha intensificado en los últimos años. Desde 2015 hasta 2023, el empleo

en el sector de desarrollo de software creció un 58%, mientras que el empleo en el sector privado general de Argentina apenas aumentó un 3,1% en el mismo período. Esta diferencia refleja no solo el impacto de la tecnología en el mercado laboral, sino también el ritmo vertiginoso de la evolución digital en comparación con otros sectores.

El trabajo remoto: Un nuevo horizonte de oportunidades

Uno de los cambios más importantes en los últimos años ha sido la posibilidad de realizar trabajo remoto. La pandemia de COVID-19 aceleró esta tendencia, y hoy en día, el sector tecnológico es uno de los que cuenta con la mayor cantidad de empleados trabajando de manera virtual. Por ejemplo, trabajar con colaboradores en distintas ciudades y regiones del país, antes hubiera sido un desafío logístico. Ahora, la geografía ya no es una limitación para encontrar talento. Este cambio ha tenido un impacto positivo en la disponibilidad de programadores, ya que las empresas ya no nece-

sitan limitarse a contratar personal en las grandes ciudades. Esto ha ampliado significativamente el número de personas que pueden trabajar en el sector, generando más oportunidades laborales en áreas que históricamente no habían tenido acceso a este tipo de empleos. La tecnología y la posibilidad de trabajar de forma remota han derribado barreras geográficas, permitiendo que los programadores puedan trabajar desde cualquier lugar del mundo.

Por supuesto, el trabajo remoto también trae aparejado el desafío de encontrar nuevos caminos para potenciar el contacto humano, antes logrado por el café o el almuerzo juntos, que permite generar equipos cohesionados con la mirada en alcanzar objetivos comunes.

Mirando al futuro: adaptación y crecimiento

El futuro del trabajo en tecnología seguirá transformándose a medida que nuevas herramientas como la inteligencia artificial, la capacidad en la nube o la ciencia de datos sigan evolucionando. Los pro-

gramadores continuarán jugando un papel crucial, no solo como generadores de código, sino como verificadores y aseguradores de la calidad y arquitectos de sistemas cada vez más complejos. Sin embargo, para capitalizar estas oportunidades, será necesario seguir fomentando la formación continua y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.

La programación seguirá siendo la piedra angular de la innovación tecnológica. El desafío es doble: primero, atraer y formar a más personas en este campo; y segundo, continuar desarrollando soluciones que respondan a las necesidades siempre cambiantes del mundo empresarial. Lo importante será estar comprometidos con la creación de un ecosistema tecnológico robusto, donde el talento humano y las nuevas tecnologías trabajen juntos para construir un futuro más digital, inclusivo y sostenible.

“Cobrá como quieras” la nueva campaña de Openpay by BBVA



Openpay, la plataforma de pagos de BBVA en Argentina, lanzó su campaña “Cobrá como quieras” que pone el foco en la versatilidad de sus opciones de pagos para comerciantes y emprendedores. Openpay se adapta a la manera que cada cliente maneja su negocio y brinda soluciones para pagos presenciales y online con beneficios exclusivos para quienes utilicen las tarjetas emitidas por BBVA. La campaña será 100% online centrada en Pymes, empresas y emprendimientos. “Esta campaña subraya nuestro enfoque en ofrecer a comerciantes y emprendedores una solución de cobro que se adapte a un mercado en constante cambio. Queremos que vean en nosotros un socio dinámico que entiende sus necesidades y los acompaña en el crecimiento de su

negocio. Openpay está en permanente transformación, mantiene el espíritu ágil de una fintech, pero con todo el apoyo, el aval y la experiencia que tiene el Grupo BBVA” dijo Juan Ormaechea, Head de Openpay Argentina. Ya son 60 mil los comercios que utilizan Openpay todos los días para procesar sus pagos tanto presenciales con mpas o QR como digitales con link de pago y las más recientes soluciones para e-commerce. El servicio está destinado a emprendedores, profesionales y empresas que comercializan productos y servicios y necesitan cobrar de modo presencial y online. Openpay se adapta a cada comerciante ya que no aplica comisión por mantenimiento o permanencia, las comisiones se aplican por cada operación que realice el cliente. Además permite que los comercios ofrezcan descuentos exclusivos y/o

cuotas sin interés a quienes paguen con tarjetas BBVA. Además cuenta con con “Open Control”, una herramienta global de con sistema inteligente para la prevención del fraude que permite realizar los pagos de manera segura y ofrece una Cuenta Digital (CVU) donde se puede recibir la acreditación de las ventas y es el comerciante o emprendedor quien puede optar por retirar el dinero o transferirlo sin cargo a una cuenta bancaria o digital.

IT: un desafío permanente para RRHH



Por Victoria Loza
Directora de Recursos Humanos de Adecco

certificaciones pagas (sobre todo en dólares; Cisco, Cloud, CCNA, CCNP, Salesforce), acceso a plataformas, educación IT e idiomas 100% cubiertos.

Carreras más demandadas

Una salida laboral con una amplia gama de oportunidades junto con sueldos elevados y un paquete de beneficios atractivos, hace que las carreras relacionadas al sector IT se vuelvan cada vez más atractivas para los jóvenes.

Entre las carreras y cursos más solicitados se encuentran aquellos que se centran en el desarrollo fullstack y la especialización en la nube.

Estos programas educativos capacitan a los estudiantes en el diseño interactivo de software (front end) y en la configuración de su infraestructura subyacente (back end). Además, se observa una creciente demanda en estudios centrados en experiencia del usuario (UX), análisis de datos, ingeniería de software y ciencia de datos, áreas que siguen expandiéndose vigorosamente en el mercado laboral.

Estos perfiles suelen ser los más selectivos y exigentes y, por la escasez y competencia con otros mercados, a nivel local tienen altas pretensiones salariales y de importantes beneficios. Los talentos bilingües son los más difíciles de reclutar.

El sector IT en Argentina sigue siendo uno de los motores más dinámicos y en expansión dentro del ámbito laboral. La demanda de profesionales calificados en tecnología y desarrollo de software ha crecido exponencialmente, impulsada por la digitalización y la innovación constante. Como cada año, Adecco Argentina elaboró su Guía Salarial, basada en un exhaustivo relevamiento de información sobre salarios en diversas empresas que varían en origen de capital, facturación, sector y ubicación geográfica. La investigación se llevó a cabo del 1° de marzo al 30 de abril de 2024, con la participación de 296 empresas nacionales e internacionales, abarcando 196 posiciones diferentes. En particular, el sector IT ha mostrado tendencias significativas en cuanto a salarios y bene-

ficios, destacándose por su dinamismo y crecimiento constante.

El mundo IT, un desafío permanente para la selección y el reclutamiento

Según especialistas de la División Technology de Adecco Argentina, los perfiles más desafiantes de reclutar son los especialistas en CRMs como SAP, Salesforce y los expertos en herramientas como IA, Cybersecurity, Mobile, Veeam y Data) que sean bilingües.

Que las empresas ofrezcan salarios en dólares facilita significativamente la búsqueda y la incorporación de estos perfiles. Más allá del pago en moneda extranjera, hay una serie de beneficios extra que atrae a este tipo de talento tan difícil de retener.

¿Qué beneficios demandan los profesionales en los roles especializados?

Entre los más comunes se destacan: bonos entre 2 y 3 veces al año, pagos de servicios (como internet, luz, etc.), vacaciones más largas que las de la LCT (más de 3 semanas), trabajo remoto, capacitaciones,

Conocimiento técnico vs habilidades blandas

En el mercado laboral actual, las habilidades blandas o soft skills están cobrando una importancia creciente en la industria IT. Aunque el conocimiento técnico sigue siendo crucial para los roles específicos, las habilidades blandas se están volviendo cada vez más valiosas debido a la mayor interacción entre equipos multidisciplinarios y la necesidad de una comunicación efectiva en entornos de trabajo colaborativos.

Más allá de la popularidad que ganaron las habilidades blandas, la escasez de empleados altamente calificados para ocupar puestos en la industria IT en Argentina es una realidad que enfatiza la importancia de las habilidades técnicas.

Shell

110 años en Argentina con inversiones y tecnología

SHELL CUMPLIÓ 110 AÑOS EN EL PAÍS EL PASADO 10 DE SEPTIEMBRE Y LO CELEBRÓ CONVOCANDO A ACTORES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO A INTERCAMBIAR VISIONES SOBRE EL FUTURO DE LA ENERGÍA EN EL PAÍS Y EL HORIZONTE DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA EN POS DEL DESARROLLO ARGENTINO.



Germán Burmeister

La empresa está invirtiendo 600 millones de dólares anuales en Vaca Muerta para expandir su producción 20% a los 70.000 barriles diarios. Del evento participaron gobernadores, funcionarios nacionales y ejecutivos de las principales empresas energéticas del país.

Participaron del evento el gobernador de Neuquén, Rolando Figueroa; el gobernador de Río Negro, Alberto Weretilneck; el vicejefe de Gabinete de la Nación, José Rolandi; el secretario coordinador de Energía y Minería, Daniel González; el secretario de Energía de la Nación, Eduardo Rodríguez Chirillo; el secretario de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación, Daniel Scioli; la vicegobernadora de la provincia del Neuquén, Gloria Ruiz; los diputados nacionales Carlos D'Alessandro y Osvaldo Llancafilo; el ministro de In-

fraestructura del Neuquén, Rubén Etcheverry; y referentes de primera línea de las compañías líderes de la industria y especialistas del sector energético.

110 años de liderazgo en la industria

La historia de Shell Argentina y del sector energético en el país han estado estrechamente vinculadas desde los inicios. La compañía se asentó en el país el 10 de septiembre de 1914, a solo 7 años del descubrimiento de petróleo en Comodoro Rivadavia en 1907, y desde entonces, estuvo a la vanguardia de cada nueva oportunidad energética que surgió en el país, aportando la eficiencia y la innovación que caracterizan a la compañía globalmente.

En más de un siglo de presencia en el país, Shell lideró el sector a través de toda su cadena de valor, desde la refinación,

distribución y venta de derivados como combustibles, lubricantes o aceites para automotores, aviación y navíos, bitumen para asfalto, y químicos (Downstream) hasta el transporte (midstream) y la exploración y producción de petróleo y gas onshore y offshore convencional y más recientemente, el no convencional en Vaca Muerta (Upstream).

Renovación del compromiso en Vaca Muerta

Con la oportunidad histórica que brinda Vaca Muerta, la empresa renovó durante el evento su compromiso y protagonismo en el desarrollo energético y económico del país en los años que vendrán.

La compañía lleva invertidos más de 3.000 millones de dólares en la cuenca a un ritmo anual actual de 600 millones de dólares. Su próxima meta es aumen-

tar en 20% su producción petrolera hasta alcanzar los 70.000 barriles diarios, posicionándose como una de las tres mayores productoras de petróleo no convencional en la cuenca. "Argentina tiene una oportunidad única en la transición energética. Con Vaca Muerta podemos ofrecerle al mundo la energía que muchos países demandan para desarrollarse, abastecer a sus poblaciones y descarbonizar sus matrices energéticas", señaló Germán Burmeister, presidente de Shell Argentina, Uruguay y Chile. Hay un potencial fantástico por delante –agregó-. El aporte del sector energético puede ser transformacional para el país".



"Argentina tiene una oportunidad única en la transición energética. Con Vaca Muerta podemos ofrecerle al mundo la energía que muchos países demandan para desarrollarse, abastecer a sus poblaciones y descarbonizar sus matrices energéticas."



Lo que dejó el primer semestre en el eCommerce: los expertos proyectan la recta final del 2024

Según CACE, la facturación del eCommerce alcanzó los \$8.555.918 millones de pesos en el primer semestre de 2024, marcando un incremento del 248% en comparación con el año anterior. Este crecimiento estuvo impulsado por categorías clave como Alimentos y Bebidas, Línea Blanca, y Herramientas y Construcción, y destacó la expansión del comercio digital en el interior del país.

El reciente informe de mitad de año presentado por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) revela cifras impresionantes para el comercio electrónico en Argentina. Con una facturación que superó los \$8,5 billones de pesos, el sector registró un crecimiento interanual del 248% en el primer semestre de 2024. Este incremento refleja la fortaleza del eCommerce como un pilar del consumo en el país, consolidándose en un contexto económico desafiante.

Análisis de los líderes del eCommerce sobre las categorías en auge y la expansión logística

Los principales actores del eCommerce en Argentina han analizado estas cifras con atención, destacando las categorías que más han contribuido a este crecimiento. Franco Tertzakian, CEO de Shipnow, señaló que "El crecimiento de la demanda ha sido significativo, especialmente en categorías como Alimentos y Bebidas, que han registrado un notable aumento en el volumen de envíos." Estas categorías han demostrado ser claves para la consolidación del eCommerce, adaptándose a las necesidades de los consumidores a través de la innovación y la eficiencia.

El informe de CACE también resalta la importancia de la logística en el sostenimiento de este crecimiento. Según Tertzakian, "Los envíos same day y next day crecieron un 373% respecto al primer semestre de 2023, lo que evidencia la creciente demanda por rapidez y eficiencia



Lorena Comino

en la entrega de productos." Este aspecto es crucial en un país con las particularidades geográficas de Argentina, donde la optimización de los procesos de entrega se convierte en un factor decisivo para el éxito del comercio electrónico.

La visión del B2B y el rol de la facturación electrónica en la seguridad

El segmento B2B también se ha beneficiado de este auge en el comercio electrónico. La seguridad en las transacciones online sigue siendo una prioridad para los líderes del sector. Lorena Comino, CEO de Facturante, comenta que "La facturación electrónica no solo simplifica el proceso de compra, sino que también actúa como una defensa esencial contra las estafas, mejorando la confianza de los usuarios en el comercio digital."

Según el informe de CACE, la adopción de la facturación electrónica ha sido clave para crear un entorno de mayor seguridad y confianza, lo que a su vez impulsa el crecimiento sostenido del eCommerce. CACE también ha destacado el rol de los medios de pago en la consolidación del eCommerce. Alfredo Parody, CEO de Presto Tienda, señala que "Las tarjetas de crédito continúan siendo el método de pago preferido por los argentinos en las compras online, lo que refleja la confianza y seguridad que brindan las plataformas digitales." Este cambio en los hábitos de



Franco Tertzakian

pago es un indicador clave de la madurez del mercado digital en Argentina.

Por otra parte, el informe muestra un notable crecimiento del eCommerce en el interior del país, con un 72% de los nuevos compradores online provenientes de fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Regiones como Córdoba, Santa Fe y Buenos Aires han visto un incremento significativo en la actividad de compra online, lo que demuestra la expansión del acceso al comercio digital en todo el territorio argentino.

Los datos presentados por CACE en su informe de mitad de año confirman que el eCommerce en Argentina está en una trayectoria ascendente, impulsado por la innovación, la expansión logística, y la adopción de nuevas tecnologías de pago y seguridad. Los líderes del sector coinciden en que, a pesar de los desafíos económicos, el comercio electrónico seguirá siendo un motor clave para la economía del país.

Con una base sólida y una tendencia al alza, el comercio electrónico en Argentina se perfila como un componente esencial del futuro económico del país.

SANCOR SEGUROS presentó una nueva campaña institucional



Hay momentos cruciales en los que una respuesta puede marcar la diferencia. Frente a un contexto vertiginoso y desafiante, donde las necesidades de los clientes son el eje de la estrategia de la compañía, las respuestas a dichas necesidades, se vuelven claves para brindar seguridad y tranquilidad a los asegurados. Con este espíritu, SANCOR SEGUROS lanzó su nueva campaña institucional, bajo el lema "El valor de dar respuesta".

Todos estuvimos frente un nuevo desafío, preguntándonos si estamos tomando la decisión correcta en momentos de plena incertidumbre. ¿Y si algo sale mal? ¿Quién va a estar para ayudarnos? Y es ahí donde las respuestas cobran un valor incalculable. Desde seguros para autos, hogar y comercio, hasta seguros de vida, esta campaña demuestra que la protección no tiene por qué ser complicada. Por el contrario, el seguro es esa tranquilidad que te permite disfrutar de la vida sin preocupaciones y que el foco pueda estar en lo importante.

"La idea detrás de esta campaña surgió al pensar en esos momentos de la vida en los que todos necesitamos una respuesta, una señal de que vamos por el camino correcto. Trabajamos en un nuevo concepto que refleje los valores de nuestra marca, esos que nos han permitido llegar a ser líderes del mercado asegurador. En nuestro ADN está brindar contención y atención a las necesidades de nuestros clientes. Y es esa capacidad de dar respuesta la que



Gabriela Marchisio

hemos desarrollado junto con nuestros productores asesores de seguros como nuestro gran diferencial", explica Gabriela Marchisio, Gerente de Clientes y Marketing de SANCOR SEGUROS.

A lo largo de los próximos meses, la aseguradora compartirá distintas piezas que se irán difundiendo en diversos canales y formatos. Desde spots en TV hasta contenidos en redes sociales y plataformas digitales, cada elemento de la campaña está pensado para estar donde sus clientes están, llevando ese mensaje de respaldo y seguridad a cada rincón y resaltando la capacidad de la compañía para acompañar a las personas en los momentos clave de la vida.

"El valor de dar respuesta" fue presentada oficialmente a sus colaboradores en un evento exclusivo que se transmitió online en el mes de agosto y en el que participaron empleados de todo el país. Asimismo, está siendo presentada a los Productores Asesores de Seguros, quienes desarrollan un papel clave para el Grupo Asegurador,



mediante una gira que incluirá todas las zonas de Argentina en donde la compañía tiene presencia, fiel a su estilo federal. Con esta campaña, SANCOR SEGUROS evoluciona y redefine su mensaje, reafirmando su compromiso de brindar soluciones personalizadas que se adaptan a las necesidades de cada cliente, sin importar la circunstancia.

Nuevo Presidente de Sancor Seguros

Se realizó la 78ª Asamblea General Ordinaria de Sancor Cooperativa de Seguros Limitada y durante el encuentro, que contó con la presencia de Delegados representantes de los Asociados de todo el país, se aprobaron los diferentes aspectos previstos en la convocatoria. Además, como ocurre luego del cierre de cada ejercicio económico, se procedió a la renovación del Consejo de Administración para el período 2024/2025, que para el cargo de Presidente, fue elegido Carlos Casto.

Supervielle Designación de Gustavo Manríquez como su nuevo CEO



Gruppo Supervielle anunció la designación de Gustavo Manríquez como CEO de Banco Supervielle. Este nombramiento marca, por un lado, el cierre del proceso de sucesión comunicado en abril, que reemplazará a Alejandro E. Stengel quien estuvo al frente del banco durante los últimos cuatro años y, por otro lado, el inicio de una nueva etapa cuyo objetivo es el crecimiento y el fortalecimiento del posicionamiento de Banco Supervielle como uno de los principales actores del sistema financiero.

Gustavo Manríquez llega a Banco Supervielle tras haber liderado Banco Macro como CEO y Gerente General desde 2016. Con más de 30 años de experiencia en el sistema financiero argentino, ha desempeñado diversas posiciones ejecutivas y ha impulsado el crecimiento de las organizaciones a través de alianzas estratégicas e innovación en soluciones digitales. Su trayectoria incluye roles en Scotiabank Uruguay y Citibank, tanto en Argentina como en el exterior.

En cuanto a sus objetivos para este nuevo desafío, Manríquez expresó: "Es un honor asumir la responsabilidad de liderar Banco Supervielle en esta nueva etapa de su historia. Estoy comprometido en continuar impulsando la innovación y el crecimiento que caracterizan a esta institución, trabajando junto al equipo para seguir brindando soluciones finan-

cieras que acompañen el desarrollo de nuestros clientes y las comunidades en las que operamos. Creo firmemente en el potencial de Argentina y en la capacidad de Banco Supervielle para ser un actor clave en la transformación económica del país."

Por su parte, Patricio Supervielle, Presidente y CEO de Grupo Supervielle, agradeció a Alejandro Stengel por su gestión: "En nombre del Directorio quiero agradecer a Alejandro por su significativa y exitosa contribución como CEO del Banco en estos 4 años que nos ha permitido transformar nuestro modelo operativo y avanzar en la construcción del banco del futuro" y destacó la llegada de Manríquez: "Mirando hacia el futuro, estoy entusiasmado con esta designación en el convencimiento de que Gustavo como nuevo CEO de Banco Supervielle, nos va a llevar a la próxima etapa de crecimiento del banco. Contamos con un equipo comprometido y estamos preparados para crecer bajo su liderazgo en esta nuevo ciclo de Argentina. Gustavo tiene amplias capacidades y una extraordinaria experiencia para lo que está por venir en Banco Supervielle, su ecosistema y sus alianzas en los próximos años. Somos optimistas sobre el futuro de nuestro país, el fortalecimiento de nuestra franquicia y el logro de nuestros objetivos estratégicos como motor de desarrollo económico en todas las comunidades donde interactuamos".



DEJÁ QUE LA INSPIRACIÓN TE LLEVE BIEN LEJOS

Nuestro amplio portfolio de productos de calidad para todos los sectores, se basan en la innovación y en las ultimas tendencias para que puedas inspirarte y dejarte llevar por tu libertad de creación: **Explorá, transformá y creá todo lo que quieras.**



www.sinteplast.com.ar

Instagram Facebook YouTube sinteplast

Sinteplast

INFINITAS POSIBILIDADES

No se espera una recuperación en las expectativas de empleo para el último trimestre



Luis Guastini

La Expectativa Neta de Empleo (ENE) para el último trimestre de 2024 es de +4%, demostrando así una disminución de 1 punto porcentual en la comparación trimestral.

El sector de Energía y Servicios Públicos lidera las intenciones de la muestra, con una ENE de +19%, seguido por Finanzas y Real Estate (+11%) e Industrias y Materiales (+11%).

La región que arroja la expectativa de contratación más fuerte es el Noreste Argentino con una ENE de +11%, mientras que la región de Cuyo reporta las intenciones más débiles, con una ENE de -5%. El trabajo de campo fue realizado entre el 1 y 31 de julio, mes en el que el Fondo Monetario Internacional (FMI) advirtió que la economía argentina caerá este año más de lo previsto.

ManpowerGroup presentó los resultados de la Encuesta de Expectativas de Empleo correspondiente al último trimestre de 2024, que refiere al período de octubre a diciembre. Los datos fueron obtenidos

tras encuestar a más de 700 empleadores argentinos, quienes reportaron una Expectativa Neta de Empleo (ENE) de +4% ajustado por estacionalidad, demostrando un declive de 1 punto porcentual en la comparación trimestral y de 6 puntos en la interanual.

La encuesta revela que el 33% de los empleadores planea aumentar sus dotaciones de personal, el 31% disminuirlas, el 32% no espera realizar cambios y el 4% 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.

"La recuperación en las expectativas de contratación sigue siendo un desafío en Argentina, ocupando nuevamente el último lugar en la región. Si bien algunos sectores, como Energía y Servicios Públicos, se muestran más optimistas, otras

industrias siguen enfrentando dificultades para aumentar sus nóminas" afirma Luis Guastini, Director General y Presidente de ManpowerGroup Argentina y Director de Talent Solutions para Latinoamérica.

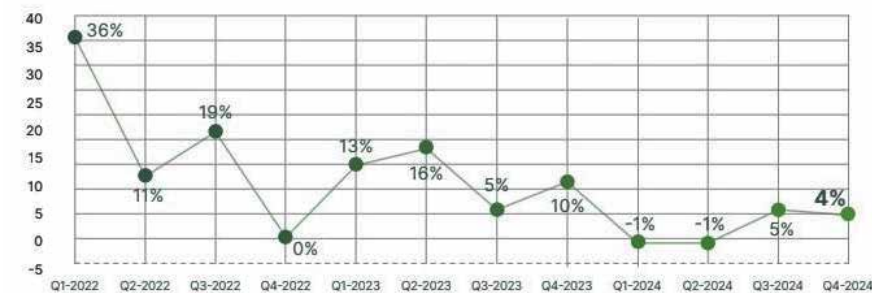
Comparaciones por sector

En seis de las nueve actividades económicas relevadas los empleadores esperan incrementar sus nóminas durante el último trimestre de 2024. El sector de Energía y Servicios Públicos lidera esta tendencia, con una ENE de +19%, seguido por Finanzas y Real Estate e Industrias y Materiales, ambos con una ENE de +11%. Mientras que quienes reportan las expectativas de contratación más débiles son Sanidad y Ciencias de la Vida, con una ENE de -8%, seguido por Bienes y Servicios de Consumo con una ENE de -3%.

En comparación con el tercer trimestre del 2024, las expectativas de contratación se fortalecen en cinco de los nueve

¿Qué cambios espera en el nivel de empleo de su lugar de trabajo durante el trimestre que finaliza en diciembre de 2024 en comparación con el trimestre actual?

Los empleadores argentinos consultados anticipan una Expectativa Neta de Empleo (ENE) para el cuarto trimestre de 2024 de +4%, demostrando así una disminución de 1 punto porcentual en la comparación trimestral y un declive de 6 puntos porcentuales en la comparación interanual.



La encuesta revela que el 33% de los empleadores planea aumentar sus dotaciones de personal, el 31% disminuirlas, el 32% no espera realizar cambios y el 4% restante no sabe si los realizará durante el periodo relevado.

sectores industriales relevados. El mayor incremento es reportado por Industrias y Materiales y Transporte, Logística y Automoción, que muestran un crecimiento de 9 puntos porcentuales, seguidas por Servicios de Comunicación y Energía y Servicios Públicos, que revelan un aumento de 4 puntos.

En la comparación interanual, las expectativas se fortalecen en cuatro de las nueve actividades económicas. El aumento más significativo se observa en Finanzas y Real Estate con 19 puntos porcentuales.

Comparaciones regionales

En dos de las seis regiones del país encuestadas, los empleadores esperan aumentar sus nóminas durante el último trimestre del 2024. El Noreste Argentino (NEA) lidera esta tendencia, con una ENE de +11%, seguida por el AMBA con una ENE +5%; mientras que la región de Cuyo y la Patagonia arrojan las expectativas de contratación más débiles, revelando una ENE de -5% y -3% respectivamente.

En comparación con el periodo relevado anteriormente, los resultados de la Encuesta indican que las intenciones de contratación aumentan en dos de las seis regiones. La región Pampeana encabeza

esta tendencia con un incremento de 2 puntos porcentuales, seguida del AMBA, con una mejora de 1 punto. Por otro lado, la región de Cuyo muestra un decrecimiento de 20 puntos porcentuales.

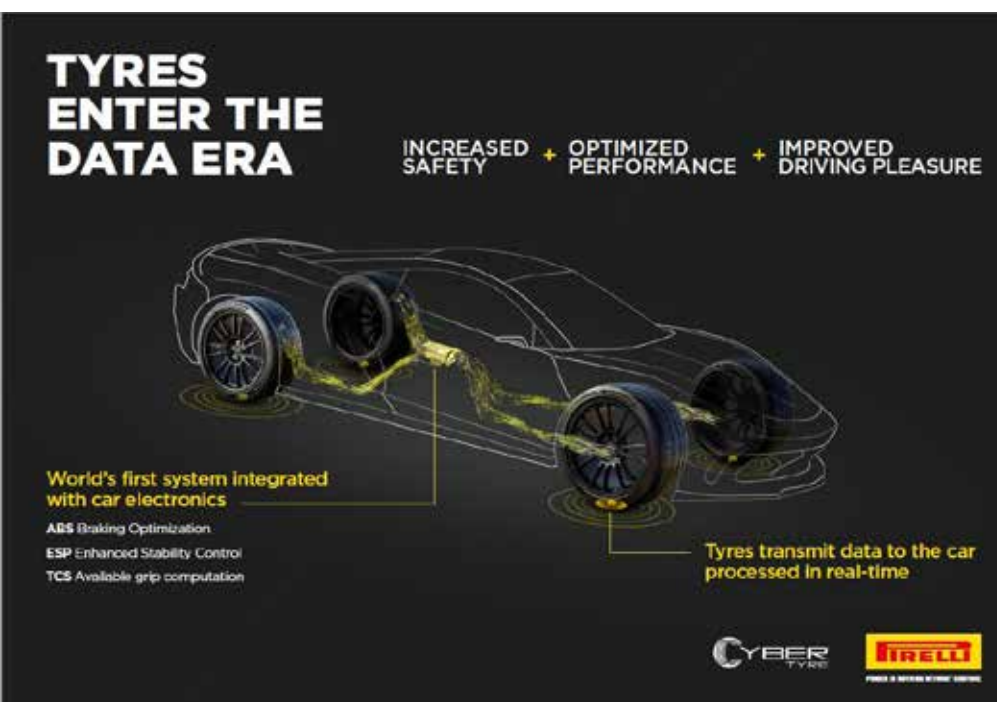
En la comparación interanual, las expectativas de contratación se debilitan en las seis regiones. El declive más significativo se observa en la Patagonia con 30 puntos porcentuales, seguido por la región Pampeana con 9 puntos.

En el resto del mundo

En América, los empleadores de los doce países relevados esperan aumentos en sus expectativas de contratación para el último trimestre de 2024. Costa Rica presenta las expectativas más altas de la región (+36%), seguido por Estados Unidos (+34%) y Brasil (+32%). Por el contrario, Argentina es el país que arroja las intenciones más débiles de la región (+4%), seguido por Chile (+8%) y Puerto Rico (+13%).

A nivel mundial, los empleadores proyectan aumentar sus nóminas en los 42 países y territorios encuestados.

Bosch y Pirelli firman cooperación de desarrollo tecnológico para neumáticos inteligente



Pirelli y Bosch han firmado un acuerdo de desarrollo conjunto. Su objetivo es crear conjuntamente nuevas soluciones basadas en software y funciones de conducción gracias a sensores integrados en los neumáticos, también conocidos como sensores in-tyre. Para los conductores, esto significa mayor seguridad, confort y sostenibilidad, así como una mejor dinámica de conducción. Bosch y Pirelli comparten la visión de trabajar a largo plazo y tienen la intención de explorar juntos una lógica mejorada de computación de señales de los neumáticos como entrada potencial para los controladores dinámicos mejorados de los vehículos.

Pirelli Cyber Tyre es el primer sistema del mundo basado en neumáticos con sensores integrados que recogen datos y los transmiten al vehículo para ser procesados en tiempo real. Bosch ya ha desarro-

llado una aplicación ESP específicamente adaptada a los neumáticos Pirelli en un primer proyecto conjunto con el fabricante de hipercoches Pagani Automobili. La tecnología «Pirelli Cyber Tyre» en el Pagani Utopia Roadster transmite informaciones importantes sobre los neumáticos a la unidad de control del ESP. Esto permite un uso óptimo de las propiedades y prestaciones individuales de los neumáticos, proporcionando una mayor seguridad y unas condiciones de conducción adaptadas.

Como proveedor mundial de tecnología y servicios, Bosch aporta su experiencia en hardware y software a nivel de sistema a la cooperación para el desarrollo. Bosch también es líder en tecnología de sensores MEMS (sistemas microelectromecánicos) y desarrolla y fabrica sensores de presión de neumáticos que utilizan el estándar «Bluetooth Low Energy» (BLE). Mediante la fusión de esta experiencia con las tecnologías de dispositivos en el neumático de Pirelli - tanto hardware como software, algoritmos y modelado de neumáticos, será posible recoger, procesar y transmitir datos de los neumáticos en tiempo real para proporcionar parámetros para el sistema de control electrónico del vehículo, utilizando BLE con muy bajo consumo de energía. Pirelli y Bosch pretenden ahora explotar la tecnología MEMS de Bosch para aplicaciones en los neumáticos.

- 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

Mastellone

“Compromiso con la comunidad”



Mariano Elli

Mastellone Hnos., líder en calidad e innovación, dió comienzo a un nuevo ciclo de talleres de su iniciativa de Sustentabilidad y Reciclado. La compañía desarrolló este programa con el fin de informar y concientizar a los jóvenes sobre la problemática de los residuos en el mundo brindando herramientas de reciclado para contribuir a un mejor tratamiento del tema en los hogares.

La actividad está destinada a chicos de 5to y 6to grado, de escuelas públicas y privadas de la localidad. Este año estarán realizando talleres en Villa Mercedes, Trenque Lauquen y General Rodríguez, mientras que llegarán por primera vez a Canals, Córdoba.

“Nos pone muy contentos poder llevar estas actividades a las instituciones que forman parte las localidades donde operamos. Son una gran oportunidad para continuar reforzando nuestro compromiso con la sustentabilidad y la educación, mientras le brindamos herramientas reales a la comunidad sobre economía circular, promoviendo la reutilización, el reciclaje de materiales y recursos y además el compostaje”, comenta Mariano Elli, Jefe de Relaciones con la Comunidad de Mastellone.



En el marco de los talleres, el equipo de Relaciones con la Comunidad de la empresa brinda consejos sobre reciclaje y se conversa sobre cómo se trabaja en la empresa para clasificar los residuos y generar menor impacto en el ambiente. Así, como cierre de la actividad se arman macetas con los potes de queso untado y Dulce de Leche, usando además compost que se genera con residuos orgánicos de la compañía y semillas de distintos vegetales.

En el marco de su 95° aniversario, Mastellone Hnos., empresa nacional líder en la elaboración y comercialización de pro-

ductos lácteos, sostiene su compromiso de acercar a todos los argentinos productos de primera calidad e innovadores que se adaptan a las necesidades del mercado. De esta forma, la compañía continúa trabajando como desde hace más de nueve décadas para incentivar el desarrollo del sector lácteo y acompañar el crecimiento del país.

Telecom

y la gestión sustentable de sus acciones



María Constanza Ferrer
Gerente de Sustentabilidad



¿Cómo interpreta su empresa el Medio Ambiente y la Sustentabilidad?

Telecom Argentina es hoy una empresa de tecnología, que acompaña y potencia la vida de 33 millones de clientes, ofreciendo una experiencia integral y un ecosistema de servicios digitales y de entretenimiento. Desarrollamos nuestras actividades teniendo en cuenta el impacto global de nuestra operación y una gestión sustentable integrada al negocio, sustentada en el respeto al medio ambiente y el uso positivo de la tecnología.

Contamos con un marco que potencia nuestro compromiso con la sustentabilidad, alineando los principios rectores en la toma de decisiones estratégicas así como el desarrollo de nuestras actividades. Este marco está conformado principalmente por la Política de Sustentabilidad, la Política Ambiental y la Estrategia de Economía Circular, entre otros.

Los indicadores más relevantes de la gestión de Telecom se dan a conocer a todos sus públicos en la Memoria Anual Integrada, que se elabora siguiendo los estándares internacionales en aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo de The International &IR> Framework de Fundación IFRS, Global Reporting Initiative (GRI) y Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Trabajamos en reducir la huella ambiental de todas nuestras actividades, con iniciativas vinculadas, por un lado, en la eficiencia energética de nuestras operaciones y en la cadena de valor, la adopción de ener-

gías más limpias, gestión de los riesgos climáticos e identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico. Por otro, promovemos la economía circular como vehículo para aprovechar al máximo los recursos materiales de los que disponemos para extender su ciclo de vida.

¿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 y proveedores?

Algunos de los hitos de gestión sostenible más recientes son el lanzamiento de tarjetas SIM sustentables para dispositivos móviles, carbono neutrales y hechas de materiales 100% reciclados; la incorporación a nuestra matriz energética de fuentes de energía renovable que representan aproximadamente un 22% del consumo total anual de la compañía; y la incorporación de packaging realizado con plástico reciclado para la distribución de los productos vendidos a través del e-commerce Tienda Personal.

También generamos eventos internos 100% carbono neutrales, a modo de inicio del camino hacia la neutralidad de carbono de nuestras actividades.

¿Qué acciones concretas pudieron realizar en 2023 y que proyectan para este año?

En lo que respecta al aporte social, nuestra estrategia promueve la utilización de la

tecnología como herramienta para la formación de habilidades digitales, buscando acortar la brecha digital.

Este año cumplimos 10 años de formación en tecnología, demostrando nuestro compromiso con la inclusión digital, y con la promoción del acceso a habilidades y competencias digitales, a partir de propuestas gratuitas de formación en tecnología para jóvenes, niños, niñas, adolescentes, docentes y familias.

Los programas más representativos de Telecom son Nuestro Lugar, un proyecto integral que promueve el uso positivo, responsable y creativo de la tecnología en el ámbito educativo; digitalers, talleres gratuitos de formación en oficios digitales para jóvenes, y chicas digitalers, talleres de programación 100% gratuitos para chicas de 13 a 17 años, que buscan reducir la brecha de género en tecnología.

Mercedes-Benz Camiones y Buses



Mercedes-Benz Camiones y Buses renueva su compromiso con la Fundación Profesional para el Transporte (FPT), brazo académico de la Federación Argentina de Entidades Empresarias del Autotransporte de Cargas (FADEEAC). La empresa de la estrella es aliada de la ONG desde 2014, cuando inauguró el Centro de Capacitación "Rogelio Cavalieri Iribarne" en Escobar, y entregó el primer camión escuela para la capacitación práctica dictada por la Institución.

La renovación de la unidad constituye una contribución a la formación, capacitación y profesionalización de los conductores en el país, y forma parte de su estrategia ESG (Environmental Social Governance) con eje en la promoción de la seguridad y eficiencia del transporte de cargas por las rutas argentinas.

La entrega del nuevo camión de Mercedes-Benz se realizó en el Centro de Capacitación Profesional "Rogelio Cavalieri Iribarne", ubicado en el Km 58 de Panamericana Ramal Escobar, donde FPT dic-

ta el Curso de Conducción Profesional (CCP), una de sus múltiples propuestas académicas de profesionalización para el sector del transporte. Durante el acto de entrega, se destacó la presencia de las autoridades de FPT: Aníbal Goichik, Presidente; Guillermo Canievsky, Secretario; y Daniel Villa, Tesorero, quienes recibieron las llaves del Atego 1729 S/36 de manos de Gonzalo Rodiño, gerente de Relaciones Institucionales de Mercedes-Benz Camiones y Buses. Rodiño expresó: "Estamos convencidos de que la capacitación es fundamental para contribuir a una movilidad segura y eficiente en el transporte de cargas."

Reafirmamos nuestro compromiso de acompañar a los conductores argentinos en su desarrollo profesional, brindándoles los mejores productos y conocimientos para enfrentar los desafíos del transporte pesado".

El Atego 1729 S/36, producido en Argentina, se destaca por su transmisión Mercedes PowerShift G 211-12, totalmente automatizada con 12 marchas hacia adelante



y 2 hacia atrás, que permite un manejo más eficiente y un significativo ahorro de combustible. Su diseño optimizado asegura una larga vida útil y mayor versatilidad en la conducción, adaptándose a las necesidades específicas de cada conductor.

Por su parte, Aníbal Goichik, Presidente de la Fundación Profesional para el Transporte, expresó: "La incorporación del camión Atego 1729 S/36 a nuestra flota de entrenamiento es un gran paso adelante para la formación de conductores en Argentina. Agradecemos a Mercedes-Benz Camiones y Buses por su apoyo constante y por contribuir a que más choferes puedan capacitarse con herramientas de última tecnología".

Mercedes-Benz Camiones y Buses continúa trabajando para garantizar que los conductores de todo el país estén preparados para operar con los más altos estándares de seguridad y eficiencia. Con el valor de la seguridad como norte, la empresa resalta la importancia del esfuerzo mancomunado de todos los actores que transitan calles, rutas y autopistas, considerando este esfuerzo esencial para lograr avances significativos en la seguridad vial.



Acerca de la Fundación Profesional para el Transporte

La Fundación Profesional para el Transporte, creada por FADEEAC en 1992, es una institución dedicada a la investigación y formación continua de recursos humanos para todos los niveles del sector de la logística y el transporte de cargas.

Su Red Nacional de Capacitación está compuesta por más de 80 Unidades Evaluadoras a lo largo y ancho de todo el país, más de 200 aulas-taller, y un Centro de Capacitación Profesional de 27 hectáreas, ubicado en Escobar. A la fecha se han brindado 4 millones de capacitaciones.

El 18 de septiembre de 2014 la FPT y FADEEAC inauguraron formalmente el Centro de Capacitación Profesional para el Transporte "Rogelio Cavalieri Iribarne". El mismo cuenta con una pista interna de práctica y entrenamiento de 1600 m, playa de maniobras de 3600 m² y, también, una pista off-road. En FPT se dictan más de 10 tipos de capacitaciones diferentes y evaluaciones psicosenso-métricas.

Sinteplast

Colorshop, inclusión y accesibilidad



Ezequiel Reilly

En el marco de su 25° aniversario, Colorshop, la cadena líder en pinturerías, da un paso significativo hacia la inclusión y la accesibilidad al incorporar Háblalo, una innovadora aplicación para personas con discapacidad comunicacional. Este avance convierte a Colorshop en la primera cadena de pinturerías en ofrecer esta solución accesible en todas sus sucursales a nivel nacional. Con esta nueva colaboración, Colorshop busca garantizar que todos sus clientes, independientemente de sus habilidades comunicativas, puedan disfrutar de una experiencia de compra sin barreras. Háblalo es una herramienta de comunicación desarrollada por Asteroid Technologies con el objetivo de asistir a personas con dificultades para hablar o escuchar, permitiéndoles expresarse de manera efectiva y realizar consultas en cualquiera de sus tiendas. Háblalo es una solución de vanguardia que ha transformado la comunicación para más de 450,000 personas en los cinco continentes. Disponible en 59 idiomas y de uso gratuito, la aplicación facilita la subtítulos del entorno para quienes no pue-

den oír y proporciona una voz a quienes tienen dificultades para hablar. Además de contar con atajos y pictogramas para facilitar la comunicación. Esta tecnología tiene el potencial de impactar positivamente a más de 500 millones de personas con discapacidades comunicativas en todo el mundo. "El aniversario es la oportunidad perfecta para continuar con nuestro proceso de crecimiento y qué mejor que hacerlo inclusivamente de la mano de Háblalo para así poder llegar a más personas", destacó Ezequiel Reilly, gerente de Retail de Sinteplast. "Este es un paso más para hacer de Colorshop no solo la única cadena con presencia en todo el país sino también la única del sector en unirse a Háblalo para que los colores transformen realidades inclusivamente", finalizó. Por su parte, Mateo Salvatto, fundador de Asteroid Technologies y creador de la aplicación Háblalo, expresó su emoción sobre este nuevo acuerdo "Mi sueño es un mundo donde la comunicación sea accesible para todos. La decisión de Colorshop de integrar Háblalo es un gran paso hacia ese futuro, demostrando que un cambio real



es posible y depende de nosotros."

A partir de ahora, todos los clientes que necesiten asistencia comunicativa podrán utilizar Háblalo en cualquier tienda de Colorshop en el país. Esta iniciativa subraya el compromiso de la empresa de crear un entorno más accesible e inclusivo, celebrando su aniversario con un gesto significativo hacia la comunidad.

Acerca de Colorshop

Colorshop es la cadena de pinturerías más grande de Argentina. Con casi 300 sucursales distribuidas en todas las provincias del país, una tienda online líder en el mercado del e-commerce y presencia en Bolivia, Uruguay, Paraguay, Brasil y Chile. Cuenta con el respaldo de Sinteplast y toda su línea completa de productos que abarca arquitectónica, automotor, industria y construcción.

Acerca de Asteroid Technologies

Cofundada por Mateo Salvatto, Laura Muchnik y Sergio Cantarovici, Asteroid permite a todo tipo de organizaciones crear un entorno inclusivo y accesible. Su solución Háblalo es utilizada por más de 450.000 personas de forma gratuita y Háblalo for Business (nuestro servicio B2B) es

una nueva rampa digital para facilitar la experiencia de clientes de diversos sectores: entidades financieras, retailers, locales gastronómicos, líneas aéreas, hoteles, espacios de entretenimiento, clubes y estadios, y sector público, como por ejemplo el Banco Santander, Banco Galicia, Burger King, Samsung, Disney, Remax, Nespresso, Flybondi, Colorshop, Changomas, el Club Atlético River Plate, Grupo San Cristóbal, Museo Moderno, ALPI, AMIA y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entre muchos otros.

La misión de Asteroid, recientemente invertida por Globant Ventures, es conectar a las entidades privadas y públicas con sus potenciales audiencias desde una perspectiva de accesibilidad universal. Y su modelo de negocio está enfocado en el desarrollo de nuevas tecnologías para la asistencia gratuita a personas con discapacidad, generando un gran impacto social a partir de brindar nuevas oportunidades para que empresas y gobiernos puedan ser cada vez más inclusivos.

Acerca de Sinteplast

Es una empresa argentina con presencia en Latinoamérica que nació como un sueño familiar y que hoy se compone de más

El aniversario es la oportunidad perfecta para continuar con nuestro proceso de crecimiento y qué mejor que hacerlo inclusivamente de la mano de Háblalo para así poder llegar a más personas



de 1.500 colaboradores que comparten la ilusión, la pasión y el esfuerzo de construir un mejor futuro. Cuenta con más de 180 líneas de producto y más de 6.500 artículos para los rubros arquitectónico, industrial, construcción y automotor. La innovación es su sello y reinvierte constantemente para cumplir el objetivo de ser los mejores. Investiga, crea nuevos productos, mejora fórmulas, descubre nuevas maneras de hacer para lograr la más alta tecnología aplicada en los procesos productivos y así garantizar la calidad en cada etapa de la cadena de valor. Cuenta con más de 66 años en el mercado, 13 plantas industriales y operaciones en Argentina, Brasil, Bolivia, Paraguay y Uruguay.

Laboratorio Merck



Marcelo Ponte, Director General

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

En Merck, nos preocupamos por el mundo en el que vivimos y el impacto que nuestro negocio tiene en la sociedad, nuestros clientes, nuestros pacientes y nuestra gente. Creemos que podemos aprovechar la ciencia y la tecnología para ayudar a abordar muchos desafíos globales. Estamos convencidos de que el espíritu empresarial sostenible y el crecimiento rentable van de la mano y sólo podemos asegurar nuestro propio éxito creando también un valor añadido duradero para la sociedad.

Para Merck, el éxito de nuestros esfuerzos de sustentabilidad depende de cada uno de los colaboradores, que tiene la responsabilidad de actuar de manera individual y considerar la sustentabilidad al tomar decisiones comerciales.

Como compañía comprometida con el cuidado de la salud y las ciencias de la vida, queremos contribuir con el logro de los objetivos de las Naciones Unidas para el 2030, en el desarrollo sustentable del mundo, en las áreas en las que podamos tener mayor impacto, respetando los límites de nuestro planeta y creando un mundo de prosperidad para todos.

Adoptamos formas flexibles de trabajo y diversidad, y mitigamos activamente el cambio climático.

Creemos que es muy importante contribuir con la sociedad a través de proyectos que impacten en el progreso educativo y el bienestar de las comunidades y con la contribución sustancial del trabajo voluntario de los colaboradores. Asumimos esta responsabilidad porque tenemos la convicción de que podemos realizar un aporte valioso y genuino a la comunidad en pos de crear una sociedad inclusiva, justa y con más oportunidades.

Estamos comprometidos en tres pilares fundamentales: Dedicados al progreso humano: La investigación científica y las nuevas tecnologías son cruciales para superar los desafíos globales. Con nuestros medicamentos, ayudamos a las personas a estar saludables o a controlar mejor una enfermedad. Trabajamos para que toda la

sociedad tenga acceso a nuestros productos.

¿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 y proveedores?

Creando cadenas de valor sostenible: Hemos desarrollado una herramienta para evaluar los impactos positivos y negativos de nuestras actividades en la sociedad. Examinamos siete aspectos a lo largo de toda la cadena de valor: medio ambiente y sostenibilidad, creación de valor (valor económico), salud y bienestar del consumidor, digitalización y protección de datos, valores y ética, gobernanza y compromiso social.

Asumimos responsabilidad por nuestros productos, el medio ambiente y las personas que nos rodean, especialmente los empleados y las comunidades en las que operamos. La seguridad y la ética son tan importantes como el éxito en los negocios. Reduciendo nuestra huella ecológica: Todos nuestros procesos de producción tienen un compromiso con el cuidado del medioambiente, la reducción del consumo de materias primas, agua, energía, emisiones y residuos.

La intención es que todos los empleados de Merck contribuyan con las prácticas que reducen el impacto ambiental o generan un impacto ambiental negativo.

¿Qué acciones concretas pudieron realizar en 2023 y que proyectan para este año?

Algunas de nuestras iniciativas y proyectos de este año y a futuro: Con el objetivo de ser una compañía carbono neutral en 2040 y de cumplir con el compromiso asumido de consumir el 80% de energías renovables a nivel mundial en 2030, Merck adquirió en Argentina certificados internacionales de energías renovables (IRECs, por sus siglas en inglés), equivalentes al 100% del consumo de energía eléctrica del año 2022 en sus tres instalaciones en Argentina. Estamos instalando paneles solares en la sede de Carlos Spegazzini, lo que contri-



buirá a reducir el consumo eléctrico al 50% y permitirá ahorrar 350 toneladas de CO2 por año, en total 9.000 toneladas en toda la vida útil del proyecto por 25 años.

Este año finalizó el proyecto "Chicas con Futuro", para adolescentes y jóvenes en el Partido de Ezeiza - donde Merck tiene una de sus plantas -, resultado de un trabajo colaborativo de ONU Mujeres Argentina, la Fundación SES, el Municipio de Ezeiza, la Fundación de la Familia Merck y otras entidades y organizaciones sociales. El proyecto duró dos años y logró cumplir con el objetivo de mejorar las habilidades para la vida y los proyectos ocupacionales en adolescentes y mujeres jóvenes en Ezeiza, promoviendo su autonomía en aspectos físicos, económicos y en la toma de decisiones. Se lograron ampliar así las oportunidades de inserción laboral.

Otras iniciativas implementadas

Instalamos estaciones de reciclaje en todas las sedes de la empresa para separar los residuos y minimizar el impacto ambiental. Contamos con una campaña interna para el reciclaje de residuos electrónicos y ba-

terías. Promovemos la reutilización de plásticos, placas, metales y la destrucción controlada de aquellos que no se pueden reutilizar.

Transformamos el uso de productos descartables de uso cotidiano en otras alternativas como por ejemplo la entrega de vasos reutilizables a todos los empleados.

En el año de 2023, reciclamos aproximadamente 4.300 kg de papel. Recogimos alrededor de 600 tapitas plásticas.

Sustituimos el papel de nuestras impresiones por una opción ecológica elaborada 100% con caña de azúcar, configuramos las impresoras para impresión doble faz y reciclamos el papel en desuso.

Para lograr un consumo eficiente de energía eléctrica, se instalaron sensores de movimiento y reguladores automáticos en interruptores de luz; y la utilización de sistemas de iluminación LED en diferentes áreas de las plantas.

Asumimos responsabilidad por nuestros productos, el medio ambiente y las personas que nos rodean, especialmente los empleados y las comunidades en las que operamos. La seguridad y la ética son tan importantes como el éxito en los negocios.

Reduciendo nuestra huella ecológica: Todos nuestros procesos de producción tienen un compromiso con el cuidado del medioambiente, la reducción del consumo de materias primas, agua, energía, emisiones y residuos.

BMW

BMW MOTORRAD ARGENTINA RENUEVA FAMILIA GS



Semanas después del lanzamiento de la BMW R 1300 GS, la renovación de la gama GS continúa en el segmento mediano con el arribo de las BMW F 900 GS, BMW F 900 GS Adventure y BMW F 800 GS bicilíndricas, modelos que también presentan una actualización importante y ahora ofrecen, entre otras cosas, nuevo motor, un mayor nivel de equipamiento de serie y renovadas propuestas.

“Este es el año de las GS y significa una renovación muy completa del segmento Adventure en Argentina, con tres modelos que apuntan a perfiles de uso diferentes sin abandonar la polivalencia. La nueva gama cubre un amplio espectro que abarca tanto a los clientes tradicionales de la marca como a nuevos usuarios que descubrirán por primera vez el mundo BMW”, asevera respecto al lanzamiento Gabriel Costa, responsable de BMW Motorrad Argentina.

BMW y Toyota trabajan en Vehículos Eléctricos de Celdas de Combustible (FCEV) para vehículos de pasajeros

BMW Group y Toyota Motor Corporation están uniendo sus esfuerzos de innovación y sus capacidades tecnológicas para llevar a las calles una nueva generación de tecnología de tren motriz con celdas de combustible. Ambas compañías comparten la aspiración de avanzar en la economía del hidrógeno y han extendido su colaboración para impulsar esta tecnología de cero emisiones locales al siguiente nivel.

“Este es un momento clave en la historia automotriz: el primer vehículo de producción en serie con celdas de combustible ofrecido por un fabricante global premium. Impulsado por hidrógeno y movido por el espíritu de nuestra cooperación, este subrayará cómo el progreso da forma a la movilidad futura y marcará el inicio de una

era de demanda significativa de vehículos eléctricos de celdas de combustible”, dijo Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

Koji Sato, Presidente y Miembro del Consejo de Administración (Director Representante) de Toyota Motor Corporation, dijo: “Nos complace que la colaboración entre BMW y Toyota haya entrado en una nueva etapa. En nuestra larga historia en conjunto hemos confirmado que BMW y Toyota comparten la misma pasión por los automóviles y la creencia en la ‘apertura tecnológica’ y un enfoque de ‘múltiples vías’ hacia la neutralidad de carbono”

“Este es el año de las GS y significa una renovación muy completa del segmento Adventure en Argentina, con tres modelos que apuntan a perfiles de uso diferentes sin abandonar la polivalencia. La nueva gama cubre un amplio espectro que abarca tanto a los clientes tradicionales de la marca como a nuevos usuarios que descubrirán por primera vez el mundo BMW”, asevera respecto al lanzamiento Gabriel Costa, responsable de BMW Motorrad Argentina.

CNH

CASE IH SE EXPANDE EN LA REGIÓN PAMPEANA



Siguiendo el pilar de cercanía y experiencia con el cliente, Case IH, marca de CNH, fortalece su relación con productores y contratistas de la región con la inauguración de la nueva sucursal de Trayken en la ciudad pampeana de Macachín.

El concesionario nace en 2009 con el objetivo de acercar a los productores agropecuarios los mejores equipos y novedades tecnológicas para potenciar sus resultados. En Macachín, localidad del centro-este de la provincia de La Pampa, en Ruta 18 y circunvalación, se encuentra ubicado el nuevo punto de atención, elegido estratégicamente por ser en un lugar accesible y conveniente para los clientes agrícolas.

“Ofrecemos una amplia gama de maquinaria agrícola, desde tractores hasta equipos especializados, permitiendo a los clientes encontrar todo lo que necesitan en un solo lugar. Buscamos brindar un excelente servicio al cliente, antes, durante y después de la venta. Esto incluye asesoramiento técnico, capacitación en el uso de las máquinas y soporte posventa efectivo”, destacó Antonela Rainone, Responsable del área de marketing y comunicación digital. Actualmente, Case IH cuenta con 21 concesionarios y 27 sucursales, sumando un total de 48 puntos de venta distribuidos por todo el país, donde ofrece una experiencia única a productores y contratistas de cada provincia argentina.



“Con el fin de estar más cerca y mejorar la experiencia de nuestros clientes, nuestra red continúa expandiéndose y renovándose cada día, con más sucursales e instalaciones modernas, para satisfacer las altas expectativas de los productores de la región”, afirmó Marcos Foti, Responsable de Desarrollo de Red de la marca.

FORD ARGENTINA

FUERON PRESENTADAS LA F-150 RAPTOR, LA RANGER BLACK Y EL NUEVO MUSTANG DE SERIE

Ford Performance presentó en Argentina a la Nueva F-150 Raptor, la versión más extrema de la pick-up más vendida de los Estados Unidos por los últimos 47 años, y que marcó un antes y un después en materia de camionetas deportivas.

La Nueva F-150 Raptor es la cúspide de la familia Raza Fuerte en términos de capacidad off-road, robustez y tecnología. Esta evolución equipa un potente motor 3.5L V6 Ecoboost bi-turbo que eroga 456 CV y 691 NM de torque, y que entrega prestaciones deportivas en cualquier tipo de terreno.

F-150 Raptor, ya está disponible en Argentina

La Nueva F-150 Raptor llega a la Argentina importada de los Estados Unidos y está disponible en cuatro colores: Negro Ebony, Blanco Oxford, Azul Metal y Gris Avalanche. Se encuentra disponible en los concesionarios de Ford Argentina de todo el país.



Ranger Black

Ford Argentina presentó la Ranger Black, una nueva versión que se destaca por ofrecer un diseño exclusivo en el interior y exterior, combinado con un mayor nivel de equipamiento y confort para los usuarios que buscaban una opción 4x4 con transmisión manual. La Nueva Ranger Black adopta múltiples novedades de diseño, como la barra San Antonio aerodinámica y carcasas de espejos en color gris oscuro, estribos laterales y un interior con acabados oscuros y tapizados de cuero ecológico. Además de un completo nivel de equipamiento, la Nueva Ranger Black equipa el eficiente motor Panther 2.0L turbodiésel, que eroga 170 CV y 405 Nm. Desde su presentación hace un año, la Nueva Generación de la Ford Ranger fabricada en Pacheco ha recorrido un sólido camino, ganándose la preferencia de los usuarios y el reconocimiento unánime de la prensa.



Nuevo Mustang de Serie

Con 815 CV de potencia, 91,80 kgfm de torque y una velocidad máxima de 325 km/h, el GTD supera a cualquier otro Mustang homologado para las calles.

Su motor V8 de 5,2 litros es el primero de la línea con cárter seco, lo que ayuda a mantener la lubricación en curvas largas y pronunciadas. Aerodinámica activa de vanguardia, frenos de carbono-cerámica y suspensión trasera con amortiguadores semiactivos son otros avances del superdeportivo.



HONDA MOTOR ARGENTINA

LA EMPRESA INGRESA A LA ERA DE ELECTROMOVILIDAD EN ARGENTINA



La empresa celebra 46 años en la Argentina

Honda Motor de Argentina, la empresa de motocicletas que más produce y vende en el país, en el marco de su 46 aniversario y tras haber superado 1.4 millones de unidades producidas en el país, anuncia la expansión del proyecto de exportación de piezas fabricadas localmente. Como parte de la estrategia para seguir promoviendo la producción nacional, el objetivo proyectado para este año fiscal es aumentar la cantidad de piezas de exportación que serán destinadas a las operaciones de Honda en Brasil. Para lograrlo, están previstas inversiones de 15,4 millones de dólares en los próximos tres años.

Producción en Argentina

La primera planta productiva se emplazó en Florencio Varela en 2006 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 Argentina por 5 años consecutivos. A lo largo de su historia, Honda lleva fabricados 30 modelos de motocicletas en Argentina. Actualmente, en la planta de Campana se producen 9 modelos: Wave 110S, Wave C110CD, NAVi, CB125F, GLH150, XR150L, XR190L, XR250 y CB300F Twister.



Santiago Pogliano, Director de Honda Motor de Argentina, comentó: "Esta nueva inversión representa otro gran paso para Honda en Argentina, de cara a los próximos proyectos previstos para la compañía en el país".

Comienza la producción de un nuevo modelo nacional

Honda Motor de Argentina, anunció el comienzo de producción de un nuevo modelo en la planta de Campana: la nueva generación de Tornado.

Honda presentará en Argentina sus nuevos automóviles con tecnología e:HEV

Próximamente a la venta, CivicAdvanced Hybrid y CR-VAdvanced Hybrid serán los primeros híbridos de la marca en comercializarse en el país.

La exclusiva tecnología e:HEV de Honda es un sistema híbrido avanzado, ya que utiliza el motor eléctrico de alta potencia para impulsar el vehículo en la mayoría de las condiciones. Otro de sus pilares es la seguridad, destacándose la evolución del exclusivo sistema de asistencia a la conducción Honda SENSING®.



Se inicia la comercialización en el mercado local del nuevo motor fuera de borda BF350.

Se trata del modelo más potente de la serie BF; la serie de motores fuera de borda de 4 tiempos de Honda reconocida por su alto rendimiento, y ya está a la venta en todos los concesionarios oficiales Honda Marine del país a un precio sugerido de 38.000 dólares, ofreciendo una garantía de 3 años. El motor V8 BF350 se convierte en un modelo insignia de la marca, ofreciendo una cilindrada de 4.952 cm³ y 350 caballos de fuerza.

IVECO GROUP

SOLUCIONES PARA EL CAMPO



El sector agrícola argentino es reconocido a por su capacidad de producción y exportación. En este contexto, IVECO se destaca por ofrecer soluciones de transporte que se adaptan a las exigencias del campo, proporcionando vehículos que garantizan eficiencia y confiabilidad en las condiciones más desafiantes.

Para transportistas como es Transporte Miretto, dedicado mayormente al traslado de cereales y con una cercana relación con el concesionario Beta, aseguró que los IVECO siempre le dieron buenos resultados y su intención es seguir incorporando unidades a su flota. “Seguimos eligiendo la marca por ser un producto nacional y por la atención que recibimos desde Beta, sin duda marca la diferencia. Si bien tenemos varios modelos, según la necesidad y misión, el equipo ideal para nosotros es el Stralis 360, por su durabilidad, robustez y consumo”, señaló Javier Aranda, socio de Transporte Miretto.

“El sector agrícola es uno de los principales motores de la econo-

mía argentina, y en IVECO entendemos la importancia de estar a la altura de las demandas del campo. Nuestros camiones, como el Tector y el Stralis, están diseñados para ofrecer soluciones de transporte que contribuyen al crecimiento y desarrollo de los productores, protagonistas del crecimiento del país,” afirmó Francisco Spasaro, Director Comercial de IVECO Argentina.

MERCEDES BENZ ARGENTINA

AMG C 43 4MATIC: DEPORTIVIDAD Y LUJO

Mercedes-Benz Argentina presentó el Mercedes-AMG C 43 4MATIC Sedán, un modelo disruptivo dentro de la familia del Clase C, que incorpora un motor AMG de cuatro cilindros y 2,0 litros desarrollado por completo y fabricado con calidad artesanal en la sede de la empresa AMG en Affalterbach (Alemania), siguiendo el principio «One Man, One Engine». Mercedes-AMG conjuga así la pericia artesanal de especialistas altamente cualificados con los métodos más modernos de producción de Industria 4.0 y una nueva dimensión de la digitalización.

“Hemos incorporado el Mercedes-AMG C 43 4MATIC a nuestro portfolio de productos.

Sabemos que es uno de los modelos más apreciados de la gama AMG.”, afirmó Roberto Gasparetti, Managing Director de la División Autos en Mercedes-Benz Argentina.



Mercedes-Benz inventó el automóvil y evolucionó la rueda

A través de los modelos de cada época, la marca deja su huella en el progreso del diseño y funcionalidad de las ruedas a lo largo de la historia.

Desde la creación del primer automóvil a fines del siglo XIX, las ruedas han sido protagonistas centrales del desarrollo de esa industria. En Mercedes-Benz, este elemento esencial ha evolucionado constantemente, fusionando funcionalidad y diseño. Desde los clásicos atemporales hasta las innovadoras llantas aerodinámicas de hoy, cada diseño refleja su época y contribuye a la estética inconfundible de los vehículos de la marca. No solo son un componente técnico, sino también una expresión artística que define el carácter y la personalidad de cada Mercedes-Benz.



Mercedes-Benz Camiones y Buses lanza su tienda oficial de repuestos y accesorios en Mercado Libre

Mercedes-Benz Camiones y Buses, líder en la industria de transporte y movilidad, anunció el lanzamiento de su tienda oficial de repuestos y accesorios en Mercado Libre, la plataforma de comercio electrónico más grande de América Latina.

“Estamos muy contentos de este nuevo desafío, lanzar nuestra tienda oficial en Mercado Libre.”, comentó Luciano Maiolino, Gerente de Ventas y Marketing de Postventa de Mercedes-Benz Camiones y Buses.



SCANIA ARGENTINA

BUENOS RESULTADOS CON UN BUS A GNC EN SAN JUAN



Scania finalizó, junto a Transportes Albardón, la exitosa prueba de un bus GNC de la Nueva Generación operado para el sistema de transporte público. La unidad es un K280 y se caracteriza por ser el primer vehículo propulsado a gas utilizado para el transporte público de pasajeros en la provincia.

Correspondiente al trayecto que une el barrio Las Piedritas con el Centro Cívico, la línea 420 de la Red Tulum utilizó el bus urbano propulsado a gas para cubrir 450 km diarios. "Esta línea realiza más de 100 paradas y recorre zonas de características geográficas complejas, con temperatura ambiente superior a 40 grados. Esta unidad fue la primera impulsada a GNC que se probó en la provincia, y obtuvimos excelentes resultados con el uso del aire acondicionado, el confort brindado a los pasajeros y la gran reducción en los costos", indicó Viviana López, Gerente General de Transportes Albardón.

El bus demo urbano Scania K280 a GNC línea Green Efficiency de la Nueva Generación tiene piso bajo y carrocería Marcopolo. Utiliza cuatro tubos livianos para GNC ubicados sobre el techo, su autonomía alcanza entre 300 y 350 km con carga llena y su performance en consumo de combustible es superior a la generación anterior. "Este bus urbano está dotado de un motor trasero de 9 litros diseñado específicamente para funcionar con GNC (con la posibilidad de usar biogás) y cumple las normas Euro 6, reduce las emisiones contaminantes de dióxido de carbono y de óxido nítrico y la emisión sonora", explicó Alejandro Ariza, Gerente de Ventas de Buses Urbanos de Scania Argentina, y agregó: "la matriz energética de nuestro país prioriza indudablemente el uso del gas como combustible, por eso alentamos a nuestros clientes a que prueben sus beneficios, que además de mejorar los costos, representan un mayor cuidado al medioambiente".

Los buses urbanos a GNC de Scania ya han sido probados en distintas provincias del país, presentando en todos los casos resultados exitosos.



Scania presentó "Super", el Tren Motriz más eficiente de su historia

Con un nuevo motor de 13 litros, las cajas de cambios G25 y G33, y el eje trasero de simple reducción, este tren de potencia alcanza un ahorro de combustible del 8% y se convierte en la mejor opción para un transporte de cargas más sustentable y operativamente eficiente.



GRUPO SIMPA

HUSQVARNA MOTORCYCLES ARGENTINA PRESENTA LA NUEVA GENERACIÓN DE SUS MODELOS NAKED



Husqvarna Motorcycles Argentina, marca integrante del portafolio del Grupo Simpa presentó en el país la versión 2024 de sus modelos Svartpilen 250 y de la Svartpilen 401, motocicletas icónicas con las mayores actualizaciones técnicas desde su introducción al mercado global en 2018, que incluyen motores completamente renovados, nuevos chasis, nuevo estilo y electrónica de punta para mejora el manejo. De esta manera y con 120 años de historia, Husqvarna Motorcycles sigue imprimiendo en sus productos la mejor calidad, innovación y tecnología, revelando año a año nuevos conceptos de un atractivo innegable.

En Argentina, Grupo Simpa inició a finales del 2018 la producción de los modelos Husqvarna Motorcycles, marca de origen sueco actualmente en manos austriacas, en la planta que posee en la localidad de Campana, provincia de Buenos Aires. Hoy continúa ensamblando los nuevos modelos Husqvarna Svartpilen 250 y 401 contribuyendo al desarrollo local y al capital humano de nuestro país.

Con respecto a los nuevos modelos de Husqvarna en el país, Daniel Riganti, Brand Manager de Husqvarna Motorcycles Argentina, señaló que "los modelos de la familia Pilen representan un antes y un después en nuestra marca. La nueva generación de las Svartpilen 250 y Svartpi-

len 401 no solo refleja la identidad de Husqvarna, sino que también están diseñadas para superar las expectativas de los apasionados de las motos, ya que son un claro ejemplo de nuestra dedicación a la innovación, ofreciendo en cada segmento, la moto más avanzada, con una experiencia de conducción única y emocionante".

Producida en la planta que el Grupo SIMPA tiene en el Parque Industrial Campana de Buenos Aires, la Svartpilen 401 se destaca por su estética moderna y minimalista, que captura la esencia de la aventura urbana, sin perder su estilo neoclásico, pero aumentando su tamaño en un 20%, mejorando la posición para pilotos de mayor tamaño. Su diseño angular y líneas limpias ofrecen una apariencia robusta y elegante, mientras que el nuevo esquema de colores y detalles en negro mate aseguran una presencia única en las calles.



Los modelos de la familia Pilen representan un antes y un después en nuestra marca

STELLANTIS

LANZAMIENTO DEL NUEVO 2008



Peugeot, una marca de Stellantis, lanzó al mercado argentino el Nuevo 2008, un SUV producido en la Planta de El Palomar que se convertirá rápidamente en una nueva referencia en diseño, tecnología y experiencia inigualable en su segmento. “Formar parte de un nuevo hito dentro de la rica historia que la marca del león tiene en el público argentino es un gran premio para todo el equipo de Peugeot Argentina. Este lanzamiento nos llena de orgullo, no sólo por el producto de vanguardia que estamos presentando, sino porque es producido en nuestra planta de El Palomar para toda la región con una inversión de US\$ 270 millones, más de 400 técnicos e ingenieros involucrados, y también porque materializa el mejor saber hacer de todo el equipo de Stellantis en su conjunto” Martín Zuppi, Presidente de Stellantis Argentina.

Citroen Jumpy y Peugeot Expert
En el marco de la 13ª FERIA Expo Transporte desarrollada en La Rural, las marcas Citroën y Peugeot participaron exhibiendo sus renovados modelos Jumpy y Expert. Ambas siluetas lucieron las nuevas identidades de marca, evolucionan sus estilos, suman equipamiento en confort, seguridad y tecnología, y se ofrecen con una estrategia comercial enfocada 100% en las necesidades de los clientes “Hace tiempo que las marcas Peugeot y Citroën pusieron en marcha una intensa y agresiva ofensiva de vehículos comerciales. Una unidad de negocios dentro de la compañía que representa un eje estratégico para el desarrollo en la región. Nuevos modelos, más versiones, más tecnología, más capacidad de carga y un sinfín de opciones, entre ellas las transformaciones pensando en la necesidad de cada cliente. Nuevas posibilidades para que los interesados encuentren una solución a cada demanda de su negocio. Sin duda la renovación de Jumpy y Expert profundizan hoy esta idea.” explica Pablo García Leyenda, Director Comercial de Stellantis Argentina.

El renovado Jeep® Renegade
El SUV de la marca de las 7 ranuras presenta una renovación estética para su año modelo 2025, incorporando un nuevo diseño de llantas y renovaciones a nivel de pintura que le otorgan un carácter más distintivo y sofisticado, sin perder su esencia y ADN 100% Jeep®. El renovado Jeep® Renegade sale a la venta al mercado local con novedades en materia de diseño. Con más de 55.000 unidades comercializadas desde su lanzamiento en el país, el Renegade ha logrado convertirse en el líder de su segmento y en un referente indiscutido dentro de la categoría de los SUV’s. Desde su aparición en 2016, el modelo marcó una nueva dirección en la categoría de los B-SUV destacándose por su diseño 100% Jeep®, capacidades y atributos que hicieron del Renegade un éxito en el mercado.

BOSCH BRINDA SOLUCIONES PARA EL AGRO



La empresa, que este año cumple 100 años en Argentina, ofrece soluciones tecnológicas para fabricantes, productores y agricultores de maquinaria agrícola, en toda la cadena productiva, fortaleciendo el uso de la tecnología para generar más ahorro y productividad en el campo. Soluciones inteligentes y conectadas Uno de los lanzamientos de Bosch en 2024 es Bosch Digital Agro, una plataforma conectada que permite el seguimiento y control remoto de máquinas agrícolas. Con tecnología avanzada, esta solución establece comunicación bidireccional con las máquinas, permitiendo la obtención y envío de información en tiempo real para optimizar las operaciones en campo.

COCA-COLA Y UN PROGRAMA DIGITAL QUE IMPULSA A LOS COMERCIOS DE BARRIO

Coca-Cola Argentina y sus socios embotelladores Coca-Cola Femsa, Coca-Cola Andina, Reginald Lee y Arca Continental lanzan “Coca-Cola Impulsa tu Negocio” un programa de fácil acceso para impulsar a los comercios de barrio a seguir desarrollándose a través de la digitalización e innovación. En Argentina, los almacenes, kioscos y bares son un pilar fundamental de la economía local. Para continuar impulsando el crecimiento del sector, presenta esta innovadora plataforma de contenidos diseñada para capacitar con herramientas prácticas y valiosas a los comerciantes de todo el país, de manera que puedan fortalecer sus negocios.



LG SE ASOCIA CON RICOH PARA IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE CLIENTES B2B

Las empresas ofrecerán un paquete integral de soluciones y servicios de oficina digital diseñados para aumentar la productividad y brindar mejores experiencias de usuario LG Electronics (LG) ha firmado un memorando de entendimiento (MOU) con Ricoh, líder mundial en soluciones para espacios de trabajo, para colaborar en soluciones de transformación digital en entornos de oficina modernos. Las dos empresas impulsarán conjuntamente las actividades de ventas y marketing para sus esfuerzos de colaboración y buscarán explorar más oportunidades comerciales en el futuro. Se espera que esta asociación estratégica fortalezca la posición de LG en el mercado B2B global.





MOSTAZA RECICLÓ 77.780 LITROS DE ACEITE EN LO QUE VA DEL AÑO

El gigante del fast food revela cómo es el proceso de reciclaje de aceite de sus más de 190 locales en todo el país para luego ser transformado en biocombustible. Desde el inicio de sus operaciones,

“Nuestro trabajo comienza antes de la apertura de cada local donde recolectamos el aceite usado y lo llevamos a nuestra planta industrial. Allí lo almacenamos en contenedores especiales para aplicar correcciones, con el objetivo de que sea reutilizable con destino industrial exclusivo no alimenticio ni humano ni animal” asegura Flavio Porcille, Presidente de RBA Ambiental.

Solo un litro de aceite contamina 1.000 litros de agua potable, por lo que si cada 5 habitantes recolectaran ½ litro de ACU mensual, se lograría el reciclado aproximado de 4.000.000 de litros mensuales de ACU, evitando la potencial contaminación de 4 millones de toneladas de agua limpia

MOTOROLA PRESENTA EL NUEVO MOTOROLA RAZR 50 ULTRA

Se trata de un smartphone con la pantalla externa más grande del sector. La evolución y la excelencia son parte de la esencia que Motorola refleja en cada nuevo lanzamiento, integrando funciones que se adelantan a las necesidades de los usuarios y diseños innovadores con colores que marcan tendencia incluso en la industria de la moda.

Junto a este nuevo lanzamiento, Motorola amplía el ecosistema Moto. Además de la recientemente lanzada familia moto buds, Motorola presenta moto tag, un pequeño tag Bluetooth LE también apto para accesorios con Ultra Wide Band que ayuda a los consumidores a localizar sus posesiones más valiosas, desde la cartera hasta el equipaje con una accesibilidad emblemática, a través de la red Find My Device de Google.

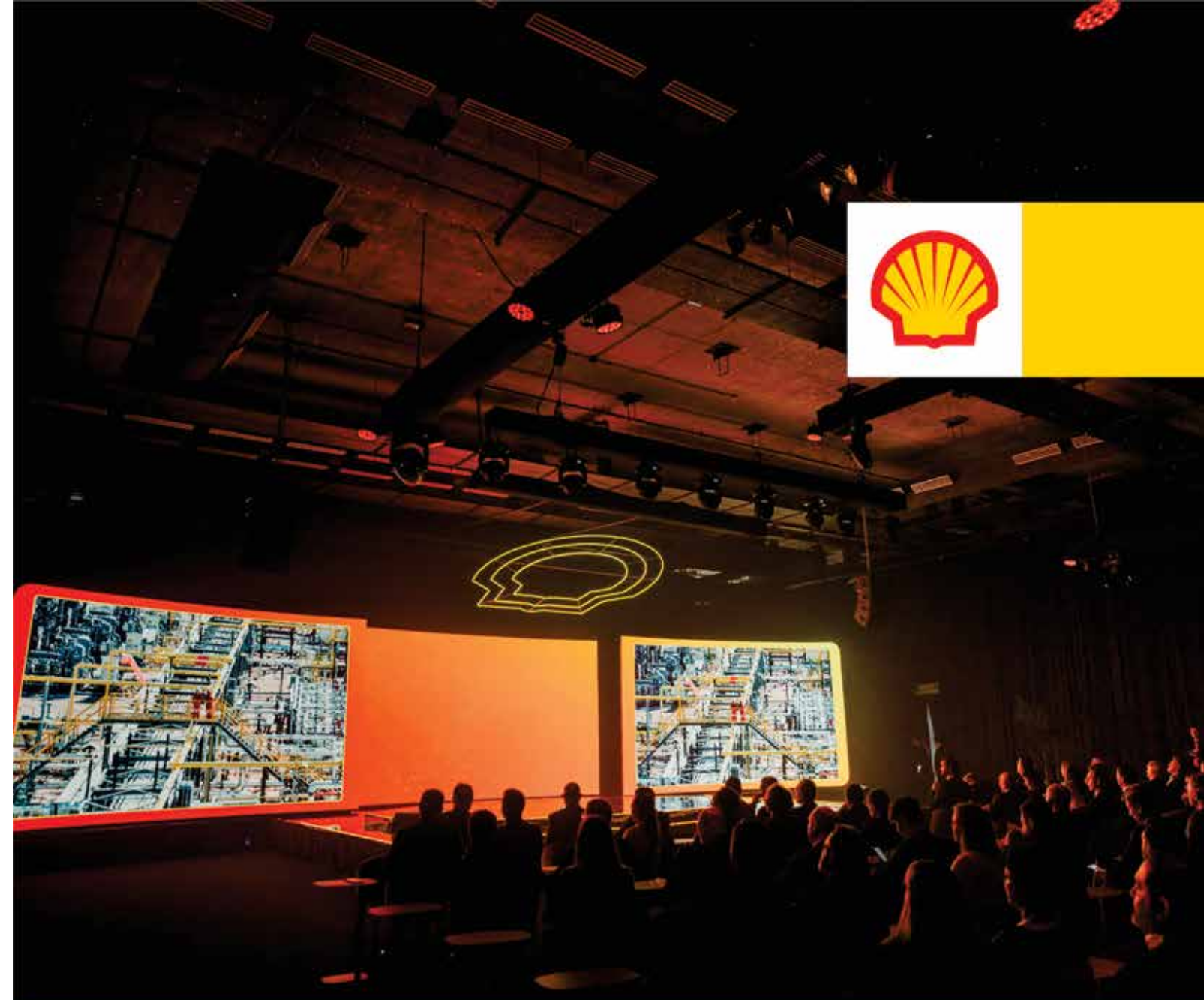


NOMBRAMIENTO EN THALES EN AMÉRICA LATINA

A partir de septiembre, Luciano Macaferri Rodrigues es el nuevo responsable de la Vicepresidencia de Thales en América Latina. Este nuevo rol se suma a su actual posición como Director General de la empresa en Brasil, un cargo que desempeña con éxito desde 2018.

Su misión se centrará en mantener el liderazgo de la empresa en sus principales negocios y acelerar el crecimiento de la compañía en América Latina en términos de ventas, ingresos, presencia local, generación de empleo y diversificación de negocios.

Asumo mi cargo en una región prometedora con una trayectoria de crecimiento y expansión, compuesta por alrededor de 2.600 talentos, y que en 2025 cumplirá 60 años de historia. Me enorgullece haber formado parte de casi una década de este desarrollo, y mi compromiso es seguir en este camino, ofreciendo soluciones innovadoras, resilientes, sostenibles y centradas en el ser humano”, declaró Macaferri Rodrigues.



**CUMPLIMOS 110 AÑOS
IMPULSANDO
EL SECTOR ENERGÉTICO
EN ARGENTINA**





Con Todo



Fibra



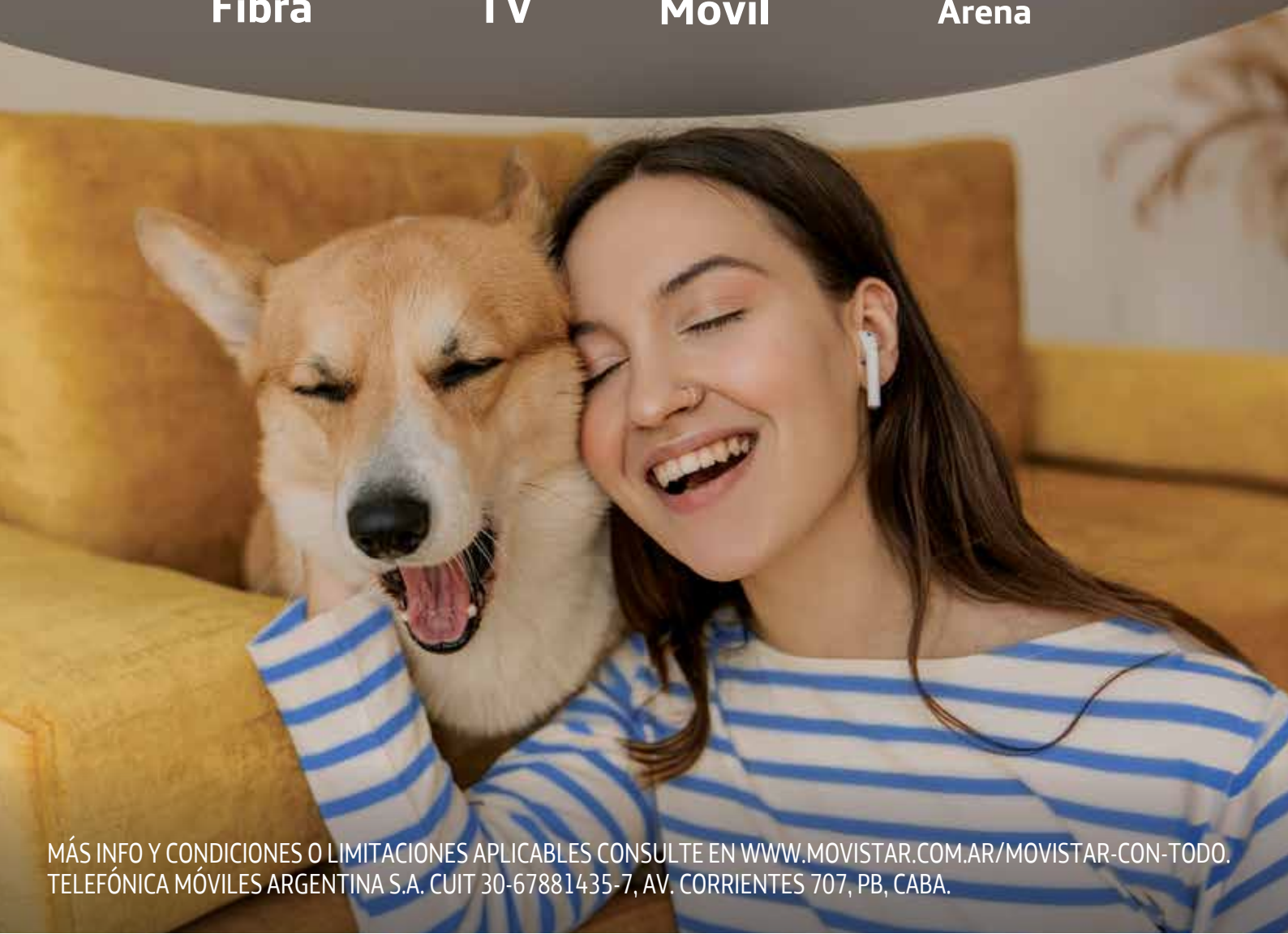
TV



Móvil



Movistar
Arena



MÁS INFO Y CONDICIONES O LIMITACIONES APLICABLES CONSULTE EN WWW.MOVISTAR.COM.AR/MOVISTAR-CON-TODO.
TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. CUIT 30-67881435-7, AV. CORRIENTES 707, PB, CABA.