

Revista **Económica**

AÑO XLI / N° 198 / SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2026

Paladini 103 años TRADICIÓN FAMILIAR E INNOVACIÓN

CNH
FORTALECE APOORTE A LA
INDUSTRIA NACIONAL

Bahía Grande PARTICIPA EN ESTUDIOS GEOTÉCNICOS

Biomagna
ACELERA SU EXPANSIÓN

Estudio UBA CRECIMIENTO SIN GENERACIÓN DE EMPLEO

Soja
LA NUEVA FRONTERA PRODUCTIVA
ESTÁ DENTRO DEL LOTE

RSE

Comprometidos con el desarrollo
de la industria farmacéutica nacional



**Cámara Industrial de Laboratorios
Farmacéuticos Argentinos**

Av. del Libertador 602 - 6º Piso (C1001ABT) CABA - Argentina
(5411) 4819 9550 / www.cilfa.org.ar

Una economía que no despega y un presidente autocrático

Si bien pareciera que la inflación tiende a desacelerarse, aunque todavía lejos de aquel objetivo declamado por Milei de llegar a una inflación que comenzara con cero y con un método de medición cuestionable, los analistas privados como algunos funcionarios comienzan a mostrar un creciente pesimismo respecto de la capacidad de la economía para sostener el crecimiento.

Distintos bancos internacionales y consultoras coinciden en un diagnóstico: la intervención oficial sobre el dólar contribuye a mantener un peso apreciado y, al mismo tiempo, favorece la desinflación. Sin embargo, las herramientas utilizadas para mantener el tipo de cambio bajo control -entre ellas, un fuerte apretón monetario que presiona sobre las tasas de interés- tienen un costo evidente: dificultan la recuperación de la actividad económica. Y cuando la economía real no responde, los inversores comienzan inevitablemente a mirar más allá de los indicadores financieros. La atención se concentra ahora en la actividad, el empleo y, fundamentalmente, en el humor social.

Los primeros datos del tercer trimestre no son alentadores. En julio, la industria cayó un 5% mensual y alcanzó su nivel más bajo desde junio de 2024. En los primeros siete meses del año acumuló una contracción interanual del 2,6%. La construcción retrocedió un 4,6% en julio y volvió a ubicarse en su menor nivel desde marzo, aunque todavía acumula un crecimiento cercano al 1,7%. La minería y el petróleo, por su parte, registraron una caída mensual del 0,9% por segundo mes consecutivo, aunque mantienen un crecimiento interanual del 7,7% entre enero y julio. Dato mata relato.

Los datos del empleo son todavía más contundentes; la industria, la construcción y el comercio concentran cerca del 50% de los asalariados privados formales. El agro, la minería, el petróleo, las finanzas y las actividades inmobiliarias representan alrededor del 23%. Desde junio de 2025, los sectores considerados más dinámicos perdieron unos 18.100 puestos de trabajo, mientras que los sectores más rezagados destruyeron alrededor de 93.000 empleos. Solo desde diciembre desaparecieron cerca de 46.000 puestos asalariados privados

registrados. Si la comparación se realiza con noviembre de 2023, la pérdida asciende a unos 246.300 empleos. Incluso los llamados sectores ganadores empleaban en junio menos trabajadores que al comienzo de la gestión, aunque se encontraban un 0,2% por encima del cierre de 2025.

Los números pueden discutirse, lo que resulta difícil de discutir es la realidad que hay detrás de ellos: fábricas que trabajan por debajo de su capacidad, empresas que reducen personal, construcción que pierde dinamismo y un mercado laboral que no se recupera.

Cambiando de tema, hay una cuestión que no queremos dejar pasar por alto, que excede la economía y sobre la cual es necesario fijar posición. Hace tres años, la sociedad argentina asiste a la violencia del presidente Milei que resulta inaceptable. La prepotencia de sus formas, la descalificación permanente a quienes pensamos diferente y el ataque a un adversario político al que se busca desacreditar, antes que debatir, constituyen prácticas que la democracia no debe naturalizar.

El ataque a la prensa es inaceptable. El episodio durante la visita del presidente al colegio ORT, donde estaba previsto que disertara sobre "Ética e inteligencia artificial" terminó siendo un discurso de fuerte contenido político en el que incluso arengó a los estudiantes a manifestarse contra el periodismo. Fue la gota que rebalsó el vaso, adoctrinamiento hecho y derecho de adolescentes. Pocos días después, en Chile, y siguiendo con sus desatinos, reivindicó el legado económico de Pinochet, de sus "40 años de estabilidad y crecimiento". Pareció olvidar, o no, un detalle: aquel modelo económico nació y se desarrolló bajo una dictadura que suprimió libertades, persiguió opositores y violó sistemáticamente los derechos humanos.

La Argentina democrática no debe permitir que esto se naturalice avalando con la inacción a un presidente desencajado, violento y más autocrático que nunca, quien trata de imponer la verdad única en lo político y económico cual régimen totalitario.



Sumario



4 pag.

PABLO PALADINI
103 años de Paladini



6 pag.

ADVANTA
La revolución del sorgo



9 pag.

GRUPO OMINT
Entender la configuración familiar



14 pag.

BIOMAGNA
Expansión y avance del primer bioherbicida argentino



16 pag.

ESTUDIO UBA
Crecimiento sin generación de empleo



20 pag.

SOJA
La nueva frontera productiva está en el lote



48 pag.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Novedades del sector



8 pag.

MANPOWER
Expectativas de empleo

35 pag.

SUPERVIELLE
Quinta edición "Supervielle Exporta"



26 pag.

PLAZA MARECHAL
Transformación del corredor Canning

36 pag.

ADECCO
Búsquedas It cayeron 20%



10 pag.

BAHÍA GRANDE
Estudios geotécnicos en proyecto Argentina LNG



24 pag.

GENNEIA
Jorge Brito "Positivas expectativas para el sector"



12 pag.

MERCADO INMOBILIARIO
Porqué construir ya no es suficiente



34 pag.

CNH
Fortalece aporte a la industria nacional



28 pag.

COCA-COLA
84 años en el país

37 pag.

MCDONALD'S
40 años en el país



29 pag.

SANCOR SEGUROS
Presentó Cori. Evolución atención IA

38 pag.

FORD
65 años de la planta de Pacheco

Staff

Edición 198
SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2026

REVISTA ECONÓMICA SE COMUNICA CON MOTO G23

FUNDADOR
Juan Luis Rechax

DIRECTORES
Rodolfo G. Rechax
Luis A. Piñeiro

COLABORADORES
Alberto Junco
Hernán Castiñeira de Dios

JEFE DE ARTE
Mark Rechax

SUPERVISIÓN TÉCNICA
Enrique Rial Martínez

ADMINISTRACIÓN
Bettina Rechax

Revista ECONÓMICA es una publicación digital

Santos Dumont 3743
Capital Federal
Tel: (05411) 1544032763

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

Buenos Aires, Argentina.
E-mail: reveconomica@gmail.com
rechax2@gmail.com
www.revistaeconomica.com.ar

103 años de Paladini: Tradición familiar e innovación



Pablo Paladini

CUMPLIR 103 AÑOS NOS LLENA DE ORGULLO, PERO TAMBIÉN NOS PLANTEA UN DESAFÍO: SEGUIR EVOLUCIONANDO SIN PERDER AQUELLO QUE NOS HIZO LLEGAR HASTA ACÁ. LA TRADICIÓN NOS DA UNA IDENTIDAD, LA CALIDAD NOS MARCA UN ESTÁNDAR INNEGOCIABLE Y LA INNOVACIÓN NOS PERMITE MIRAR HACIA ADELANTE.”, EXPRESÓ PABLO PALADINI, PRESIDENTE Y CEO DE PALADINI.



¿Cómo nace Paladini?

Paladini nace como una empresa familiar dedicada a fiambres y embutidos, y a lo largo de más de un siglo, se convirtió, en una empresa integral de alimentos, capaz de ampliar sus categorías, incorporar nuevas tecnologías, desarrollar soluciones para los nuevos hábitos de consumo y sostener una mirada de largo plazo sobre la industria, sin perder la calidad como parte de los atributos principales de sus productos.

¿Qué significa cumplir 103 años?

Cumplir 103 años nos llena de orgullo, pero también nos plantea un desafío: seguir evolucionando sin perder aquello que nos hizo llegar hasta acá. La tradición nos da una identidad, la calidad nos marca un estándar innegociable y la innovación nos permite mirar hacia adelante.

Si tuviera que definir cuál es la historia de Paladini ¿cómo lo haría? La historia de Paladini es también la historia de una mesa que cambió. Cambiaron los tiempos, las formas de cocinar, los momentos de encuentro y las necesidades de las familias. La compañía fue acompañando esas transformaciones. De aquella primera etapa vinculada a la producción de fiambres y embutidos, Paladini avanzó hacia un modelo de empresa integral de alimentos, ampliando capacidades industriales y desarrollando un portafolio que hoy atraviesa distintas categorías y momentos de consumo.

La incorporación de nuevas propuestas, desde rebozados, pastas y tapas, hasta productos congelados como pizzetas, empanadas, papas y milanesas; es parte de un proceso más amplio: entender los nuevos hábitos y transformar esa lectura en alimentos que combinen practicidad, sabor y calidad.



La innovación, en este sentido, no se limita a crear nuevos productos. También implica mejorar procesos, incorporar tecnología, optimizar la producción, desarrollar nuevos formatos y encontrar maneras más eficientes y sustentables de hacer las cosas.

¿Cómo fue acompañado el crecimiento de la empresa?

El crecimiento de Paladini fue acompañado por la generación de empleo, el desarrollo de capacidades y una inversión sostenida en su estructura industrial.

Con más de 3.800 colaboradores y una red de alrededor de 2.500 proveedores, la compañía forma parte de un entramado productivo que genera impacto más allá de sus plantas y que contribuye al desarrollo de las comunidades donde está presente.

En más de un siglo, la empresa construyó una cultura donde el conocimiento acumulado y las nuevas capacidades conviven: la experiencia de quienes conocen el oficio y la incorporación permanente de tecnología, innovación y nuevas formas de trabajar.

¿Cómo caracteriza toda esa evolución?

La evolución de Paladini se caracteriza por sus inversiones a lo largo del tiempo en infraestructura, tecnología, capacidad productiva y sustentabilidad.

Hoy Paladini celebra más de un siglo de tradición familiar e industria argentina con una mirada puesta en las próximas décadas: seguir haciendo alimentos de calidad, innovar para acompañar los cambios de la sociedad, generar oportunidades de trabajo y continuar

ACERCA DE PALADINI

Paladini S.A. es la empresa líder en Argentina en la producción de alimentos refrigerados. Desde 1923, es reconocida por la calidad de sus productos y servicios, su ética empresarial y su compromiso con la comunidad y el medio ambiente. Su planta industrial, ubicada en un predio de 50 hectáreas, cuenta con 46.000 m² de instalaciones y más de 2.200 colaboradores. Anualmente, la compañía procesa 31.000 toneladas de carne porcina y 10.000 toneladas de carne bovina. Además, posee dos criaderos de cerdos propios, en Villa Amelia (Santa Fe) y en La Toma (San Luis).

Paladini opera con una red de nueve sucursales en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Mar del Plata, Tucumán, Resistencia, Neuquén, Bahía Blanca y Santo Tomé, asegurando una distribución eficiente en todo el país.

La revolución del sorgo



Juan Manuel Piñeiro

Con más de 40 años de mejoramiento ininterrumpido en el país y una participación de mercado del 63%, la firma líder en genética de sorgo llevó a cabo un taller estratégico enfocado en destrabar el potencial de este cultivo. El bloque de apertura económica, coordinado junto a la consultora AZ Group, planteó un escenario sumamente favorable para el nuevo ciclo de cara a la exportación de granos. A nivel global, las proyecciones indican un balance de oferta muy ajustado debido a la caída del 30% en la producción de Estados Unidos y del 16% en Australia por factores climáticos. En contrapartida, la Argentina crecería en producción y saldos exportables, con China consolidada como el gran demandante que absorbe casi el 95% de los embarques locales. Este marco internacional de precios firmes, fuertemente correlacionados con los del maíz, posiciona al sorgo como una alternativa altamente competitiva y de gran rentabilidad en los esquemas nacionales.

Genética a la medida del lote y la rotación

En el plano técnico, se destacó que la ganancia genética del sorgo promedia los 38,5 kg/ha por año en las últimas décadas. Sin embargo, para acortar la brecha productiva a campo (que actualmente se sitúa entre el 60% y el 70%), la investigación se enfoca en tecnologías avanzadas como aphix® (tolerancia a pulgón ama-

riilo), igrowth® (resistencia a herbicidas) y la tecnología BMR (nervadura marrón), clave para reducir el contenido de lignina y aumentar la digestibilidad de la fibra. Desde la perspectiva de los sistemas lecheros, aunque el silaje de maíz lidera históricamente las dietas, el sorgo BMR ofrece rendimientos de hasta 35.000 kg de materia verde por hectárea en ambientes donde el maíz es de alto riesgo.

El desafío del almidón y la fisiología animal

El bloque central del encuentro profundizó en el potencial del sorgo como recurso de alta calidad. El Dr. Juan Manuel Piñeiro, de la Universidad de Texas (EE. UU.), expuso sobre la necesidad de adoptar al sorgo como un cambio permanente en sistemas de alta producción. Piñeiro explicó que la severa sequía y la consecuente degradación de acuíferos subterráneos (como el Ogallala en EE. UU.) limitaron dramáticamente las áreas de riego destinadas al maíz silero, forzando la adopción de cultivos más eficientes en el uso del agua como el sorgo.

La innovación del picado de precisión

Para solucionar esta barrera física, Lyndon Luckasson, ingeniero de Scherer Inc., presentó una tecnología disruptiva para el procesamiento de granos pequeños. Tras una década de investigación, Scherer desarrolló un procesador específico de alta duración que quiebra más del 98% del

EN UN ESPACIO DE TRABAJO LIDERADO POR ADVANTA, REFERENTES DE LA CADENA DE VALOR EXPUSIERON CÓMO EL PROCESAMIENTO MECÁNICO DEL GRANO Y LA INNOVACIÓN GENÉTICA TRANSFORMAN AL SORGO EN UNA RESERVA ENERGÉTICA DE ALTA EFICIENCIA Y BAJO COSTO PARA LA GANADERÍA.

grano pequeño. Esta tecnología cambia radicalmente las reglas de juego: al procesar de forma quirúrgica el grano en la ventana de pastoso tardío a duro temprano, la digestibilidad ruminal del almidón salta de un rango inicial del 25-35% a niveles del 60% al 74%, igualando prácticamente los estándares históricos del maíz (75-80%). "Registramos caídas reales del almidón fecal en tambos comerciales de alta producción al incorporar esta tecnología", destacó Luckasson.

Como conclusión del encuentro, quedó en claro que la integración de la genética BMR con tecnologías específicas de picado ubica al sorgo en un plano de paridad nutricional frente al maíz. Esta sinergia no solo reduce de forma contundente los costos de alimentación, sino que aporta la estabilidad física, productiva y ambiental que demanda el futuro de la producción ganadera y lechera del país.



BECAS LEONARDO
FUNDACIÓN BBVA

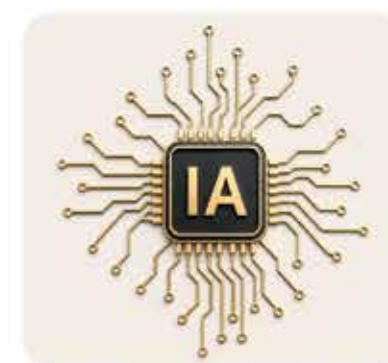
Becas Leonardo por primera vez en Argentina.

Extendimos la convocatoria
hasta el 21 de octubre.



5 proyectos de hasta 50.000 usd c/u

para investigadores y creadores que quieran desarrollar iniciativas en:



**Ciencias de la Computación,
Ciencia de Datos
e Inteligencia Artificial**



**Tecnología Limpia
(Cleantech)
y Biodiversidad**



**Creación Literaria y
Artes Escénicas**



Conocé más y postulá en: programaleonardo.com

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). Ver Bases y Condiciones en www.programaleonardo.com

Expectativas de Empleo: El año termina con expectativas de contratación positiva



Luis Guastini

LA EXPECTATIVA NETA DE EMPLEO (ENE) PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2026 ES DE +16%. ESTE VALOR SUBE 10 PUNTOS RESPECTO AL TRIMESTRE ANTERIOR Y 11 PUNTOS EN LA COMPARACIÓN INTERANUAL.

ManpowerGroup presentó los resultados de la Encuesta de Expectativas de Empleo correspondiente al cuarto trimestre de 2026, 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 +16% ajustado por estacionalidad, es decir, que el valor se fortalece en 6 puntos porcentuales respecto al primer trimestre del año y en 11 puntos en la comparación interanual. Los resultados revelan que el 35% de los empleadores encuestados planea aumentar sus dotaciones de personal, el 21% disminuirlas, el 42% no espera realizar cambios y el 2% restante no sabe si los realizará durante el período relevado. Cabe destacar que el valor de la ENE se obtiene al tomar el porcentaje de empleadores que espera incrementar sus plantillas y restar el porcentaje de aquellos que proyectan una disminución durante el próximo trimestre.

“La mejora de la Expectativa Neta de Empleo refleja una mayor confianza de las empresas y muestra señales alentadoras en la mayoría de los sectores productivos y regiones del país”, señala Luis Guastini, Director Regional de ManpowerGroup para Argentina, Uruguay y Paraguay. Y agrega: “Sin embargo, el resultado se explica principalmente por la decisión de muchas organizaciones de sostener sus dotaciones, más que por una aceleración de las contrataciones, lo que contribuye a una mayor estabilidad del mercado laboral”.

Comparaciones por sector

En las once actividades económicas relevadas los empleadores esperan incrementar sus nóminas durante el cuarto

trimestre de 2026. El sector de Servicios Públicos y Recursos Naturales lidera las intenciones de contratación con una ENE de +36%, seguido por Finanzas y Seguros (+28%) y Construcción y Bienes Raíces (+25%). Por el contrario, el Sector Público, Salud y Servicios Sociales reporta las expectativas más débiles (-1%), seguido por Información (3).

A diferencia del tercer trimestre del 2026, las expectativas de contratación se incrementaron en siete de los once sectores industriales relevados.

En la comparación interanual, las expectativas se fortalecen en diez de las once actividades económicas. El aumento más significativo se observa en el sector de Servicios Públicos y Recursos Naturales (+41 puntos porcentuales).

Comparaciones regionales

Los empleadores de las seis regiones del país relevadas esperan incrementar sus nóminas durante el cuarto trimestre de 2026. La región de la Patagonia lidera las expectativas de contratación con una ENE de +27%, seguida por NEA (+23%) y NOA (+15%). En contraste, la región Pampeana registra la proyección más débil (11%), seguida de AMBA (+12).

En comparación con el tercer trimestre del año, los resultados indican que las intenciones de contratación se fortalecen en cinco de las seis regiones. La región de la Patagonia lidera esta tendencia con un aumento de 13 puntos porcentuales; mientras que, por el contrario, la región del NOA revela una caída de 3 puntos porcentuales.

En la comparación interanual, las expectativas aumentan en las seis regiones relevadas. El crecimiento más significativo se observa en la región del Noreste (NEA), con un incremento de 17 puntos porcentuales.

Familias multiespecie: entender la configuración familiar, para acompañar la salud del hogar



Por Felipe Villa Larroudet, líder de negocio en Grupo Omint

Las tendencias del mercado de la salud no pueden pensarse únicamente desde una dimensión empresarial. Detrás de cada necesidad hay personas y familias que buscan cuidar a quienes quieren. Por eso, para pensar cómo acompañarlas, es necesario escuchar y comprender las nuevas formas de vivir y de conformar un hogar.

En Argentina, **8 de cada 10 personas tienen al menos una mascota**: lo vemos en amigos, en las redes sociales, en la gente paseando a sus mascotas en la calle. Si vamos un poco más allá y nos ocupamos de preguntar qué significa esa compañía para cada uno de ellos, 9 de cada 10 personas responden que son parte de su hogar.

Además de escuchar y entender mejor esa percepción, tenemos a la vista los datos demográficos, que registran indiscutiblemente la baja de natalidad. ¿Cuál es el impacto de esta tendencia? la evolución de la conformación de las familias y, por supuesto, cómo cuidamos a nuestro entorno más cercano.

De la urgencia al cuidado: un nuevo desafío para las prepagas de salud

La información disponible nos permite conocer mejor los hábitos y las necesidades de las familias con mascotas. Buscar un veterinario de confianza, organizar las vacaciones pensando en su cuidado, adaptar horarios y estar aten-

tos ante una enfermedad o una urgencia son parte de la vida cotidiana.

Cuando nos propusimos acompañar este cambio, identificamos una necesidad concreta: muchas visitas al veterinario se realizan de manera reactiva, ante un problema que puede implicar un gasto elevado e inesperado. Los controles preventivos y las consultas de rutina, en cambio, suelen quedar en un segundo plano. Existe, entonces, una oportunidad para poner el foco en la prevención y ampliar el acceso a la atención profesional para las mascotas en cada etapa de su vida.

Ahí es donde nuestra trayectoria como prepaga puede aportar una mirada distinta. Omint Mascotas es la evolución del cuidado que caracteriza a Omint desde hace más de 57 años: una prepaga de salud para perros y gatos, pensada para extender al integrante de cuatro patas de la familia una experiencia basada en el acceso, la previsibilidad y el acompañamiento. No se trata de un simple seguro con reintegros.

Junto con OSPAN, organización especializada en salud veterinaria y aliada estratégica de la propuesta, Omint Mascotas cuenta con una red de más de 100 veterinarias en todo el AMBA y un equipo de más de 200 profesionales. La red ofrece atención las 24 horas, clínicas integrales y más de 25 especialidades.

Omint Mascotas cuenta con cinco planes de cobertura pensados para promover el cuidado preventivo y acompañar las necesidades de cada etapa de la vida. Y ya se encuentra disponible para cualquier persona que desee contratarla, sea o no socia de Omint.

Tranquilidad es la palabra clave: saber que se cuenta con una red de profesionales y herramientas para cuidar a perros y gatos, priorizar la prevención y

tener acompañamiento cuando aparece un problema. También, contar con mayor previsibilidad ante gastos inesperados y no sumar una preocupación económica a un momento que ya puede ser difícil.

Como parte del sector de la salud, tenemos el desafío de reconocer que el bienestar animal también forma parte del bienestar familiar. Incorporar propuestas de medicina prepaga para perros y gatos significa trasladar al mundo animal una experiencia de cuidado basada en el acceso, la previsibilidad y el acompañamiento. Cuidar a quienes forman parte de la familia también es cuidar el hogar.

En Argentina, 8 de cada 10 personas tienen al menos una mascota: lo vemos en amigos, en las redes sociales, en la gente paseando a sus mascotas en la calle.

Bahía Grande participará de los estudios geotécnicos del proyecto Argentina LNG de YPF ENI



SERÁ A TRAVÉS DEL BUQUE BG WARRIOR, PARA LA EMPRESA UTEC GEO-SERVICES

Bahía Grande, empresa especializada en logística y operaciones marítimas para la industria energética con más de 35 años de trayectoria, será parte del proyecto Argentina LNG impulsado por YPF/ENI, la inversión privada más grande de la historia del país. El plan tiene como objetivo extraer el gas natural de Vaca Muerta en Neuquén, para convertirlo en Gas Natural Licuado (GNL) y exportarlo. En este contexto, Bahía Grande fue contratada por la empresa UTEC Geo-Services, empresa especializada en estudios geotécnicos y geofísicos offshore, para sumarse al proyecto, específicamente en el relevamiento geotécnico del fondo marino. Los trabajos permitirán caracterizar los suelos y obtener información para el diseño de las condiciones de

apoyo y los sistemas de anclaje de los gasoductos y demás instalaciones previstas. La empresa participará mediante el BG Warrior, un buque versátil de alto rendimiento, tipo Anchor Handling Tug Supply (AHTS), que cuenta con 136 toneladas de bollard pull, potencia de 10.657 HP, posicionamiento dinámico DP2, sistema de lucha contra incendios FiFi 1 y está equipado para control de derrames. "La energía está motorizando el desarrollo de nuestro país. En ese escenario, hay oportunidades enormes como estas, en la que la logística marítima puede y debe convertirse en una solución a los desafíos que afronta el sector" sostuvo Andrés Jacob, CEO de Bahía Grande. En una coyuntura marcada por el cre-



Andrés Jacob

cimiento sostenido del sector Oil Gas, especialmente con el avance de Vaca Muerta y los proyectos offshore en la plataforma continental, Bahía Grande ofrece soluciones integrales, eficientes y sustentables que acompañan a la industria no solo como proveedor, sino como un socio estratégico de principio a fin de la operación.

FICHA DEL PROYECTO:

Proyecto: ARGENTINA LNG

Cliente: UTEC GEO-SERVICES

Buque: BG WARRIOR

Inicio: 26 de septiembre

Alcance: Relevamiento geotécnico del fondo marino



La energía está motorizando el desarrollo de nuestro país. En ese escenario, hay oportunidades enormes como estas, en la que la logística marítima puede y debe convertirse en una solución a los desafíos que afronta el sector



Federico Martín

FEDERICO MARTÍN BADIE ES NUEVO GERENTE DE OPERACIONES DE BAHÍA GRANDE

Bahía Grande, empresa especializada en logística y operaciones marítimas para la industria energética con más de 35 años de trayectoria, anunció el nombramiento de Federico Martín Badie como nuevo Gerente de Operaciones. "Estoy muy contento de incorporarme a Bahía Grande y formar parte de un equipo con una gran trayectoria en logística y operaciones marítimas", afirmó Badie. Bahía Grande es una empresa argentina con proyección regional, especializada en logística y operaciones marítimas para la industria energética del Cono Sur (Argentina, Uruguay y Brasil), con más de 35 años de trayectoria en el sector, con base operativa en Buenos Aires y presencia activa en los principales corredores marítimos del país.

El mercado inmobiliario entra en una nueva etapa: por qué construir ya no es suficiente



Por Jan Carlos Alcoforado
Presidente de Morevie Incorporadora y Constructora

El mercado inmobiliario atraviesa una paradoja: mientras las operaciones pueden recuperarse con relativa rapidez cuando mejora la confianza, la construcción necesita años para responder. Esa diferencia entre la velocidad de la demanda y los tiempos de la oferta puede convertirse en uno de los principales desafíos del próximo ciclo inmobiliario. En Brasil, un mercado de dimensiones continentales y con realidades muy diferentes según cada región y segmento, no es posible afirmar que exista una única dinámica.

Pero sí se observa una mayor cautela entre los desarrolladores a la hora de lanzar nuevos proyectos.

La razón no está solamente en el precio de los materiales. El costo del terreno, los permisos, la mano de obra, los impuestos, la comercialización y, especialmente, el financiamiento, forman parte de una ecuación cada vez más exigente. En un negocio de ciclo largo, las tasas de interés tienen un impacto directo sobre la decisión de iniciar una obra.

Por eso, construir dejó de ser una cuestión exclusivamente inmobiliaria para convertirse en una cuestión financiera: antes de poner un ladrillo, hay que tener cada vez más claro quién va a comprar, por qué lo va a hacer y qué valor tendrá ese activo cuando esté terminado.

El problema no es solamente cuánto cuesta construir

Durante mucho tiempo, la discusión sobre la rentabilidad de un desarrollo estuvo concentrada en el costo de los insumos y el precio final de venta. Hoy esa mirada resulta insuficiente.

Un proyecto debe contemplar desde el valor del terreno hasta su estructura financiera, la velocidad de comercialización y los costos de operación posteriores.

Esto está modificando también el producto inmobiliario.

El comprador ya no busca únicamente superficie. En determinados segmentos, especialmente en los destinos turísticos, aparecen con más fuerza variables como calidad de vida, naturaleza, wellness, ser-

vicios, seguridad, tecnología y experiencia. Esto obliga al desarrollador a pensar en todo el ciclo de vida del activo.

En Morevie partimos de una premisa: ya no tiene sentido construir simplemente para aumentar el stock. Hay que desarrollar productos capaces de generar demanda.

La operación empieza a ser tan importante como la construcción

Una de las transformaciones más interesantes del mercado es que el negocio inmobiliario empieza a extenderse más allá de la entrega de las llaves.

La tecnología permite generar mayor transparencia para el propietario y facilitar el seguimiento de su activo y de su operación, incluso cuando el inversor se encuentra fuera de Brasil.

La hospitalidad también adquiere un papel creciente. Un desarrollo turístico puede dejar de ser simplemente un conjunto de unidades para convertirse en un activo operado profesionalmente, con una marca, estándares de servicio, estrategia comercial y capacidad de generar demanda de manera permanente.

Esta tendencia resulta particularmente relevante para el inversor extranjero. Para alguien que compra desde Buenos Aires, Montevideo, Santiago o Miami, la distancia aumenta la necesidad de información, previsibilidad y confianza.

Por eso, atraer capital internacional requiere mucho más que ofrecer una propiedad: requiere construir un ecosistema alrededor del activo.

El crédito puede acelerar la demanda, pero la oferta necesita tiempo

El comportamiento de las tasas de interés será determinante para el próximo ciclo.

Una reducción consistente del costo del financiamiento puede producir un doble efecto: mejorar la viabilidad económica de los nuevos proyectos y aumentar la capacidad de compra de los consumidores.

Pero existe una diferencia fundamental entre ambos movimientos. Un comprador puede volver al mercado en cuestión

de meses. Un desarrollador necesita años para adquirir un terreno, obtener permisos, construir y entregar.

Si la demanda se recupera antes que la oferta, algunos mercados y segmentos podrían enfrentar una presión creciente sobre los precios.

En los destinos turísticos existe además una limitación estructural: los terrenos realmente excepcionales son finitos. Una ubicación frente al mar, próxima a una playa o integrada a un entorno natural de alto valor no puede multiplicarse indefinidamente.

Eso convierte a la ubicación y a la preservación ambiental en variables económicas, no solamente urbanísticas.

El inversor también está cambiando

La nueva generación de compradores e inversores exige algo que hace algunos años tenía un peso menor: transparencia.

En este contexto, mecanismos como el patrimonio de afectación adquieren relevancia. Este régimen permite separar jurídicamente un desarrollo inmobiliario del resto del patrimonio del promotor, vinculando los recursos y obligaciones a ese proyecto específico.

Para quien invierte durante la etapa de construcción, representa una herramienta adicional de protección y previsibilidad.

A esto se suman seguros de obra, tecnología aplicada a la gestión y modelos de operación profesional.

El objetivo es reducir la distancia entre quien desarrolla y quien invierte.

El próximo ciclo no será solamente de más construcción

La discusión sobre el futuro del real estate suele resumirse en una pregunta: ¿cuándo volverá a crecer con fuerza la construcción? Probablemente haya que formular una pregunta diferente: ¿qué tipo de proyectos tendrán sentido cuando vuelva a crecer la demanda?

Los desarrollos que simplemente agreguen metros cuadrados competirán en un mercado cada vez más exigente. En cambio,

aquellos que logren combinar ubicación, diseño, tecnología, eficiencia, wellness, naturaleza, hospitalidad, financiamiento y una operación profesional tendrán mayores posibilidades de sostener su valor.

La construcción seguirá siendo el punto de partida, pero ya no será el final del negocio.

El próximo ciclo inmobiliario no se tratará solamente de construir y vender. Se tratará de crear activos capaces de generar demanda, ser operados eficientemente y preservar su valor durante décadas.

Y esa transformación ya está empezando.

Un proyecto debe contemplar desde el valor del terreno hasta su estructura financiera, la velocidad de comercialización y los costos de operación posteriores. Esto está modificando también el producto inmobiliario.

Biomagna acelera su expansión y avanza hacia el primer bioherbicida argentino



CON UNA FACTURACIÓN DE U\$S 6 MILLONES Y NUEVOS DESARROLLOS EN MARCHA, LA COMPAÑÍA BUSCA AMPLIAR EL ALCANCE DE LA BIOTECNOLOGÍA EN EL AGRO ARGENTINO Y DIVERSIFICAR SU PRESENCIA HACIA CULTIVOS INTENSIVOS INDUSTRIALES.

La biotecnología aplicada al agro dejó de ser una alternativa de nicho para convertirse en una herramienta cada vez más integrada a los sistemas productivos. En ese escenario, Biomagna busca consolidar su posicionamiento en el mercado argentino a partir de una estrategia que combina el desarrollo local con el acceso a tecnologías generadas en uno de los principales centros de investigación de biológicos de la región.

La compañía realizó recientemente una visita estratégica a Biooracle, el centro de investigación y desarrollo de Biotrop ubicado en Campinas, Brasil. El establecimiento es considerado dentro de la industria como uno de los principales polos de innovación en biológicos y concentra investigaciones que abarcan desde la microbiología y el control de plagas y enfermedades hasta la experimentación en cultivos extensivos e intensivos. Para Biomagna, el vínculo con este centro constituye un diferencial estratégico.

A través de su alianza exclusiva con Biotrop, la empresa busca trasladar al campo argentino tecnologías desarrolladas bajo protocolos de investigación de escala internacional y adaptadas a las necesidades de los distintos sistemas productivos.

De la investigación a la hectárea

El diferencial, según explican desde la compañía, está en la integración entre el trabajo de laboratorio y la validación a campo. En Biooracle, los equipos científicos especializados trabajan de manera articulada con las áreas de experimentación agrícola, lo que permite evaluar el comportamiento de las soluciones desde las primeras etapas de investigación hasta su aplicación en condiciones productivas.

“Los biológicos de alta performance no existen sin una inversión masiva en desarrollo. En Biooracle, la ciencia se organiza en binomios de investigación, destinados exclusivamente por área al estudio crítico de insectos, enfermedades y biofungicidas. Lo que otorga una calidad integrado-

ra inigualable es que estos científicos de laboratorio conviven y operan en el mismo tiempo y espacio con las áreas de experimentación agrícola a campo”, explicó Facundo Ramos, Gerente de Desarrollo de Biomagna.

El gerente de desarrollo sumó que “esta sinergia total, que abarca desde la microbiología pura hasta ensayos en cultivos extensivos e intensivos en un mismo predio, permite una mirada de 360 grados que garantiza resultados tangibles. Es este respaldo el que traemos a la Argentina”.

Más allá de soja, maíz, trigo y girasol

La estrategia también contempla herramientas específicas para problemáticas que ganaron relevancia en las últimas campañas. En ese grupo se encuentran Biokato, un bioinsecticida destinado al manejo de la chicharrita en maíz; Bioexos, de amplio espectro para el control de plagas; y Biocalda, un coadyuvante biológico desarrollado para mejorar la eficiencia de las aplicaciones.

A su vez, Biomagna comenzó a profundizar su presencia en cultivos regionales y de mayor valor por hectárea. Lastro, por ejemplo, es un biofungicida foliar orientado al manejo de enfermedades en producciones como maní y vid, ampliando el alcance de la plataforma tecnológica más allá de los grandes cultivos agrícolas. Pero uno de los principales hitos que la compañía proyecta para el mercado argentino está relacionado con el desarrollo de un nuevo herbicida de origen biológico. Biomagna avanza con los ensayos que permitirán registrar el que, según la empresa, será el primer bioherbicida registrado en el país.

La expansión de Biomagna no se limita al desarrollo de nuevas soluciones. La compañía también proyecta ampliar su alcance hacia cultivos industriales y segmentos intensivos, como la horticultura y la floricultura, donde la incorporación de herramientas biológicas puede responder

a necesidades productivas específicas. La incorporación de biológicos como complemento al manejo agrícola tradicional responde a un proceso que, lejos de ser reciente, lleva décadas de evolución. “Es un proceso largo de adopción lenta, pero también constante”, señala Ramos. Con una facturación que ya alcanza los u\$s 6 millones en el mercado argentino, Biomagna atraviesa así una etapa de expansión en la que la biotecnología deja de estar concentrada exclusivamente en los cultivos extensivos y comienza a ocupar un lugar más amplio dentro de la matriz productiva.

La apuesta combina investigación, diversificación y desarrollo de nuevas tecnologías, con la intención de acercar al productor argentino soluciones biológicas que ya se encuentran en la frontera de la innovación internacional.



Esta sinergia total, que abarca desde la microbiología pura hasta ensayos en cultivos extensivos e intensivos en un mismo predio, permite una mirada de 360 grados que garantiza resultados tangibles. Es este respaldo el que traemos a la Argentina

UBA: Crecimiento sin generación de empleo

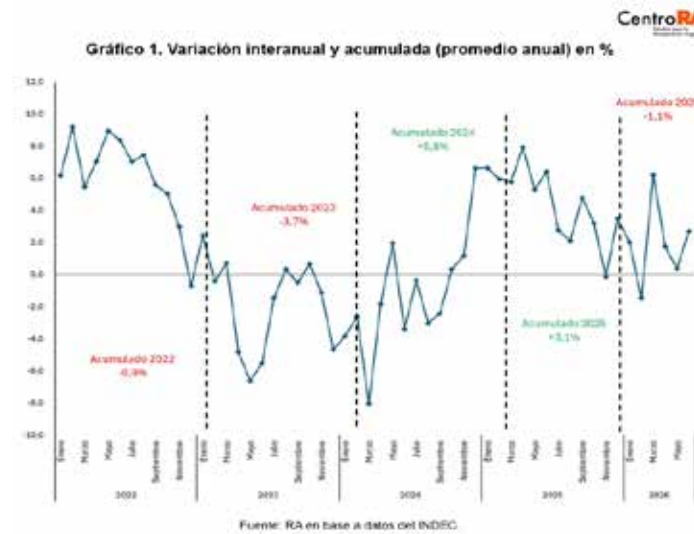
DE LOS 10 SECTORES ECONÓMICOS QUE MÁS CRECIERON EN LA ERA MILEI, 8 ARROJARON ÍNDICES NEGATIVOS EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO



Amás de dos años del cambio de régimen económico, la evolución de la actividad económica continúa reflejando una dinámica caracterizada por una elevada volatilidad y una marcada heterogeneidad entre sectores. Si bien la estabilización macroeconómica permitió corregir desequilibrios fiscales y monetarios acumulados durante años, los indicadores de actividad muestran que la consolidación de una trayectoria de crecimiento sostenido continúa siendo uno de los principales desafíos de la economía argentina. La evolución interanual del Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE) durante el período 2022-2026 permite identificar tres etapas diferenciadas. En primer lugar, durante 2023 la economía atravesó una fase recesiva marcada por los efectos de la severa sequía sobre el sector agropecuario y por las restricciones externas derivadas de la escasez de divisas. Como resultado, el nivel de actividad acumuló una contracción promedio del 3,7 %, especialmente durante el segundo trimestre del año. La segunda etapa corresponde a 2024 y 2025, período atravesado por el cambio de administración y la implementación de

un programa de ajuste macroeconómico. La corrección inicial de precios relativos y la fuerte contracción de la demanda interna provocaron una caída pronunciada de la actividad durante los primeros meses de 2024, esta caída fue cercana al 4% una magnitud comparable a la observada durante la recesión asociada a la sequía de 2023. Posteriormente, la economía mostró una recuperación impulsada tanto por la normalización de sectores afectados durante el año previo como por efectos de comparación estadística. Sin embargo, la trayectoria posterior no exhibió un sendero lineal de expansión, sino una sucesión de avances y retrocesos que evidencian la persistencia de fragilidades en la demanda agregada y en la capacidad de crecimiento de distintos sectores productivos. Finalmente, durante el primer semestre de 2026 la actividad perdió impulso y retrocedió en el margen. Aunque la comparación interanual continúa mostrando tasas positivas en varios meses, el EMAE desestacionalizado se ubicó en junio 1,1% por debajo de diciembre de 2025, con caídas mensuales que fueron sólo parcialmente compensadas por algunos rebotes. Por lo tanto, los datos no muestran una

(GRÁFICO 1).



recuperación en proceso de crecimiento sostenido, sino una dinámica de estancamiento y retroceso en el nivel de actividad, en un contexto de marcada heterogeneidad sectorial (**Gráfico 1**). La actividad sectorial muestra una marcada heterogeneidad. Los sectores vinculados al comercio exterior y a la generación de divisas presentan el mejor desempeño relativo, mientras las ramas dependientes de la demanda interna continúan más débiles. Entre los sectores con mayor crecimiento acumulado se destacan el agro (+40%), impulsado por la recuperación tras la sequía de 2023, la intermediación financiera (+19%) y minas y canteras (+16%), favorecidos por la estabilización macroeconómica y el crecimiento de actividades exportadoras. Asimismo, hoteles y restaurantes registran una evolución positiva (+13%) asociada a la recuperación del turismo y de algunos segmentos de servicios. Por el contrario, la industria manufacturera continúa mostrando dificultades (-8%), afectada por la debilidad de la demanda interna y cambios en la estructura de costos. El comercio también se encuentra entre los sectores más afectados (-4%), reflejando la debilidad del consumo privado. En conjunto, el mayor dinamismo se con-

centra en sectores exportadores y vinculados a recursos naturales, mientras las ramas ligadas al mercado interno siguen rezagadas. Esta divergencia persiste aun cuando la actividad agregada pierde impulso en 2026 (**Tabla 1**). Los datos actualizados a junio de 2026 confirman que la divergencia sectorial persiste, pero ahora en un contexto de debilitamiento del nivel general de actividad. En el primer semestre, frente a igual período de 2025, minas y canteras creció 14,4% e intermediación financiera 5,6%, mientras la industria manufacturera cayó 1,9% y el comercio 1,2%. La construcción mejoró 2,2%, pero todavía se ubicó 13,4% por debajo del primer semestre de 2023. Esto sugiere que el patrón sectorial ya excede el impacto inicial del ajuste, en el cual algunos sectores continúan expandiéndose aun cuando la actividad agregada pierde dinamismo. Los datos de empleo muestran que esa recomposición sectorial no se traduce en más puestos de trabajo. Según el Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA), relevado por la Secretaría de Trabajo, la explotación de minas y canteras (la rama de mayor expansión relativa) perdió 5.200 empleos registrados en el último año, de 92.000 a 86.800 trabajadores a marzo de 2026. El

(TABLA 1).

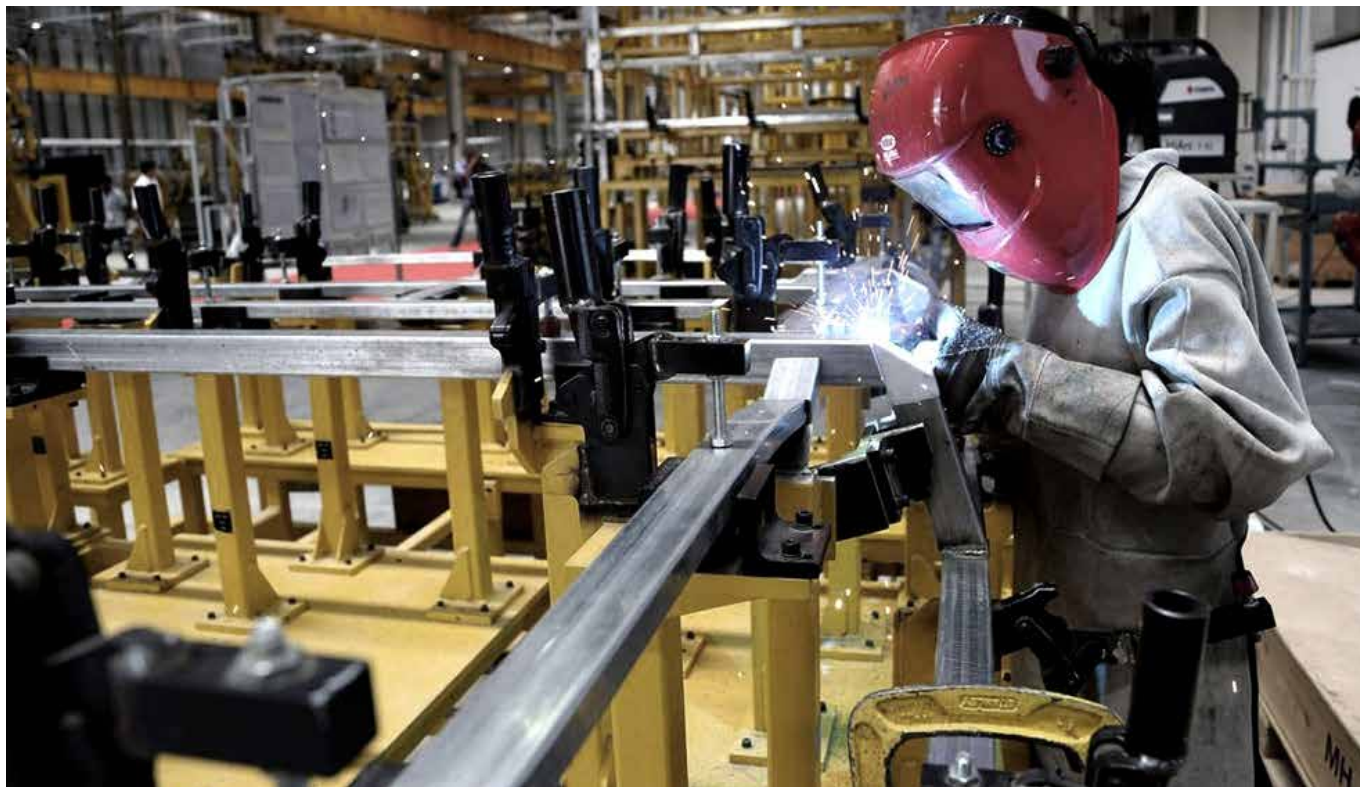
CentroRA

Tabla 1. Producto y empleo por sector desde el inicio de la gestión Milei

Sector	Actividad	Empleo registrado
Agro	+40%	+13.000 puestos (+4,2%)
Intermediación financiera	+19%	-8.600 puestos (-5,7%)
Minas y canteras	+16%	-8.500 puestos (-8,9%)
Hoteles y restaurantes	+13%	-22.900 puestos (-7,8%)
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	+3%	-36.900 puestos (-4,0%)
Transporte y comunicaciones	+3%	-29.400 puestos (-5,5%)
Enseñanza	+2%	+6.800 puestos (+1,6%), solo sector privado
Electricidad, gas y agua	+1%	-600 puestos (-0,8%)
Servicios sociales y de salud	0%	-8.100 puestos (-1,8%), solo sector privado
Administración pública y defensa*	-2%	-148.200 puestos (-4,2%), empleo público total
Otras actividades de servicios comunitarios	-3%	-16.500 puestos (-4,3%)
Comercio mayorista, minorista y reparaciones	-4%	-27.600 puestos (-2,2%)
Industria manufacturera	-8%	-86.500 puestos (-7,3%)
Pesca	-9%	+300 puestos (+2,2%)

Fuente: RA en base a datos del INDEC y SIPA, Secretaría de Trabajo (dotación de asalariados registrados, diciembre de 2023 a mayo de 2026, últimos datos comparables disponibles). *Administración pública y defensa: el SIPA no desagrega el empleo estatal por función, por lo que el dato de empleo corresponde al total del sector público (Nación, provincias y municipios), que incluye a los docentes y trabajadores de salud públicos clasificados en el EMAE dentro de Enseñanza y Servicios sociales y de salud. En esas dos ramas, el dato de empleo incluye solo al sector privado.

agro, con una recuperación acumulada del 40%, sumó apenas 1.700 puestos interanuales y sigue representando solo el 5,2% del empleo privado registrado. La intermediación financiera redujo su dotación 3,7% en el mismo período. En conjunto, las actividades más dinámicas de la economía, agro y minería perdieron un saldo neto de 3.500 puestos de trabajo en los últimos doce meses pese al repunte de su actividad. En las ramas que pierden actividad ocurre lo contrario. La industria manufacturera, con una caída acumulada del 8% desde el inicio de la gestión, perdió más de 80.000 puestos registrados desde noviembre de 2023, dieciocho meses consecutivos de caídas, y concentra casi la mitad de la destrucción total de empleo asalariado registrado. El comercio, con una contracción de actividad del 4%, redujo su dotación 1,9% interanual. En el agregado, el empleo privado registrado cayó 1,5% interanual en marzo de 2026 (unos 96.700 puestos) y acumula 329.667 asalariados registrados menos desde noviembre de 2023, mientras el EMAE creció 5,6% en el mismo período. Las ramas que más mano de obra ocupan, industria, comercio, construcción, son las que más empleo están perdiendo en esta gestión. Los datos muestran que la diferenciación



entre sectores comienza a adquirir cierta persistencia, aunque todavía parece prematuro hablar de un nuevo modelo productivo consolidado. Desde el inicio de la gestión se repiten, con distinta intensidad, los mismos sectores entre los de mejor y peor desempeño. Sin embargo, para que esa recomposición pueda considerarse estructural debería sostenerse en el tiempo y reflejarse también en mayores niveles de inversión, productividad, exportaciones y empleo.

Hasta ahora, el problema es que el crecimiento de las actividades más dinámicas no alcanza a compensar la debilidad de aquellas que concentran una mayor proporción del empleo. El agro, la minería y algunas ramas vinculadas a servicios financieros muestran un desempeño relativamente favorable, pero su capacidad de generación directa de puestos de trabajo es limitada. Al mismo tiempo, industria, comercio y construcción continúan mostrando dificultades y concentran buena parte de la pérdida de empleo registrado.

Esta configuración plantea una tensión para la sostenibilidad de la recuperación. Una mayor producción exportable y una mayor generación de divisas pueden contribuir a aliviar la restricción externa, histó-

ricamente uno de los principales límites al crecimiento argentino. Pero ese efecto no implica automáticamente una mejora de la actividad interna. Su impacto dependerá, entre otros factores, de la inversión que generen esos sectores, de su demanda de proveedores nacionales y de la capacidad de trasladar parte de ese dinamismo hacia otras ramas de la economía.

También existe una dimensión territorial. El desempeño relativo favorece principalmente a las provincias donde tienen mayor peso la producción agropecuaria, minera o hidrocarburífera, mientras que las dificultades de industria, comercio y construcción afectan con mayor intensidad a las grandes áreas urbanas. En ese sentido, provincias como Neuquén, Río Negro, Jujuy, Salta o Santa Fe pueden beneficiarse relativamente más de esta composición sectorial, mientras que el Gran Buenos Aires aparece más expuesto a la debilidad de las actividades orientadas al mercado interno. Además, la evolución de la actividad en 2026 muestra una heterogeneidad sectorial persiste, pero ya no ocurre en el marco de una recuperación generalizada, ya que, el nivel de actividad perdió impulso durante el primer semestre. Esto hace que el interrogante no sea solamente qué sectores cre-

cen, sino si ese crecimiento tiene magnitud y capacidad de arrastre suficientes para sostener al conjunto de la economía.

Hasta el momento, la evidencia muestra que ese efecto de arrastre es débil. Los sectores exportadores pueden constituir una base importante para una expansión posterior, especialmente por su capacidad de generar divisas y financiar inversión. Sin embargo, para que esa mejora tenga un impacto más amplio deberían fortalecerse los vínculos con proveedores locales, la inversión y la generación de empleo directo e indirecto. Los datos disponibles todavía no permiten observar ese proceso con claridad.

Por eso, el impacto social de la recomposición productiva sigue siendo limitado. Las ramas que concentran una parte importante del empleo son precisamente las que presentan mayores dificultades. En ese contexto, el crecimiento de actividades relativamente intensivas en capital puede coexistir con una recuperación débil del empleo asalariado y de los ingresos vinculados al mercado interno.



80 años dando respuestas, siempre.

Ayer, hoy y mañana



sancorseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Soja

La nueva frontera productiva está dentro del lote

AMBIENTE, GENÉTICA, MANEJO Y TECNOLOGÍA COMO PILARES CLAVES PARA REDUCIR LAS BRECHAS DE RENDIMIENTO Y CAPTURAR EL POTENCIAL DE CADA AMBIENTE.

neogen

Una nueva campaña de soja está próxima a iniciarse bajo un escenario que presenta condiciones de partida favorables: una muy buena reserva hídrica en los perfiles, la recuperación de numerosos ambientes con influencia de napa y un pronóstico climático asociado a condiciones "Niño", con mayor probabilidad de precipitaciones por encima de la media durante los meses estivales.

Más allá de las particularidades de cada campaña, en los últimos años la superficie destinada al cultivo no mostró grandes variaciones y la producción se mantuvo relativamente estabilizada en torno de los 47 millones de toneladas. En este contexto la nueva frontera productiva está dentro del lote, y para avanzar sobre ella es necesario integrar cuatro pilares claves: ambiente, genética, manejo y tecnología. La oportunidad no está solamente en elevar los techos de rendimiento, sino también en levantar los pisos productivos y reducir la variabilidad.

Evolución reciente de la superficie, producción y rendimiento de soja. Con una superficie relativamente estabilizada, el crecimiento depende cada vez más de la

productividad.

BRECHAS PRODUCTIVAS: CUÁNTO POTENCIAL QUEDA POR CAPTURAR

Para dimensionar las posibilidades de aumentar la productividad, resulta fundamental analizar la brecha productiva, entendida como la diferencia entre los rendimientos efectivamente alcanzados por los productores y aquellos que pueden explorarse bajo mejores combinaciones de ambiente y manejo. Los resultados muestran una brecha del orden del 34% a nivel nacional, lo que evidencia un margen relevante para seguir incrementando la producción.

Brecha productiva nacional y diferencias regionales respecto de los máximos explorados bajo distintas combinaciones de suelo, clima y manejo.

EL AMBIENTE EXPLICA BUENA PARTE DEL RESULTADO

La brecha productiva es explicada principalmente por el componente sitio, que representa aproximadamente el 46% de la variabilidad, mientras que la campaña explica cerca del 26% y la elección de la genética junto con las prácticas agronómicas otro

26%.

Dentro del efecto "sitio" se incluyen variables como el agua útil, la presencia y profundidad de la napa, la compactación, el cultivo antecesor y la fertilidad física y química del suelo.

El efecto "campaña" comprende fundamentalmente las precipitaciones, las temperaturas y la radiación.

En las decisiones de manejo intervienen la elección de la variedad y del grupo de madurez, la fecha y densidad de siembra, el distanciamiento entre hileras, la fertilización y la protección del cultivo. La combinación de estas variables define cuánto del potencial de cada ambiente finalmente puede capturarse.

VARIABLES QUE EXPLICAN LAS VARIACIONES EN LOS RENDIMIENTOS.

LA NAPA COMO ESTABILIZADORA DE LOS RENDIMIENTOS

Entre las variables del sitio, la presencia de napa, cuando se encuentra a una profundidad adecuada para el cultivo, cumple un rol fundamental como fuente complementaria de agua y estabilizadora de los rendimientos. Su aporte puede amortiguar periodos

- Turismo nacional e internacional
- Viajes a medida

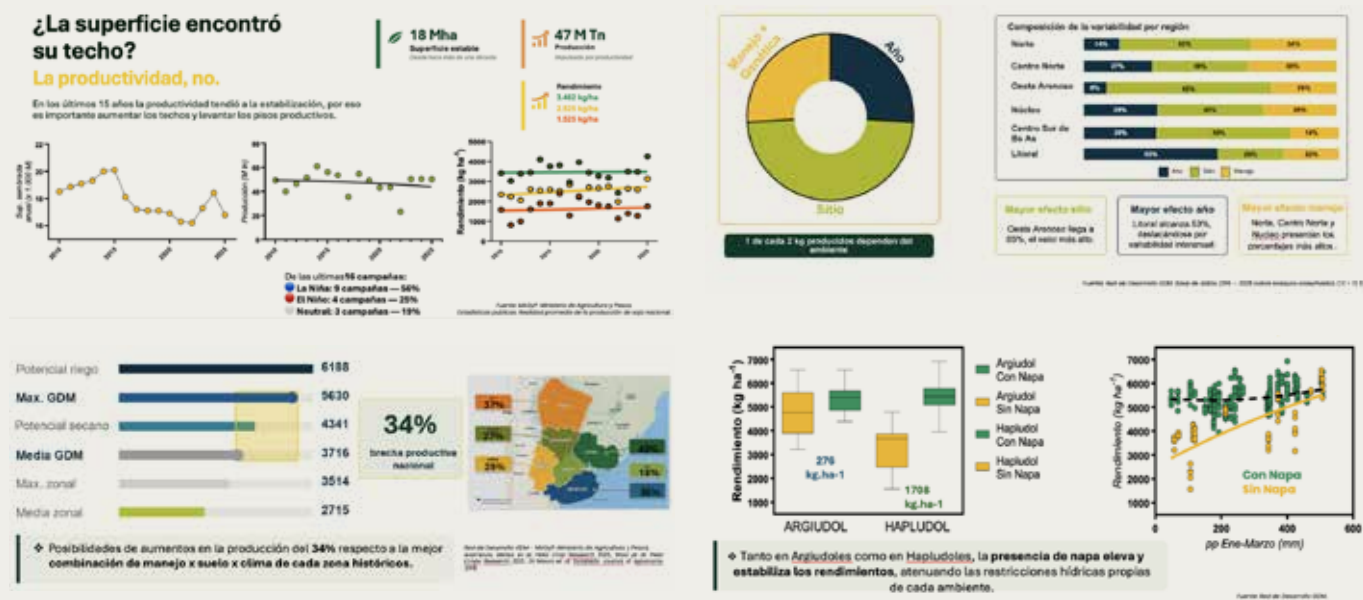
- Salidas grupales
- Viajes de ocio

MOSAICO
DE VIAJES

- Viajes de negocios
- Incentivos para empresas

- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel

www.mosaicodeviajes.com.ar



de menor precipitación y reducir la dependencia del cultivo de las lluvias ocurridas durante etapas críticas.

EFFECTO DE LA NAPA SOBRE EL RENDIMIENTO SEGÚN TIPO DE SUELO Y NIVEL DE PRECIPITACIONES.

COMPACTACIÓN: UNA LIMITANTE QUE ATENTA A LA PRODUCTIVIDAD

La compactación es otra de las variables ambientales que limita la expresión del rendimiento entre 200 kg/ha en años con buena disponibilidad hídrica y de hasta 500 kg/ha en campañas con restricciones de agua, en situaciones con niveles de compactación superiores a 1,9 kPa.

IMPACTO DE LA COMPACTACIÓN SOBRE LA EXPLORACIÓN RADICAL Y EL RENDIMIENTO.

Nutrición: una oportunidad concreta para cerrar brechas
En un contexto de amplia deficiencia nutricional, la fertilización representa una oportunidad relevante para reducir las brechas productivas. La probabilidad de respuesta aumenta marcadamente cuando

los niveles de fósforo disponible son bajos, particularmente por debajo de 20 ppm. En estos ambientes, los resultados muestran oportunidades de mejora del rendimiento del orden del 5 al 10%. Esto refuerza la importancia de medir, diagnosticar y ajustar la nutrición de acuerdo con la condición y el potencial de cada ambiente.

DISPONIBILIDAD DE FÓSFORO, PROBABILIDAD DE RESPUESTA A LA FERTILIZACIÓN Y EFECTO SOBRE EL RENDIMIENTO DE SOJA.

DEL MANEJO UNIFORME AL MANEJO SITIO-ESPECÍFICO

Conocer en detalle los ambientes y comprender la variabilidad intralote permite avanzar hacia estrategias de agricultura sitio-específica. El proceso implica detectar la variabilidad, delimitar zonas de manejo, entender las variables que definen cada ambiente, ajustar el manejo agronómico (Densidad, Genética y Nutrición) y finalmente capturar el rendimiento y margen bruto. A partir de variabilidades de rendimientos intralote superiores a los 600 Kg.Ha-1 encontramos respuestas al manejo variable de la de densidad y combinación de genética

de 65 y 116 Kg.ha-1 respectivamente.

Esquema de agricultura sitio-específica: detectar variabilidad, ambientar, ajustar tecnologías y capturar rendimiento y margen.

FACTORES REDUCTORES: MALEZAS

La problemática de malezas constituye una limitante generalizada en los sistemas de producción de soja, afectando directamente la productividad del cultivo y comprometiendo la eficiencia de las estrategias de manejo.

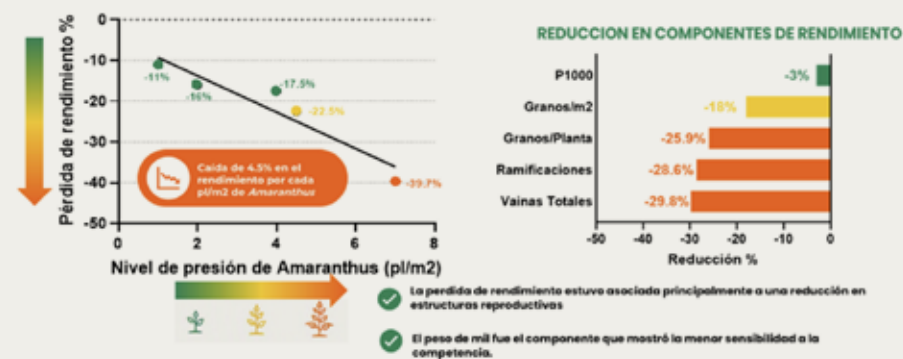
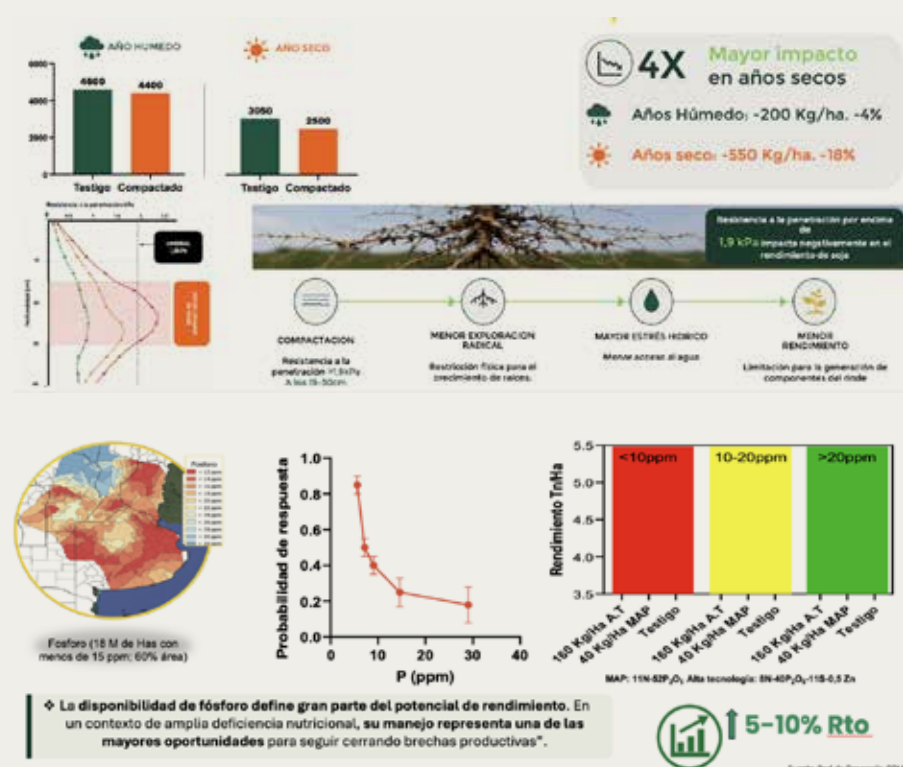
PERDIDA DE RENDIMIENTO POR NIVEL DE PRESIÓN DE AMARANTHUS.

Genética: capturar el potencial de cada ambiente
Con el foco puesto en una nueva campaña y reafirmando el compromiso de NEOGEN de ofrecer genética de vanguardia, adaptada a las particularidades de cada región productiva, la marca presenta un portafolio amplio y competitivo, con alternativas para distintos ambientes, grupos de madurez y tecnologías. NEO 35S23 SE se destaca por su excelente potencial de rendimiento y sus muy buenos

atributos agronómicos. Su posicionamiento está orientado principalmente a la región centro-sur de Buenos Aires y a ambientes de muy alta productividad de la región núcleo, donde permite anticipar la fecha de cosecha sin resignar potencial productivo. Dentro del GM IV medio, NEO 46S25 SE y NEO 47S25 SE se consolidan como variedades líderes, respaldadas tanto por los resultados obtenidos a nivel de productores como por su desempeño en ensayos de terceros. Ambas se destacan por combinar altísimo potencial de rendimiento, estabilidad y una excelente adaptación a la región núcleo sojera, incorporando además las tecnologías Enlist y STS, que aportan mayor flexibilidad al manejo del cultivo.

Por su parte, NEO 50S22 SE constituye una alternativa de alto valor por su combinación de potencial y estabilidad, especialmente adaptada a los ambientes de la región centro del país y a sectores de productividad media a baja dentro de la región núcleo. Para la región centro-norte del país, NEO 64S25 SCE y NEO 70S25 CE representan excelentes alternativas dentro de la tecnología Conkesta, destacándose por su potencial de rendimiento, estabilidad y adaptación a los diferentes ambientes productivos.

Todo el portafolio NEOGEN se comercializa bajo el sistema Sembrá evolución, que es el modelo de negocios de semillas autógamas en Argentina, garantizando el reconocimiento de la propiedad intelectual mediante acuerdos entre privados. Este sistema es el combustible para continuar invirtiendo en investigación y desarrollo, con el objetivo de ofrecer mayor productividad a través del mejoramiento genético y mayor disponibilidad de tecnologías. De esta manera, NEOGEN consolida un portafolio integral que permite ajustar la elección varietal a cada ambiente y estrategia productiva, combinando genética, tecnología y adaptación para capturar el máximo potencial de cada lote.



Jorge Brito: “Las expectativas para el sector energético son muy positivas”

El presidente de Genneia participó del panel “Capital para la energía argentina: condiciones e instrumentos” y resaltó el gran potencial que tiene el sector en el país, el rol clave de las inversiones para su crecimiento y la importancia del desarrollo de la minería y los data centers.

En el marco del AmCham Energy Forum, Jorge Brito, presidente de Genneia, formó parte del panel “Capital para la energía argentina: condiciones e instrumentos”, junto con Facundo Gómez Minujín, presidente de JP Morgan para Argentina, Uruguay, Bolivia y Paraguay.

En su disertación, Jorge Brito expresó: “Las expectativas para el sector energético, particularmente para las energías renovables, son muy positivas. Tanto los inversores internos como externos tienen una muy buena visión sobre ello y saben que la energía es el futuro”.

En ese sentido, remarcó el rol clave que tiene el financiamiento para el crecimiento de Genneia y el papel primordial que desempeñan los bonos corporativos, el project finance y la penetración de los bonos en el mercado local. Ante ese escenario, resaltó además lo fundamental que resulta la seguridad jurídica para poder invertir a largo plazo, como una de las condiciones clave para continuar impulsando el desarrollo de una matriz energética cada vez más eficiente y competitiva.

“Desde Genneia hemos construido ya casi 2 GW entre energía solar y eólica y somos los principales players de energías renovables”, afirmó Brito. Si bien comentó que principalmente se apuntó a abastecer la demanda local, hoy en día la compañía sigue de cerca lo que ocurre también en materia de minería y de data centers. Aseguró que se trata de dos cuestiones que serán relevantes para el desarrollo de la Argentina que se viene y



que necesariamente deberán estar acompañadas de inversiones energéticas.

Por último, en lo que respecta específicamente a los data centers, el presidente de Genneia precisó: “Que un data center esté energizado con renovables, y eventualmente funcionando además con backups como baterías, sería positivo no solo para el ecosistema sino para el desarrollo del país”.

ACERCA DE GENNEIA

Genneia es la empresa líder en la provisión de soluciones energéticas sustentables en Argentina, con un 23% del total de la potencia instalada, alcanzando el 21% de la capacidad de energía eólica y el 26% de la solar. La compañía tiene en funcionamiento 8 parques eólicos y 6 parques solares. Con estos activos, ha elevado su capacidad total de energía renovable a más de 1.745 MW. Con la energía limpia, eficiente y competitiva que genera, la empresa abastece a más de 100 clientes corporativos de distintas industrias en el mercado MATER. Asimismo, continúa consolidando su posición como principal emisora de bonos verdes de Argentina, con más de US\$1.280 millones emitidos hasta la fecha.

Las expectativas para el sector energético, particularmente para las energías renovables, son muy positivas. Tanto los inversores internos como externos tienen una muy buena visión sobre ello y saben que la energía es el futuro

Nueva estrategia en insecticidas para el control de plagas resistentes en maíz y soja

FRENTE A LA PÉRDIDA DE SENSIBILIDAD DE LOS INSECTOS A INSECTICIDAS TRADICIONALES Y EL QUIEBRE DE RESISTENCIA GENÉTICA EN HÍBRIDOS BIOTECNOLÓGICOS, SE LANZA CORAGEN® STAR UNA NUEVA HERRAMIENTA QUE PROPONE UN DOBLE MODO DE ACCIÓN COMPLEMENTARIO.*

El manejo sanitario en los cultivos de cosecha gruesa enfrenta desafíos sin precedentes. Por un lado, los insectos defoliadores se alimentan del área foliar que la planta utiliza para transformar la radiación solar en rendimiento.

Por el otro, las chinches dañan de manera directa los granos en formación, provocando su aborto sistemático. Este escenario se vuelve aún más crítico en el maíz debido a la presión del gusano cogollero (*Spodoptera frugiperda*), una plaga que ha quebrado la resistencia genética de los materiales Bt tradicionales. Ante la creciente pérdida de sensibilidad de estas plagas a los principios activos de uso corriente, el desarrollo de nuevas herramientas se vuelve indispensable para blindar la producción.

Doble acción y poder de volteo

Para dar una respuesta contundente a este complejo de plagas, se presentó oficialmente al mercado agrícola Coragen® Star, un insecticida desarrollado por la firma de ciencia de cultivos FMC. Este producto combina de una manera innovadora dos principios activos legendarios y consagrados de FMC: Rynaxypyr® y Bifentrin. “En Coragen® Star estos principios activos “legendarios” están combinados en una proporción ajustada para maximizar el sinergismo entre ellos. El control proporcionado por Coragen® Star es mucho más que la simple suma de la actividad de sus componentes individuales”, detalló Jorge Morre, Gerente de Desarrollo de la compañía. Esta combinación de activos actúa me-



Beto Peralta (Halcón Monitoreo, Augusto Casmuz (EEAOC), Pablo Díaz (Gte. de Producto FMC), Sergio Catalano (Gte. de Insecticidas LATAM FMC Brasil)

dante el bloqueo los receptores de ryanodina (Rynaxypyr®) y la modulación los canales de sodio (Bifentrin) de las plagas. El resultado de esta combinación es un potente y rápido poder de volteo acoplado a un extenso período de protección, previniendo, al mismo tiempo, la aparición de biotipos resistentes en el lote.

Espectro ampliado en el lote

Con una dosis recomendada de entre 85 y 250 ml/Ha, el espectro de control abarca de manera combinada orugas, chinches, trips y arañuelas. En el cultivo de soja, el producto demuestra una alta eficacia sobre oruga medidora, falsa medidora, bolillera y chinches (tanto la verde como la de la alfalfa), trips y arañuelas. En el caso de maíz, se destaca en el control del gusano cogollero o *Spodoptera*.

Además de su consistencia biológica, la tecnología incorpora ventajas operativas clave para el productor de hoy: Seguridad ambiental: Es un producto con un perfil toxicológico favorable, clasificado como Categoría III o Banda Azul. Seguridad de resultados: Posee una excelente resistencia al lavado ante eventuales lluvias posteriores a la aplicación. Flexibilidad de aplicación: La tecnología ha sido validada para aplicaciones tradicionales de tipo terrestre y aérea, así como también para coberturas de precisión mediante drones agrícolas. De esta manera, el sector agrícola suma una alternativa de alta tecnología que simplifica las decisiones estratégicas tranquera adentro, ayudando que los cultivos expresen su máximo potencial productivo.

Plaza Marechal transforma el corredor Canning – San Vicente

El proyecto integral es U\$S 30 millones



EL DESARROLLO DE USOS MIXTOS A CIELO ABIERTO ABARCA MÁS DE 30.000 M² Y ALBERGARÁ EL SPORT CLUB MÁS GRANDE DE ARGENTINA (CON CINCO CANCHAS DE PADDLE CUBIERTAS), LA SALA TEATRAL LEOPOLDO MARECHAL, UN SECTOR CORPORATIVO Y UN PASEO GASTRONÓMICO Y COMERCIAL.

En respuesta a la acelerada transformación urbana y al crecimiento demográfico de la zona sur del Gran Buenos Aires, Grupo Innova presentó formalmente Plaza Marechal, un complejo comercial, corporativo y de entretenimiento de usos mixtos a cielo abierto (Open Mall). Con una inversión global de USD 30 millones —entre el desarrollo del proyecto y la radicación de marcas—, el emprendimiento se consolida como el principal hito transformador del emergente polo de Canning Sur.

Plaza Marechal busca responder a una demanda insatisfecha de bienes y servicios

de categoría, impulsada por el crecimiento poblacional, que en la zona de San Vicente y Presidente Perón fue del 65 % en la última década.

Está ubicado estratégicamente en un predio de seis hectáreas sobre la calle Pampero, esquina Marechal, a metros del distribuidor de la ruta 52, en la principal vía de acceso a San Vicente. El proyecto abarca una superficie proyectada de más de 38000 m² (30000 m² cubiertos) y será el primer proyecto de esta envergadura en el partido de presidente Perón. La propuesta está concebida integralmente bajo cuatro pilares conceptuales: Comprar, Trabajar, Disfrutar

y Entrenar, permitiendo a los residentes resolver todas sus necesidades cotidianas en un solo lugar.

El área que se extiende a lo largo del corredor verde desde Canning hacia los municipios presidente Perón y San Vicente, es llamada “Canning Sur” y registra un crecimiento poblacional récord del 65%, posicionándose a la cabeza de toda la provincia de Buenos Aires. Este fenómeno, impulsado por la consolidación de nuevos barrios cerrados y urbanizaciones a lo largo de las rutas 58, 52 y 6, generó una amplia base de consumidores con alto poder adquisitivo, pero con una acentuada demanda insatis-

fecha en materia de servicios, retail e infraestructura comercial de proximidad.

Plaza Marechal llega para equilibrar esta brecha estratégica en el corredor verde, ofreciendo una infraestructura planificada de vanguardia y un ecosistema de servicios de primer nivel.

El proyecto contempla una infraestructura de gran escala orientada al confort, la inclusión y la sustentabilidad:

Paseo Comercial y Gastronómico: 136 locales comerciales, opciones gastronómicas a cielo abierto, supermercado y servicios financieros, educativos y de salud.

Business Center: 128 oficinas profesionales y corporativas Clase A.

Deporte y Bienestar: Incluirá el Sport Club más grande de Argentina, con un gimnasio de última generación de más 5 canchas de pádel.

Cultura y Espacio Público: Albergará la Sala Teatral Leopoldo Marechal, constituyendo un nuevo polo de atracción cultural regional.

Estacionamiento y Accesibilidad: Más de 600 plazas de estacionamiento, diseño 100% accesible para personas con discapacidad y autonomía energética basada en energías renovables.



Plaza Marechal no es solo un centro comercial, es una respuesta planificada al nuevo mapa demográfico de la región. Buscamos elevar la experiencia del usuario posicionando a Canning Sur como un polo de desarrollo, inversión y estilo de vida con solidez y visión de futuro, señaló Damian Facio, Director General del Grupo INNOVA, un grupo empresario que tiene más de una década desarrollando proyectos urbanos

en la zona de Canning. Para Plaza Marechal, Innova convocó a profesionales con trayectoria y experiencia en cada rubro, en pos de lograr la mejor calidad de proyecto, dirección de obra, comercialización y retail. El proyecto se desarrollará en etapas. La primera etapa, que comprende el Sport Club completo más las canchas de pádel y el primer sector de locales y oficinas está previsto para el primer semestre de 2028.

FINANZAS

BBVA presentó una propuesta integral para los Fondos FAL para empresas PyMEs

Lautaro Veliz

BBVA presentó su propuesta de administración de los Fondos FAL para empresas y PyMEs, que busca integrar su gestión con la de haberes.

Las empresas y PyMEs que elijan a BBVA para administrar su Fondo de Asistencia Laboral (FAL) entre el 1 de agosto y el 31 de diciembre de 2026 accederán a una comisión de administración del 0% desde su incorporación y durante todo 2027.

Además, aquellas empresas y PyMEs que incorporen nuevas nóminas netas durante ese período recibirán, a lo largo de todo el año 2027, el reintegro del 100% del aporte FAL correspondiente a esas nóminas.

Un nuevo régimen para las obligaciones laborales

El régimen de Fondos de Asistencia Laboral establece un mecanismo de fondeo para los empleadores del sector privado mediante cuentas individuales, inembargables y se-

paradas del patrimonio de la compañía. Su objetivo es constituir un respaldo económico para el pago de futuras obligaciones laborales.

“Elegir quién administra los FAL de cada empresa o PyME implica definir cómo se invertirán y gestionarán recursos destinados a atender obligaciones laborales futuras. En BBVA desarrollamos una propuesta con foco en la preservación del capital, la liquidez, la diversificación y el control de riesgos, para ofrecer a las empresas trazabilidad y disponibilidad de los fondos cuando los necesiten. Nuestra responsabilidad es combinar una mirada de largo plazo con una gestión profesional y rigurosa de cada cartera”, señaló Lautaro Veliz Espeche, head de Asset Management de BBVA en Argentina.

Nómina y FAL en una misma gestión

Al centralizar en BBVA la acreditación de haberes y la administración del FAL, las PyMEs o empresas pueden gestionar en un mismo ecosistema el pago de salarios, el seguimien-

to de los aportes y la operatoria del fondo. Esta integración busca simplificar procesos y brindar mayor trazabilidad sobre ambos circuitos.

“Las empresas y PyMEs que elijan a BBVA para administrar su Fondo de Asistencia Laboral (FAL) accederán a una comisión de administración del 0% durante 2027. Además, aquellas que incorporen nuevas nóminas netas entre el 1 de agosto y el 31 de diciembre de 2026 obtendrán el reintegro del 100% del aporte FAL correspondiente a esas nóminas durante todo 2027” señaló Ricardo Castro, head de Productos de Banca Minorista de BBVA en Argentina.

Reglamentación

Cada empleador alcanzado deberá elegir un único vehículo, obtener su ID FAL e informar al ARCA para la correcta derivación de las contribuciones.

Las empresas pueden consultar las condiciones de la propuesta en bbva.info/FAL o contactar a su ejecutivo de cuenta.

Coca-Cola Argentina: 84 años en el país y el impacto de su cadena de valor

CON 12 PLANTAS PRODUCTIVAS, 65 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, PRESENCIA EN MÁS DE 264.000 COMERCIOS EN TODO EL PAÍS Y MÁS DE 150.000 EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS, EL SISTEMA COCA-COLA EN ARGENTINA PONE EN PRIMER PLANO EL IMPACTO DE SU CADENA DE VALOR.



Coca-Cola Argentina presenta "Nos une el país que queremos", una campaña que recorre la Argentina para mostrar todo lo que sucede detrás de cada bebida: una red que produce, emplea, distribuye y comercializa en distintas regiones del país, conectando a miles de personas y comunidades.

Desde la producción de insumos y la elaboración de bebidas hasta su distribución y llegada a comercios de todo el país, esta cadena de valor articula industrias, proveedores, distribuidores, transportistas, comerciantes, recicladores, clientes, emprendedores, organizaciones y colaboradores, generando oportunidades y desarrollo local en distintas regiones del país.

En Argentina, el Sistema Coca-Cola está integrado por Coca-Cola Argentina y sus cuatro socios embotelladores —Coca-Cola Andina, Coca-Cola FEMSA, Arca Continental y Reginald Lee— juntos conforman una red con 12 plantas productivas, 65 centros de distribución y presencia en más de 264.000 comercios a lo largo y ancho de todo el país, generando más de 150.000 empleos directos e indirectos en toda su cadena de valor.

"Nuestro impacto va mucho más allá de elaborar bebidas. Somos parte de una cadena de valor que conecta empresas, comercios y comunidades, genera oportunidades e impulsa la producción y el desarrollo local. Con 'Nos une el país que queremos' buscamos hacer visible ese impacto y, sobre todo, a las personas que lo hacen posible todos



Antonella Pelizzari

los días", afirmó Antonella Pelizzari, Directora Senior de Asuntos Públicos, Comunicación y Sustentabilidad de Coca-Cola para Argentina y Uruguay. La campaña recorre distintas regiones del país para mostrar cómo ese impacto se hace concreto a lo largo de toda la cadena de valor: desde productores e industrias proveedoras hasta distribuidores, pequeños comercios, emprendedores y organizaciones que trabajan junto al Sistema Coca-Cola. Con 84 años de presencia en la Argentina, Coca-Cola reafirma su compromiso de largo plazo con la producción local y con una red que genera oportunidades para miles de familias y comunidades y contribuye al entramado productivo del país.

Nuestro impacto va mucho más allá de elaborar bebidas. Somos parte de una cadena de valor que conecta empresas, comercios y comunidades, genera oportunidades e impulsa la producción y el desarrollo local. Con 'Nos une el país que queremos' buscamos hacer visible ese impacto y, sobre todo, a las personas que lo hacen posible todos los días

Sancor Seguros presentó a Cori y evoluciona su experiencia de atención digital con IA

LA COMPAÑÍA INCORPORA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ATENCIÓN POR VOZ Y TRANSFORMA SUS CANALES DIGITALES CON UNA EXPERIENCIA MÁS ÁGIL, CERCANA Y DISPONIBLE A CUALQUIER HORA.



Sancor Seguros presentó a Cori, su asistente virtual, como parte de una evolución en la experiencia de atención digital de sus clientes. La iniciativa incorpora nuevas capacidades tecnológicas, pensadas para brindar una atención más simple, rápida y cercana. Entre las principales novedades, se destaca la implementación de un asistente de voz con inteligencia artificial para la denuncia de siniestros. Los asegurados ya pueden realizarlas hablando de manera natural, guiados paso a paso durante todo el proceso y con disponibilidad las 24 horas, todos los días.

Además, Cori permite resolver múltiples gestiones, como solicitar asistencia vehicular, consultar pólizas, descargar documentación, denunciar un siniestro y realizar seguimientos, entre otras funcionalidades. La nueva identidad busca unificar y potenciar la experiencia digital de la compañía,

acercando la tecnología a las personas y facilitando el acceso a respuestas más ágiles y simples.

"Nuestro mayor desafío consiste en interpretar las necesidades reales de la gente y hallar la mejor forma de satisfacerlas. Esto aplica no solo a nuevas coberturas, sino también en términos de servicio y calidad de atención. En tal sentido, vemos la tecnología como una aliada para alcanzar ese objetivo, sin perder nunca el trato humano y la cercanía permanente con los asegurados, tanto a través de nuestro equipo interno como de nuestros Productores Asesores en todo el país", comentaron desde la aseguradora.

Con este avance, Sancor Seguros continúa impulsando la innovación en seguros, incorporando herramientas que permiten ofrecer soluciones cada vez más resolutivas, accesibles y centradas en las personas.

Nuestro mayor desafío consiste en interpretar las necesidades reales de la gente y hallar la mejor forma de satisfacerlas. Esto aplica no solo a nuevas coberturas, sino también en términos de servicio y calidad de atención. En tal sentido, vemos la tecnología como una aliada para alcanzar ese objetivo, sin perder nunca el trato humano y la cercanía permanente con los asegurados, tanto a través de nuestro equipo interno como de nuestros Productores Asesores en todo el país

Qué hacer para recuperar el control de las deudas



Por Ariel Mamani

Después de varios meses de recuperación del crédito al consumo, muchas familias argentinas empezaron a descubrir la otra cara del financiamiento: endeudarse es cada vez más fácil, pero salir de la deuda puede ser mucho más difícil. El verdadero desafío hoy ya no es acceder a un préstamo o pagar con tarjeta, sino administrar esas herramientas sin que terminen comprometiendo la economía del hogar.

Los números muestran que esta preocupación dejó de ser una percepción para convertirse en una realidad. Según el último Informe sobre Bancos del Banco Central (BCRA), la morosidad de las familias alcanzó el 12,8% en mayo y continúa mostrando una tendencia creciente. Al mismo tiempo, el crédito destinado al consumo cayó 1,1% en términos reales, una señal de que muchas personas ya no buscan endeudarse más porque todavía están intentando acomodar las obligaciones que asumieron meses atrás.

A este escenario se suma otro dato clave: hoy el costo de financiarse es elevado. A fines de julio, la tasa de los préstamos personales rondaba el 60% anual, muy por encima de la inflación acumulada de los últimos doce meses. Esto significa que, para quien tiene capacidad de elegir, cancelar una deuda cara suele generar un beneficio económico mayor que mantener ese dinero invertido en alternativas tradicionales de ahorro.

En este contexto, el primer error que conviene evitar es pagar únicamente el mínimo de la tarjeta de crédito. Aunque permite mantenerse al día, el saldo pendiente continúa generando intereses elevados y puede transformar una compra relativamente pequeña en una deuda que se extiende durante meses. Siempre que sea posible, pagar el total del resumen sigue siendo la opción más conveniente.

También resulta importante evitar recurrir a prestamistas particulares o plataformas que operan fuera del sistema financiero regulado. Además de ofrecer, en muchos casos, costos significativamente más altos que los bancos, implican mayores riesgos por la falta de controles y garantías para quienes toman el crédito.

Sin embargo, sería un error pensar que toda deuda es negativa. El crédito puede ser una herramienta útil cuando se comprende cómo funciona y se utiliza de manera planificada. Puede servir para afrontar una emergencia, financiar una compra necesaria o incluso administrar mejor el flujo de dinero del mes.

Por ejemplo, una persona que ya cuenta con los \$350.000 destinados a las compras del supermercado puede pagar con tarjeta de crédito en una cuota sin interés y mantener ese dinero invertido en una billetera virtual hasta el vencimiento del resumen. En ese caso, el gasto será el mismo, pero ese capital habrá generado un rendimiento durante ese período. La diferencia no está en

tomar deuda, sino en usar el crédito estratégicamente.

Recuperar el control: dos estrategias para ordenar las deudas

El primer paso siempre es conocer la situación real. Hacer una lista con todas las deudas, cuánto se debe, qué tasa de interés paga cada una y cuándo vence permite tomar decisiones con información y establecer prioridades.

A partir de allí existen dos estrategias ampliamente utilizadas.

La primera es el método bola de nieve, que propone cancelar primero la deuda más pequeña mientras se continúa pagando el mínimo del resto. Cada vez que una deuda desaparece, el dinero que se destinaba a esa cuota se suma a la siguiente. Aunque no es la alternativa más eficiente desde el punto de vista financiero, suele ayudar a mantener la motivación porque permite ver resultados rápidamente.

La segunda estrategia es el método avalancha, que consiste en destinar todo el dinero disponible a cancelar primero la deuda con la tasa de interés más alta. Una vez eliminada, ese mismo dinero se dirige a la siguiente deuda más costosa. Es el camino que permite pagar menos intereses y reducir el costo total del endeudamiento.

Ningún método es universalmente mejor

que el otro. El más efectivo será aquel que cada familia pueda sostener en el tiempo, porque la constancia termina siendo tan importante como el cálculo financiero.

Cuando el conjunto de las cuotas ya supera la capacidad de pago del hogar, otra alternativa puede ser refinanciar o consolidar las deudas en un único préstamo con una cuota mensual menor. No siempre implica un ahorro, ya que muchas veces extiende el plazo y aumenta el costo final, pero puede evitar caer en mora. En estos casos, la decisión no debería basarse únicamente en el valor de la cuota, sino en cuánto terminará costando realmente esa refinanciación.

Administrar una deuda no significa dejar de usar el crédito. Significa entender cuánto cuesta, para qué se utiliza y cuál es el impacto que tendrá sobre las finanzas personales. En un contexto donde el financiamiento volvió a ocupar un lugar importante en la economía cotidiana, la diferencia entre una deuda saludable y un problema financiero no suele estar en el monto, sino en la planificación. Porque la deuda no empieza a convertirse en un problema cuando deja de pagarse; empieza mucho antes, cuando se pierde de vista cuánto cuesta realmente.

En este contexto, el primer error que conviene evitar es pagar únicamente el mínimo de la tarjeta de crédito.

Aunque permite mantenerse al día, el saldo pendiente continúa generando intereses elevados y puede transformar una compra relativamente pequeña en una deuda que se extiende durante meses.

Siempre que sea posible, pagar el total del resumen sigue siendo la opción más conveniente.

***Ariel Mamani, con apenas 26 años, se ha convertido en uno de los referentes jóvenes en educación financiera en América Latina. Desde su experiencia como inversor autodidacta y fundador de INVE-RARG -una empresa dedicada a acercar el mundo de las inversiones a las personas comunes- impulsa una misión que va más allá de enseñar a invertir: democratizar el conocimiento financiero y promover la inclusión económica, compartiendo herramientas prácticas que permitan a cada persona administrar sus ahorros con criterio y confianza.**



¿De quién es realmente el cliente?

La nueva disputa entre bancos y billeteras digitales



Diego Ossa

Durante décadas, la cuenta sueldo fue uno de los activos más valiosos del sistema bancario. No solo aseguraba el ingreso mensual del salario; también representaba la puerta de entrada para ofrecer tarjetas, préstamos, inversiones, seguros y prácticamente cualquier otro producto financiero.

Hoy esa lógica comienza a mostrar señales de desgaste. Cada vez es más frecuente que miles de trabajadores -especialmente entre los más jóvenes- reciban su salario en una cuenta bancaria y, apenas el dinero se acredita, lo transfieran casi automáticamente a una billetera digital desde donde administran sus gastos cotidianos, pagan servicios, realizan transferencias o invierten el excedente.

Así lo constata un estudio sobre Principa- lidad bancaria en Argentina, realizado por la consultora tech global Stefanini Group: el 78% de los encuestados afirmó que recibe el salario a través de bancos tradicionales, sin diferencias generacionales marcadas. Sin embargo, la Generación Z es la que más utiliza billeteras para recibir ingresos (27%),

frente al 22% de Millennials, 19% de Generación X y 16% de Baby Boomers.

La cuenta sueldo sigue siendo obligatoria para el empleador. Pero la relación diaria con el dinero ocurre, cada vez más, en otro lugar.

El banco conserva el depósito; la billetera gana el uso

El fenómeno pone sobre la mesa una pregunta que empieza a cobrar fuerza dentro del ecosistema financiero argentino: ¿sigue teniendo sentido que las cuentas sueldo sean un producto exclusivo de los bancos cuando el comportamiento del usuario ya no responde a esa lógica?

Durante el debate de la reforma laboral, se propuso autorizar la acreditación de sueldos en cuentas de Proveedores de Servicios de Pago (PSP) regulados por el Banco Central, iniciativa promovida por el sector fintech. La propuesta de ampliar la competencia e interoperabilidad en el sistema financiero permanece en debate. Mientras tanto, el mercado encontró su propia solución. Los usuarios reciben el dinero donde

exige la regulación y luego lo trasladan hacia la plataforma donde sienten que administran mejor sus finanzas.

Para la Generación Z, el banco dejó de ser el centro de la experiencia financiera. Se convirtió, muchas veces, en una estación de paso.

Fidelización financiera con Inteligencia Artificial

El cambio también obliga a replantear una idea profundamente instalada en la banca tradicional: captar una cuenta sueldo equivale a captar un cliente. Y es que las entidades siguen diseñando propuestas homogéneas para un cliente que ya no existe. El estudio de Stefanini es claro: una estrategia única de engagement no solo es ineficiente, sino que erosiona la relevancia de la marca. En cambio, los nuevos tiempos exigen pasar de esas propuestas homogéneas a una relación segmentada, dinámica y basada en comportamiento real. En este escenario, la Inteligencia Artificial y los datos permiten interpretar señales, anticipar necesidades y personalizar experiencias a escala. Desde

la mirada conjunta del área de Consulting Services y Stefanini Marketing de Stefanini Group, este cambio implica ir más allá de la segmentación tradicional para entender, mediante tecnología avanzada, cómo toman decisiones los usuarios en contextos específicos.

La nueva generación valora la experiencia antes que la institución. Prioriza aplicaciones intuitivas, transferencias inmediatas, inversiones simples, beneficios personalizados y herramientas que resuelvan necesidades concretas desde el celular. "En ese contexto, la exclusividad regulatoria puede garantizar el depósito inicial, pero ya no asegura la utilización posterior de los servicios financieros. La fidelización ya no depende del lugar donde se acredita el salario, sino de quién ofrece la mejor experiencia una vez que ese dinero está disponible. La competencia dejó de ser por la cuenta y pasó a ser por el uso cotidiano" explica Diego Ossa, CEO de Stefanini Group para la región sur de Latinoamérica.

Transformando la experiencia bancaria con IA

Para los bancos, este escenario representa un desafío estratégico sobre las cuentas sueldo: transformar esa primera interacción en una relación digital permanente. Esto implica reducir fricciones, acelerar la innovación y ofrecer servicios personalizados capaces de competir con la experiencia que hoy brindan las billeteras digitales.

Desde la perspectiva tecnológica, responder a estas expectativas exige infraestructuras mucho más flexibles e inteligencias avanzadas. Los clientes ya no distinguen entre banco, fintech o billetera: esperan que cualquier operación sea inmediata, simple y disponible las 24 horas. Para lograrlo, la Inteligencia Artificial se vuelve indispensable para procesar datos en tiempo real, anticipar conductas de consumo y automatizar experiencias sin fisuras. Todo esto sostenido por arquitecturas abiertas, integración mediante APIs y plataformas capaces de evolucionar continuamente sin afectar la operación.



"Hoy la ventaja competitiva ya no está en controlar el punto de entrada del dinero, sino en construir una experiencia tan fluida e inteligente que el cliente elija quedarse. Esa diferencia no la marca la regulación; la marca la tecnología que sostiene cada interacción", dijo Ossa.

La próxima discusión

El debate sobre la posibilidad de acreditar salarios directamente en billeteras digitales probablemente vuelva a la agenda tarde o temprano. Pero incluso si la regulación permanece sin cambios, el comportamiento del mercado parece haber tomado una dirección difícil de revertir.

La pregunta ya no es quién recibe primero el sueldo. La verdadera competencia consiste en quién logra acompañar al usuario durante los treinta días siguientes. Y en esa carrera, la fidelidad ya no se deposita junto con el salario.

Sobre Stefanini Group

Stefanini Group es una consultora tech global que domina el uso de la Inteligencia Artificial y cocrea soluciones a medida para que sus clientes avancen en su jornada digital, combinando presencia global, amplia experiencia técnica y un portafolio com-

pleto de servicios. Presente en 46 países, con 23 delivery centers en 5 continentes y más de 35 mil colaboradores en todo el mundo, la consultora organiza sus soluciones en siete unidades de negocio: Technology, Cyber, Data & Analytics, Financial Tech, Operations, Marketing y Manufacturing, conformando un gran ecosistema de innovación que entrega resultados relevantes y sostenibles a sus clientes.

Hoy la ventaja competitiva ya no está en controlar el punto de entrada del dinero, sino en construir una experiencia tan fluida e inteligente que el cliente elija quedarse. Esa diferencia no la marca la regulación; la marca la tecnología que sostiene cada interacción

CNH fortalece su aporte a la industria argentina con producción local y tecnología

CNH, LÍDER MUNDIAL EN MAQUINARIA, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS PARA LA AGRICULTURA Y LA CONSTRUCCIÓN, BRINDA SU APOORTE AL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ARGENTINA Y AL CRECIMIENTO DE UNO DE SUS SECTORES PRODUCTIVOS MÁS DINÁMICOS: EL AGRO.*

El campo argentino continúa siendo un sector competitivo y con una fuerte capacidad de adopción tecnológica. Los productores incorporan cada vez más herramientas que les permiten mejorar la eficiencia, optimizar recursos y tomar decisiones basadas en información.

"Argentina cuenta con un agro dinámico, innovador y con una gran capacidad para incorporar nuevas tecnologías. La evolución del sector representa una oportunidad para continuar desarrollando soluciones que aporten valor concreto al productor y que combinen tecnología, eficiencia y conocimiento de las necesidades de cada operación", destacó Marcus Cheistwer, Country Manager CNH para Argentina.

Producción local para un agro que evoluciona

Uno de los pilares del aporte de CNH a la industria nacional es su producción local. La planta de Córdoba fabrica maquinaria Case IH y New Holland y cuenta con tecnología y procesos productivos alineados con los estándares globales de la compañía.

A lo largo de los últimos años, la evolución de la planta también estuvo acompañada por la incorporación de soluciones vinculadas con la Industria 4.0, como impresión 3D, robótica autónoma y herramientas de realidad virtual y aumentada para capacitación. Estas tecnologías permiten optimizar procesos, mejorar la formación de técnicos y operadores y avanzar hacia una manufactura cada vez más inteligente.

Este desarrollo se complementa con una oferta de productos que busca responder a las distintas necesidades del agro argen-



tino, desde los grandes cultivos extensivos hasta actividades específicas como la caña de azúcar y las economías regionales.

De la maquinaria a las soluciones inteligentes

La llegada de nuevos productos de última generación, como la cosechadora AF 10 de Case IH y la CR11 de New Holland, refleja la evolución y responde a una demanda creciente por mayor productividad, automatización y eficiencia. La estrategia de CNH también contempla el fortalecimiento de su red comercial y de posventa.

Colaboración para impulsar el desarrollo

El desarrollo tecnológico también trasciende de la maquinaria. CNH impulsa una estrategia de innovación abierta que contempla el trabajo conjunto con universidades, startups, centros tecnológicos y organizaciones especializadas, con el objetivo de incorporar nuevas capacidades y acelerar el desarrollo de soluciones.

La articulación entre la industria, el sector académico y el ecosistema emprendedor permite combinar el conocimiento y la ex-

periencia de distintos sectores para abordar los desafíos actuales y futuros del agro.

Las marcas de CNH —Case IH, New Holland y STEYR— en el sector agrícola; CASE Construction Equipment y New Holland Construction en el sector de la construcción— cuentan con el respaldo de CNH Capital y se complementan con una cartera de marcas tecnológicas y regionales que, en conjunto, generaron unos ingresos de 18.1B en 2025.

CASE: Maquinas de CNH aliadas de la producción de yerba mate en Misiones

Desde el movimiento de la hoja verde hasta la alimentación de las líneas automáticas, la marca acompaña a cooperativas yerbateras que procesan miles de toneladas cada año, aportando maniobrabilidad, potencia y productividad. Las máquinas CASE, marca de CNH, se consolidan como aliadas estratégicas para cooperativas yerbateras de Misiones, donde cumplen un rol clave en el acondicionamiento y movimiento de la materia prima durante la elaboración.

Supervielle lanza la quinta edición de “Supervielle Exporta”

UNA INICIATIVA QUE REAFIRMA EL COMPROMISO DE LA ENTIDAD DE ACOMPAÑAR A LAS EMPRESAS ARGENTINAS EN SU CRECIMIENTO, AYUDÁNDOLAS A TRANSFORMAR SU EXPERIENCIA, CAPACIDADES Y CONOCIMIENTO EN NUEVAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO E INSERCIÓN INTERNACIONAL.



En un contexto donde expandir los negocios internacionalmente se convirtió en una condición imprescindible para potenciar el crecimiento de una empresa, Banco Supervielle presenta la quinta edición del Premio Supervielle Exporta, una iniciativa que reconoce a empresas argentinas con actividad exportadora y las acompaña en el desarrollo de nuevas oportunidades de internacionalización. Más que una competencia, la propuesta invita a las empresas participantes a detenerse, analizar su recorrido y presentar su experiencia como un caso. El proceso de postulación representa una oportunidad para ordenar la estrategia, revisar qué hace cada organización, cómo lo hace, cuáles son sus fortalezas competitivas y qué aspectos puede potenciar para continuar creciendo.

De esta manera, participar del Premio Supervielle Exporta se convierte en una experiencia de aprendizaje y reflexión estratégica, independientemente del resultado final. Las dos empresas ganadoras participarán de la Business Week Barcelona, una experiencia internacional de formación, networking

y generación de negocios. Cada una contará con una agenda diseñada a medida de su actividad, su industria y sus objetivos, con el propósito de generar vínculos de valor y oportunidades concretas en el mercado europeo.

La experiencia contempla una agenda personalizada de negocios, preparación previa y mentoring, visitas a empresas e instituciones innovadoras, contacto con organizaciones locales y participación en actividades vinculadas con la innovación y la transformación productiva. Asimismo, las empresas ganadoras recibirán la bonificación total de su participación en el evento y del pasaje de ida y vuelta a Barcelona.

"Presentarse al Premio Supervielle Exporta es, en sí mismo, una experiencia de valor. Implica parar, mirar la empresa con perspectiva y ordenar en un caso todo lo que hace, cómo lo hace y qué la diferencia. Ese proceso permite reconocer fortalezas, identificar oportunidades y pensar con mayor claridad los próximos pasos. Para las empresas ganadoras, buscamos que ese recorrido continúe en Barcelona con una agenda de networking

y negocios diseñada especialmente para su industria y sus objetivos", señala Sebastián Lemos, Head de Segmentos y Productos Empresas de Supervielle.

El premio está dirigido a empresas nacionales que generan empleo de calidad, contribuyen al crecimiento del comercio exterior argentino y realizan aportes significativos en cadenas de valor globales. En esta edición, podrán postularse empresas que sean clientes de Supervielle.

En esta 5.ª edición además, las empresas finalistas y las ganadoras accederán, por un plazo determinado, a beneficios comerciales preferenciales para sus operaciones de comercio exterior, que podrán incluir bonificaciones de comisiones o condiciones diferenciales en cierres con la mesa de cambios y análisis de operaciones.

Los criterios de evaluación considerarán la presencia internacional de sus productos o servicios, las estrategias de internacionalización implementadas, la incorporación de tecnología, la generación de valor agregado, la contribución al crecimiento de las exportaciones y de la producción nacional, la generación de empleo de calidad, la sustentabilidad y la promoción de la diversidad y la inclusión. Las inscripciones permanecerán abiertas hasta el 20 de Noviembre. Posteriormente, el jurado analizará las postulaciones y seleccionará a las empresas finalistas, que serán comunicadas el 30 de noviembre. La presentación de los casos finalistas y el anuncio de las dos empresas ganadoras se realizarán el 11 de diciembre.

El jurado estará integrado por Marcelo Elizondo, especialista en negocios internacionales y director general de DNI Consultores; Myriam Tevez, consultora en Comercio Internacional; Enrique Schonberg Schwarz, asesor y mentor de negocios; Alejandra Naughton, directora de Banco Supervielle y Sebastián Lemos Head de Segmento Empresas.

Menos búsquedas, más exigencia: así es el nuevo mapa de empleo tecnológico en Argentina



Según Adecco Argentina, las búsquedas IT cayeron 20% interanual, pero las empresas siguen compitiendo por perfiles estratégicos. Especialistas en Inteligencia Artificial, SAP, datos y cloud lideran la demanda, mientras surge una nueva exigencia: saber trabajar con IA ya es tan importante como dominar una tecnología.

Durante años, alcanzar un puesto en tecnología parecía tener una fórmula sencilla: aprender a programar. En 2026, esa receta quedó vieja. Aunque las búsquedas IT cayeron un 20% en el último año, las empresas siguen librando una batalla por el talento más calificado. La diferencia es que ahora ya no alcanza con dominar una tecnología: el mercado premia a quienes saben combinar expertise técnico, pensamiento estratégico e inteligencia artificial.

"Estamos viendo un cambio de reglas. El problema ya no es únicamente encontrar

talento tecnológico, sino encontrar profesionales capaces de generar impacto en un entorno cada vez más exigente. Las compañías son más selectivas y priorizan habilidades que hace apenas unos años ni siquiera aparecían en una descripción de puesto", señaló Delfina Fernández, líder de la División Technology de Adecco Argentina.

La nueva brecha: ya no alcanza con saber programar

La irrupción de la inteligencia artificial está modificando las reglas del juego. Según un relevamiento de la empresa, 7 de cada 10 trabajadores afirman que esta tecnología ya cambió su forma de trabajar, mientras que las habilidades más valoradas comienzan a ser el pensamiento analítico, la resolución de problemas, la comprensión de datos y la capacidad de aprender de manera continua. En este escenario, la IA deja de ser una ventaja competitiva exclusiva para trans-

formarse en un estándar esperado por las compañías. La tendencia se complementa con otro fenómeno: las organizaciones contratan cada vez más por habilidades concretas y resultados, y cada vez menos por títulos o credenciales tradicionales.

Los perfiles más buscados (y mejor pagos)

A pesar de la desaceleración en el volumen de contrataciones, la demanda se concentra en posiciones estratégicas vinculadas a inteligencia artificial, datos, cloud, infraestructura, ciberseguridad y ecosistemas SAP. Entre los salarios más competitivos se destacan los especialistas en Inteligencia Artificial, que pueden alcanzar remuneraciones de hasta \$8.500.000 mensuales en grandes compañías. También sobresalen los perfiles SAP, con ingresos de hasta \$12.000.000, y los analistas de datos, cuyos salarios pueden superar los \$5.300.000.

"El mercado tecnológico dejó atrás la lógica de contratar a cualquier costo. Las empresas hoy priorizan especialización, productividad y capacidad de generar impacto. Esto explica por qué ciertos perfiles siguen siendo extremadamente demandados incluso en un contexto más moderado de contratación", agregó la líder de la División Technology de Adecco Argentina.

Flexibilidad sí, pero ya no alcanza

El trabajo remoto continúa siendo uno de los factores más valorados por el talento tecnológico. El 64% de los profesionales IT prefiere modalidades híbridas o remotas,

lo que muestra que la flexibilidad ya forma parte de las expectativas del talento y dejó de ser, por sí sola, un diferencial. Hoy, los candidatos también evalúan oportunidades de desarrollo, proyectos desafiantes y cultura organizacional.

Mientras las empresas avanzan hacia esquemas híbridos para determinadas posiciones, el desafío ya no pasa únicamente por ofrecer flexibilidad, sino por construir propuestas de valor capaces de atraer y retener talento en un mercado cada vez más especializado y competitivo.

Para las empresas, el mensaje es claro: el

talento IT no desapareció, cambió de vara
En un mercado más selectivo, esperar al "candidato perfecto" puede significar perder tiempo y oportunidades. La clave estará en identificar qué capacidades son realmente estratégicas para el negocio, incorporar profesionales con potencial de aprendizaje y acompañar su evolución en el uso de nuevas herramientas, especialmente la IA. Para Adecco Argentina, las compañías que logren anticiparse a este cambio, en lugar de reaccionar cuando la competencia ya está buscando a los mismos perfiles, serán las que tengan ventaja en la próxima etapa del mercado laboral.

McDonald's celebra 40 años en Argentina



Fernando Arango, Gerente de Comunicaciones de Arcos Dorados.

En el marco de su 40° aniversario en Argentina, McDonald's vuelve a donde todo empezó: su primer restaurante, inaugurado en el barrio de Belgrano en 1986, con una experiencia especial que invita a viajar en el tiempo y recorrer parte de sus cuatro décadas de historia.

"Cumplir 40 años en Argentina es, sobre todo, celebrar millones de historias compartidas. Por eso quisimos hacerlo volviendo al lugar donde todo empezó y recuperando recuerdos que tienen un enorme valor para quienes crecieron junto a McDonald's. Nuestra historia también está hecha de las historias de las personas que nos eligieron y nos siguen eligiendo para encontrarse, compartir y celebrar", señaló Fernando Arango, Gerente de Comunicaciones de Arcos Dorados.

Entre sus principales atractivos se encuentra la recreación de la primera mesa de McDonald's en el país, que recupera la estética de aquel primer restaurante.

Quienes la visiten podrán sentarse allí y, por un instante, viajar a 1986, al lugar donde comenzó una historia que hoy atraviesa varias generaciones de argentinos.

Desde la apertura de su primer restaurante en 1986 hasta hoy, McDonald's acompañó a distintas generaciones y se convirtió en parte de la vida cotidiana de millones de argentinos. Cuatro décadas después, vuelve al lugar donde todo comenzó para celebrar lo vivido y seguir construyendo nuevos momentos para compartir

Ford: Planta Pacheco 65 años y 6 curiosidades



Había una vez una fuente

El ingreso a las oficinas del edificio de administración estuvo presidido varios años por un gran un espejo de agua en el que se erguían unas esculturas que evocaban los cueros de vaca estirados, un guiño a la fuerte tradición ganadera del país.

La referencia no era casual: en esa época, a la planta se la conocía como "la Ford de la Pampa", ya que todo ese enorme predio, sin grandes construcciones a su alrededor, todavía se identificaba en el colectivo general como campo pampeano.

La usina que encendió Pacheco

Mucho antes de que saliera de Pacheco el primer motor o la primera F-100, fue necesario construir la infraestructura que haría posible poner en marcha este gran centro industrial.

Uno de los primeros edificios en levantarse fue la central eléctrica de la planta. En su interior, tres enormes generadores, impulsados por motores navales, produjeron la energía necesaria para construir, poner en funcionamiento y hacer crecer Pacheco desde sus primeros días.

En la actualidad Pacheco forma parte de una matriz energética mucho más moderna, pero esta infraestructura sigue demostrando su valor. Fue gracias a ella que el 16 de junio de 2019, durante el llamado "apagón del siglo" - que afectó a la mayor parte de Argentina, Uruguay y zonas de Brasil-, los operadores de la usina trabajaron para mantener energizado el anillo eléctrico de Ford y permitir que la operación pudiera continuar.

Estos generadores, constituyen un verdadero testimonio de la capacidad tecnológica que acompañó al Centro Industrial desde sus orígenes.

65 años después, la historia sigue en movimiento. Pacheco nació en un terreno donde prácticamente no había nada. Desde entonces, no dejó de transformarse: incorporó nuevas tecnologías, amplió sus capacidades y formó generaciones de trabajadores.

Hoy Pacheco vuelve a mirar hacia adelante, haciendo lo que mejor sabe hacer: construir el futuro.

La Planta Ford de General Pacheco cumple 65 años y, para celebrar su historia, compartimos seis datos que permiten descubrir algunos de los secretos detrás de este predio que se convirtió en un símbolo de la industria automotriz argentina y, con el paso de las décadas, en un polo tecnológico de escala regional.

Un predio del tamaño de 140 canchas de fútbol

La comparación es contundente: el Centro Industrial tiene una superficie total de 1.000.000 de m2 (100 hectáreas), de los cuales 250.000 m2 corresponden a superficie cubierta.

Se trata de una planta de producción integral que incluye planta de motores, planta de estampado y carrocería, planta de montaje y planta de pintura. Además de otros edificios administrativos, depósitos y otras instalaciones que hacen posible su operación.

La cápsula del tiempo, ¿mito o realidad?

Cuentan que, cuando se colocó la piedra fundamental del Centro Industrial Ford en 1960, se introdujo en ella una urna a modo de cápsula del tiempo, con algunos ejemplares de los principales diarios de aquel día. En la fotografía del acto puede verse a Douglas Kitterman, entonces presidente de Ford Motor Argentina, completando la ceremonia fundacional.

Un año más tarde, durante la inauguración del predio, el obispo monseñor Devoto bendijo la piedra y se develó la placa conmemorativa que marca el lugar y que, aún hoy, puede verse en una de las paredes del edificio actualmente conocido como Pacheco Hub.

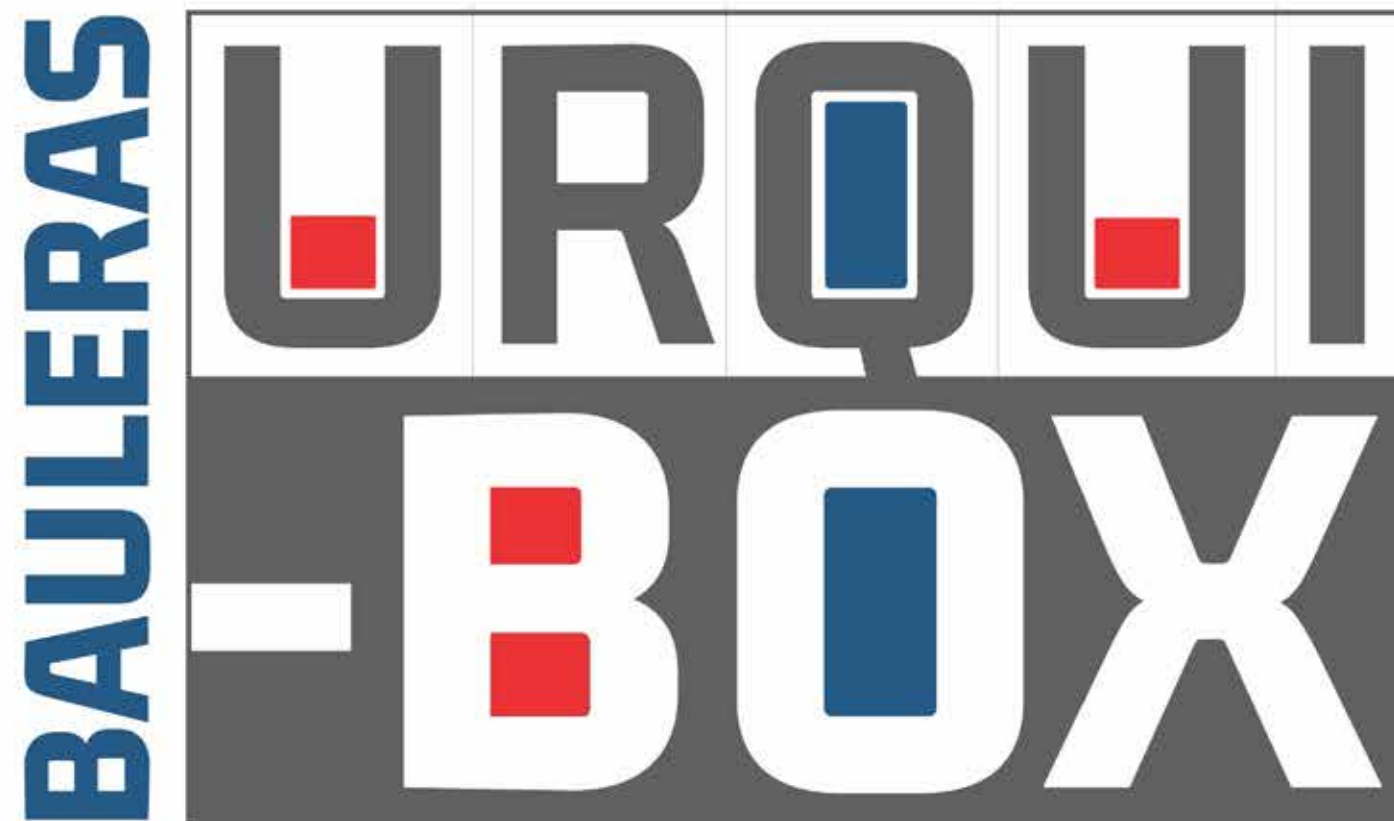
¿Serán los 100 años de Pacheco el momento de intentar descubrir qué guarda aquella cápsula? La "cebolla" que no es una cebolla. Se trata en realidad un tanque de agua de un millón de litros, cuya forma evoca a la forma del claxon del mítico Ford A. Además de este, existen otros dos tanques subterráneos de iguales dimensiones, que en conjunto suman un volumen de agua equivalente al consumo diario de más de 5.000 hogares tipo.

La primera construcción

En un terreno que por entonces era prácticamente campo abierto y cuando la Panamericana todavía no existía, comenzó a construirse una pista de pruebas que, según publicaciones de la época, fue la primera de Latinoamérica.

En sus inicios, la pista se utilizaba para probar los vehículos que todavía se ensamblaban en la planta que Ford tenía en el barrio de La Boca. Con aproximadamente 1.300 metros de extensión, fue diseñada a partir de información proporcionada por los propios concesionarios Ford sobre los desafíos y tipos de caminos que los vehículos encontraban en distintas regiones del país.

Así, la pista reproducía diferentes superficies y condiciones de manejo para poner a prueba los vehículos antes de que llegaran a las calles y caminos argentinos.



➔ **Promo Apertura** ➔
Primer Mes Bonificado

**ALQUILER DE
BOXES, BAULERAS
Y DEPÓSITOS
EN VILLA URQUIZA**



info@urqui-box.com.ar



+549 116-148-1980
+549 114-579-5527

- Espacios de
almacenamiento
temporales y
permanentes.

- Contratación simple.
Asignación inmediata, sin
mínimo de permanencia,
sin depósito previo.

- Renovación mensual
automática.

www.urqui-box.com.ar

Grupo de instituciones financieras líderes fundarán empresa de stablecoin

NUEVA COMPAÑÍA, CUYO NOMBRE SE ANUNCIARÁ EN TIEMPO Y FORMA, SE CREA CON EL OBJETIVO DE OPERAR GLOBALMENTE, CON FOCO INICIAL EN UNA OFERTA DE STABLECOIN EN DÓLARES Y UNA AMBICIÓN A MÁS LARGO PLAZO DE EXPANDIR LA EMISIÓN A STABLECOINS DENOMINADAS EN OTRAS MONEDAS DE LOS PAÍSES DEL G-7, SIENDO LA OFERTA EN EUROS UNA PRIORIDAD.



Veintiún instituciones financieras internacionales líderes anunciaron su compromiso de fundar una nueva compañía en la segunda mitad de 2026, sujeto a condiciones de cierre, para apoyar la emisión de una solución de moneda estable o stablecoin. La nueva compañía, cuyo nombre se anunciará en tiempo y forma, se crea con el objetivo de operar globalmente, con foco inicial en una oferta de stablecoin en dólares y una ambición a más largo plazo de expandir la emisión a stablecoins denominadas en otras monedas de los países del G-7, siendo la oferta en euros una prioridad.

La iniciativa aprovechará la especialización de las instituciones participantes para ofrecer una solución segura, robusta y confiable que combine cumplimiento de nivel bancario, fuerte gobernanza, distribución y gestión de riesgo institucional. El producto se utilizará en una variedad de casos, que cubren los mercados mayorista, institucional y minorista, en los que el cliente puede beneficiarse al operar de forma confiable con dinero digital, incluso para pagos transfron-

terizos y liquidación de activos digitales.

El grupo apunta a que su solución de stablecoin se lance al mercado en la primera mitad de 2027. Este anuncio viene a continuación de otro realizado en octubre de 2025 sobre un grupo inicial de diez bancos que decidieron explorar la emisión de una forma de dinero digital respaldado por reservas 1:1 a fin de brindar un activo de pagos estable en blockchains públicas.

El grupo ahora comprende 21 instituciones financieras con sede en importantes geografías

Norteamérica: Bank of America, Capital One, Citi, Fidelity Investments, Goldman Sachs, PNC Financial Services, Scotiabank, TD Bank Group, Wells Fargo, WisdomTree
Europa: Banco Santander, BBVA, Commerzbank, Crédit Agricole, Deutsche Bank, Lloyds Banking Group, Coöperatieve Rabobank U.A., UBS
Este de Asia: MUFG Bank
Oriente Medio: Sirius International Holding
África: Standard Bank

La iniciativa se propone dar cumplimiento a la legislación GENIUS sobre las monedas estables y al reglamento MiCA que rige los mercados de criptoactivos, según corresponda. El grupo continuará manteniendo actualizadas a las partes correspondientes a medida que avanza la iniciativa.

Aviso sobre declaraciones prospectivas del Grupo

Este comunicado contiene declaraciones prospectivas sobre nuestro rendimiento futuro y objetivos de negocio. Dado que las declaraciones prospectivas se basan en nuestras expectativas y supuestos actuales respecto al futuro, están sujetas a riesgos e incertidumbres inherentes. Se recomienda no basar decisiones en declaraciones prospectivas, ya que los resultados reales podrían diferir sustancialmente de las expectativas. Las declaraciones prospectivas sólo son válidas a la fecha en que se realizan, y no nos comprometemos a actualizarlas para reflejar cambios o eventos que ocurran después de esa fecha.

ePagos suma Pix a sus medios de pago



EL POPULAR SISTEMA DE PAGOS DEL BANCO CENTRAL DE BRASIL SE INTEGRA A LA PLATAFORMA DE LA FINTECH ARGENTINA, PARA QUE COMERCIOS, EMPRESAS Y ORGANISMOS EN ARGENTINA PUEDAN ACEPTAR PAGOS REALIZADOS POR USUARIOS BRASILEÑOS.

ePagos, fintech argentina centralizadora de medios de pago con experiencia en el Sector Público y con innovadoras soluciones para el sector privado, acaba de integrar Pix a su plataforma de medios de pago, que actualmente concentra más de 40 alternativas en una única solución.

Lanzada en 2020 por el Banco Central de Brasil y utilizada por más de 170 millones de personas, Pix permite enviar dinero, cobrar o pagar de forma instantánea, sin efectivo ni tarjetas físicas.

A partir de esta integración internacional, comercios, empresas y organismos en Argentina pueden comenzar a aceptar pagos realizados por usuarios brasileños a través de ePagos.

El procedimiento es muy simple: el cliente en Brasil selecciona Pix en la pantalla de check out, escanea el QR y paga desde su aplicación bancaria.

Una vez que ePagos procesa la operación de manera instantánea, el comercio, empresa, organismo u or-

ganización en nuestro país recibe la acreditación en pesos argentinos.

Las ventajas de esta solución son múltiples. En primer lugar, no es necesario que el cobrador tenga cuenta en Pix. Tampoco implica tener que realizar conversiones de moneda. La tercera es que la incorporación al web check out no requiere de desarrollos adicionales. Por otro lado, la operatoria, conciliación y rendición son iguales a la de todos los medios de pago disponibles en ePagos, en tanto que los fondos se acreditan en la misma cuenta que utilizan para el resto de los medios de pago.

Vale recordar que ePagos cumple con los más altos estándares de seguridad online, tales como la certificación PCI-DSS del PCI SSC y Normas ISO.

Adecco Argentina



Presente en el país desde hace más de 30 años, Adecco Argentina líder absoluto en la contratación de personal que ofrece soluciones integrales en el área de Recursos Humanos presentó su Reporte de Sustentabilidad 2025, una edición especial que marca 20 años de publicación ininterrumpida del documento y refleja la evolución de una gestión que integra la sustentabilidad como parte de su estrategia de negocio. Elaborado bajo los estándares Global Reporting Initiative (GRI), el informe da cuenta de los avances alcanzados en materia de empleabilidad, desarrollo del talento, diversidad, ética, impacto social y gestión ambiental.

En un contexto marcado por la transformación del mercado laboral, la digitalización y la evolución de las habilidades requeridas, el reporte muestra cómo Adecco continúa consolidando su rol como puente entre las personas y las oportunidades, fortaleciendo alianzas con organizaciones sociales, organismos públicos y empresas para construir un mercado laboral más inclusivo.

Logros destacados 2025

20 años de transparencia y rendición de cuentas: Adecco celebró dos décadas consecutivas publicando su Reporte de Sustentabilidad, consolidando una evolución que pasó de comunicar iniciativas aisladas a gestionar y medir su impacto bajo estándares internacionales GRI.

Desarrollo del talento: durante 2025 la compañía brindó 7.126,5 horas de capacitación a 423 colaboradores, con un pro-

medio de 16,85 horas de formación por persona. Entre las iniciativas se destacan el programa Embajadores IA, la Escuela Comercial, la Adecco Escuela, capacitaciones en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), liderazgo, inglés y nuevas herramientas digitales.

Cultura y talento: Adecco finalizó el año con 357 colaboradores, de los cuales el 68% son mujeres, consolidando una organización con equipos diversos e intergeneracionales. Además, incorporó 103 nuevas personas durante 2025 y el 100% de la dotación elegible participó del proceso anual de evaluación de desempeño.

Impacto económico: durante 2025 la compañía trabajó junto a 1.061 clientes activos, alcanzando una facturación superior a \$166.877 millones, con presencia en empresas grandes, medianas y pequeñas de todo el país.

Ética y gobernanza: la compañía continuó fortaleciendo su marco de integridad mediante políticas globales y locales en derechos humanos, prevención de la corrupción, protección de datos, sustentabilidad y uso responsable de inteligencia artificial, incorporando además la nueva política global sobre IA responsable.

Impacto ambiental: durante el año Adecco reforzó su estrategia de gestión ambiental mediante la incorporación de vehículos híbridos, campañas de uso eficiente de energía y agua, profundización del reciclado y el uso de papel reciclado. Asimismo, registró un consumo de 5.509.728 litros de agua, implementando acciones

de concientización para promover un uso responsable del recurso en todas sus operaciones.

“Cumplir 20 años reportando sustentabilidad representa mucho más que un aniversario. Es la confirmación de un compromiso sostenido con la transparencia, la mejora continua y la generación de oportunidades laborales para cada vez más personas. Estamos convencidos de que el futuro del trabajo solo será posible si logramos construir organizaciones más inclusivas, éticas y preparadas para los desafíos que vienen”, afirmó Leandro Cazorla, CEO de Adecco Argentina.

El Reporte de Sustentabilidad 2025 refleja la evolución de Adecco Argentina hacia un modelo de gestión cada vez más integrado, donde la sustentabilidad atraviesa las decisiones de negocio y se traduce en acciones concretas para clientes, colaboradores, comunidades y el ambiente, consolidando el propósito de construir un futuro del trabajo que funcione para todas las personas.

Cumplir 20 años reportando sustentabilidad representa mucho más que un aniversario. Es la confirmación de un compromiso sostenido con la transparencia, la mejora continua y la generación de oportunidades laborales para cada vez más personas. Estamos convencidos de que el futuro del trabajo solo será posible si logramos construir organizaciones más inclusivas, éticas y preparadas para los desafíos que vienen

Amanco Wavin

AMANCO WAVIN APORTÓ MATERIALES PARA LA INFRAESTRUCTURA SANITARIA DEL PROYECTO IMPULSADO POR FUNDACIÓN VIVIENDA DIGNA, EN ALIANZA CON LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DEL PVC Y UNIPAR, QUE BUSCA ACOMPAÑAR A FAMILIAS EN EL ACCESO A NUEVOS HOGARES.*

Construir una vivienda implica mucho más que levantar paredes: significa sentar las bases para una nueva etapa en la vida de una familia. Detrás de cada obra hay una historia, un proyecto y el sueño de contar con un hogar propio. Con esta mirada, 29 viviendas comenzaron a construirse en Derqui, provincia de Buenos Aires, como parte de un proyecto impulsado por Fundación Vivienda Digna del cual formó parte Amanco Wavin.

En el marco de esta iniciativa, Amanco Wavin, junto a Unipar y la Asociación Argentina del PVC, contribuyó mediante la donación de materiales para las instalaciones sanitarias de las viviendas, articulando capacidades para impulsar el avance de la obra.

Hacer posible un proyecto de esta magnitud requiere del compromiso de múltiples actores. Desde quienes trabajan en el terreno hasta las organizaciones y empresas de la industria de la construcción. La calidad de los materiales y la infraestructura son fundamentales para garantizar espacios seguros y sanitariamente habitables. Para Amanco Wavin, participar en este tipo de proyectos representa la oportunidad de poner sus soluciones al servicio de las comunidades que más lo necesitan, transformando el trabajo colaborativo en un impacto social concreto.

Las 29 viviendas de Derqui son el reflejo de un esfuerzo conjunto que busca convertir el trabajo colaborativo en un lugar seguro al que cada familia pueda llamar hogar.

“Como parte de la industria de la construcción, tenemos la posibilidad de aportar nuestras soluciones y capacidades a proyectos que generan un impacto en diferentes comunidades. Creemos que la sustentabilidad también se construye a partir de acciones concretas, y la articulación con organizaciones y empresas nos permite transformar ese aporte en acciones que



contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas,” señaló Víctor Guajardo, gerente general de Amanco Wavin.

La participación de Amanco Wavin en este proyecto junto a Fundación Vivienda Digna se suma a las distintas iniciativas de voluntariado y donaciones que la compañía impulsa, principalmente junto a organizaciones cuyos objetivos están vinculados con su ámbito de acción. Entre ellas se encuentran TECHO, con quien la compañía participó en la construcción de viviendas; el INTA, junto al que llevó adelante una iniciativa de plantación de árboles para contribuir a la recuperación de la biodiversidad; e Ingeniería Sin Fronteras, organización con la que desarrolló sistemas de almacenamiento de agua destinados a comunidades afectadas por la sequía.

Fundación Vivienda Digna es una organización social argentina que trabaja para mejorar las condiciones habitacionales de familias en situación de vulnerabilidad. Su trabajo se centra principalmente en facilitar el acceso a una vivienda adecuada y promover mejoras habitacionales, acompañando a las familias en procesos que buscan generar soluciones sostenibles en el tiempo.

Acerca de Amanco Wavin

El grupo de negocio Building & Infrastructure de Orbia y el negocio Amanco Wavin trabajan para garantizar un suministro de agua, saneamiento e higiene seguros y eficientes, hacer que las ciudades sean resistentes al clima y mejorar el rendimiento de edificios desarrollando soluciones duraderas, circulares y energéticamente eficientes.

Acerca de Orbia

Orbia Advance Corporation, S.A.B. de C.V. (BMV: ORBIA*) es una empresa impulsada por un propósito compartido: impulsar la vida en todo el mundo. Orbia desarrolla operaciones en los sectores de Polymer Solutions (Vestolit y Alphagary), Building & Infrastructure (Wavin), Precision Agriculture (Netafim), Precision Agriculture (Dura-Line) y Fluor & Energy Materials (Koura). Los cinco grupos de negocio de Orbia se centran colectivamente en garantizar la seguridad alimentaria e hídrica, ampliar el acceso a la información y la conectividad, e impulsar la descarbonización y la transición energética con materiales básicos y avanzados, productos especiales y soluciones innovadoras.

Banco Galicia

Relanzamiento de “Finanzas a Mano”

nanciera gratuita y federal para jóvenes de 16 a 26 años, con un objetivo claro: mejorar la capacidad de decisión sobre el dinero en el día a día y acompañar un uso más responsable de los productos financieros. La iniciativa se enmarca en una estrategia de inversión social en educación que la entidad sostiene desde hace más de 18 años, con un propósito claro: impulsar autonomía económica y bienestar financiero en las nuevas generaciones de todo el país.

Una propuesta pensada para decidir mejor

En un ecosistema saturado de información y tips virales, la propuesta busca ofrecer una alternativa estructurada y confiable. A través de más de 10 horas de contenido, organizadas en módulos independientes, cada joven puede avanzar a su propio ritmo y aplicar lo aprendido en su vida cotidiana. El programa cuenta con certificación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), su mando respaldo académico a una experiencia diseñada en formato digital.

Además, incorpora herramientas adaptadas a los hábitos de las nuevas generaciones:

Un tutor pedagógico basado en IA que responde consultas en tiempo real. Microlearning y dinámicas breves gamificadas que facilitan la incorporación de contenidos. Temáticas actuales como prevención de estafas digitales, ciberseguridad y uso responsable del crédito. Esta combinación de innovación y pedagogía es lo que destacan los especialistas que ya probaron la herramienta. “Los contenidos son excelentes y muy necesarios. La interacción con Lucca y las dinámicas con el Ratón Pérez hacen que el aprendizaje sea divertido. Se nota que hay un gran equipo detrás que sabe cómo llevar la educación financiera a los jóvenes en su propio lenguaje”, comentó Griselda Fernández, docente correntina.

Del aprendizaje a la práctica

Más allá de la teoría, el programa pone el foco en el impacto real: acompañar a los

jóvenes en decisiones cotidianas, desde la organización de un presupuesto hasta el uso responsable del crédito. En ese sentido, la experiencia de los usuarios es el mejor indicador de éxito. Victoria, una joven de 18 años de CABA, destaca la flexibilidad de la propuesta: “Me pareció muy accesible; aprendí herramientas concretas que ya me sirven para organizarme mejor en mi día a día”.

Sin embargo, el contenido digital no viaja solo. La experiencia de estos años demuestra que el acompañamiento docente es el factor que permite sostener el aprendizaje en el tiempo. Así lo describe Mariana, docente de Córdoba, quien resalta que la simplicidad de la plataforma y la posibilidad de realizar un seguimiento personalizado permitieron reforzar conceptos con quienes más lo necesitaban. Bajo esta premisa de acompañamiento y herramientas reales, Constanza Gorleri, Chief Sustainability Officer de Galicia, refuerza el propósito de la iniciativa: “Creemos que tomar decisiones informadas sobre el dinero es clave para la autonomía económica. Por eso buscamos acercar herramientas concretas a cada vez más jóvenes”.

Escalar el impacto en todo el país

Para alcanzar un impacto federal, la estrategia combina acceso digital con presencia territorial. La plataforma está disponible online y gratuita para todo el país y se complementa con talleres presenciales impulsados por una “Red de Multiplicadores” integrada por más de 120 colaboradores voluntarios y organizaciones sociales. Este enfoque busca ampliar el alcance y acompañar los procesos de aprendizaje en distintos contextos, acercando herramientas concretas a más jóvenes.

Cómo inscribirse

Para inscribirse o conocer más: finanzasamano.galicia.ar
Prensa y entrevistas:
Johana Sánchez – Gerencia de Personas y Sustentabilidad
johana.sanchez@bancogalicia.com.ar

Galicia y Eidos Global presentan el #DesafíoEscuelas una iniciativa destinada a escuelas secundarias de todo el país que busca fortalecer la educación financiera a través de una propuesta colaborativa que involucra a estudiantes, docentes, equipos directivos, personal no docente y familias. Cada escuela contará con un enlace exclusivo para compartir el programa entre sus Integrantes.

“Creemos que la educación financiera es una herramienta fundamental para que los jóvenes puedan desarrollar proyectos de vida con mayor autonomía y tomar decisiones informadas en su día a día. Con Desafío Escuelas buscamos acompañar a las instituciones educativas en esta tarea, acercando contenidos de calidad a estudiantes, docentes y familias de todo el país señaló Constanza Gorleri, Chief Sustainability Officer de Galicia.

Desde su lanzamiento, el programa ya superó los 20.000 inscriptos y 6.000 egresados consolidándose como una herramienta para acercar conocimientos financieros a personas de todo el país. Al finalizar el recorrido formativo, cada participante obtiene su certificación oficial avalada por la Universidad de Buenos Aires.

Como incentivo, las dos instituciones educativas que obtengan los mejores resultados recibirán diez notebooks para equipar el aula de tecnología, con el objetivo de fortalecer sus recursos tecnológicos y ampliar las oportunidades de aprendizaje para sus estudiantes.

La entrega de premios se realizará durante diciembre de 2026 en un acto institucional junto a representantes de Galicia y Eidos Global. Las escuelas interesadas podrán inscribirse escribiendo a info@finanzasamano.org o anotándose desde el sitio web: <https://www.desafioescuelasfinanzasamano.org/>.



En un trabajo articulado con la Municipalidad de Salta, Banco Galicia donó equipamiento médico de última tecnología valuado en \$30.000.000 para fortalecer el programa municipal “Salta Libre de Cataratas”.

Esta contribución, que forma parte del Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud (con el que la entidad ya acompañó a más de 260 instituciones en todo el país), permitirá multiplicar los diagnósticos gratuitos y garantizar cirugías oftalmológicas a cientos de vecinos salteños en situación de vulnerabilidad.

Banco Galicia cree firmemente que la salud es un motor de transformación social. Por eso, acerca herramientas concretas para que más personas recuperen algo tan vital e invaluable como la visión.

Ford Argentina Programa “Educación para un Nuevo Mañana”



Ford Argentina y su red de concesionarios inauguraron las obras de remodelación de la Escuela No 95 “Rodolfo Ragucci” en Telsen, Chubut, dentro del programa “Educación para un Nuevo Mañana”, que lleva 34 escuelas renovadas de un total de 41.

Las intervenciones incluyeron la renovación integral del patio exterior, la construcción de un invernadero sustentable, nuevos juegos de plaza con material reciclado, mejoras en las aulas y en el suministro de agua y electricidad, además de trabajos estructurales y estéticos en todo el edificio. Con la presencia del cuerpo directivo y estudiantil de la escuela, autoridades locales, directivos e invitados de Ford, miembros del concesionario padrino “Pedro Corradi”

y vecinos de la comunidad, se llevó adelante el acto de reinauguración. Para Ford Argentina, la educación es la herramienta más potente para generar desarrollo genuino y sostenible de las personas y la sociedad, siendo el principal eje de sus programas de relacionamiento con la comunidad. En la mañana del 20 de agosto la comunidad de Telsen se reunió para celebrar la educación, el compromiso y la esperanza de seguir construyendo un mundo mejor, dando comienzo a un día repleto de emociones. Siendo un pueblo de 700 habitantes distribuidos en distintas locaciones, el punto de encuentro fue la “Rodolfo Ragucci”. Entre tantas personas, se podían ver autoridades locales de la policía, hospital rural, la comuna y el Ministerio tales como - el Profesor José Luis Punta, Ministro de Edu-

cación de la Provincia de Chubut; Macarena Acuipl, Secretaria general de Gobierno; Pablo Eduardo Castro, Jefe Comunal de Telsen; directivos e invitados de Ford - entre ellos Marcelo Ramos, Gerente General de Comunicación; miembros del concesionario de Ford Argentina “Pedro Corradi”, padrino de la escuela, tales como Fernando Bogliacino, Gerente General, Joaquín y Braulio Nervi, miembros del cuerpo Directivo; y vecinos, pero sobre todo, se los podía ver a ellos, a la comunidad educativa y sus protagonistas: los 43 alumnos de nivel inicial y primaria. La entrega de la placa marca una nueva página en la escuela N° 95 y refleja el esfuerzo conjunto de varias partes unidas por la “Rodolfo Ragucci. Cuando una escuela se transforma, no cambia solamente su espacio físico, sino que se amplían las posibilida-

des de aprender, jugar, compartir y crecer”, comentaba el cuerpo docente de la escuela.

Un Vínculo Histórico

Entre 1968 y 1982, Ford Argentina y sus concesionarios construyeron y donaron 41 escuelas rurales a lo largo y ancho del país dentro del programa “Ford Para la Educación”. Pero eso no fue todo, ya que desde 2003 se lleva adelante un nuevo capítulo llamado “Educación Para un Nuevo Mañana”, a través del cual la automotriz, junto a su red de concesionarios, buscan renovar y reinaugar estas instituciones. Hoy, la escuela “Rodolfo Ragucci” se convierte en la institución N° 34 de las 41 en ser revitalizada y adaptada a las necesidades actuales de la comunidad.

“Quiero expresar un especial agradecimiento a Ford y el concesionario por haber confiado en nuestra institución y por el compromiso demostrado con la educación y con nuestra comunidad. Estas acciones trascienden lo material, porque cada mejora que llega a una escuela representa una oportunidad y una apuesta concreta al futuro de nuestros estudiantes”, comentó Daiana, Directora de la escuela.

Espacios que construyen historias. Construida y donada en 1970 por Ford y sus concesionarios y acompañando hace más de cinco décadas a generaciones de estudiantes y familias, es a comienzos del 2026 cuando se comenzaron las obras de renovación en la escuela N° 95 con el objetivo de ofrecerle a la comunidad un espacio seguro, confortable y sostenible para potenciar el aprendizaje y el desarrollo integral de los estudiantes de todas las edades. Las mejoras implementadas incluyeron:

- **Patio exterior:** Demolición del piso existente y ejecución de nuevo piso alisado junto con la provisión de elementos deportivos logrando un espacio optimizado para actividades recreativas.
- **Invernadero:** Ejecución de invernadero de estructura metálica, bases de columnas, piso de hormigón y revestimiento de chapa sinusoidal de policarbonato, con un sector para plantines, plantas y compostaje con la finalidad de generar abono sin agroquímicos.



cos.

- **Nuevos juegos de plaza:** Incorporación de juegos infantiles realizados con material reciclado.
- **Aulas:** Reemplazo de pizarrones en todas las aulas educativas, ejecución de un baño en el aula de jardín, retiro del cielorraso existente de machimbre y colocación de uno nuevo desmontable con placa texturada y provisión y colocación de vidrios dañados.
- **Suministro de agua y electricidad:** Instalación de una bomba inteligente y se readecuaron las cañerías e instalaciones eléctricas.
- **Mejoras estructurales y estéticas:** Pintura interna y externa del edificio, reemplazo de cenefas en mal estado, retiro del cielorraso existente de machimbre en el semicubierto y colocación de cielorraso de chapa galvanizada sinusoidal en 226 m2, reparación y ejecución de zócalos exteriores e interiores, reparación de revoque en mampostería y reja en fachada en el ingreso de la escuela y retiro de la chapa pintada del techo y posterior colocación de chapa sinusoidal nueva en su reemplazo en 728 m2.

Ford y la Educación a lo largo y ancho del país.

“Es un placer para nosotros compartir este

día con ustedes. Estamos realmente muy contentos de llevar a cabo esta renovación, pero no perdamos de vista que lo más importante son los maestros y alumnos que van a disfrutar de las instalaciones. Estamos realmente muy contentos, pero no perdamos de vista que los edificios no enseñan y los patios no aprenden. Lo más importante de todo esto son ustedes, los alumnos y maestros”, comentó Marcelo Ramos, Gerente General de Comunicación de Ford Argentina.

Para Ford Argentina, la educación es la herramienta clave para el desarrollo sostenible de las personas y la sociedad, siendo el eje principal de sus programas de relacionamiento con la comunidad. Con más de 110 años en el país, Ford ha forjado un fuerte vínculo con la sociedad argentina, impulsando la industria, generando empleo de calidad y contribuyendo al desarrollo de las comunidades.

“La escuela es sinónimo de comunidad, estar juntos, hacer amigos, compartir y en ese camino aprender. La escuela es un espacio para aprender y ser feliz. De eso se trata la propuesta de Ford a lo largo y ancho del país”, concluyó Marcelo.

HONDA MOTOR DE ARGENTINA

48 AÑOS EN EL PAÍS Y DOS DÉCADAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL



Desde su llegada en 1978, en el complejo industrial de Campana, la compañía ha expandido su oferta de productos y consolidado una trayectoria basada en la calidad, la innovación y la inversión. La producción local comenzó en 2006, iniciando un proceso de crecimiento que hoy posiciona a Honda como líder del mercado de motocicletas en Argentina, produciendo más de 1,7 millones de motocicletas e incorporado más de 31 modelos a su fabricación local.

En marzo de este año la empresa amplió su capacidad industrial con el inicio de la producción nacional de cuatriciclos, incorporando el modelo TRX420FM pensado para el uso en el campo entre otros, con una inversión superior a USD 24 millones.

Asimismo, en julio se anunció la cons-

titución de Honda Plan Argentina, una subsidiaria destinada a ofrecer planes de ahorro para motocicletas, reforzando el compromiso de la compañía de acompañar las distintas necesidades de sus clientes con una propuesta integral de productos y servicios.

"Hace 48 años elegimos este país para desarrollar nuestra operación y hace 20 años dimos un paso decisivo con el inicio de la producción local. Hoy seguimos invirtiendo porque confiamos en el talento de nuestra gente, en nuestros proveedores, en nuestra red de concesionarios y en el potencial de la industria nacional." afirmó Keiji Inoue, presidente de Honda Motor de Argentina.

Regresó la Biz al mercado argentino
Honda Motor de Argentina anunció el inicio de la producción nacional de la nueva Biz 110 en la planta de Campana.

Más tecnología y practicidad para el uso diario

Entre sus principales novedades, la nueva Biz 110 incorpora inyección electrónica PGM-FI, que brinda un arranque estable y una respuesta suave del motor.

Además, cuenta con un tablero LCD, que permite visualizar la información de manera clara y sencilla, y luces de posición LED, que acompañan el diseño renovado del modelo.

GILERA ARGENTINA

GILERA ARGENTINA PRESENTÓ LA NUEVA LÍNEA SMASH CON FRENO FÁCIL FRONTAL



Bajo el concepto "MÁS GILERA", la marca renueva su modelo icónico simplificando la experiencia de los usuarios y con disponibilidad inmediata en la red oficial. La propuesta facilita el primer contacto con la conducción llevando ambos comandos de freno al manubrio en toda la gama. Con una evolución de producto que incorpora nuevas soluciones de uso y equipamiento en el modelo más representativo de la marca: la Smash. Los modelos de la línea 2026 ya se encuentran disponibles para entrega inmediata en la red oficial de concesionarios de todo el país. Con fabricación nacional desde 1953, planta propia y una extensa red de concesionarios.

SMASH: El Freno Fácil Frontal: ambos comandos al alcance de las manos.

La principal novedad de la línea Gilera

Smash es la incorporación del Freno Fácil Frontal, una configuración que traslada el accionamiento del freno trasero al manubrio. De esta manera, los dos comandos de freno quedan en un mismo lugar y al alcance de las manos, permitiendo accionar el frenado sin necesidad de coordinar la mano y el pie.

La propuesta pone el foco especialmente en quienes acceden por primera vez a una moto. Al concentrar el control del frenado en el manubrio, el Freno Fácil Frontal busca hacer más intuitivo ese primer contacto con la conducción, y reducir una de las barreras de entrada al mundo de las dos ruedas.

"Para muchas personas, una Smash representa su primera experiencia con una moto. Con Freno Fácil buscamos que ese primer contacto resulte simple e intuitivo desde el comienzo. MÁS GILERA también significa acercar la categoría a nuevos usuarios, pen-

sando el producto para que dar ese primer paso sea más fácil. Esa primera moto es, muchas veces, la que cambia la vida cotidiana de toda una familia", señaló Tomás Sutton, Director Comercial, Marketing y Postventa de Gilera Argentina.

Acerca de Gilera Argentina

Fundada en 1953, Gilera Argentina es una de las empresas manufactureras de motos pioneras y más emblemáticas del país. Con una planta industrial modelo y una extensa red de concesionarios a nivel nacional, la marca lidera la movilidad urbana combinando tradición industrial, innovación tecnológica y accesibilidad para millones de usuarios.

IVECO GROUP

REUNIÓN CON PROVEEDORES DE AMÉRICA LATINA



El Supplier Meeting Latam 2026 reunió a cerca de 200 participantes de 90 empresas y reforzó la calidad, la competitividad, la innovación y la resiliencia como pilares para el futuro. El encuentro contó con la presencia de líderes globales y destacó las oportunidades de crecimiento de las marcas en la región y el papel estratégico de los proveedores en el nuevo ciclo del grupo.

Acelerar la transformación de la cadena de suministro y fortalecer la colaboración con socios estratégicos para los próximos ciclos de la industria de vehículos comerciales y powertrain. Este fue uno de los principales objetivos del Supplier Meeting Latam 2026, celebrado por Iveco Group en Belo Horizonte (MG), con la participación de aproximadamente 200 representantes de 90 proveedores de América Latina. En conjunto, estas empresas representan aproximadamente el 90% del valor anual de las compras del grupo en la región.

A lo largo del programa, proveedores y ejecutivos de Iveco Group analizaron los principales desafíos que se prevé impactarán las cadenas de suministro en los próximos años y las oportunidades de crecimiento en Latinoamérica. "La calidad es el pilar de todo lo que hacemos. Hemos implementado cambios significativos en nuestra forma de

trabajar, fortalecido nuestra organización y evolucionado hacia un modelo más integrado, enfocado en la excelencia integral. Este movimiento coincide con un momento positivo para Iveco Group en América Latina, con una trayectoria de crecimiento constante en la región, incluso ante un escenario de mercado desafiante", afirmó Karel Novák, Chief of Quality & Operations Officer del Grupo en la región. "Este progreso solo es posible gracias a la participación de nuestros proveedores. Sin ustedes, no



hay producto, ni calidad, ni marcas".

América Latina como plataforma de crecimiento

"En los últimos años, hemos transformado profundamente IVECO en Latinoamérica. Hemos ampliado nuestra presencia y construido una operación mucho más sólida y competitiva, preparada para el crecimiento. Ahora, buscamos el siguiente salto. Y nuestros proveedores son fundamentales en este camino, porque la competitividad del fabricante de automóviles comienza mucho antes de la línea de ensamble", afirmó Marcio Querichelli, presidente de IVECO para América Latina.

FPT también ocupa una posición estratégica en esta transformación.

"El futuro del transporte será cada vez más multienergético, y esto requiere una cadena de suministro preparada para seguir el ritmo de esta transformación. Queremos que nuestros socios participen cada vez más desde las etapas iniciales del desarrollo, aportando conocimiento, tecnología y nuevas soluciones. Queremos contar con socios que inviertan junto a FPT en las soluciones de propulsión del futuro", afirmó Bernardo Brandão, presidente de FPT para América Latina.

SCANIA ARGENTINA

IMPORTANTE INVERSIÓN PARA AMPLIAR PUNTO DE SERVICIO EN SAN JUAN



Scania Argentina inauguró la ampliación y renovación de su punto de servicio en San Juan, tras una inversión de USD 2,3 millones que fortalece su capacidad de atención en Cuyo, una región estratégica para el desarrollo productivo del país y especialmente para la actividad minera.

"Este año cumplimos 50 años de presencia ininterrumpida en Argentina, y esta inversión refleja nuestra decisión de seguir apostando por el país y por el desarrollo de las economías regionales. Fortalecer nuestra red nos permite anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y acompañar su crecimiento con infraestructura, tecnología y personas capacitadas cerca de donde operan", afirmó Sebastián Figueroa, CEO y presidente de Scania Argentina.

La ampliación adquiere especial relevancia frente al crecimiento de la actividad minera en San Juan y Cuyo. Scania acompaña a los proyectos mineros de la región con vehículos configurados para condiciones de alta exigencia y una solución integral que combina producto, servicios, conectividad, mantenimiento, conocimiento técnico y financiación. A través de la modalidad Customer Workshop Services (CWS), brinda además servicio directamente en las opera-

ciones, con equipos técnicos que trabajan en las minas para reducir tiempos de inactividad, responder con mayor rapidez y maximizar la disponibilidad de las unidades.

"Nuestro crecimiento en San Juan fue de la mano de nuestros clientes. Muchos nos acompañan desde que abrimos nuestra primera sucursal en 2016 y hoy estamos dando un nuevo paso para responder a una región que cambió y que tiene operaciones cada vez más exigentes", señaló Sandro Milazotto, director de la Región Cuyo de Scania Argentina.



Nuestro crecimiento en San Juan fue de la mano de nuestros clientes. Muchos nos acompañan desde que abrimos nuestra primera sucursal en 2016 y hoy estamos dando un nuevo paso para responder a una región que cambió y que tiene operaciones cada vez más exigentes

STELLANTIS

FIAT CELEBRA LOS 10 AÑOS DE TORO EN LA ARGENTINA

Fiat celebra los 10 años de la Toro, uno de los modelos más emblemáticos de la marca y protagonista de una verdadera revolución en el segmento de las pick-ups compactas. Desde su lanzamiento en 2016, Toro redefinió el concepto de este tipo de vehículos gracias a una propuesta innovadora en diseño, tecnología, confort y prestaciones, convirtiéndose en un éxito comercial y en un referente del mercado. A lo largo de estos diez años, el modelo evolucionó de manera permanente incorporando nuevas tecnologías de conectividad, sistemas multimedia cada vez más innovadores y un completo equipamiento de seguridad, con asistentes a la conducción, frenado autónomo de emergencia y control electrónico de estabilidad, entre otras soluciones orientadas a brindar una experiencia de conducción más segura y confortable.



Las Vans de Peugeot y Citroen se exhibieron en ExpoTransporte de La Rural

En el marco de la 14ª Feria ExpoTransporte, las marcas Citroën y Peugeot participaron exhibiendo su robusta oferta de vehículos utilitarios livianos diseñados para responder a las necesidades de profesionales, pymes y empresas de logística que buscan versatilidad, eficiencia y confiabilidad. La compañía estuvo presente en ExpoTransporte con una selección de sus principales vehículos comerciales: Citroën exhibió Berlingo, Jumpy y Jumper, mientras que Peugeot presentó Partner, Expert Mixta y la gran novedad del evento: Partner Rapid, que llega en avant-première antes de su lanzamiento comercial previsto para el último trimestre de 2026.



Leapmotor, la marca china de vehículos electrificados de Stellantis, continúa su expansión Argentina

A pocas semanas de su desembarco en el país, la marca china de Stellantis y sus dos modelos comenzaron a vestirse de gala para los festejos de aperturas oficiales de la red de concesionarios Leapmo-

tor que comprenden 12 puntos de venta y 20 de postventa que ya abrieron en diferentes puntos estratégicos del país, respaldados por importantes grupos económicos de la industria y distribuidos estratégicamente en las principales ciudades del país.



FORD MOTOR ARGENTINA

FORD PRO PRUEBA UN NUEVO SERVICIO DE ALERTAS PREVENTIVAS PARA FLOTAS

Ford Pro comenzó a ofrecer un nuevo servicio para clientes de flotas: el Monitoreo Preventivo, que envía una alerta al administrador cuando se identifica la necesidad de algún mantenimiento relevante en los vehículos. El objetivo es evitar paradas no programadas para garantizar la disponibilidad, la seguridad y la rentabilidad de la flota.

“En el segmento de flotas comerciales, solo Ford cuenta hoy con este modelo de servicio basado en la salud del vehículo, un nivel de detalle al que la telemetría convencional no tiene acceso”, señaló Leandro Borsari, gerente de Ingeniería de Servicio de Ford Sudamérica.



ANZER SE INCORPORÓ A LA RED OFICIAL COMO NUEVO CONCESIONARIO EN SAN LUIS

Ford Argentina anunció que Anzer se incorporó como nuevo concesionario oficial de la marca, asumiendo la representación y atención de clientes en la zona de San Luis anteriormente cubierta por el concesionario Martín Autos. Con esta incorporación, Ford fortalece su presencia en la provincia de San Luis.

La IA cambia las finanzas corporativas y obliga a las empresas a decidir más rápido

KURU



Por Juan Pablo Picasso
Chief Information Officer &
Co-Founder de Kuru



En un inicio, la inteligencia artificial ocupó en las empresas un lugar parecido al de un laboratorio: se la observaba con curiosidad, se hacían pilotos y se hablaba de su potencial futuro. En las áreas financieras, su uso estaba limitado a proyectos experimentales que rara vez llegaban a la operación diaria.

Hoy la pregunta ya no es si una empresa va a incorporar inteligencia artificial en sus procesos financieros, sino cuánto tiempo puede permitirse seguir trabajando sin ella. Las áreas financieras de las empresas aún conviven con una paradoja: son responsables de administrar millones de pesos, pero dedican buena parte de su tiempo a perseguir tickets, corregir rendiciones mal cargadas y verificar datos manualmente. En pleno 2026, muchas organizaciones todavía operan con procesos pensados para una economía de papel.

La inteligencia artificial vino a cuestionar esa normalidad. Y lo más relevante es que ya no lo hace desde el laboratorio de innovación, sino desde el corazón operativo de las finanzas corporativas.

Hasta hace apenas dos años, usar IA para leer comprobantes o validar gastos era una prueba piloto. El cambio se dio porque coincidieron dos fenómenos: los modelos de extracción de datos alcanzaron una precisión suficiente para interpretar una foto de un ticket tomada desde un celular en condiciones reales, y el costo de ejecutar esos modelos cayó drásticamente. Lo que antes era una apuesta tecnológica hoy es un costo operativo razonable.

La IA pasó a convertirse en una expectativa básica

El problema más visible está en la validación documental. En la mayoría de las compañías, el control fiscal ocurre al cierre del mes, cuando el gasto ya fue realizado y corregir un error implica perseguir comprobantes, contactar colaboradores y rehacer registros. La IA permite mover ese control al momento exacto de la captura. Si un comprobante no es fiscalmente válido, si el Código de Autorización Electrónico es incorrecto o si el rubro no coincide con el comercio, la alerta aparece en segundos.

Ese cambio de timing vale más que cualquier dashboard.

En nuestra experiencia, la diferencia es que con una validación automática en el momento de la carga, la tasa de comprobantes fiscalmente correctos alcanza el 94%, frente a alrededor del 55% en esquemas tradicionales de rendición manual. No se trata solo de prolijidad administrativa; se trata de recuperar tiempo operativo para dedicarlo a actividades estratégicas.

Y acá aparece una verdad incómoda para muchas empresas: una parte significativa del tiempo del área administrativa no gene-

ra valor estratégico. Se consume corrigiendo errores evitables.

Los errores humanos más frecuentes son sorprendentemente simples: un CUIT mal tipeado, un rubro incorrecto, un comprobante faltante o, muy comúnmente, la carga del ticket del posnet como si fuera la factura fiscal. En un relevamiento de cientos de miles de transacciones, más de la mitad de los rechazos estuvieron vinculados a rubros no habilitados y otra porción importante a documentación pendiente. Son fallas que una IA puede detectar en el acto, antes de que se conviertan en un problema contable.

Las empresas que ya incorporaron IA muestran otra característica distintiva y es que reaccionan en tiempo real. Saben el mismo día si un gasto incumple una política o si falta documentación. Las que siguen trabajando con procesos tradicionales se enteran semanas después, cuando el margen de acción es mínimo.

Además, la IA habilita algo menos visible pero decisivo: la escalabilidad. Crecer en cantidad de empleados, transacciones o comprobantes ya no implica ampliar proporcionalmente el equipo administrativo. Esa relación histórica entre crecimiento y estructura empieza a romperse.

En Kuru vemos este cambio todos los días. Un colaborador envía la foto del comprobante por WhatsApp y el sistema extrae automáticamente CUIT, CAE, rubro y comercio, valida consistencia y alerta ante cualquier anomalía, todo en segundos. Lo importante no es la tecnología en sí misma, sino el nuevo estándar operativo que establece.

Argentina suele adoptar tarde las transformaciones tecnológicas, pero esta vez el costo de esperar es especialmente alto. En una situación de presión sobre márgenes, necesidad de eficiencia y demanda creciente de información en tiempo real, seguir gestionando gastos con planillas y controles posteriores ya no es una tradición: es una desventaja competitiva.

La inteligencia artificial no está automatizando solamente tareas financieras. Está redefiniendo qué significa administrar una empresa de manera eficiente. Y cuando una tecnología logra que el control ocurra antes del error y no después, deja de ser innovación para convertirse en infraestructura.

Cabaña Las Lilas

Medalla de Oro en el Campeonato Mundial de Carnes 2026



Cabaña Las Lilas fue consagrado con la Medalla de Oro, el máximo galardón en el Campeonato Mundial de Carnes 2026, la competencia internacional que evalúa la calidad de la carne vacuna a nivel global. En una edición que evaluó más de 200 muestras en 10 países. Cabaña las Lilas obtuvo:

Medalla de Oro en la categoría Bife Ancho alimentado a pasto, (Aberdeen Angus Novillo)- el corte que en la carta del restaurant se sirve como Ojo de Bife. Medalla de Bronce en la categoría Bife Angosto alimentado a pasto (Bife de chorizo) y Distinción en la excelencia en sabor en Bife Ancho alimentado a pasto.

En Cabaña Las Lilas expresaron que este reconocimiento es el resultado del trabajo, dedicación, esfuerzo y compromiso con la excelencia ganadera de todo el equipo de profesionales de las Estancias y Cabaña Las Lilas y del Restaurant Cabaña Las Lilas en estos 30 años buscando la excelencia de los productos y servicios para la satisfacción de nuestros clientes.

BBVA Research afirma que la agricultura Argentina tiene ventajas estructurales frente a un mundo



BBVA Research elaboró un nuevo informe sectorial, denominado Situación Agricultura, que analiza la situación del sector y destaca que el campo sigue siendo un motor fundamental para la economía de Argentina.

A pesar de los constantes desafíos climáticos y mundiales, el país logró dar un salto histórico en su capacidad productiva apoyado en la tecnología. La producción agrícola en el país se duplicó desde comienzos del siglo XXI. El gran motor de esta expansión fue el maíz, que registró un crecimiento del 263%, seguido por la soja con un aumento del 74% y el trigo con un 10%.

El sector agropecuario consolidado representa casi el 9% de toda la economía argentina (PIB). Además, es la principal fuente de ingreso de dólares del país, ya que los 4 complejos agrícolas principales aportaron cerca del 40% de las exportaciones totales en el año 2025. Para este año 2026, se proyecta que las exportaciones agroindustriales alcancen los 42.000 millones de dólares.

Argentina mantiene posiciones muy importantes en el mercado global de soja, maíz y girasol. La gran ventaja exportadora del

país se concentra en el maíz y en los derivados de la soja, especialmente en la harina y el aceite. Asimismo, para la campaña 2026/27, Argentina se afirma como el cuarto productor mundial de girasol y el tercer exportador a nivel global.

La adopción de tecnología fue clave para mejorar el rendimiento de los cultivos. En la actualidad, el 47% de la superficie sembrada se monitorea en tiempo real, marcando una nueva etapa de mejoras gracias a la agricultura de precisión y la digitalización.

En esta campaña 2026-27, existe entre un 75% y un 80% de probabilidades de que el país enfrente un fenómeno de "El Niño" extraordinario. Si bien históricamente esto ayuda a tener mejores rendimientos en soja y maíz, también trae el riesgo de excesos de lluvias que puede generar dificultades en la infraestructura necesaria para levantar y transportar la cosecha.

Por el lado económico, el informe de BBVA Research señala que tener menores impuestos a la exportación (derechos de exportación) mejora el ingreso del productor y favorece que haya más inversiones

En definitiva, Argentina cuenta con ventajas estructurales frente a un mundo que seguirá demandando alimentos. Con una demanda mundial firme y mejoras en la rentabilidad, existen grandes oportunidades para que el sector agropecuario siga impulsando el crecimiento del país.



Juan Manuel Manías



GRUPO ARCOR: 75 AÑOS LÍDER EN ALIMENTOS



El Grupo Arcor, fundado en 1951 en Córdoba, cumplió 75 años consolidándose como la principal empresa de alimentos de Argentina y líder en Latinoamérica, con presencia en más de 100 países y una fuerte vocación de expansión internacional y desarrollo productivo sostenible.

En el marco de esa celebración la empresa inauguró su primer Parque Solar en el Complejo Industrial Recreo, en la provincia de Catamarca. Esta iniciativa, con una inversión de US\$ 3,8 millones, forma parte de la Estrategia de Sustentabilidad 2030 "Vivir Mejor" y busca cubrir hasta el 90% del consumo energético de la planta con fuentes renovables. Además de la infraestructura energética, la compañía anunció otras acciones significativas para la comunidad local.

ARREDO CUMPLE 37 AÑOS

Arredo es un proyecto empresarial de origen familiar argentino fundado hace 37 años con el sueño de crear hogar en la casa de cada una de las personas que lo eligen. Se especializa en ropa de cama, baño, cocina, pequeños muebles y artículos de decoración para todos los ambientes del hogar. Diseña y confecciona productos únicos, variados y de calidad para brindar experiencias de bienestar a sus audiencias que fortalezcan los vínculos humanos e impulsen una mirada responsable con el planeta.

Trabajan en Arredo más de 700 colaboradores. Cuenta con 73 tiendas físicas entre Argentina y Uruguay y ha recibido múltiples reconocimientos por sus políticas de sustentabilidad, diversidad e inclusión.



CLUB DIA 20 AÑOS: TRANSFORMANDO LA COMPRA DE TODOS LOS DÍAS EN AHORRO REAL



El programa de fidelización de retail más valorado de Argentina celebra dos décadas poniendo en valor la personalización y la tecnología como aliadas clave para hacer rendir el bolsillo de las familias argentinas.

ClubDía refleja la evolución de una propuesta que nació con la histórica tarjeta física y que hoy se ha transformado en una experiencia 100% digital a través de la App Día. Se trata de la herramienta de ahorro elegida por más de 4 millones de clientes para hacer rendir su día a día y la solidez del programa se demuestra en su crecimiento continuo: cada mes, 50.000 nuevos clientes se suman para acceder a sus beneficios



GALICIA SEGUROS NOMBRA A DENISE BENDERSKY

Galicia Seguros entiende la importancia de la tecnología, los datos y la Inteligencia Artificial Generativa como palancas fundamentales para impulsar el crecimiento de la compañía, con la confianza en el dato como punto de partida. Por este motivo, la Gerencia de Tecnología suma a Denise Bendersky como Chief Data Artificial Intelligence Officer (CDAIO). Su desafío será poner los datos y la IA al servicio de una experiencia más simple para clientes y Productores Asesores de Seguros.

HUAWEI DESEMBARCÓ EN ARGENTINA

Tras su gran despliegue internacional, Huawei desembarcó en Argentina con un evento único celebrado en La Rural, donde presentó oficialmente su nueva generación de productos insignia. La propuesta de la marca se centra en integrar la tecnología como una herramienta que potencia la exploración al aire libre, la creatividad y el bienestar de los usuarios.

"Con esta nueva generación buscamos que la tecnología se integre de forma natural en la vida cotidiana y acompañe a las personas en distintos momentos: desde el entrenamiento y la exploración al aire libre hasta el cuidado de la salud, el trabajo y la creatividad. También anunciamos la apertura de una Tienda Autorizada HUAWEI", afirmó Solange Bonapelch, Gerente de Relaciones Públicas de CBG Huawei Argentina.



MATÍAS STANISLAVSKY

ASUME COMO COUNTRY HEAD ARGENTINA DE INGENIA

Ingenia, la empresa argentina de tecnología, incorporó a Matías Stanislavsky como Country Head de Argentina.

"Hoy en día, con el tremendo auge de la Inteligencia Artificial, las empresas saben que la tecnología es clave para generar un verdadero cambio. Pero no sólo por las herramientas, sino por las personas que son parte y que deben incorporarlas para eficientizar lo que hacen y a la organización en sí. Me sumé a Ingenia con el objetivo de acompañar a las empresas en ese camino: comprender cuáles son sus dolores y cómo convertirlos en una fortaleza y en una ventaja competitiva.", asegura Stanislavsky.



LENOVO: EMPRESA

MÁS INCLUSIVA DEL MUNDO

Lenovo es reconocida como una de las empresas más inclusivas del mundo para personas con discapacidad, reflejando el impacto global de su estrategia Disability Advantage. El reconocimiento llega después de la primera participación de Lenovo en el Disability Index® en los ocho mercados de su estrategia Disability Advantage, con cinco mercados alcanzando el nivel Advanced.

Este año, Lenovo amplió su participación de un número limitado de mercados para incluir a Argentina, Brasil, India, Japón, México, Eslovaquia, Reino Unido y Estados Unidos, demostrando la evolución continua de su estrategia global de inclusión de personas con discapacidad.



EL LIDERAZGO ESTÁ EN NUESTRO ADN



#1 EN ENERGÍA EÓLICA



#1 EN ENERGÍA SOLAR



#1 EN GENERACIÓN RENOVABLE



Y AHORA, LIDERANDO EN ALMACENAMIENTO

Somos INNOVACIÓN e INGENIERÍA para un sistema eléctrico más sólido



Conectate con nosotros escaneando el siguiente código QR

Geniea

#1 EN RENOVABLES

Tenés todo en la App Galicia

Descargala de tu store

