



Edición  
115º Aniversario

© El Cronista

Edición Especial  
Esta publicación forma parte de la edición N° 34.523. Prohibida su venta por separado.  
Será opcional a partir de la próxima edición del diario a \$ \$1300.

LA  
VISION  
DE LOS  
LÍDERES  
2024

Una edición para coleccionar.  
400 CEOs y directores de las empresas  
más importantes del país anticipan lo  
que viene y sus proyectos para el  
próximo año

- Agustín Dranovsky Cia de Tierras Sud Arg.
- Ignacio Bartolomé GDM
- Enrique Flaiban Grupo Los Grobo
- Javier Goñi Ledesma
- Pablo O. Noceda Molinos Agro
- Marcos Sabelli Profertil
- Ricardo Yapur Rizobacter Argentina
- Pablo H. Plá San Miguel
- Marcos Bradley Syngenta
- Vladimir Barisic Viterra Argentina
- Marcus Cheistwer CNH Industrial
- Modesto Magadán Grupo Arcor
- Juan Garibaldi Danone Argentina
- Carlos Agote Mastellone
- Agustin Llanos Molinos Río de la Plata
- Martin Antola Mondelez
- Gian-Carlo Aubry Nestlé
- Diego Serantes PepsiCo Alimentos
- Julio Freyre CCU
- Martín Ticinese Cervecería Quilmes
- Martín Cabrales Cabrales
- M. Gallo Sacerdote PepsiCo Bebidas
- Rodrigo Nazar Escorihuela Gascón
- Alberto Arizu (h) Bodega Luigi Bosca
- Rafael García Bodega Norton
- José A. Zuccardi Familia Zuccardi
- Gustavo Perosis Moët Hennessy
- Sergio Faifman Loma Negra
- Pablo Feresini Rotoplas Argentina
- Mariano Bó Saint-Gobain
- Mateo Salinas Eidico
- Adrián Mercado Gr. Adrián Mercado
- Uri Iskin HIT
- Mariano Vega Raghsa
- Federico Gagliardo Vitrium Capital
- F. de Tezanos Pinto Auren
- Verónica Asla EY GDS
- Néstor García KPMG
- Hernán Franco Linz
- Pablo San Martín SMS Latinoamérica
- A. Pérez de Rosso Bain & Company
- David Wilson Ceibo Digital
- Guadalupe San Martín Vistage
- Cristina Bomchil Valuar
- E. Fernández Machado Grupo Ceta
- Andrea Ávila Randstad
- Facundo Mendizábal Grupo Mendizábal
- Ignacio Seoane Kimberly-Clark
- Verónica Marcelo Natura
- Fabián Colussi Brandware
- Luis Galli Newsan
- Martin Castro Whirlpool Argentina
- Martin Genesio AES Argentina
- Claudio Cunha ENEL
- Armando Losón (h.) Grupo Albanesi
- Gustavo Mariani Pampa Energía
- Jaime Barba Camuzzi
- Andrés Scarone Compañía Mega
- Gabriela Aguilar Excelerate
- Tomás Córdoba Metrogas
- Gerardo Gómez Naturgy
- Daniel Ridelener TGN
- Oscar Sardi TGS
- Eduardo Torras DeltaPatagonia
- Daniel De Nigris ExxonMobil
- Gustavo Astie Pecom
- Andrés Cavallari Raizen
- Ricardo Rodríguez Shell
- Ricardo Markous Teopetrol
- Christian Podesta Victorio Podestá
- Bernardo Andrews Genneia
- Martín F. Brandi PCR
- Marcos Jofré Trivento Bodegas
- Leandro Zumárraga Dentsu
- Andrés Bidart Sentidos
- Guido Di Toto Signify
- Oscar Scarpari Techint
- Herman Faigenbaum Cushman & Wakefield
- Agustin Freccero Haras del Sur
- Eduardo Elsztain IRSA
- Sebastián Sosa RE/MAX
- Sergio Crivelli BDO
- Ma. Ines Del Gener Deloitte
- Norberto Nacuzzi EY
- César Litvin Lisicki, Litvin y Asoc.
- Miguel Urus PwC Argentina
- Daniel Razzetto RSM Argentina
- Carlos Alustiza Great Place To Work
- Luis D. Bendersky Paradigma
- Guillermo Ocampos Together Business
- Jorge Salvatierra Grupo Gestión
- Luis Guastini ManpowerGroup
- Cecilia Giordano Mercer
- Gabriela Bardin P&G
- Laura Barnator Unilever
- Jean-Noël Divet L'Oréal Argentina

# Descubrí NEIX

## Líder en servicios financieros.

Ayudamos a las personas, empresas e instituciones a construir, preservar y administrar su capital para que puedan lograr sus objetivos de inversión.

**BANCA CORPORATIVA**

**BANCA PRIVADA**

**CLIENTES INSTITUCIONALES**



[www.neix.com.ar](http://www.neix.com.ar)



[company/neix](https://www.linkedin.com/company/neix)



[neixcapital](https://www.instagram.com/neixcapital)

**Great  
Place  
To  
Work®**

**Certified**  
FEB 2023-FEB 2024  
ARG

## Nota del Editor

Por **Hernán de Goñi**

Director Periodístico

[hdegoñi@cronista.com](mailto:hdegoñi@cronista.com)



# Pensar en puentes, no en atajos

**E**l inicio de un nuevo ciclo político está acompañado de una necesaria renovación de expectativas. Esta recarga es una parte natural del proceso electoral, ya que las urnas están diseñadas para convertirse en receptoras de confianza. Lo que no debe habilitar una elección es la sensación de que un país se puede resetear. Las apuestas al futuro de ninguna manera borran el pasado. Por el contrario, tener un diagnóstico de los desvíos ocurridos y aceptar mecanismos para corregirlos es un paso imprescindible y saludable para cualquier democracia. El tránsito que espera a la Argentina es complejo por donde se lo mire. Las enfermedades crónicas de su economía fueron desestabilizadas por el impacto de una sequía histórica. La escasez de divisas, un drama recurrente para un país que no logra entender que siempre está a tiro del clima (como le pasó en 2012 y 2018) o de shocks externos (como la crisis subprime del 2008 o el ciclo de suba de tasas de 2018 y 2022), se potenció de la peor manera. Y por

esa razón, a falta de políticas prudentes que ayuden a moderar el impacto de estos contextos adversos, la alternativa que siempre queda en pie es el intervencionismo extremo.

El desafío inicial del nuevo ciclo está concentrado en desarmar el laberinto de cañerías creado para que los dos componentes más inestables del sistema se toquen lo menos posible. La pandemia, por un lado, dio lugar a una hiperemisión de pesos equivalente a 8 puntos del PBI. La sequía, por su parte, “evaporó” u\$s 20.000 millones. La estrategia para el primer problema fue armar un lago artificial de pesos, en donde la carnada fuera la tasa de interés que financiaba el Banco Central a través de las Leliq. Pero contener ese enorme dique se hizo casi imposible. Del otro lado, la sequía de dólares creó una presión inevitable sobre la cotización de los cambios financieros (los únicos disponibles) que se transformó en proyecciones crecientes de inflación. Las innumerables llaves de paso instaladas en el circuito debilitaron a buena parte del aparato producti-

vo, que hoy necesita una transfusión urgente de divisas.

Las empresas, como lo exponen los calificados testimonios que recoge esta edición de *La visión de los líderes*, esperan que la dirigencia argentina pueda construir un puente que los reinstale en el sendero del crecimiento. Nadie pide magia. Pero esperan que el esfuerzo, hoy un paso ineludible, no recaiga siempre sobre los mismos hombros de siempre.

En 2024, el agro recuperará su rol de generador de divisas. Junto con otros sectores, como la energía, la minería y la economía del conocimiento, podrían aportar en conjunto cerca de u\$s 40.000 millones y revertir la escasez de este año. Pero las cuentas acumuladas que hay que bajar también son altas. El sector público necesita divisas para cancelar obligaciones financieras (sin contar al FMI, hasta abril son u\$s 5000 millones), y el BCRA tiene que poner sus reservas nuevamente en un nivel aceptable (hoy son negativas en cerca de u\$s 10.000 millones). Como si fuese poco,

hay que darle una salida a los compromisos de pago que tienen muchas empresas importadoras con sus casas matrices, una deuda de u\$s 20.000 millones acumulada entre enero de 2022 y septiembre de 2023. Queda a la vista que más allá de un flujo prometedor de divisas, que en realidad expresa ingresos que van a darse a lo largo de todo un año, las necesidades de corto plazo son mayores. Y es por eso que más allá de contar con las habilidades técnicas para ordenar y priorizar este exigente calendario, será necesario que la próxima administración tenga capacidad de consensuar políticas y consolidar esfuerzos. Los riesgos están diseminados en todos los frentes, no solo el financiero. Hará falta crear un nuevo régimen cambiario y darle credibilidad con un ancla fiscal que sirva para mantener abierto el financiamiento. Dicho en otras palabras, habrá que activar un conjunto de reformas que puedan ser respaldadas por el Congreso cuanto antes. No con la ilusión de que los problemas se pueden borrar, sino con la esperanza de evitar los atajos y tomar un camino en el que la mayoría esté de acuerdo. **VL**



## Adecco

# Guía Salarial 2023 ya disponible.

Descargá el informe sobre salarios más actualizada y conocé cómo el mercado se prepara para el próximo año.



Escaneá el QR

Seguinos



## STAFF

**Director Periodístico**

Hernán de Goñi

**Subdirector Periodístico**

Horacio Riggi

**Jefes de Redacción**

Walter Brown

Javier Rodríguez Petersen

**Editor Jefe de Negocios**

Juan Manuel Compte

**Editoras de Negocios**

Florencia Lendoiro y

Juliana Monferrán

**Subeditor de Suplementos**

y One Shots

Ricardo Quesada

**Jefe de Arte y Diseño**

Diego A. Barros

**Editora de Arte y Diseño**

Paula Albirzú

**Ilustración**

Pilar Saracini

**Retoque fotográfico**

Hernán Herrero

**Armado de avisos**

Claudio Cremona

**Departamento Comercial****Gerente Comercial**

Mauro Mattiozzi

**Jefe de Desarrollo****Comercial Multiplataforma**

Nicolás Raffo

**Ejecutivos de Cuenta****Multiplataforma**

Pablo Abdala, Laura Avram,

Fabiana Grassano, Nadia

Mayer, Laura Soria y Nadia

Storino

**Asistente Comercial**

Mercedes Sánchez

**Jefe de atención al cliente****y distribución**

Pablo Valdez

**Director General**

Christian Findling

**Director de Operaciones**

Luis Rodríguez

**Director de Transformación****Digital y Procesos**

Juan Ignacio Coria

**Gerente de Capital Humano**

Daniela López

**Gerente de Sistemas**

Gustavo Suárez del Solar

**Gerente de Producto Digital**

Katherine Contreras

**Gerente de Administración****y Finanzas**

Damián Inies

**Suscripciones:**

0-800-22 CRONISTA (27664)

E-mail: suscripciones@cronista.com

Impresión: Newpress Grupo Impresor S.A. Paraguay 264. Avellaneda, provincia de Buenos Aires

Distribución: en Capital Federal,

TRIBE S.A. Teléfono: 4301-3601;

en interior, Distribuidora de Prensa

Euro Sur S.A. Teléfono: 4301-0701

Registro de la Propiedad Intelectual

N° 656.189

Miembro de la Red de Diarios

Económicos de América Latina

Fundado en 1908

Redacción y producción:

Paseo Colón 740/6

(C1063ACU), CABA.

Teléfono: 4121-9300

Fax: 4121-9305/07

Internet: www.cronista.com

Por

Juan Manuel Compte

jcompte@cronista.com



# Sin margen de maniobra

**E**l informe, elaborado por Moody's, circuló como reguero de pólvora. Presagia el escenario 2024 de la Argentina, ganase quien ganase. "El ajuste macro-fiscal es inevitable", avizora. Advierte que no será fácil. Los "importantes desequilibrios macroeconómicos y fiscales", define, "que frenan la actividad económica, distorsionan los precios relativos y reducen el poder adquisitivo", agrega, "exigen medidas", asegura. Sea uno u otro el nuevo inquilino de la Quinta de Olivos -cuando usted lea esto, estimado lector, la Argentina ya lo habrá decidido-, las distorsiones económicas, presagia Moody's, "aumentan el riesgo de que se produzca un evento de crédito soberano en 2024-2025". Sutil eufemismo para no apelar a la palabra maldita: default. En un caso, porque el eventual ganador, por su instinto de supervivencia, adoptará medidas correctivas menores para evitar la agitación política y social, vislumbra. En el otro, porque estará limitado por desafíos de gobernabilidad, "que obstaculizarán su ambiciosa agenda de reformas". En ese contexto, la calidad crediticia de las empresas no financieras empeorará, a causa de los problemas económicos, proyecta. Apunta a la permanencia de los controles de cambio, "que dificultan el refinanciamiento de la deuda externa y esto aumenta el riesgo crediticio". Sin embargo, ve una mitad llena en ese vaso: "La fortaleza financiera de las empresas argentinas se mantendrá relativamente sólida, con una relación deuda bruta/ebitda muy inferior a la de otras empresas". La tranquilidad, desde ya, no es absoluta. "Las amortizaciones a corto plazo son manejables. Pero los

riesgos de financiamiento aumentarán en 2025, especialmente, en el caso de la deuda externa". En ese escenario, la incertidumbre es la única certeza. Aun así, más en modo "resiliencia" que otra cosa, los CEO planifican su 2024. Tienen ideas, planes, proyectos. Avanzan con iniciativas para capturar oportunidades y sentar las bases locales de revoluciones globales que están transformando sus industrias. Ocurrió sistemáticamente desde la recuperación democrática. En la Argentina, cada recambio presidencial es una esperanza renovada. Lo que significa, también, que hubo 40 años de fracasos y frustraciones. El desafío, ahora, es enorme, inversamente proporcional al margen de maniobra. La economía tiene altos niveles de deterioro económico y social, con indicadores, incluso, en estados cercanos a la calamidad. Descalabros fiscales y monetarios, cuyo mayor costo fue la trituration de la moneda y que no tuvieron los resultados proclamados: más de cuatro de 10 argentinos son pobres. La cifra amenaza elevarse, con inflaciones proyectadas de hasta el 300% para el año entrante. A favor, contará con la riqueza de sus recursos naturales, el potencial de sectores económicos, a pesar de todo, dinámicos y, fundamentalmente, los primeros aires de otro viento de cola externo, sople vital que, históricamente, le evitó al país la ingrata tarea de afrontar sus vicios y desajustes.. **VL**

## LA VISION DE LOS LÍDERES

### Sumario

#### 6 Un año dominado por las elecciones

La carrera presidencial fue un tema excluyente en 2023. La disparada la inflación sumó preocupación a los ejecutivos

#### 12 Siguen los ecos de Qatar

Tras haber conquistado el Mundial en diciembre del año pasado, Lionel Messi fue considerado como el argentino más influyente en 2023

#### 14 Puntos de vista

La mirada de 20 referentes sobre los principales desafíos y oportunidades que esperan a la Argentina de cara al año que se inicia

#### 52 La visión de los líderes

Los número 1 de casi 400 empresas responden cuáles fueron los resultados que obtuvieron este año y qué desafíos esperan para 2024

#### 174 Una tarea titánica y urgente

El próximo gobierno tendrá que encarar reformas para bajar la inflación y dar mayor previsibilidad a los negocios



**Para lograrlo,  
primero hay que  
pensar en grande.**

  
**Pensá  
en Macro**

Las elecciones presidenciales, el incremento de la inflación, los problemas para importar y la devaluación fueron, sin dudas los temas excluyentes de la conversación pública durante 2023. Basta mirar las respuestas de los casi 400 CEO que respondieron a la convocatoria para esta edición de La visión de los líderes y comprobar que hacia allí se dirigieron los reclamos y pedidos para el gobierno que asumirá el próximo 10 de diciembre, día en que la Argentina, por primera vez en su historia, completará 40 años de democracia plena. La encuesta que, como todos los años, realiza *El Cronista* para esta edición especial es un fiel reflejo, no solo de lo que sucede en el día a día de la economía real del país, sino del estado de ánimo de quienes toman las decisiones y, por lo tanto, de lo que se puede esperar en el futuro inmediato.

El estudio, realizado por la consultora CIO Investigación entre 55 CEO, gerentes generales y presidentes de grandes empresas, revela que las preocupaciones centrales siguen siendo la inflación, la presión impositiva y la incertidumbre sobre el tipo de cambio. Además, destacan que en los últimos meses los mayores logros del país fueron la fortaleza de las instituciones y el desarrollo en tiempo récord del Gasoducto Presidente Néstor Kirchner. La persona más influyente, en tanto, fue el capitán de la selección de fútbol y jugador del Inter de Miami Lionel Messi, seguido del empresario y fundador de Mercado Libre Marcos Galperin. Llama la atención que en un año electoral, los políticos hayan sido desplazados de los primeros puestos. Recién en el tercer lugar aparece Javier Milei (al escribir estas líneas aún candidato presidencial), seguido por la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner y el expresidente Mauricio Macri.

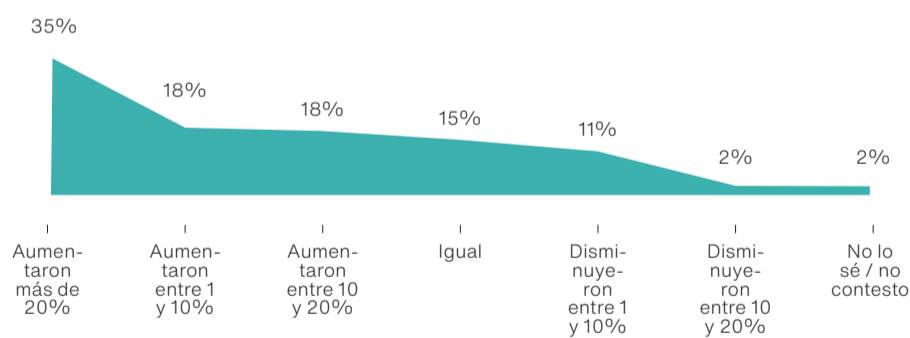
Lo que sigue es un breve análisis de lo que hicieron en el último año las empresas locales y lo que planifican para el 2023. Un dato a tener en cuenta a la hora de evaluar los resultados, es la opción “no sabe / no contesta”, que en algunos casos llegó al 9%, no se descuenta del total de respuestas.

# Un año dominado por las elecciones y la inflación

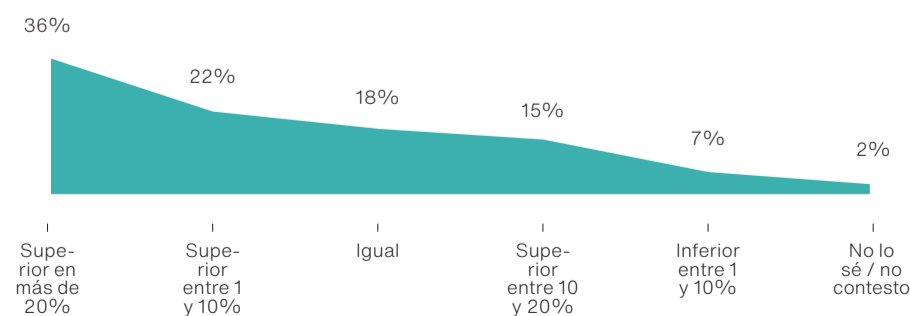
Por Ricardo Quesada

La carrera presidencial fue, sin duda, uno de los temas excluyentes durante 2023. Además, la disparada del índice de precios al consumidor, los problemas para importar y la devaluación del peso sumaron preocupación y mucho tiempo en las agendas de los principales empresarios del país

¿Cómo fue la variación de ventas de su empresa en el último año?



¿Cómo fue el resultado operativo de su empresa?



## Números dispares

Lo primero a evaluar son los resultados proyectados por las empresas para este 2023 respecto de 2022. Pese al contexto económico incierto y una marcada alza de la inflación, el 71% de los consultados manifestó que sus ventas se incrementarían durante el año.

Si se amplía el cuadro con lupa, el 35% respondió que las ventas aumentaron más del 20%, un 18% aseguró que crecieron entre un 10 y otro 20% y otro 18% dijo que subieron entre un 1 y un 10%. El 11% acusó caídas de entre el 1 y el 10%, un 2% aseguró que tuvo un descenso en las ventas de entre 10 y 20%, y un 15% no notó modificaciones. En tanto, el resultado operativo para 2021 obtuvo números ligeramente distintos. Un 36% dijo que el crecimiento fue mayor al 20%, el 22%, que varió entre un 10 y un 20% y el 15%, que creció entre 1 y 10%. En tanto, el 18% asegura que fue igual al de 2022 y otro 9% aseguró haber notado una caída.

El año pasado el 75% había destacado un incremento tanto en sus ventas como en sus resultados operativos.

## El vaso medio lleno

En un contexto de alta inflación y frente a la incertidumbre política, los empresarios prefieren mantener un optimismo moderado a la hora de realizar las previsiones para 2023. Al ser consultados sobre las inversiones, solo el 9% manifestó que no hará ningún desembolso en el próximo año, un número que se mantiene bajo, pero que creció 3 puntos con respecto al año pasado. El restante 91% planea destinar recursos para aumentar producción o reducir costos, entre otras posibilidades. En concreto, el 53% señaló que invertirá para aumentar la producción, un 22% para mantener los niveles actuales de producción, un 40% para reducir costos, un 16% para crecer en exportaciones y un 4% para sustituir importaciones. La perspectiva respecto de las ventas en el mercado interno es moderadamente optimista. El 56% espera aumentarlas. El 31% con un aumento mayor al 20% y el 25% con mejoras menores a ese número. En cambio, el 18% ve una caída, lo que representa un incremento de 4,5 veces respecto de las expectativas del año

Impulsar el crecimiento.  
Expandir las fronteras del negocio.  
Mejorar la rentabilidad.

» *¿Cuál es tu desafío?*



► Auditoría • TAX • BPO • Consultoría • HR • IT • Legales

**60** Oficinas a nivel mundial

**+2000** Profesionales

**+1000** Clientes

**auren**

MEMBER OF THE  
**FORUM OF FIRMS**

**SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS**

Member of  
**Antea**  
Alliance of independent firms

[www.auren.com](http://www.auren.com)

pasado. En cuanto a las exportaciones, y tomando en cuenta que el 24% de las empresas que contestaron no exportan —en muchos casos porque se dedican a servicios— y el 9% no respondió, el 29% contestó que las aumentará más del 20% y un 24% menos de ese número. En tanto, el 6% estima una caída y el 9% no anticipa cambios.

En línea con las expectativas de ventas, los empresarios mostraron cautela cuando se los consultó sobre la evolución de la actividad. Ante la pregunta acerca de cómo le irá al sector en el que se encuentran insertos, el 53% de los consultados espera un crecimiento. Un 22% ve crecer a su sector más del 8%, un 13% piensa en una mejora de entre un 6% y un 8%, un 9% entre 4% y 6% y otro 9% hasta un 4%. En cambio, el 25% habla de estancamiento y un 29% de caída, más de cuatro veces más que un año atrás.

Al hacer una evaluación sobre la evolución del PBI, el 52% de los consultados espera un crecimiento de entre el 1 y el 3%, y apenas un 7% estima que el incremento será mayor. En tanto, un 26% sostiene que no habrá variaciones y el 6% anticipa una caída.

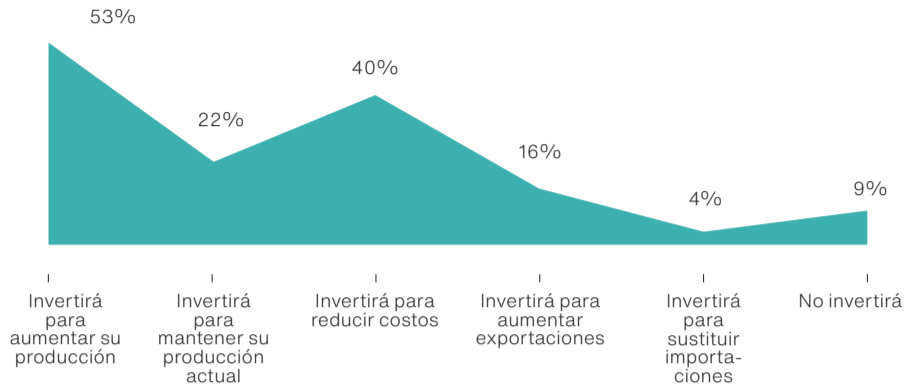
### Producción y trabajo

La utilización de la capacidad productiva y la evolución del empleo son los indicadores más importantes a la hora de evaluar el dinamismo de la economía real. Mientras el 45% piensa utilizar casi la totalidad de su capacidad productiva, el 22% piensa ocupar entre un 80% y un 90%, el 16% entre un 70 y 80% y el 8% menos de esos valores.

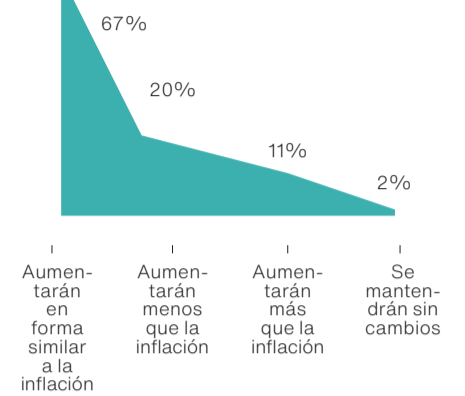
En relación al nivel de empleo, el 27% de los consultados declaran haber aumentado su plantel más de un 10% en 2021 y un 22% lo hizo en menor medida. Cerca de un 13% declaran haber achicado su plantel y el 36% señaló que no tuvo cambios.

La expectativa para el 2024, en tanto, revela un 49% de los encuestados no variará la cantidad de empleados. Además, apenas el 37% incrementará su dotación, un 22% en más del 10% su personal actual. En tanto, el 9% preanuncia una caída en su plantel. En cuanto al nivel salarial, los datos marcan una fuerte tendencia a mantener el statu quo. El 67% piensa que los sueldos aumentarán en la misma proporción que la inflación, un 20% cree que será menor a la evolución de los precios y un 11%, que será mayor.

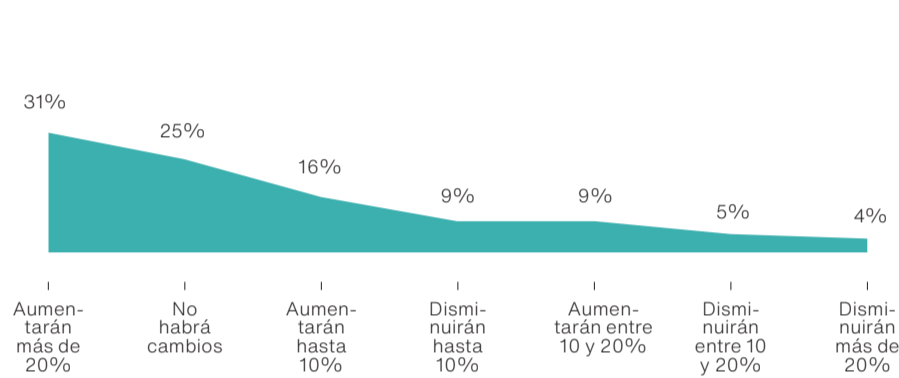
### ¿Cómo manejará las inversiones de su empresa?



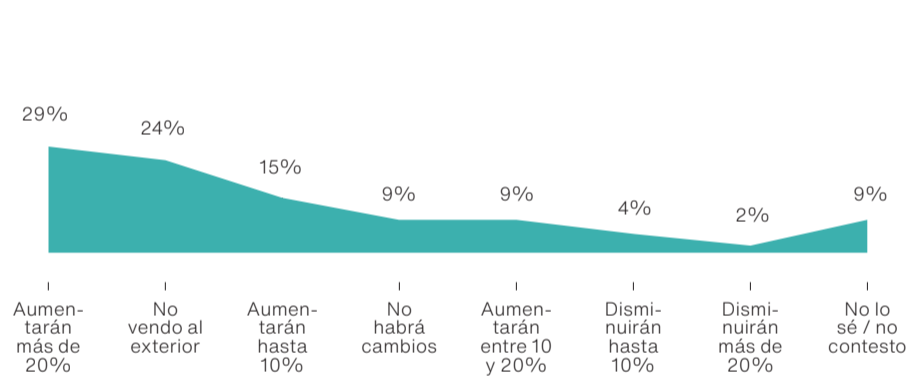
### ¿Cómo cree que evolucionarán los sueldos?



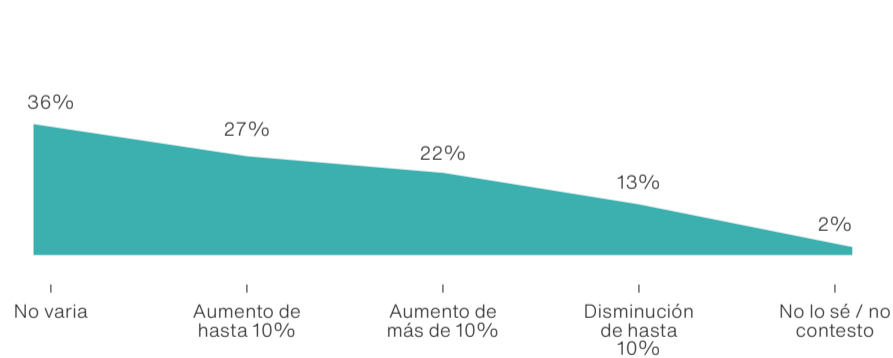
### ¿Cómo espera que evolucionen sus ventas en el mercado local?



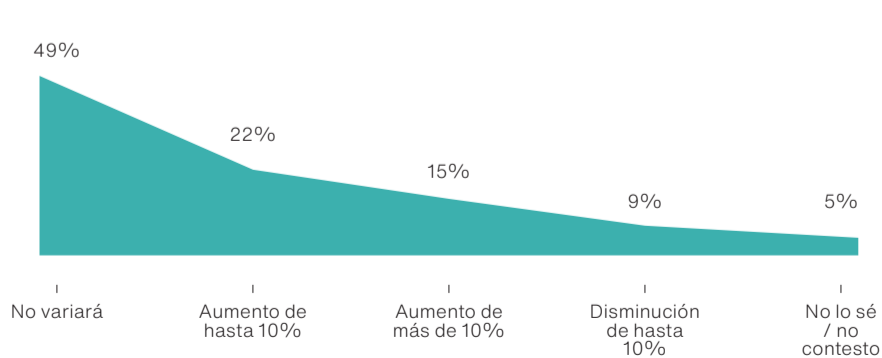
### ¿Cómo espera que evolucionen sus ventas en el mercado externo?



### ¿Qué ocurrió con el plantel de su empresa en lo que va de 2023?



### ¿Qué ocurrirá con el plantel de su empresa en 2024?



### Cuestión de género

El tema de la paridad de género en los ámbitos laborales está cada vez más presente en la agenda pública. Los empresarios declaran en esta encuesta que un 47% tiene en sus plantillas entre un 41% y un 60% de mujeres, lo que indica índices de paridad aceptables. Un 63% declara menos que un 40% y un 16% más del 60%. Para 2023 se proyecta un incremento del porcentaje para el primer ítem hasta un 51%. El segundo guarismo, en tanto, caería al 32%, mientras que el tercer se mantendría en el 16 por ciento. En el subrubro posiciones gerenciales, solo el 24% tiene entre el 41 y el 60% de los mandos medios ocupados por mujeres. Esto es apenas superior al 23% del año pasado. En tanto que prácticamente no se esperan cambios en este punto para el año próximo. En el segmento de mayor disparidad, es decir, de menos del 40%, pasaría del 68% actual a un 64% y en el de mayor proporción de mujeres (+60%) bajaría del 9% actual al 7 por ciento.

### Trabajo remoto

Ya no hay dudas de que el trabajo remoto llegó para quedarse en el mercado laboral. Hoy los candidatos ya no preguntan si una compañía ofrece teletrabajo, sino que directamente consultan cuántos días por semana se debe ir a la oficina. Por eso, las compañías se ven obligadas a incluirlo dentro de los beneficios que ofrecen a los colaboradores. El 38% de las empresas contestaron que trabajará de manera remota más del 60% de su plantel en 2023 y otro 32% que lo harán entre un 15% y un 60%.

### Los problemas de siempre



Las dificultades, y con ellas los reclamos, de los empresarios argentinos tienen varias constantes a lo largo de los últimos años. La inflación, una vez más, es el



# LO QUE NECESITÁS PARA CONECTARTE

INTERNET • DATACENTER • CLOUD SERVICES  
ENLACES DE FIBRA • TELEVISIÓN • FTTH & OTT

 **Gigared**

[gigared.com.ar](http://gigared.com.ar)  /gigaredargentina  @gigaredarg  gigared

### Cómo se hizo

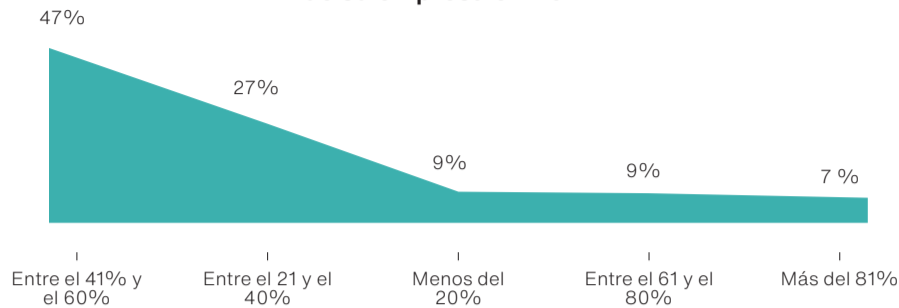
El estudio fue realizado por la consultora CIO Investigación. El relevamiento se realizó entre el 26 de septiembre y el 27 de octubre de 2023. La metodología fue de tipo cuantitativo y la selección de casos se realizó, dentro de entorno CAWI (computer assisted web interviewing), a partir de un listado completo de CEO, gerentes generales y presidentes que desarrollan su actividad en empresas grandes y de primera línea. La técnica de relevamiento se estructuró sobre un cuestionario diseñado por el equipo de El Cronista integrado por 18 preguntas cerradas y 5 abiertas. Los datos relevados fueron ingresados a una base de datos que permitió realizar los cruces correspondientes. La muestra quedó integrada por 55 casos, se procesó de forma anónima y fue tratada de manera confidencial.

problema mayor con el 82% de los votos. Un 58% plantea la presión impositiva como el otro dolor de cabeza para la actividad. Ambos temas están al tope de las preocupaciones desde hace varias encuestas.

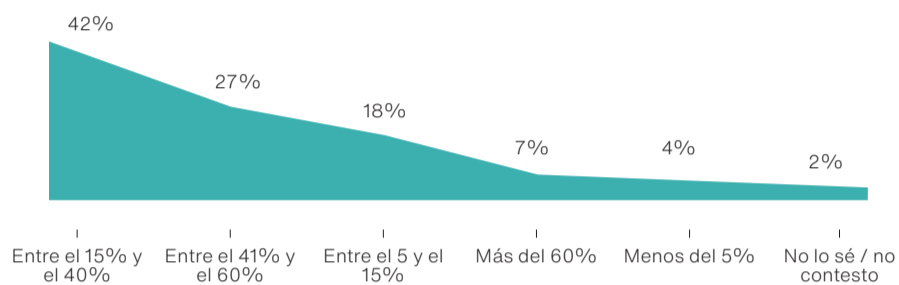
El dólar, en tanto, es otro de los principales factores que mantienen en vilo a los empresarios, ya sea por las incertidumbre sobre el tipo de cambio (55%), como por las restricciones a la compra de divisas (40%), el aumento del tipo de cambio (24%) o el retraso del tipo de cambio (22%). Un 51% mostró preocupación por la caída del consumo y un 31% por el aumento en el costo de los insumos. El 25% ve como un problema la inseguridad jurídica y otro 25% por la conflictividad laboral y sindical.

El 22% manifestó preocupación por la ruptura de la cadena de pagos. En tanto, 11% habló de la inseguridad jurídica como un problema. Respecto de la inflación, el 44% cree que este año estará entre el 101 y el 150%. El 9% estima que el índice de precios se ubicará entre 151 y 180%, mientras que un 20% sostiene que superará el 180%. Apenas el 26% cree que en 2024 el IPC no llegará a los tres dígitos. Con respecto al tipo de cambio oficial, el 46% que para junio de 2023 superará los \$ 1000, un 2s% dice que estará entre \$ 450 y \$ 800, y un 22% sostiene que se ubicará entre \$ 800 y \$ 1000. Solo el 8%

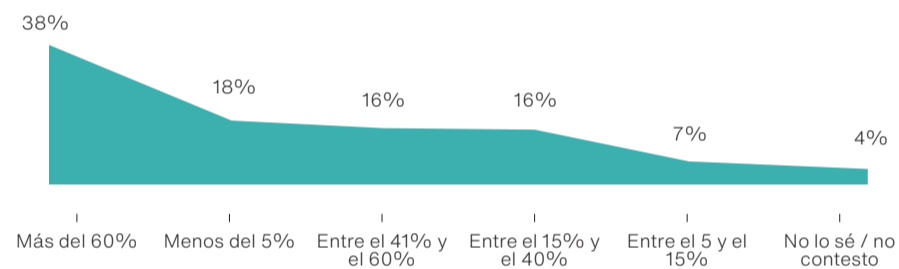
¿Cuál es el porcentaje de mujeres dentro del plantel de su empresa en 2024?



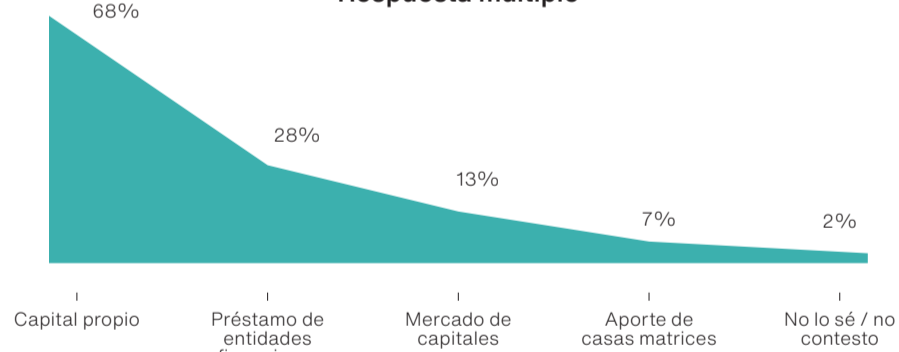
¿Qué porcentaje de puestos gerenciales serán cubiertos por mujeres en 2024?



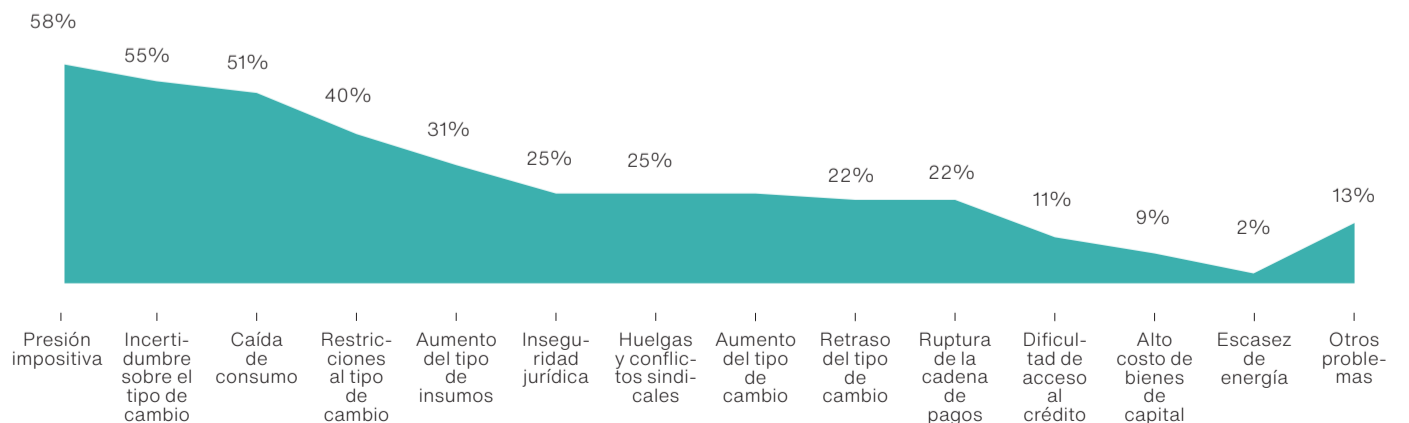
¿Qué porcentaje de su plantel trabajará de modo remoto en 2024?



¿Cómo financiará a su empresa en 2024 en los siguientes aspectos? Respuesta múltiple



¿Cuáles son los problemas que más afectarán a su empresa? Respuesta múltiple



confía en que el dólar se mantenga por debajo de los \$ 450. El 53% de los consultados, en tanto, piensa que en 2024 se mantendrá la presión impositiva, mientras que un 31% dice que crecerá. En tanto que las restricciones para importar fueron mencionadas como el principal conflicto empresarial de 2023. En cuanto a los logros del gobierno durante 2023, la fortaleza de las instituciones aparece en primer lugar. En segundo puesto se ubica y la conclusión de Gasoducto Néstor Kirchner y en tercer lugar se ubican quienes sostienen que la administración encabezada por Alberto Fernández no tuvo ningún acierto en este año.

### Reclamos y evaluación del gobierno

El 75% de los consultados sostiene que el Gobierno de Alberto Fernández será recordado por la inflación, mientras que un 71% dice que pasará a la historia por la falta de liderazgo para manejar la coalición de gobierno y un 53% opina que su legado serán la devaluación, el valor del dólar y la diversidad en el tipo de cambio. Además, un 36% sostiene que en la memoria colectiva quedará la caída de la actividad económica y un 33% agrega que la cuarentena será uno de los hechos que registrarán los libros de historia. A la hora de reclamar, los CEOs y gerentes de las empresas argentinas, dejan en claro que necesitan del gobierno. Corregir la inflación recibió 520 puntos de 550 posibles (la pregunta pedía puntuar del 1 al 10 las principales prioridades del Gobierno). Reducir el gasto público obtuvo 418 unidades; presentar un plan de estabilización, 373, y normalizar el tipo de cambio, 358. Otros puntos reclamados reducir la carga impositiva, reducir la pobreza, presentar un plan de reactivación productiva y abrir la Argentina al comercio internacional.



DESDE SUDAMÉRICA,  
CONECTAMOS LA ARGENTINA  
CON EL MUNDO

Realizamos obras de dragado en los principales puertos argentinos y rutas fluviales de la región.

Conocé más en [www.sudamericanadedragados.com.ar](http://www.sudamericanadedragados.com.ar)



Compañía  
**SUD AMERICANA  
DE DRAGADOS**



Miembro de:  
**Jan De Nul**  
GROUP



## Siguen los ecos de Qatar

La imagen está grabada en la retina de todo el planeta. A los 35 años, en Qatar, el 18 de diciembre de 2022, Lionel Messi, el mejor de la historia, levantaba el único trofeo que le había sido esquivo a lo largo de su carrera. La Argentina volvía a ganar el Mundial de fútbol después de 36 años y por eso no llama la atención que el capitán de la selección —que el mes pasado consiguió su octavo Balón de Oro— se haya ubicado en lo más alto del ranking elaborado por CIO Creative Investigations en exclusiva para *El Cronista*.

El segundo lugar, en tanto, lo ocupó el fundador de Mercado Libre Marcos Galperin, que, de esta manera escaló tres posiciones en relación con el año pasado. Radicado en Uruguay desde hace ya tres años, el empresario nunca se desentendió de la realidad política

Tras haber conquistado el Mundial en diciembre del año pasado, Lionel Messi fue considerado como el argentino más influyente en 2023. En segundo lugar se ubicó el empresario Marcos Galperin

Por Ricardo Quesada

### Ranking de influyentes

Nombre	Puntaje
1 Lionel Messi	133
2 Marcos Galperin	103
3 Javier Milei	93
4 Cristina Fernández de Kirchner	68
5 Mauricio Macri	68
6 Papa Francisco	68
7 Sergio Massa	41
8 Paolo Rocca	30
9 Carlos Pagni	15
10 Patricia Bullrich	14

Fuente: CIO Investigación, 2023

y económica de la Argentina. Desde allí, hace poco más de un mes tuvo un enfrentamiento con el Banco Central a raíz de una disposición que perjudicaba a los usuarios de Mercado Pago. En un año electoral, llama la atención que el político mejor situado en el ranking haya alcanzado apenas el tercer lugar general. Se trata de Javier Milei (7° en 2022), que en el momento de escribir estas líneas, se encaminaba al balotaje contra el mi-

nistro de Economía, Sergio Massa. En un movimiento contrapuesto con su contricante, el funcionario y candidato ocupó el séptimo escalón este año y en 2022 había quedado en la tercera posición.

La vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner, en tanto, se situó en la cuarta posición, con lo que cayó tres puestos en relación con el año pasado. El quinto lugar fue para el expresidente Mauricio Macri, que en 2022 se había adjudicado el segundo escalón del listado.

El sexto lugar fue para el papa Francisco. Por estos días se especulaba que el año próximo, finalmente, realizaría su primera visita al país desde que fue elegido pontífice en 2013.

Los diez primeros puestos se completan con el empresario Paolo Rocca (8°), el periodista Carlos Pagni (9°) y la excandidata a presidente de Juntos por Cambio, Patricia Bullrich (10°). **VL**

# Vos te encargás de hacer valer cada día.

Nosotros de que  
estén siempre  
protegidos.

Tus días  
valen mucho.  
Protegelos.

Seguinos en nuestras redes

 zurich.ar

 ZurichEnArgentina



Visitá nuestra web



La mirada de 20 referentes sobre los principales  
desafíos y oportunidades que esperan  
a la Argentina de cara al año que se inicia

Ilustración: Pilar Saracini

Mariana Camino  
Esteban Domecq  
Ricardo Delgado  
Lorenzo Sigaut Gravina  
Javier Bolzico (Adeba)  
Rosendo Fraga  
Mariel Fornoni

Lucas Romero  
Laura Barnator  
Jaime Campos  
Paula Altavilla  
Martín Galdeano  
Alejandro Díaz  
Wanda Weigert

Guillermo D'Andrea  
Julián de Diego  
Carolina Dams  
Antonio Marín  
Julia Bearzi  
Daniel Funes de Rioja

# Puntos de **vista**



## Visión económica



**Mariana Camino**  
Presidente y CEO de Abeceb

# 2024, tiempos de reconstrucción

**S**in dudas, el año próximo será de reconstrucción, de piezas en movimiento y transformación, y de una sociedad que se asoma a una etapa de desafíos con una mezcla de cansancio y tristeza, pero tratando de creer que se puede mejorar. Desde estas breves líneas, no abandonaremos nuestra visión optimista sobre el futuro de la Argentina, aunque a veces pareciera que ese potencial al cual estamos destinados se corra siempre que nos acercamos.

Nuestra responsabilidad desde el optimismo es con una mirada racional y realista, por eso creo que este fin de 2023 nos obliga a reflexionar sobre el retroceso que nuestro país viene experimentando para elaborar los nuevos aprendizajes y tratar de estar preparados de cara a un nuevo ciclo que comienza.

Los activos estratégicos que tenemos sumados a un contexto geopolítico que no deja de sorprendernos configuran un panorama de oportunidades para Argentina, en eso encontramos un consenso mayoritario de los analistas y los diferentes actores públicos y privados, más allá de intereses contrapuestos o visiones de país divergentes. Pero sería temerario descansar en que esas oportunidades se realizarán sin exigir un esfuerzo superlativo.

Al mirar en perspectiva este 2023 que termina debemos asumir que no hemos logrado encontrar una mirada común y mayoritaria sobre el rumbo que nos lleve al crecimiento y fundamentalmente, sobre cómo hacer para avanzar hacia ahí. Esta falta de acuerdos sin dudas expresa de alguna manera las consecuencias del estancamiento crónico.

Una sociedad precarizada,

con mayor pobreza, menor riqueza per cápita, menos calidad educativa con mayor deserción, nos hunde en un entorno más crispado, más egoísta, más corrupto y, paradójicamente, más conservador.

Como afirma Luciano Román, en una Argentina degradada lo primero que se pierde es la noción de largo plazo: se vive el día a día. Lo segundo es la serenidad: se actúa con angustia y desesperación. Lo tercero tal vez sean las certezas: un día se cree que será posible reencauzar las cosas con esfuerzo, pero al siguiente avanza la tentación de que todo vuele por los aires y que desaparezca por arte de magia ese paisaje de penurias y carencias.

No será sencillo modificar este presente. Lo primero será reconocernos: somos otro país, con este entramado sociode-

mográfico, donde mecanismos conservadores se disparan como única repuestas a una inestabilidad permanente, naturalizando un modo de vivir lleno de distorsiones e irregularidades.

Las principales variables ponen blanco sobre negro a estos conceptos. Este año fue el epílogo de una gestión para el olvido con una inflación que en los últimos dos meses corrió a una velocidad anualizada del 315%, una brecha cambiaria del orden del 150%, reservas internacionales netas negativas por u\$s 10.000 millones, un déficit fiscal primario que superará con creces los 3 puntos del PBI, un producto bruto per cápita 7,5% menor que el que había en 2017 y una pobreza que probablemente ya supere el 45%.

La procrastinación tiene este daño colateral, no es gratis, además de lesionar la foto de

la macro, en la estructura van quedando huellas cada vez más marcadas y resistentes.

### La esperanza del mañana

Se aproxima 2024 y un nuevo gobierno enfrenta grandes desafíos, con una inflación disparada que se muestra como el mayor dolor, pero en realidad, es el síntoma de una variedad de desbalances interconectados. Seguramente un balance de divisas mucho mejor que el de 2023 será de gran ayuda, pero no será suficiente. Los mecanismos de indexación ya son culturales, muchos años siendo validados por todos los agentes económicos, con lo cual, sostener el valor del dólar y eventualmente reducir las brechas no necesariamente funcionará como un ancla para el resto de los precios.

Las nuevas autoridades deberán lograr que los argentinos no las evalúen solo por los resultados cuantitativos inmediatos, sino por la difícil tarea de explicar una estrategia de mediano plazo efectiva, y lograr los acuerdos y el acompañamiento necesario, y en última instancia, anclar las expectativas a un escenario de salida que percibimos como posible.

La principal incertidumbre es que el nivel de credibilidad que exige este momento para nuestro país es muy elevado y nuestros antecedentes no logran ilusionarnos.

Debemos aceptar la manera en que llegamos, soltando la frustración de lo que podría haber sido. Esto es una interpelación fundamental a la manera en la que construimos, acordamos y gestionamos nuestro proyecto de país. No hay más espacio para el “modo grieta”, la crisis actual es el fracaso de una forma de dirimir las tensiones y los intereses contrapuestos.

Lo primero sin dudas es recuperar la honestidad intelectual y el respeto por las diferentes opiniones, asegurarnos que los nombres propios no desplacen a las ideas y los argumentos. Esto que para muchos resulta una obviedad y que puede revestir cierta simpleza decirlo, es de una gran complejidad ejercerlo. Y sin dudas, debemos interpelar a la capacidad de una sociedad resiliente y que por sobre todas las cosas, desea transformar este presente en esperanza.

“No es que me caiga es que voy pa’ abajo, a tocar el fondo de lo que soy, de una buena vez” nos dice Juan Quintero en su hermosa canción *A pique*. Cuánto se puede decir con tan pocas palabras, y qué oportunas son en un presente lleno de incertidumbre y angustia. **VL**



## El escenario para 2024



**Esteban Domecq**

Director de Invecq Consulting

# La imperiosa necesidad de estabilizar

**C**omo ya es costumbre, el final del año 2023 nos ofrece un escenario extremadamente desafiante en la Argentina. El traspaso del poder político en un contexto de crisis económica que se acelera y de un alarmante deterioro del tejido social, implica una combinación de factores que será muy complejo de administrar en el arranque de una gestión presidencial.

En el punto de partida, el gobierno que asuma en diciembre se encontrará con una herencia que requerirá aplicar, en forma urgente, un set de medidas económicas quirúrgicamente diseñadas y con mucho respaldo político para revertir la acuciantes situación. Acertar el diagnóstico, diseñar consistentemente el programa y contar con mucha capacidad técnica de ejecución serán atributos indispensables en el intento obligado de estabilizar la economía en el inicio de la gestión. Porque no se trata de una herencia más.

Desde una perspectiva temporal se acumulan, podríamos decir, cuatro dimensiones de la crisis presente. En un primer plano, y con una perspectiva de largo plazo, estamos hablando de una las economías más inestables del mundo de las últimas, por lo menos, cinco décadas. Eso se ve reflejado en que es una de las economías que menos crece y de las pocas que aún no logró resolver el problema de la inflación.

En segundo lugar, y en una perspectiva de mediano plazo, hace ya doce años que estamos en un cuadro de estancamiento estructural e inflación que se ha ido profundizando en los últimos años. Esto explica por qué la pobreza subió de 25% a

40% y todos los indicadores socioeconómicos siguen en franco deterioro.

Sobre este cuadro de inestabilidad macro de largo plazo y de estancamiento de mediano plazo, se agrega en tercer lugar, que en los primeros años de la gestión presidencial de Alberto Fernández se consumieron todos los colchones macroeconómicos que había dejado la gestión de Mauricio Macri. Se esfumó el equilibrio primario de las cuentas públicas que había quedado en 2019 (0,38%/PBI), se volvió a monetizar excesivamente la economía, se atrasó alevosamente el tipo de cambio y se dilapidaron las reservas internacionales del Banco Central. Todo agravado por un programa acordado con el FMI en 2022 sin consistencia macro, sin reformas de fondos y sin respaldo político.

Sobre este cuadro acumulativo de problemas, en cuarto lugar, aparece la estrategia económica en el final de la carrera política por la presidencia de la nación que llevó al ministro candidato a expandir fuertemente el gasto público a través del “plan platita” y reducir impuestos en forma irresponsable, forzando y agravando los principales desequilibrios fiscales, monetarios y cambiarios.

La acumulación de distorsiones, inconsistencias y mala praxis a lo largo del tiempo, en el marco de una economía inestable y estancacionaria, explican la fragilidad de la situación

económica actual, en la cual, sin margen de maniobra, el próximo gobierno deberá gestionar. Es la herencia de la herencia de la herencia, con condimentos negativos que no se suman, se multiplican.

Desde una perspectiva de los fundamentos macro, hay tres ejes que ameritan ser atendidos en forma urgente.

El primero es el esquema cambiario. El BCRA terminará el año con u\$s 20.000 millones de reservas brutas o menos, y con u\$s 12.000 millones de reservas netas negativas. Esto representa una caída del orden de u\$s 25.000 millones en un año. La configuración del esquema cambiario, con múltiples cepos y tipos de cambios diferenciales, cuenta con más de veinte tipos de cambios, con un dólar oficial sumamente atrasado y una brecha que en las últimas semanas osciló entre 150% y 200%. Mientras todos los argentinos juegan a sacarle los dólares baratos al BCRA, el atraso cambiario drenó las reservas y la brecha es una invitación a salirse del mercado de cambios. No va más. En paralelo, los importadores aumentaron en u\$s 25.000 millones de dólares (totaliza u\$s 55.000 millones) su deuda con proveedores del exterior producto de las SIRA y Sirase que comenzaron a “reperfilarse” en los últimos meses. El esquema cambiario es insostenible y amerita cirugía mayor en forma urgente.

El segundo orden es el frente

monetario. Así que como no hay dólares en el activo del BCRA, el pasivo no paró de crecer, por el déficit fiscal y más por el cuasifiscal. Los pasivos remunerados que representaban 5% del PBI en 2019, hoy representan más del 10% y superan los niveles observados a principios del 2018, antes del inicio de la crisis gatillada ese año. Con la tasa de interés de política monetaria en 133% TNA, la “bola de Leliqs” se expande a razón de \$ 2 billones por mes por el déficit cuasifiscal, y se convierte en la principal fuente de expansión monetaria (en el orden de 8% del PBI anual). El crecimiento endógeno de la cantidad de dinero es un impedimento a la hora de estabilizar, agravado por el hecho de que cualquier retroceso de la demanda de dinero, como sucedió en el período agosto-octubre con el desarme de plazos fijos, implicará que la dinámica inflacionaria seguirá acelerando fuertemente. Sin dólares de un lado, y con muchos pesos que nadie quiere del otro, la probabilidad de aceleración nominal con riesgo de espiralización o disrupción es muy elevada.

El tercer frente es el fiscal, la madre de todas las batallas. Desviado del 1,9% seteado en el programa acordado con el FMI, el déficit primario terminará el año en el orden de 3% y el total en 5%, si se toman en cuenta los intereses de la deuda. La expansión del gasto y la reducción de impuestos en plena campaña

electoral agravaron el estado de las cuentas públicas. El fin de la sequía ayudará fiscalmente en el 2024, producto de la recaudación vía retenciones que se recuperará, pero los beneficios impositivos en materia de impuesto a las ganancias y de devoluciones de IVA dejaron una dinámica fiscal inercial que implicará más déficit fiscal el año que viene. El desequilibrio fiscal persistente ha sido un obstáculo central a lo largo de estos años. Para un gobierno sin reservas, sin crédito y sin moneda, ordenar y equilibrar las cuentas públicas no será una opción, será una obligación, salvo que prefiera seguir aumentando considerablemente el impuesto inflacionario. En un contexto donde el frente social está sintiendo una importante caída del ingreso real en todos los segmentos, esta segunda alternativa no parece ser una opción política y socialmente válida.

La complejidad de estos desafíos requiere un abordaje integral y coordinado de política económica, que va a requerir atender la crisis con mucha capacidad técnica en el plano económico y con mucho liderazgo en el político. El próximo gobierno en Argentina asume con el desafío de gestionar una serie de problemas económicos profundos y entrelazados en una situación socialmente límite. En dicho contexto, asuma quien asuma, estabilizar no será opción, será una obligación. **VL**





# NOS UNE LA CONEXIÓN MÁS FUERTE

**Hace 30 años asumimos un enorme compromiso:** operar, mantener y desarrollar la red de distribución más grande de la Argentina, para llevar gas natural a miles de hogares, comercios, pymes e industrias, de manera confiable y segura, las 24 horas, todos los días del año.

Desde entonces, somos parte de la vida de millones de personas en más de **360 localidades** de **7 provincias** del país.

Nuestro vínculo cada día es más fuerte. **Nos conecta una gran red.**

## La economía que viene



**Ricardo Delgado**

*Economista y presidente de Analytica Consultora*

**C**omo pocas veces, proyectar el año 2024 presenta, al momento de escribir estas líneas, dificultades enormes, no tanto en relación con el camino que el nuevo gobierno debiera seguir -en lo esencial, reducir la inflación como objetivo de supervivencia-, sino por la imposibilidad de precisar qué formato de organización económica habrán elegido los argentinos en el balotaje. Si prevalece la opción política de eliminar el peso y con él, el Banco Central, se habrá gestado un giro copernicano sobre el modo de hacer política económica que obligaría a revisar el curso de las principales variables para el año próximo.

Hecha esta salvedad, existe un vasto consenso acerca de que la futura gestión debe reducir, sensible y consistentemente, una tasa de inflación que invariablemente se duplicó año tras año en la administración Fernández. El éxito o el fracaso del nuevo gobierno estará ligado, en gran medida entonces, a qué logre hacer con la inflación.

La experiencia enseña que estabilizar por largo tiempo es una operación de altísima complejidad política. Desde 1970 hasta ahora, apenas la cuarta parte de los países latinoamericanos que aplicó planes antiinflacionarios logró ubicarla por debajo del 20% anual en cinco años. El resto atravesó por diferentes crisis cambiarias, bancarías o de deuda externa.

Siguiendo el manual de lo que hicieron otros (y también nosotros en los 80, con el Plan Austral, y a comienzos de los noventa, con la Convertibilidad), los programas exitosos anclaron el dólar, muchas veces con tipo de cambio fijo, y lo dejaron apre-

# El año empieza el 10 de diciembre

ciar, fortaleciendo las monedas locales. Para eso se necesitan dólares en las reservas y una posición fiscal robusta. En la previa, los planes exitosos ajustaron sus precios más relevantes, devaluando el siempre retrasado dólar oficial, y corrigiendo las tarifas públicas y el precio de los combustibles. Cualquier semejanza con la realidad argentina actual es mera coincidencia.

Hagamos el ejercicio de poner esta secuencia en el eje de tiempo 2023-2024. El 10 de diciembre debería darse el puntapié inicial de un proceso inteligente de corrección de precios retrasados que se extienda durante el verano con destino final en mayo, cuando comiencen a liquidarse las exportaciones del complejo sojero. Esos cinco meses iniciales del nuevo gobierno serán cruciales para definir la impronta que tendrá la economía en los próximos años.

Una mala elección de instrumentos, la creencia de que seguirá siendo posible procrastinar o una inadecuada comunicación de las medidas -comunicar bien es un activo muchas veces subestimado-, por citar algunos escenarios hipotéticos, podría desembocar en una crisis de magnitud. La agenda del primer verano luce nutrida: rediscusión del acuerdo con el FMI, el tratamiento de las Leliq, desdoblamiento (cómo) o no el mercado de cambios, atender la deuda con importadores, encarar con seriedad el ordenamiento fis-

cal, son todos aspectos decisivos para fortalecer las reservas del BCRA y hacer así creíble el plan de estabilización.

Se argumenta alegremente que, dado que habrá unos u\$s 25.000 millones más que en 2023, la oportunidad está a la vuelta de la esquina. Es cierto,

en 1991, ese pasivo era bastante inferior. Estabilizar requiere tomar medidas amargas, contractivas sobre la actividad económica y que en el corto plazo acelerarán la inflación. Es imaginable entonces pensar un programa que no contemple en sus primeros pasos asistencias



**La futura gestión debe reducir, sensible y consistentemente, una tasa de inflación que invariablemente se duplicó año tras año en la administración Fernández”**

no habrá sequía ni necesidad de importar gas en el invierno. Tal vez, además, la minería incrementará sus exportaciones. Ahora bien, tanto 2021 como 2022 tuvieron abultados superávits comerciales y la crisis -de la mano de la inflación- se profundizó. Moraleja: disponer de divisas es la condición necesaria, no suficiente, para estabilizar la macro. Si se hace lo correcto, los dólares ayudan. No ocurre lo contrario.

En esta imperiosa estabilización de 2024 habrá que poner el ojo, de forma acuciante, al gran pasivo social (más de 40% de pobres) que heredará la futura gestión. En otras experiencias estabilizadoras, como el Plan Austral de 1985 o la Converti-

bilidad de 1991, ese pasivo era bastante inferior. Estabilizar requiere tomar medidas amargas, contractivas sobre la actividad económica y que en el corto plazo acelerarán la inflación. Es imaginable entonces pensar un programa que no contemple en sus primeros pasos asistencias

específicas y temporales hacia esos grupos vulnerables, aun cuando sea contradictorio con el objetivo primario de equilibrar las cuentas fiscales. La tecnología es, vaya paradoja, un elemento nuevo que potencialmente puede limitar el rol estabilizador de la política económica. Por un lado, las billeteras digitales remuneradas restringen la efectividad de las subas de tasas de interés para reducir el deseo de disponer de dinero en efectivo. Por el contrario, los habituales aumentos en las tasas durante los planes antiinflacionarios incrementarían el rendimiento de las billeteras digitales, a contramano de la necesidad de reducir la demanda

agregada para bajar la inflación.

Por otro lado, ahora la inflación se puede seguir prácticamente a diario a través de los “datos de alta frecuencia”. Veinte o treinta años atrás, esta herramienta no existía, y en consecuencia el reajuste de los contratos no podía seguir la evolución de los precios en forma continua. El catch-up se lograba, imperfectamente, a través de saltos discretos (mensuales en los casos más extremos).

La inflación de alta frecuencia les otorga a los sindicatos, por caso, más y mejores herramientas para negociar salarios. En tal sentido, las revisiones en los acuerdos paritarios se han acelerado y cada vez son más los trabajadores con reajustes mensuales.

Una mayor disponibilidad e inmediatez en la información de precios muestra dos caras para la efectividad estabilizadora de la política económica. Por un lado, el acortamiento del plazo de los contratos aumenta la inercia, entendida como la injerencia del pasado sobre la inflación presente. Por otro, el ajuste del sector externo para acumular reservas vía devaluaciones se torna más difícil, ya que el traslado a precios es más rápido con revisiones salariales más cortas.

Todo este camino hacia la estabilización requiere, ineludiblemente, de acuerdos y consensos políticos y sociales amplios, casi nunca logrados en el pasado. No será cuestión de un grupo de economistas iluminados, ni de recetas jamás aplicadas en economías como la argentina. La estabilización es un artefacto muy complejo de construir, y mucho más, de llevarlo a buen puerto con la precisión quirúrgica que esta estructura social demanda. **VL**

## La macro que viene



**Lorenzo Sigaut Gravina**

Director de Análisis Macroeconómico de Equilibra

# Los desafíos de política económica del gobierno de Javier Milei

**F**inalmente se desarrolló la principal incógnita del proceso electoral: Javier Milei fue electo presidente tras derrotar a Sergio Massa por más de 10 p.p. -casi 3 millones de votos- en el balotaje. La herencia económica que recibirá el presidente electo es muy compleja, pues en la mayoría de los frentes es más pesada que la recibida por Mauricio Macri (MM) y Alberto Fernández (AF). Repasemos los 4 principales puntos de la dicha herencia:

1) Argentina está atrapada hace 12 años en un cuadro de “Estancflación” (estancamiento + inflación elevada) que deteriora significativamente el cuadro socioeconómico. De hecho, la pobreza pasó de promediar 26,6% en 2011 a rozar 42% en 2023. Esto implica que la cantidad de personas que viven en un hogar pobre en Argentina trepó 80% en los últimos 12 años, pasando de 10,8 a 19,5 millones.

2) El balance del BCRA está muy deteriorado: las reservas internacionales están en valores mínimos (brutas rondando US\$ 21.000 millones y netas en rojo por casi US\$ 11.000 millones); la deuda comercial con importadores no para de crecer (acumula casi US\$ 15.000 millones en los primeros 9 meses del año; los pasivos remunerados en pesos (Pases + Leliqs) están en niveles muy elevados, rondando 11% del PBI; y, cada vez hay más restricciones cambiarias y la brecha supera cómodamente el 100%.

3) El déficit primario del sector público Nacional rozará 3% del PBI en 2023, inferior al 4,5% del PBI que dejó CFK en 2015, pero superior al rojo de 0,5% que dejó MM en 2019. Gracias a la reestructuración de la deuda de 2020, la carga de intereses bajó a un promedio anual

de 1,7% del PBI, tras promediar 2,4% del PBI durante la gestión de Macri. El déficit financiero cierra arriba (abajo) del mandato de MM (CFK).

4) La reestructuración de la deuda pública alivió el perfil de vencimientos en moneda dura, pero no despejó la incertidumbre sobre su repago. La prima de riesgo país está arriba de los 2.000 puntos básicos y según el análisis de sostenibilidad del FMI, sigue siendo “sostenible”, pero no con alta probabilidad. El Tesoro pudo recomponer el mercado local de financiamiento en pesos, pero reforzando el cepo, emitiendo deuda indexada (inflación/y/o Dólar) y

con el BCRA oficiando de comprador de última instancia.

Repasemos ahora los recursos políticos con los que contará el flamante presidente electo. Pese al contundente triunfo en el balotaje -se impuso en 21 de las 24 provincias, excepto Formosa, Santiago del Estero y, por escaso margen, en Provincia de Buenos Aires-, las fuerzas propias del presidente electo son escasas: sólo cuenta con 8 senadores y 38 diputados. El pacto con Macri-Bullrich podría aportarle un número relevantes de legisladores del PRO y acercarle gobernadores aliados, pero incluso con ellos no le alcanzaría para lograr mayorías.

Otro escollo que puede afectar la gobernabilidad es la falta de experiencia en el sector público: pese al efecto “luna de miel” que acompaña al flamante presidente electo, no hay casi margen para el error ni para el “learning by doing”. Por ello, será clave la conformación de su Gabinete Nacional. Aún no sabemos quién será el ministro de Economía, pero si que Emilio Ocampo presidirá el BCRA.

En cuanto a la estrategia económica de la administración Milei sólo hay algunas precisiones: 1) No habría dolarización en el corto plazo (al menos un año), ya que en la reunión del Cicyo de la semana pasada dijo que recién ocu-

rriría cuando arregle el balance del BCRA y se hagan la corrección fiscal y la reforma laboral; 2) Habría privatizaciones una vez se logre sanear las empresas públicas, lo cual no sólo llevará tiempo sino que también requiere aprobación parlamentaria; 3) Brindó señales contundentes respecto a la deuda pública (“los compromisos se honran”) y está decidido a mejorar de la capacidad de pago del Estado realizando un fuerte ajuste del gasto público Nacional; 4) se inclinará por una estrategia de shock, lo cual podría implicar un fuerte ajuste fiscal inicial con rápida liberación del mercado cambiario.

El problema es que la posibilidad de que la unificación cambiaria sea exitosa como la de Macri a principios de su gestión es acotada: el balance del BCRA está muy debilitado (peor que a fines de 2015), la inflación anual y la brecha superan el 100%; y, a diferencia de Macri tras el acuerdo con los holdouts, no hay posibilidad de conseguir financiamiento externo rápidamente (la reestructuración de Guzmán fracasó en este plano).

De aquí al 10 de diciembre habrá mayores precisiones sobre el equipo y el plan económico del gobierno de Milei, pero la conjunción de una pesada herencia económica, con escasa musculatura política y experiencia en el Estado, hacen que la apuesta a una terapia de shock económico luzca muy arriesgada.. **VL**



## Sistema financiero



**Javier Bolzico**  
Presidente de Adeb

# Una herramienta para el crecimiento

**C**on las recientes elecciones presidenciales se consolidan 40 años de democracia. La democracia es quizás el mayor logro conjunto reciente de nuestra sociedad. Es la condición necesaria para lograr el desarrollo y que Argentina sea una república próspera.

Sin embargo, en estos 40 años no se ha logrado el bienestar económico de los habitantes; cuatro de cada diez argentinos son pobres. El inicio de un nuevo gobierno siempre trae la oportunidad de comenzar una etapa, con apoyos políticos y expectativas renovadas.

La economía argentina está signada por una alta inflación, producto de desequilibrios macroeconómicos propios vinculados al exceso de gasto público y regulaciones económicas inadecuadas, exacerbados temporariamente por la sequía sufrida en 2023 y parte de 2023.

Reducir en forma sostenida la pobreza requiere mantener un crecimiento robusto de la actividad económica durante años. Las condiciones internacionales y las potencialidades de nuestro país, permiten ser optimistas al respecto. Sin embargo, en el corto plazo el nuevo gobierno enfrentará grandes desafíos para corregir los desequilibrios actuales y se requerirá de gran pericia para hacerlo sin generar mayor inestabilidad macroeconómica.

Una vez estabilizada la macroeconomía, el crecimiento económico solo se podrá sostener a mediano y largo plazo, si se cuenta con el crédito bancario para financiarlo. Actualmente, el crédito bancario en relación al PBI de Argentina muestra el nivel más bajo de la región, en torno al 8%; el promedio de La-

tinoamérica es superior al 50%. Eso tiene que cambiar.

Con las condiciones adecuadas en una economía estable, en dos años la bancarización (crédito /PBI) puede pasar del 8% a niveles de entre el 12 y 15%. Esto es el equivalente a unos u\$s 18.000 millones de nuevos créditos. Y en 5 años la bancarización podría ser el 25% del PBI, según estimaciones de Adeb. Eso significaría triplicar el crédito actual, lo que representaría un aumento de U\$s 45.000 millones.

El sistema bancario cuenta ahora mismo con el capital para duplicar el nivel de créditos. También cuenta con una gran parte de la liquidez para la etapa inicial de dicho proceso de expansión del crédito y el resto surgirá del aumento progresivo de los depósitos.

Para lograr el desarrollo del crédito que potencie el crecimiento económico, es necesario que el Estado, en el ámbito de

sus funciones, ofrezca las condiciones para que la banca despliegue todo su potencial. Estas condiciones pueden agruparse en 5 grandes pilares:

- **Estabilidad macroeconómica y moneda.** Se requiere bajar el gasto a los niveles históricos que permitan reconstituir la solvencia fiscal y contar con una moneda estable y cierta previsibilidad de las principales variables económicas.
- **Eliminación de los impuestos distorsivos que afectan a la actividad y reducción de las retenciones y percepciones.** Gran parte de la baja bancarización argentina se explica por la exorbitante carga impositiva que deben soportar los usuarios del sistema financiero en los tres niveles de gobierno; impuesto al cheque, ingresos brutos, tasas municipales, etc.
- **Desmantelamiento de tasas**

**reguladas.** El sistema financiero está sobrerregulado, lo que limita su potencialidad de generar créditos. Existen tasas máximas sobre préstamos y financiación de tarjetas de créditos, que generan exclusión de sectores a los cuales solo se pueden atender con tasas superiores a las máximas. También existen regulaciones que establecen tasas mínimas para los depósitos a plazos, que aumentan el costo de fondeo, limitan la competencia y acortan los plazos.

- **Seguridad jurídica.** El sistema financiero debe ser capaz de atraer recursos a mediano y largo plazo, para financiar los préstamos. Para ello se requiere confianza en las instituciones y seguridad jurídica. El Ejecutivo y el Congreso deben abstenerse en intervenir en los contratos convenidos entre privados. La reciente aprobación en Diputados del

proyecto de créditos hipotecarios UVA (actualmente a consideración del Senado) es un ejemplo de acciones que debilitan la seguridad jurídica de los contratos.

- **Promover la competencia en igualdad de condiciones.**

Con los avances tecnológicos se han sumado nuevos participantes en la provisión de servicios financieros, entre ellos las denominadas fintech y bigtech. Esto permite brindar más y mejores servicios a los usuarios financieros. Para aprovechar toda la potencialidad del ecosistema y evitar ventajas indebidas, es necesario que se asegure la competencia entre los jugadores, evitando que alguno pueda tomar acciones tendientes a limitar la competencia.

Las condiciones internacionales y la potencialidad de nuestro país, dan una nueva oportunidad para retomar el camino del crecimiento. Pero antes, el nuevo gobierno tiene el desafío de enfrentar los desequilibrios macroeconómicos actuales, evitando que se agraven, e implementar un plan económico consistente de mediano y largo plazo. Para ello se debe reducir el nivel de gasto público para que sea posible financiarlo con impuestos "normales" y remover aquellas regulaciones e intervenciones estatales que impiden al sector privado producir según su capacidad real.

En ese contexto el sector bancario juega un papel clave, contando con la capacidad técnica y patrimonial de dar el financiamiento para el desarrollo socio-económico del país los próximos años. Es responsabilidad del próximo gobierno generar las condiciones propicias para el desarrollo del crédito y del sector privado llevarlo adelante. **VL**



## Visión política



**Rosendo Fraga**

Director del Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría

**E**l año próximo se caracterizará por un conjunto de elecciones alrededor del mundo, que serán decisivas por la importancia de los países en los que tienen lugar.

En Rusia tendrá lugar en marzo la elección presidencial. Putin será reelecto, lo que no es sorprendente dadas las características del régimen y la situación de guerra que vive el país con Ucrania. Pero la novedad será la oposición. En el pasado, las fuerzas liberales y proeuropeas obtenían aproximadamente una cuarta parte de los votos frente a la hegemonía del partido Rusia Unida de Vladimir Putin. Ahora será diferente. La minoría serán las fuerzas que cuestionan la falta de energía en la guerra. Es el tipo de actitud que asumieron los mercenarios de Wagner en el motín que lideró el extinto Yevgeny Prigozhin. Putin no será criticado por continuar la guerra, sino por no obtener la victoria.

Entre finales de abril y principios de mayo se realiza la elección más grande del mundo por cantidad de votantes: la India. El primer ministro Narendra Modi, un líder nacionalista hindú, se impondrá nuevamente para un tercer mandato consecutivo. En una elección india votan más personas que en Estados Unidos y Europa sumados. Este país es hoy el primero en población del mundo y también primero en votantes. Es la quinta economía, tercer gasto militar y cuarto país en la carrera espacial. Mantiene un delicado equilibrio entre China, Rusia y Estados Unidos.

En junio se realiza la elección para el Parlamento Europeo. Se votará simultáneamente en los veintisiete países de la Unión Eu-



## El mundo que recibirá al nuevo presidente

ropea. Los legisladores electos determinarán las autoridades ejecutivas. La duda central es cuánto pueden crecer los sectores denominados soberanistas, que expresan a las vertientes nacionalistas, son críticos de la misma Unión Europea y del rol que Estados Unidos tiene en Europa.

Las elecciones relevantes de 2024 culminan con la presidencial de los Estados Unidos, que se realizará en noviembre. Donald Trump por los republicanos y Joe Biden por los demócratas son los candidatos más probables. El expresidente republicano tiene claras preferencias en comparación con los seis candidatos restantes de su partido. Hoy tiene ventaja sobre el presidente en ejercicio, cuya candidatura parece poco competitiva para sectores del electorado demócrata.

En la región tendrán lugar unas elecciones relevantes: la presidencial de México. Este país tiene un periodo presidencial de seis años, tras el cual no se puede ser presidente de por vida. Es probable el triunfo de la candidata del actual presidente Andrés López Obrador, la exalcaldesa de Ciudad de México, Claudia Sheinbaum. Las tres fuerzas tradicionales se han unido contra el oficialismo, pero no parecen tener chances de ganar, dada la popularidad que mantiene el actual presidente.

En octubre será el turno de las legislativas en Brasil, el país más importante de la región, que tiene un liderazgo que se hace sentir pero suavemente. Son elecciones importantes para Lula. El bolsonarismo no está muerto, pese a que una senten-

cia judicial impide al expresidente presentarse hasta 2030. La actual oposición tiene algunos candidatos competitivos en distritos claves.

A mediados de 2024 tendrá lugar la elección presidencial de Venezuela y lógicamente Nicolás Maduro se presenta para obtener una nueva reelección. El 22 de octubre de este año la oposición realizó una primaria para elegir su candidato. Fue elegida por un amplio margen María Corina Machado, quien estaría en condiciones de disputarle el poder con éxito a Maduro si la elección fuera realmente libre.

En este escenario global y regional asumirá un nuevo gobierno en Argentina. Las elecciones anticipadas a nivel provincial y la primera vuelta realizada el 22 de octubre han dejado una

situación política que obligará a generar consenso para poder gobernar.

Los gobernadores muestran una relación de fuerzas en la cual Unión por la Patria domina una decena, incluyendo a la decisiva provincia de Buenos Aires. A su vez, lo que fuera Juntos por el Cambio retiene otro tanto, con predominio de los distritos medianos como Ciudad de Buenos Aires, Santa Fe, Mendoza y Entre Ríos. Los demás son peronistas disidentes y partidos provinciales.

En el Senado, el peronismo está a uno o dos senadores de la mayoría propia. Dominará la Cámara. En Diputados, en cambio, le faltan aproximadamente veinte legisladores para el quórum propio. Pero si bien la suma matemática de los legisladores de Milei y los electos por Bullrich llegaría a la mayoría propia, las divisiones de estas fuerzas hacen difícil que las articulen.

En el conurbano bonaerense, la mayoría de Unión por la Patria es aplastante: treinta y cuatro de cuarenta intendencias. En la legislatura provincial, una suma de lo que ha sido Juntos más los libertarios disputa con éxito la mayoría al oficialismo provincial, que lidera el gobernador Axel Kicillof. Pero el fraccionamiento y las disputas en el campo opositor no hacen fácil esta unidad de acción.

En la legislatura porteña, Jorge Macri tiene treinta de sesenta legisladores, es decir, la mayoría. Pero de ellos, doce son radicales que responden a Martín Lous-teau. No le será fácil gobernar al primo del expresidente.

En cuanto a la economía, gane quien gane enfrentará una situación urgente: no tendrá tiempo para pensar y menos para dudar. **VL**

## Escenario político



**Mariel Fornoni**

Directora de Management & Fit

**H**ablar del escenario político que nos deparará nuestro país en el 2024 es casi como hablar de ciencia ficción. El largo plazo en Argentina nos lleva siempre al mes siguiente o en el mejor de los casos, a la próxima elección de medio término. Quizá este sea uno de nuestros grandes problemas.

El camino que tenemos que transitar está plagado de interrogantes. Uno de ellos, y que atraviesa al resto, tiene que ver con qué tipo de liderazgo va a poder afianzar el nuevo presidente en un país dividido con heridas abiertas cada vez más profundas. ¿Será capaz de contener, no sólo a quienes lo han elegido, sino al conjunto de los argentinos? ¿Podrá romper con este círculo vicioso que genera la polarización frente a cada contienda electoral? Lo que parece ser funcional electoralmente para los dirigentes es lo que termina separando cada vez más a la sociedad y que a su vez termina complicando la gobernabilidad.

Su estilo de liderazgo además influirá en la capacidad de generar expectativa y confianza. Es algo que cuesta mucho trabajo ganar y se pierde con demasiada facilidad. Ya los famosos primeros cien días de gestión tampoco son cien; el gobierno deberá dar algunas respuestas a la sociedad en el corto plazo para que ésta le renueve la confianza necesaria para ir adquiriendo más tiempo. Cuando la gente confía te da tiempo, sino confía quiere ver soluciones rápidamente, y esto probablemente no sucederá.



## Una película de ciencia ficción

Evidentemente el nuevo presidente necesitará reforzar su liderazgo para tomar por las astas los temas urgentes como la inflación o el frente cambiario. De todas formas, las dificultades en materia económica son muy profundas y aun no se conoce la existencia de un plan integral que funcio-

ne como hoja de ruta y brinde previsibilidad al futuro. ¿Podrá el presidente tomar medidas sin que sean vistas como una reacción improvisada para evitar peores consecuencias?

Otro interrogante será por cómo reaccionará la oposición, quién o quiénes asumirán ese liderazgo, cómo que-

dará conformada luego de las esquivas de una batalla perdida, cuál será la actitud que asuma la oposición en un Congreso donde deberán tratarse transformaciones importantes que seguramente afectarán muchos intereses.

La falta de confianza y el déficit de credibilidad de la

sociedad en la dirigencia en general, en la justicia, en los sindicatos, en los medios de comunicación y prácticamente en todas nuestras instituciones muestra que el trabajo que hay que hacer en la Argentina es mancomunado y depende de todos nosotros y de cómo seamos capaces de recuperar instituciones vigorosas y confiables. Sin ellas, el camino para la reconstrucción va a resultar arduo y complejo porque no existen los líderes salvadores. Ojalá reflexionemos y estemos a la altura de las circunstancias en el rol que a cada uno nos toque. Elijo creer. **VL**

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

**osde**

[www.osde.com.ar](http://www.osde.com.ar)



---

Existen prestaciones obligatorias de cobertura médico asistencial, infórmese de los términos y alcances del Programa Médico Obligatorio en la siguiente dirección de Internet: [www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar). La Superintendencia de Servicios de Salud tiene habilitado un servicio telefónico gratuito para recibir desde cualquier punto del país consultas, reclamos o denuncias sobre irregularidades de la operatoria de traspasos. El mismo se encuentra habilitado de lunes a viernes de 10 a 17 horas, llamando al 0800-222-SALUD (72583) - [www.sssalud.gob.ar](http://www.sssalud.gob.ar) - R.N.O.S. 4-0080-0, R.N.E.M.P. (Prov.) 1408.

## Panorama legislativo



**Lucas Romero**

Político, director de Synopsis Consultores

**E**l neurólogo y psiquiatra austriaco, Viktor Frankl, sostenía que entre el estímulo y la respuesta hay un espacio, y en ese espacio está nuestro poder de elegir nuestra respuesta, y que en nuestra respuesta yace nuestro crecimiento y nuestra libertad. Uno podría agregar incluso que también yace nuestra responsabilidad frente al estímulo. Pero lo interesante de esta reflexión de Frankl es que nos lleva a pensar que lo que nos pasa es en definitiva lo que construimos con nuestras respuestas frente a los estímulos que se nos presentan. Y frente a lo que a uno le pasa, esa respuesta puede ser una mala decisión, pero también puede ser una decisión no tomada.

Hace rato que la situación económica que atraviesa la Argentina se explica mucho más por las decisiones que no se toman que por las malas decisiones tomadas. Hace rato que en la Argentina frente al estímulo del deterioro de las condiciones macroeconómicas que terminan teniendo su correlato microeconómico y social (estancamiento económico y pobreza), los argentinos hemos decidido no tener la respuesta que necesitamos para corregir esas condiciones, sino que hemos decidido evitarla.

Este marco conceptual de abordaje de la escena política argentina intenta poner el foco en el aspecto estructural más grave que tenemos por resolver, que es una suerte de atrofia decisional que venimos sufriendo en nuestro sistema político. Esto provoca que haya decisiones que no se pueden tomar: o porque no hay ni responsabilidad, ni voluntad, ni fortaleza política para tomarlas (como corregir el desequilibrio fiscal, moneta-

# Ya solo queda margen para un plan comenzar



rio o cambiario acumulado); o porque no hay consensos políticos para tomarlas (designar al miembro vacante de la Corte Suprema, designar al procurador general de la Nación, sancionar una nueva Ley de Coparticipación, producir reformas estructurales -previsional, impositiva, laboral- que mejoren las condiciones en las que intenta prosperar la iniciativa privada).

Esta atrofia decisional se produce por un sistema que ha quedado bloqueado y afectado por un proceso de polarización afectiva que elevó los niveles de intolerancia social al diálogo político por parte de la sociedad, y que tienen a la dirigencia política inhabilitada para dialogar y acordar decisiones. De este modo, solo se logran mayorías para decisiones coyunturales, pero no se logran los acuerdos políticos para las decisiones estructurales.

Los márgenes de acción para seguir maniobrando en el medio

del proceso de deterioro de las condiciones económicas se han ido achicando, y hoy la realidad impone con más fuerza la necesidad de que se inicie un proceso de corrección del rumbo de colisión que trae el proceso político. Se vuelve necesario un “plan comenzar” antes que los planes “llegar”. Se vuelve necesario generar un sentido común entre la dirigencia política que protagoniza la discusión pública en torno a un conjunto de reglas de juego que otorguen la previsión de que la Argentina administrará racional y responsablemente su economía, y que se respetarán sean cuales fueren las circunstancias políticas que acontezcan. Una suerte de núcleo de coincidencias básicas económico para lograr iniciar el proceso de reformas que necesita nuestra economía.

¿Se podría lograr en 2024? Los desafíos económicos por delante son de gran magnitud y ya requieren de un nivel de fortaleza

política difícil de acumular. Ello es parte esencial de la dificultad que plantea esta coyuntura económica. Los costos políticos por asumir para corregir los desequilibrios acumulados hacen que sea necesario un capital político difícil de acopiar. Y este proceso electoral que acaba de finalizar tampoco produjo esa fortaleza política que se necesita para encarar con determinación el tratamiento requerido.

Pero tampoco es sencillo que los procesos electorales produzcan hegemonías democráticas con frecuencia. No siempre se tiene disponible un Gobierno de mayorías que pueda ejecutar un plan de ajuste y corrección de desequilibrios para ordenar la economía. Por ello se vuelve necesaria la reconstrucción del diálogo político. Si los procesos electorales no producen mayorías para construir la voluntad política de tomar decisiones, al menos tiene que haber condi-

ciones para que sea el diálogo político el que construya esa voluntad.

Pero ello no puede quedar supeditado a la voluntad de la dirigencia política, que es la que produjo la polarización que derivó en esta situación de bloqueo. Es necesario un involucramiento más decidido de la sociedad civil para arbitrar ese vínculo entre los dirigentes políticos. Si los acuerdos no surgen desde la política, la sociedad civil los puede tratar de imponer como regla de convivencia.

Este marco de referencia orientador del rumbo del país debe ser el nuevo sentido común que regule los límites del accionar político. La sociedad civil tiene la ventaja de no tener que someter esta discusión al escarceo de las naturales ambiciones de los actores políticos. Si la sociedad civil logrará ponerse de acuerdo para imponer estas condiciones macropolíticas y macroeconómicas para ordenar el proceso, podríamos estar efectivamente frente a un verdadero Plan Comenzar. Un proceso de construcción de cimientos que permitan el aprovechamiento de todas las potencialidades que ofrece este país.

Cimientos que no vuelvan a ser modificados por la discusión pública. Límites que no vuelvan a ser vulnerados por las ambiciones políticas. A lo mejor no es necesario cerrar agencias estatales para que los políticos no sigan cometiendo errores, a lo mejor solo sea necesario fijarle límites a la política para que puedan lograr mejores resultados ejerciendo esa vocación de servicio público que ofrecen. En términos de Viktor Frankl, quizá ese sea el espacio entre el estímulo que nos ofrece esta realidad dramática del país y la respuesta que debe darse la sociedad a sí misma. **VL**



¿Sabías que **no necesitas una garantía de propiedad** para acceder a tu próximo hogar?

Con nuestro

# Seguro de Caucción de Alquileres

**mudarte es más fácil.**



Cubre la duración de todo el contrato de tu alquiler.



Incluye la cobertura de incumplimiento de pagos de Alquileres, expensas y servicios.

6

Podes pagarlo hasta en 6 cuotas.



**Comenzá con tu cotización ahora y obtene tu seguro en 24hs.**

## La industria del futuro



**Laura Barnator**

Gerente general de Unilever Argentina, Paraguay y Uruguay

**D**igitalización, inteligencia artificial, data analytics son todos conceptos que tuvieron su auge este año. En este 2023, la Inteligencia artificial nos mostró que llegó para quedarse, establecer nuevos modelos y desafiarnos a repensar la forma en que operamos.

Por supuesto que por sí sola no hace la diferencia, importa cómo se aplique a los procesos y el uso que se le dé. En nuestro caso una de las aplicaciones es en la Industria 4.0, una revolución industrial que se caracteriza por la integración de tecnologías avanzadas como la propia inteligencia artificial, la Internet de las cosas, la robótica, el análisis de datos y la automatización en los procesos de producción y fabricación. Esta nueva era de la industria busca mejorar la eficiencia, la productividad y la calidad de los productos, así como reducir los costos eliminando procesos que no agregan valor. Representa una transformación digital en la forma en que se investigan, fabrican, producen y comercializan los bienes.

En términos económicos, según el MIT Sloan Management Review, las empresas que han adoptado la transformación digital son un 26% más rentables que sus competidores promedio de la industria y ven una valoración del mercado un 12% más alta. Esto, no es algo sorprendente ya que la digitalización y la innovación brindan la posibilidad de ser mucho más ágiles y flexibles y permiten ser más eficientes a la hora de tomar decisiones.

De esta manera, están al servicio de la excelencia operacional y de la sustentabilidad para desarrollar nuevos productos más amigables con el planeta,



# La industria 4.0 tiene la obligación de seguir el camino de la sustentabilidad

“

**El 86% de los ejecutivos dice que están haciendo todo lo que pueden para crear una fuerza de trabajo mejor preparada”**

acelerar procesos de investigación, mejorar la productividad y ganar mayor competitividad. Un claro ejemplo de esto es que a través de la incorporación de la tecnología se puede medir el consumo de recursos como agua

y energía, logrando así reducción de costos y un mayor cuidado del medio ambiente.

Esta transformación es un proceso profundo que va más allá de adoptar nuevas herramientas, sino que requiere una

estrategia que sea transversal a toda la organización, involucrando a todo su ecosistema de trabajo, y que permita proyectar un crecimiento a largo plazo.

Según una encuesta de Deloitte, el 86% de los ejecutivos dice que están haciendo todo lo que pueden para crear una fuerza de trabajo mejor preparada. En esta nueva era donde la tecnología es protagonista, las personas no dejan de estar en el centro de esta transformación, ya que son ellas quienes la hacen posible.

Las nuevas herramientas vienen a potenciar el trabajo de las personas y no a sustituirlo, por eso es importante la capacitación y desarrollo constante de habilida-

des en los equipos, con el objetivo de prepararlos para trabajar en un entorno digitalizado, aprovechando al máximo todas las ventajas que nos ofrece. Así podemos ver como nuestra realidad se va transformando y avanzando hacia el futuro del trabajo que ya podemos llamar presente.

Las máquinas nos brindan los datos que son muy valiosos en esta época, pero son las personas quienes agregan valor al decodificar y procesar esa información. No hay manera de aprovechar todo lo que nos ofrecen las nuevas tecnologías sin la mirada, la creatividad y el análisis de nuestros colaboradores. Por eso su rol en este proceso es fundamental.

Al mismo tiempo, este cambio de paradigma significa también un cambio de pensamiento. Tenemos que pensar a la tecnología como una aliada, una facilitadora para la operatoria que nos permite acercar mejores productos y soluciones a los desafíos que el mundo hoy nos presenta.

Frente a una realidad cambiante y a un consumidor cada vez más demandante que busca productos que los ayuden a alcanzar sus objetivos de salud y bienestar a corto y largo plazo, es fundamental que las compañías prioricen la innovación, pero sin dejar de pensar en el medio ambiente. Por eso el foco tiene que estar en ofrecer productos cada vez mejores y más sostenibles. Allí es donde la tecnología juega un rol fundamental para el aceleramiento y creación de estas mejoras en términos de formulaciones, empaques y rapidez de llegada.

En resumen, la tecnología es una gran aliada de las compañías que buscan crecer, ser sostenibles en el tiempo y ofrecer mejores productos a sus consumidores. **VL**

**Reiniciar**  
**Capacidad**  
**Tecnología**  
**Velocidad**  
**Revitalizar**



Tu futuro comienza hoy y cada segundo cuenta.  
¿Cómo mantener la resiliencia mientras se desarrolla  
tu futuro digital?

[www.deloitte.com/ar](http://www.deloitte.com/ar) #ConnectForImpact

## Visión empresaria



**Jaime Campos**

Presidente de la Asociación Empresaria Argentina

# Apoyar el crecimiento del sector privado

**D**esde la AEA creemos firmemente en que a partir del año próximo nuestro país puede encaminarse en una senda de desarrollo económico y social sustentable, si se tienen en cuenta ciertos elementos claves que hemos planteado en el documento de la asociación titulado: El sector privado es clave para el desarrollo.

En primer lugar, debe partirse de la base de que son las empresas las que pueden aprovechar las oportunidades para crecer que existen en nuestro país. Son ellas las que, a pesar de los altibajos de la economía, han invertido en el país durante décadas. Son las empresas las principales generadoras de empleo para los argentinos. Son las empresas las que producen bienes y servicios que abastecen el mercado interno y exportan al resto del mundo, generando divisas para el país. Son las empresas las que, junto con los ciudadanos, sostienen a través de impuestos el funcionamiento del Estado.

La condición necesaria para ello es el pleno respeto a las instituciones de la república consagradas en nuestra Constitución Nacional. Subrayamos la extraordinaria relevancia del principio constitucional de la división de poderes, de contar con una Justicia independiente, así como de garantizar la libertad de expresión.

Desde hace largos años convivimos con el flagelo de la alta inflación, con déficits permanentes en las cuentas públicas, con la ausencia de una moneda respetada, con una muy elevada y distorsionada presión tributaria sobre el sector formal, con varios tipos de cambio, con in-



jerencias indebidas en el ámbito propio de las empresas, como los controles de precios o las múltiples restricciones vinculadas al comercio exterior; por solo nombrar algunas anomalías.

Ante ello es fundamental garantizar la previsibilidad y estabilidad en las reglas del juego. Respetar, además, el marco en el que operan las empresas privadas y buscar generar condiciones favorables para su desarrollo. La injerencia del Estado en el ámbito propio de la actividad privada ha dado siempre el mismo resultado negativo: menor competitividad y retracción de las inversiones. Las conse-

“

**Para que la Argentina crezca es imprescindible generar las condiciones que estimulen la inversión por parte del sector privado”**

cuencias para la Argentina de este tipo de prácticas han sido el estancamiento económico y el deterioro social, impactando especialmente en los sectores

más desfavorecidos.

Para que la Argentina crezca es imprescindible generar las condiciones que estimulen la inversión por parte del sector

privado, lo que significa entre otras cosas que se reconozca la rentabilidad como un elemento central de la actividad empresarial. En este contexto es vital asegurar la libertad de precios ya que las intervenciones gubernamentales sobre ellos generan desincentivos a la inversión y a la acción empresarial.

La Argentina necesita generar más puestos de trabajo formales. Para ello es necesario que surjan nuevas empresas y se expandan las existentes. Contribuirá a ese fin una actualización de las normas laborales (que debe hacerse en diálogo con los diversos actores sociales). También debe avanzarse en facilitar una articulación adecuada entre el sistema educativo y el mundo laboral. Una educación de calidad para todos representa el mejor instrumento para reducir la desigualdad social y, constituye un factor clave para dotar a los argentinos de las competencias que demandan las empresas en un mundo en permanente cambio tecnológico.

Destacamos, por fin, la necesidad de un profundo diálogo entre la dirigencia política, la dirigencia social y los empresarios. Ello contribuirá a generar las condiciones para que puedan movilizarse plenamente las energías y potencialidades del sector privado. Solo así avanzaremos hacia un desarrollo económico-social sostenido y sustentable, y contribuiremos a reducir la pobreza. **VL**

# BBVA

Creando Oportunidades



 En BBVA  
**hacemos**  
que las cosas  
**sucedan**

## 21 mil millones invertidos + 1 razón

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

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

**BBVA en Modalidad Sostenible.**

[bbva.com/es/sostenibilidad/](https://bbva.com/es/sostenibilidad/)

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

## Visión de futuro



**Paula Altavilla**  
Presidenta de IDEA

**M**ás que nunca, la Argentina necesita definir un modelo de desarrollo de largo plazo, un rumbo que incluya medidas de consenso que se puedan sostener en el tiempo más allá de los cambios de Gobierno y su signo político.

El aniversario de los 40 años de democracia, que se cumplirá en pocas semanas, es un logro que merece ser celebrado y que, al mismo tiempo, nos debería alentar hacia un nuevo propósito: encaminar el país hacia un camino de desarrollo económico sostenible e inclusivo y revertir así el crecimiento la pobreza.

Para alcanzar el objetivo de recuperar un horizonte de progreso y que cada persona tenga la oportunidad de construir un futuro mejor para sí mismo y para su familia con su trabajo y con su esfuerzo, la creación de empleo es el pilar fundamental. Hoy, según datos oficiales, menos de un tercio de la población ocupada cuenta con un empleo formal.

Es un momento crucial, donde el mundo nos demanda alimentos, energía, minerales, el conocimiento que producimos. Por sus recursos naturales y humanos, la Argentina tiene un inmenso potencial de crecimiento. Las tendencias globales actuales ofrecen una nueva ventana de oportunidad concreta para nuestro país.

Sin embargo, esta posibilidad puede verse frustrada por la falta de un rumbo claro y los fuertes desequilibrios macroeconómicos actuales. Para poner al país en el camino del desarrollo se necesita reducir la incertidumbre a corto y mediano plazo, adoptar enfoques más modernos en materia de política impositiva y laboral y adaptarse

# Las oportunidades para el desarrollo que la Argentina no puede desaprovechar

a demandas que cambian a una velocidad sin precedentes.

En el 59° Coloquio de IDEA presentamos un diagnóstico sobre el potencial de cinco sectores de alto impacto que pueden cambiar la economía argentina en los próximos años: la agroindustria, la energía, la minería, la economía del conocimiento y el turismo. Estos entramados

u\$s 72.700 millones registrados en 2022 a cerca de u\$s 190.000 millones en 2033.

En petróleo y gas, la Argentina cuenta con recursos gasíferos para abastecer al mercado interno y a también a los países de la región. Con la cuarta reserva global de petróleo no convencional y la segunda de gas no convencional en Vaca Muerta,

y plata, que representa el 75% de las exportaciones mineras.

La agroindustria, que representó un 66% de las exportaciones del país en 2021 (u\$s 51.000 millones), enfrenta el desafío de aumentar el valor agregado en sus exportaciones. En economía del conocimiento, el talento argentino es reconocido a nivel mundial, así como el empuje de nuestros emprendedores que llevó a la creación de más de 10 unicornios en los últimos 20 años. Es un sector que requiere políticas fiscales que lo mantengan competitivo e inversión continua en la formación de habilidades y talento, sus activos más valiosos.

En turismo, en tanto, la Argentina se está revalorizando como destino global, por sus recursos naturales, su cultura y las mayores preferencias asociadas a la sustentabilidad.

Para impulsar de manera efectiva el desarrollo de estos sectores, y del sector privado en general, es indispensable generar un entorno de negocios propicio para la inversión y para la creación de empleo.

Entre las 20 propuestas presentadas por IDEA en el 59° Coloquio, que fueron consensuadas entre CEO de empresas socias luego de un trabajo de más

de seis meses, se incluyó generar condiciones macroeconómicas propicias con medidas orientadas a: garantizar la estabilidad fiscal; facilitar el acceso a divisas necesario para atraer inversión extranjera directa; eliminar restricciones a la importación para garantizar el suministro de insumos; reducir progresivamente de los derechos de exportación para fomentar nuevos proyectos e impulsar la reinversión de ganancias, entre otras. Además de condiciones macroeconómicas, cada sector requiere ajustes regulatorios específicos.

Para generar empleo para una Argentina sostenible, se propuso modificar el esquema de multas laborales, para contar con mayor previsibilidad y razonabilidad; modificar el esquema de capitalización de intereses en juicios laborales; generar incentivos a la contratación, por ejemplo, a partir de la extensión del período de prueba a seis meses y la consolidación de un régimen simplificado de emergencia que implique una reducción o eliminación en las contribuciones de las empresas, junto con un sistema de registración y rectificación; y actualizar los convenios colectivos de trabajo.

También es fundamental que se abra un período de regularización de relaciones laborales, sobre todo para pymes y micropymes. Todas estas medidas también requieren la implementación de políticas que vinculen la educación y el mundo del trabajo.

Necesitamos una transformación con un horizonte de largo plazo y eso requiere un liderazgo político, empresarial, sindical y social con vocación de servicio, dispuesto a dialogar y a generar consensos para salir de la parálisis y avanzar. **VL**

“

**Es un momento crucial, donde el mundo nos demanda alimentos, energía, minerales, el conocimiento que producimos”**

productivos tienen además la capacidad de generar efectos multiplicadores en otros sectores de la economía, como la creación de nuevos empleos.

Si estos sectores logran desarrollar su potencial, en los próximos 10 años podrían generar un fuerte crecimiento. La suma de las exportaciones en agroindustria, petróleo y gas, minería, economía del conocimiento y en turismo podrían pasar de los

podría consolidarse como un actor relevante en el mercado energético internacional y aprovechar la transición hacia la sustentabilidad y la diversificación en el suministro de energía a nivel global.

En minería, el país es uno de los top 5 en litio, con varios proyectos en operación y en construcción. Cuenta con proyectos de cobre de primer nivel y avances en producción de oro

## TUS ALIADOS ESTRATÉGICOS

[Descubrí cómo]

Desarrollamos  
**Estrategias Fiscales Inteligentes**  
 para potenciar los negocios  
 y cuidar los patrimonios



Somos una firma especializada en  
**Servicios Integrales de Impuestos**  
 con **Enfoque de Negocios**

### IMPUESTOS

- Consultoría Local e Internacional.
- Estrategia Fiscal Empresarial.
- Estrategia Fiscal Patrimonial.
- Confección de Liquidaciones Anuales y Mensuales.
- Precios de Transferencia.
- Contencioso Tributario.

### NEGOCIOS

- Consultoría • Estudios de Mercado • Outsourcing
- Payroll • Back Office.

[www.grupognp.com](http://www.grupognp.com)

Arenales 1618, C.A.B.A. - Tel. 5218-4600  
[info@grupognp.com](mailto:info@grupognp.com)

**La firma más premiada de Argentina**

## Mercado automotor



**Martín Galdeano**

Presidente de Adefa

**L**a industria automotriz cuenta con una larga y fructífera historia en nuestro país. Es un jugador estratégico por su representatividad y derrame en el desarrollo económico y social de la Argentina. Ese posicionamiento implica un gran compromiso y trabajo de las terminales y la cadena de valor que, en conjunto, definimos hace más de tres años una visión común estratégica y una hoja de ruta para la consolidación del sector.

A lo largo de los años logramos construir una base que permitió posicionar a nuestra industria automotriz como una generadora de empleo altamente calificado, que forjó en los últimos años un modelo exportador, especializado y con productos de alto valor agregado y que demanda un intenso nivel de inversión de capital de riesgo a largo plazo.

Este posicionamiento cuenta con numerosos indicadores que respaldan el camino elegido. La industria automotriz cuenta con una participación de 7,4% en el PBI Industrial, representa el 11% de las exportaciones totales nivel país, el 43% de las exportaciones MOI (Manufactura de Origen Industrial) de la Argentina al mundo y el 75% de las exportaciones MOI a Brasil generando ingresos anuales de divisas por USD 8.225 millones en 2022 y un estimado de USD 10.000 millones para 2023.

El sector emplea a más de 197.000 colaboradores y, según un estudio, generamos entre tres y cuatro veces más de empleos indirectos. Con inversiones por USD 6.527 millones (2017-2022), la Argentina se posiciona dentro de un grupo selecto de 37 países a nivel mun-



# Los pilares para una industria sustentable

dial que cuentan con producción automotriz (+ 500.000 unidades) y es el cuarto productor de pickups medianas.

Estos logros nos incentivan a continuar siendo jugador en el mapa global con una industria sustentable de largo plazo. Es claro que esta meta demanda un trabajo conjunto en la articulación público-privada, el consenso y compromiso de la cadena de valor para la mejora continua de la competitividad con un costo país que genere un entorno favorable de negocios y políticas públicas que acompañen la transformación que nuestra industria está transitando a nivel global

Para motorizar ese plan,

nuestra agenda se segmenta en diversos ejes como el fomento a las nuevas inversiones, capaces de traer al país tecnología y procesos de clase mundial que le den al sector la eficiencia estructural necesaria, el desarrollo de proveedores, la competitividad

tributaria, la inserción internacional y el mercado interno.

Este abordaje debe incluir la movilidad sustentable ya que el desarrollo de las nuevas tecnologías con vehículos más conectados y eficientes, los nuevos paradigmas de la movilidad, y los cambios

abruptos en materia de demanda se imponen. Posiblemente, esta transformación sea la mayor de los últimos 100 años y nos obliga a definir de manera urgente cuál será el camino que transitará nuestra industria en la Argentina y el rol que tendrá frente a estos desafíos globales inexorables.

Esta propia dinámica disruptiva a nivel global, con impacto en la región, impone la necesidad de encarar una tarea de construcción del futuro. Tenemos que pensar y ofrecer nuevas formas y servicios. Dónde nos pararemos como industria, cuál será la matriz que se impondrá en los próximos años.

Estos son algunos de los interrogantes que debemos resolver. Nuestro sector se enfrenta a un nuevo paradigma y más allá de las imposiciones y urgencias diarias, tenemos que focalizarnos en cuál será nuestro rol en un horizonte futuro.

Nuestro objetivo es posicionar a la industria automotriz argentina como un sector de primer nivel capaz de producir y comercializar vehículos, autopartes, servicios de movilidad, nuevas tecnologías y software automotriz de manera eficiente y competitiva al mercado nacional, regional y el resto del mundo.

Hace unos años nos impusimos una hoja de ruta. Posiblemente las urgencias de corto plazo demanden mayor atención y esfuerzo de manera temporal pero el objetivo de largo plazo es claro sigue siendo el mismo.

Como industria y jugadores de peso en el desarrollo económico del país, seguimos trabajando para acoplarnos al proceso de transformación mundial de la industria automotriz reafirmando nuestro rol como un polo productor y exportador eficiente y competitivo de largo plazo. **VL**

“

**Nuestro objetivo es posicionar a la industria automotriz argentina como un sector de primer nivel competitivo para el mercado nacional, regional y el resto del mundo”**





# Somos industria

 [afarte.org.ar](http://afarte.org.ar)

afarte

ASOCIACIÓN DE FÁBRICAS ARGENTINAS  
TERMINALES DE ELECTRÓNICA

## Escenario empresarial



**Alejandro Díaz**  
CEO de AmCham Argentina

# Argentina en el laberinto

**A**rgentina se encuentra inmersa en un complejo escenario económico, social y político, donde el elemento diferenciador es el nivel de incertidumbre sobre nuestro futuro. Una situación que refleja el desafío inmenso al que se enfrenta una vez más nuestro querido país, y que exige una mirada crítica y equilibrada, que vaya más allá de las pasiones partidistas, políticas o interesadas.

Es fundamental comprender, en primer lugar, que el problema central en Argentina radica en sus liderazgos. La construcción de una sociedad que se base en valores que configuran su cultura, como la integridad, la honestidad, la movilidad social, el mérito, entre otros, es esencial.

Es en este contexto que se

hace imperativo analizar las variables económicas, el excesivo gasto público, la descontrolada emisión monetaria y presentar propuestas sólidas para llevar al país hacia un futuro más estable, próspero y sostenible. La capacidad de Argentina para superar sus desafíos y aprovechar sus oportunidades dependerán en gran medida de las decisiones que tome el nuevo presidente.

Comencemos por el aspecto económico. Argentina ha sido testigo de una serie de crisis económicas a lo largo de su historia. La inflación, la deuda externa y

la volatilidad de su moneda son problemas recurrentes. En este sentido, la falta de estabilidad y predictibilidad en las políticas económicas ha generado un clima de incertidumbre que desincentiva la inversión y ahoga el crecimiento sostenible.

Un elemento clave en esta ecuación es el excesivo gasto público. Los elevados niveles de gasto estatal han llevado a un déficit fiscal crónico. La financiación de este déficit a través de la emisión monetaria ha exacerbado la inflación, erosionando el poder adquisitivo de la po-

blación y generano un círculo vicioso difícil de romper. La falta de responsabilidad fiscal y la resistencia a reducir el gasto público han sido una constante en la política argentina y es momento de empezar a torcer el rumbo. La pérdida de valor de la moneda y la incertidumbre financiera resultante son obstáculos significativos para el desarrollo económico y la estabilidad.

En este escenario, es fundamental que el nuevo gobierno presente propuestas concretas y viables. Los argentinos merecen un debate político que vaya

más allá de la retórica vacía y las promesas grandilocuentes. Es necesario que los líderes políticos se comprometan a abordar los problemas estructurales del país de manera realista y responsable.

En este sentido, las políticas de Estado deben incluir medidas para controlar el gasto público, reducir el déficit fiscal y restablecer la confianza en la política económica. Las reglas de juego estables y competitivas, el respeto por las instituciones y la independencia de la Justicia, son aspectos tan esenciales como abordar la cuestión de la deuda externa de manera sostenible y buscar acuerdos que permitan el acceso a financiamiento internacional en condiciones favorables.

Además, es importante fomentar la inversión y el desarrollo de talento local a través de políticas que promuevan un ambiente de negocios favorable y una mayor seguridad jurídica. La diversificación de la economía y el fomento de sectores productivos estratégicos son pasos necesarios para construir una base económica sólida.

En conclusión, la Argentina se encuentra en un complejo escenario social y político, marcado por desafíos significativos. La recuperación económica y la estabilidad requieren un enfoque pragmático y la voluntad de tomar decisiones difíciles. Los argentinos merecen un futuro mejor, y la única manera de alcanzarlo es a través de un liderazgo político que esté a la altura de las circunstancias y nos permita de una vez por todas, salir de este laberinto y encontrar finalmente el camino de desarrollo sostenido en el tiempo, por el bien de todos los argentinos. **VL**



# Somos #AlseaSudamérica



6 marcas

5 países



+ de 14000  
miembros en nuestro equipo

**Alsea** 

## Economía del conocimiento



**Wanda Weigert**

Directora Ejecutiva de Argentina y Global Chief Brand Officer, Globant

**E**n la actualidad, Argentina se encuentra ante una gran oportunidad para su desarrollo económico, y una de sus principales cartas es la llamada economía del conocimiento. Este sector incluye un amplio espectro de actividades, desde servicios informáticos y biotecnología hasta industrias culturales y creativas.

La industria se posiciona como el tercer sector exportador del país, y su potencial es innegable. Hoy, más de medio millón de personas trabajan en empresas del sector en Argentina. Esta es una cifra impresionante, pero lo emocionante es que, con las condiciones adecuadas, este número podría superar el millón de empleos de calidad, lo que brindaría oportunidades de alto valor agregado en todas las regiones del país.

Sin dudas, se presenta ante nosotros un horizonte de crecimiento claro y posible. Según IDC, consultora de investigación global líder, la inversión en transformación digital en el mundo alcanzará los u\$s 3,4 billones en 2026. Para tomar dimensión de la oportunidad que tenemos frente a nosotros es importante comprender que hoy nuestro país exporta u\$s 7800 millones por año y Polonia, nación con una población similar a la nuestra (38 millones de habitantes) exporta más de u\$s 36.000 millones, es decir, cinco veces más que nuestra cifra actual. Rumania, por su parte, con una población de apenas 19 millones de habitantes, casi duplica nuestras exportaciones totales.

Lo que hace que este sector sea verdaderamente especial es su capacidad de influir directa e

# El potencial transformador de la industria del software en la Argentina



indirectamente en muchas otras industrias. No solo ayuda a las empresas a innovar y ser más competitivas, sino que también puede impulsar el desarrollo de pequeñas y medianas ciudades, y descentralizar la matriz económica y social del país. Con talento como su principal activo, la economía del conocimiento puede generar nuevos ecosistemas en toda la Argentina, desde Ushuaia hasta La Quiaca y desde Mendoza hasta Mar del Plata. Un ejemplo claro de esto puede verse en Tandil, donde en 2006 había solo 15 empresas en el sector tecnológico y actualmente,

gracias a la colaboración entre el ecosistema universitario, gobierno y el polo tecnológico, existen más de 60 empresas con más de 2000 profesionales. En esta ciudad también, este año por primera vez las carreras de la Facultad de Ciencias Exactas fueron las más elegidas por los estudiantes, lo que marca una fuerte tendencia en el impacto y la visión.

Este impacto va más allá de las estadísticas, ya que conecta a los argentinos con nuevas formas de trabajo, culturas y oportunidades. Permite que las personas de cualquier loca-

lidad colaboren en proyectos para marcas y organizaciones de renombre mundial, lo que a su vez puede inspirar a miles de argentinos a generar nuevos proyectos y emprendimientos que generen más empleo y oportunidades. Otra característica que nos llena de orgullo a quienes trabajamos es que esta es una industria que para crecer es condición incorporar a todos. La diversidad, equidad e inclusión es para la economía del conocimiento un objetivo y al mismo tiempo un punto de partida. Eso lo hace absolutamente crítico para nosotros.

Hoy, la Argentina está posicionada de manera excepcional en el escenario global de la economía del conocimiento. Su talento, su ubicación geográfica estratégica, sincronización horaria con economías centrales, diversidad lingüística, riqueza en conocimientos técnicos y creatividad la convierten en un destino altamente atractivo para el sector. La combinación de estos factores proporciona a nuestro país una ventaja competitiva distintiva que nos brinda la capacidad de consolidarnos como referentes y brindar soluciones innovadoras a nivel mundial.

Sin embargo, para aprovechar esta gran oportunidad que se nos presenta, es clave impulsar una educación de calidad. En este mundo cambiante, estar en una actitud de aprendizaje continuo y tener una alta capacidad de adaptación es primordial. También necesitamos trabajar en forma coordinada para que los niveles iniciales, secundarios y universitarios preparen a nuestros jóvenes para el futuro. Solo así podremos duplicar el medio millón de empleos de calidad que tenemos hoy.

Argentina ha despertado al gigante de la economía del conocimiento, y tiene la oportunidad de aprovechar al máximo su potencial. Como mencioné previamente, este sector ofrece oportunidades para el crecimiento, la innovación y el desarrollo a lo largo de todo el país. El éxito exige una atención inquebrantable a la educación, directrices bien definidas y políticas gubernamentales que perduren más allá de los cambios de administración. Estamos frente a un tren que está en marcha, y Argentina tiene la oportunidad de subirse y liderar en este viaje hacia un futuro prometedor. **VL**



# Citi

## En el mundo, en Argentina, en el mañana.

Más de 200 años de experiencia nos enseñaron a abordar los desafíos del cambio continuo.

A ir siempre un paso más adelante y abrir camino para el crecimiento y el progreso.

Vayamos juntos a descubrir que el mundo sigue siendo un lugar lleno de oportunidades.



## El futuro del consumo



**Guillermo D'Andrea**

Profesor en IAE Business School y consultor de empresas

# Una vía escape a la devaluación

**E**xpertos en protegerse del deterioro de sus ingresos, los consumidores anticipan compras, ajustan sus preferencias y se refugian en el consumo posible.

Según informes de la Cámara Argentina de Comercio, el consumo han mostrado una mejora en septiembre, se recuperó del trimestre negativo y rompió la tendencia descendente del 2023. En parte debido a los bonos, refuerzos económicos y devolución del IVA, y también por la huida de los pesos dada la importante aceleración de la inflación, que en agosto y septiembre prácticamente duplico los indicadores mensuales del año.

La CAME, que agrupa a las medianas empresas, informa una caída interanual de ventas de 5,1%, con excepciones en farmacias (+3,2%) y calzado (+0,5%). Perfumería, ferreterías, construcción y bazar, decoración, hogar y muebles pierden entre 1% y 2%, alimentos y bebidas 2,6% y con 7,3%, textiles e indumentaria son los más castigados.

Analizando en detalle, los gastos de consumo entre autoservicios y cadenas informados por Scenia, muestran en septiembre un leve aumento de 1,1% interanual, concentrado especialmente en las cadenas, gracias a los programas de precios regulados. El mayor incremento se registra en el 19,5% de la compra de impulso, pero los rubros de limpieza y desayuno tienen incrementos bajos, que en los autoservicios independientes se transforman en caídas de -5% y -2,5% respectivamente. Los problemas de abastecimiento por falta de insumos y reducciones de producción se traducen en un

traslado hacia segundas marcas y marcas propias de los canales, que ayudan a gastar menos.

Con una sociedad con décadas de ejercicio en defender el valor de sus ingresos cada vez más magros, el público apura consumos para intentar ganarse a los precios en su desenfrenada carrera. No hay que perder de vista que la moneda argentina perdió 13 ceros, y va camino de perder 3 más, y eso en alguna parte del inconsciente, recupera hábitos de defensa del poder

adquisitivo.

Al mismo tiempo, del lado de la oferta, las expectativas de devaluación y la falta de insumos impulsan aumentos y retenciones de mercadería para defender el poder de compra y la sustentabilidad de los negocios frente a la expectativa de nuevos aumentos.

Sin embargo, la perspectiva de moneda devaluada y ausencia de crédito auguran al menos para 2024, un panorama de refugio en el consumo, a falta de

opciones de ahorro o de compra de bienes durables de alto valor. Superado el año electoral, las medidas artificiales de contención de precios se debilitarán y provocarán un salto inflacionario solo moderado por la anticipación implícita en los recientes aumentos de precios. La falta de inversiones no generará más trabajo, por lo que los subsidios seguirán vigentes, y con ellos el déficit fiscal y la inflación. Un comentario aparte merece la informalidad, que con su presencia

opaca en la actividad, modera la ponderación de la pobreza, y sostiene el consumo entre los sectores de menores ingresos.

En definitiva, la continuación de la pérdida de poder adquisitivo parece inexorable. Y en ese contexto, acentuado por las restricciones en la oferta, lo previsible es que el consumo en 2024 se mantenga como vía de escape a la pérdida de poder adquisitivo, y una aceptación mayor de segundas marcas y marcas propias, estas últimas preferidas por los canales por su mayor rentabilidad, aunque implican más dedicación y riesgos frente a los clientes. Pero con un panorama económico sombrío el consumo, aunque en menor medida, es el escape posible frente a la falta de mejores oportunidades. **VL**



**Galicia  
Seguros**

**Animate a disfrutar  
esos momentos,  
por lo demás  
despreocúpate.**



**SEGURO DE HOGAR**

**0800-555-9797**

Compañía Aseguradora: Galicia Seguros S.A.U. Leiva 4070 Piso 6, CABA. CUIT 30-68714552-2. N° de Inscripción en SSN 0589. N° de Inscripción en IGJ 12.571. Agente Institorio: Tarjeta Naranja S.A. CUIT: 30-68537634-9. Contratación de la cobertura sujeto a verificación y análisis de Galicia Seguros S.A.U. Consultá requisitos de asegurabilidad, riesgos no cubiertos y cobertura del seguro llamando al teléfono 0800-444-0810 o en [www.galiciaseguros.com.ar](http://www.galiciaseguros.com.ar). Superintendencia de Seguros de la Nación: 0800-666-8400. [www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn). El titular de los datos personales tiene la facultad de ejercer el derecho de acceso a los mismos en forma gratuita a intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto conforme lo establecido en el artículo 14, inciso 3 de la Ley N° 25.326. LA AGENCIA DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA, en su carácter de Organismo de Control de la Ley 25.326, tiene la atribución de atender las denuncias y reclamos que interpongan quienes resulten afectados en sus derechos por incumplimiento de las normas vigentes en materia de protección de datos personales. Política de Privacidad y Protección de Datos Personales: <https://www.galiciaseguros.com.ar/legales/politicasprivacidadprotecciondatospersonales>.

N° de inscripción en SSN  
0589

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control

[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

## Escenario laboral



**Julián A. de Diego**

Director del posgrado en RR.HH. de la UCA

# Los desafíos de una reforma laboral

**L**os cambios sistemáticos y vertiginosos que nos impone en forma diaria la era 4.0 nos dan respiro. A cada instante, nuevas apps se interponen entre el cliente o usuario y quién brinda los servicios como un medio de facilitación y accesibilidad a todo lo que podamos imaginar.

Las billeteras digitales, el home banking, el GPS para llegar a destino, el pronóstico del tiempo online y por satélite, las variables económicas y financieras globales, las inversiones por vía del celular, el intercambio de divisas, las reservas de eventos deportivos en todo el planeta, y las reservas de viajes alojamiento o traslado, son actividades cotidianas.

Las herramientas telemáticas (comunicación + informática) de máxima portabilidad canalizan todos los productos y servicios entre notebooks, relojes inteligentes y celulares multifuncionales.

La realidad muestra un proceso de “despapelización” sistemático, donde todo se archiva por vía digital, incluyendo los textos y contratos originales, y por ende, las actividades en general se descentralizan y se deslocalizan, como es el ejemplo del teletrabajo y del home office. Todo lo que sea un servicio se informatiza, todo lo que sean operaciones materiales se robotiza o se automatiza a través de distintos dispositivos ordenados por algoritmos.

Los ejemplos más importantes son los cajeros automáticos y las sucursales virtuales de los bancos, la fotomulta y la automatización integral de la llamada justicia de faltas, los sistemas de compras como Despegar.com o Mercado Libre, la combinación

de compras pagos delivery y recepción de los supermercados a través de la Web, o el traslado de personas de Uber, Cadify, o DiDi.

En este contexto se producen los llamados efecto sustitución y efecto cancelación. El efecto sustitución está conformado por el reemplazo del trabajo humano por medios electrónicos (v.gr. en la actividad financiera) o la mano de obra en las fábricas por la robotización y automatización de los procesos (v.gr. las líneas de montaje en las empresas automotrices). El efecto anulación llega al extremo de que el trabajo humano desaparece del proceso en forma total y definitiva.

En las democracias del siglo XXI el mundo de las promesas vanas e incumplidas determina que los ciudadanos exijan cambios concretos y reales, sin atenuantes, y con el riesgo de que explote en lapsos breves, el cuestionamiento de la legitimidad de ejercicio, que en Occidente está desgastada por casos de autoritarismo, otros de populismo, y muy poco de lo que la sociedad requiere para la solución de sus problemas concretos.

¿En qué medida este mundo revolucionario de las tecnologías exponenciales impone una reforma laboral?

Lo cierto es que las bases del sistema jurídico están sustentada en la realidad de todos los días, en la primacía de la realidad más allá de la apariencia o la denominación que se le atribuya a las distintos fenómenos y cir-

cunstancias. Y es allí donde en la Argentina, pero también en la mayoría de los países democráticos, se está profundizando el desacople entre el sistema legal y la realidad sobre la cual las normas tienen que operar como un arquetipo de ordenación de las conductas de los seres hu-

“

**En las democracias del siglo XXI el mundo de las promesas vanas e incumplidas determina que los ciudadanos exijan cambios concretos y reales, sin atenuantes”**

manos que pretenden vivir en sociedad y en paz y armonía. Obsérvese que, dentro de nuestros 40 años de democracia, solo se aprobó una ley para el futuro, la de teletrabajo (Ley 27.555) mientras que la mayoría de las reformas estuvieron ligadas a derechos subjetivos ligados a los modelos del pasado.

En una etapa tan demandante como la que viene, la realidad ha generado tantos cambios, que la gran mayoría de nuestro marco regulatorio quedó obsoleto, y sencillamente fijó reglas para un mundo que ya no existe.

Sintetizando los desafíos más importantes, la dinámica de los cambios, las innovaciones sistemáticas, y en especial los

nuevos descubrimientos, nos colocan al borde la Inteligencia Artificial, donde los equipos, los robots, los sistemas pensarán por sí mismos, y podrán extraer conclusiones aún a pesar de lo que piensa el ser humano, porque las máquinas podrán pensar de lo que piensan.

La reforma inevitable deberá centrarse en:

1. La promoción del empleo en todas sus formas, incluye el peso de las cargas sociales (aportes y contribuciones);
2. Las reglas de las apps en las actividades donde se opera a través de ellas para el transporte de personas o de mercaderías, por una vía autónoma, y con reglas propias de un estatuto especial;
3. El teletrabajo, el home office, el trabajo nómada, y todos los sistemas de trabajo a distancia por vía telemática y las necesidades de su actualización permanente;
4. La incorporación de las nuevas tecnologías en las

normas sobre relaciones laborales, en el control de ausentismo, en las licencias por enfermedades y accidentes, inculpables o del trabajo;

5. La jornada dinámica, la remuneración por productividad y por resultado, en lugar de la jornada fija y la remuneración por hora, por día o por mes;
6. La derogación de todos los impuestos multas o adicionales distorsivos, como los de la Ley Nacional de Empleo 24.013 y complementarias;
7. La cobertura de despidos a través de un fondo y el régimen de protección frente al desempleo, combinados;
8. La reformulación de la democracia sindical, el control del patrimonio, la diferenciación de los ingresos sindicales y de las obras sociales, y la asignación de los recursos;
9. La reformulación de la negociación colectiva, el convenio de empresa, el convenio interactivo de pequeñas empresas y los mecanismos de disponibilidad colectiva;
10. La reglamentación del derecho de huelga en los servicios esenciales incluyendo el transporte público y la educación.

La realidad arrasa con los despojos del pasado, y enfrenta una legislación fósil que se elaboró en la década de los 70, cuando todavía no existía el fax ni el celular, sobre la base de los principios de la posguerra. El Congreso y las iniciativas del Poder Ejecutivo tendrán que asumir la responsabilidad de debatir y promover el novísimo modelo de relaciones laborales, dentro de la cibernética, la robótica y en los albores de la inteligencia artificial. **VL**



## Desafíos de la educación



**Carolina Dams**

Decana del IAE Business School

# El imperativo de liderar de forma adaptativa

**A** medida que nos acercamos a 2024, se vislumbra un escenario que seguirá siendo complejo e impredecible tanto a nivel nacional como global. El contexto económico en Argentina continuará mostrando escenarios de alta inflación, con un esperado ajuste de precios relativos y una caída en el nivel de actividad. Además, la complejidad mundial -agravada por las guerras en Israel y Ucrania, las migraciones y desigualdades crecientes- exacerba la incertidumbre local. En tanto, los avances tecnológicos, como la inteligencia artificial, si bien ofrecen oportunidades significativas, conllevan también riesgos para la humanidad.

Ante la volatilidad del entorno actual, adoptar un modelo de liderazgo adaptativo, es decir, centrado en responder eficazmente a desafíos y cambios imprevistos, se convierte en un imperativo. Quienes debemos enfrentar los desafíos que se seguirán presentando en el país tenemos que sobrellevar las incomodidades y pérdidas de los ajustes de corto plazo y esto nos exige conectar aún más con nuestro propósito.

Necesitamos encontrar el sentido más profundo de por qué elegimos quedarnos en el país ocupando un rol de liderazgo. Tenemos que hacer que tenga sentido esa decisión a través de nuestro actuar, mediante el diálogo y el trabajo sistémico y colaborativo para encontrar soluciones viables con visión de mediano y largo plazo. Y tenemos que hacerlo de manera colectiva, en colaboración con otros. Una sola parte de la sociedad, una sola organización o cámara no serán suficientes.



Necesitamos articularnos y estar dispuestos a soltar algo -cada uno sabrá qué- para ganar en forma conjunta.

Los líderes empresariales en 2024 tendremos que fomentar aún más la agilidad, la empatía y la capacidad de adaptarnos a situaciones complejas y desafiantes, impulsando la innovación y la resiliencia en nuestras organizaciones. Esto conlleva no solo la capacidad de reaccionar ante situaciones cambiantes, sino también la habilidad de liderar transformaciones significativas a nivel individual y organizacional. El modelo adaptativo, propuesto por el profesor de la Harvard Kennedy School Ronald Heifetz, distingue entre problemas técnicos y adaptativos. Mientras los problemas

técnicos requieren soluciones preestablecidas y conocimientos especializados, los problemas adaptativos demandan un enfoque más amplio y una respuesta más dinámica. En un contexto como el que vivimos, en el que la incertidumbre y la complejidad prevalecen, los líderes debemos fomentar una cultura organizacional que promueva la experimentación, el aprendizaje continuo y la toma de decisiones adaptativa en respuesta a desafíos imprevistos.

Los argentinos sabemos de esto, lo hacemos casi sin darnos cuenta, por instinto. Convivimos con altos niveles de incertidumbre desde hace tiempo. Sin embargo, esa capacidad de salir a flote ante los cambios constantes puede no siempre

dar los resultados esperados. Necesitamos conocernos mejor y trabajar nuestro estilo para ser mejores líderes, para ser líderes adaptativos.

Una característica fundamental del liderazgo adaptativo es que exige una comprensión profunda de las necesidades y aspiraciones de nuestros equipos de trabajo y la capacidad de movilizar recursos colectivos para abordar problemas sistémicos arraigados. La construcción de confianza y la promoción de un diálogo inclusivo se destacan como componentes esenciales para generar un sentido de propósito compartido y facilitar la cocreación de soluciones innovadoras y sostenibles. Como líderes, debemos tener la capacidad de contagiar ese sentido

de propósito, esa elección que hacemos de estar donde estamos haciendo lo que hacemos. Por eso, es fundamental hacer primero esa conexión con nuestras propias motivaciones.

El trabajo adaptativo exige cambiar hábitos, modificar ciertas creencias y resignificar algunos valores; requiere de una combinación de tensión y contención. Estas situaciones desafían especialmente a quienes ocupamos posiciones de liderazgo porque tenemos que sostener la tensión a un ritmo tolerable para la organización. Cuando los líderes apoyan a los colaboradores para afrontar los cambios de forma eficaz, contribuyen a reducir los niveles de estrés y mejorar el bienestar general de los equipos. El estrés inherente a un contexto desafiante como el argentino requiere una atención especial a la salud y el bienestar personal. Asegurar un equilibrio saludable implica prestar atención al sueño, la nutrición, el ejercicio físico y el cuidado espiritual.

Por último, en medio de las preocupaciones económicas y los desafíos empresariales, no debemos limitar nuestra mirada a quienes tenemos más cerca, a nuestro entorno más directo: tenemos que intentar no perder de vista a quienes más sufren. Los privilegios otorgan la responsabilidad de fortalecer el compromiso social con los más necesitados. En tiempos de adversidad, una mayor solidaridad y apoyo a las comunidades vulnerables no solo refuerzan la cohesión social, sino que también promueven un entorno más equitativo y sostenible para el crecimiento colectivo. Dado lo demandante que es liderar en estos entornos, para que esto sea posible, también debe ser parte de nuestra agenda. **VL**

## La educación del futuro



**Antonio Marín**

Vicerrector y director de la escuela de negocios de la Ucema

**E**n un mundo en constante transformación, las instituciones educativas debemos adaptarnos y evolucionar para seguir cumpliendo con nuestra misión de formar profesionales, líderes que contribuyan a un mundo más libre, próspero y justo. La Ucema ha estado a la vanguardia de la educación superior en Argentina y la región durante muchísimos años, y en este Especial de líderes, me complace compartir nuestras expectativas y proyectos para el 2024, así como reflexionar sobre los desafíos que enfrentamos en 2023 y la importancia de las políticas públicas en nuestro sector. En este contexto, es fundamental subrayar la conexión indisoluble entre la academia y el mundo empresarial. En Ucema formamos líderes con la calidad necesaria para dirigir cualquier tipo de organización desde todos los ángulos, miradas y perspectivas, y creemos que este enlace es esencial para el desarrollo de las personas y de la sociedad.

La Ucema se encuentra en un proceso de crecimiento exponencial, tanto en la Argentina como en la región. Nuestra visión es seguir consolidando este éxito, fortaleciendo nuestro compromiso con la excelencia académica y la satisfacción de nuestros estudiantes. Esto se vio reflejado en el último resultado del ranking América Economía, que nos posicionó Top 10 en Latinoamérica, Top 3 en Argentina, y entre otros datos Nro 1 en la Satisfacción de graduados y retorno de la inversión de quien hace un MBA en nuestra casa. En 2024, esperamos que la adquisición del nuevo edificio Maple sea un hito en nuestro camino. Este



## Conectar academia y empresas, la misión de la universidad

nuevo campus triplicará nuestra capacidad para recibir a más estudiantes ansiosos por aprender, innovar y liderar. Además, continuaremos desarrollando propuestas de valor que el mercado nos demanda, garantizando que nuestros programas académicos estén alineados con las necesidades del mundo empresarial

y la sociedad en constante evolución.

Este año no estuvo exento de desafíos para la Ucema. Uno de los principales obstáculos que enfrentamos nuevamente fue la inflación. Esto nos obligó a realizar ajustes en los precios y aumentar la frecuencia de los incrementos para mantener nues-

tra calidad educativa y nuestros estándares de servicio. A pesar de estos desafíos económicos, estamos agradecidos de que nuestros estudiantes y la comunidad académica continúen eligiéndonos. Nuestra respuesta ha sido la de procurar acompañar a nuestros alumnos de manera personalizada, abordando sus

necesidades individuales y manteniendo nuestro compromiso con la calidad educativa.

Fue un año sobresaliente para la universidad. Los frutos de nuestro esfuerzo se manifestaron de diversas maneras. La adquisición del nuevo Campus Maple, los resultados del ranking American Economía que nombraba anteriormente, y el crecimiento sostenido de la cantidad de alumnos que nos eligieron respecto del 2022 tanto en grado como en la Escuela de Negocios. Todos estos logros reflejan el compromiso constante de nuestra comunidad y la dedicación de nuestros estudiantes.

En la Ucema entendemos que la academia no puede estar separada del mundo empresarial. Formamos líderes con la calidad necesaria para dirigir empresas desde todos los ángulos, desde la gestión estratégica hasta la innovación y la sostenibilidad. Nuestros graduados son el motor del cambio en el país, trabajando hoy y mañana para construir una nación y una región en crecimiento. No hay que olvidarse que formamos ciudadanos del mundo. Esta conexión directa con el mundo empresarial es lo que permite que nuestros estudiantes adquieran las habilidades y conocimientos necesarios para liderar en un entorno empresarial complejo y desafiante.

En 2024, continuaremos avanzando en nuestro crecimiento y excelencia académica. Los obstáculos económicos no nos han detenido en el pasado, y estamos decididos a seguir ofreciendo oportunidades educativas de calidad. La educación no solo es un camino hacia el éxito individual, sino también hacia el desarrollo sostenible de nuestro país. **VL**

# Acelera tu desarrollo

TRIPLE CORONA



**#1**  
GROWTH  
LATAM



## Ecosistema emprendedor



**María Julia Bearzi**

Directora ejecutiva de Endeavor Argentina

**H**ace algunas semanas me encontré una vez más en la lista de las 500 personas más influyentes de América latina. Ser reconocidos por nuestro trabajo es definitivamente una razón de gran orgullo y satisfacción, especialmente para mí.

Después de experimentar los primeros días de entusiasmo, como suelo hacerlo, repasé mis actividades diarias y semanales; y de repente la euforia se transformó en una sensación de gran responsabilidad. Empecé a considerar el verdadero significado de asumir el compromiso de influir en otros.

A medida que profundizaba en esta reflexión, me di cuenta de que no se espera que haga nada extraordinario más allá de lo que ya he estado haciendo los últimos 20 años en Endeavor Argentina: trabajar incansablemente para convertir el emprendimiento en un camino menos solitario y brindar más herramientas a aquellos que desean perseverar en la búsqueda de sus sueños y contribuir al progreso de nuestro país.

¿Tarea Fácil? No. ¿Pienso rendirme? Claro que no. Por el contrario, es precisamente en tiempos difíciles, cuando la incertidumbre parece ser la única constante, cuando los auténticos líderes emergen y mantienen su firmeza. Nos encontramos en un momento crítico en la historia de nuestro país, una encrucijada que demanda compromiso y valentía.

Y el emprendedorismo, lejos de ser una simple alternativa, se convierte en una necesidad imperante. Es en estos momentos de desafíos económicos y sociales, que el espíritu innovador y la resiliencia de los emprendedores, pueden marcar la

# El espíritu de las startups se potencia en tiempos de crisis



diferencia.

Con solo mirar a nuestro alrededor podemos encontrar casos de empresas que no solo sobrevivieron, sino que prosperaron en medio de la adversidad. Son vivos ejemplos de la capacidad transformadora del emprendedorismo.

Por suerte, este fenómeno no se limita a unas pocas historias de éxito. A lo largo y ancho del

país existe una red de emprendedores que día a día son motor de la economía y la sociedad. No se trata solo de generar empleo y riqueza, sino de abordar los problemas sociales y trabajar para mejorar la calidad de vida de las personas.

No está permitido bajar los brazos

Hace muy poco una mujer, emprendedora de gran trayectoria, dijo en un encuentro: “Nunca debes olvidar a las personas escalera: aquellas que te ayudaron a llegar más alto”. Es cierto, resulta difícil olvidar a aquellas personas que nos acompañaron en nuestro recorrido. Yo recuerdo con gratitud a quienes me dieron apoyo, contención y se esforzaron al máximo para brindarme oportunidades de crecimiento.

Es fundamental que quienes hoy tenemos algún tipo de influencia sobre nuestras comunidades alcemos la voz y actuemos por aquellos que no corren con la misma suerte. En esta línea, y como referente en el mundo emprendedor, es mi responsabilidad hacer un llamado a la acción que alcance a quienes ostentan el poder para cambiar las reglas del juego, tanto al sector público como al sector privado y a cada individuo sin excepción.

No debemos aplacar el espíritu emprendedor, es justamente ese espíritu el que sigue generando trabajo. No permitamos que nuestros miedos e inseguridades lo sofoquen. Son las nuevas ideas y la innovación las que nos impulsarán hacia adelante. El trabajo en equipo, la formación continua y la mentalidad de crecimiento son pilares fundamentales en este proceso.

Si consigo ser la “escalera” en la vida de algún emprendedor habré cumplido con éxito mi misión como líder. **VL**

“**No debemos aplacar el espíritu emprendedor, es justamente ese espíritu el que sigue generando trabajo. No permitamos que nuestros miedos lo sofoquen**”



**En Novartis  
reimaginamos la  
medicina para mejorar  
y prolongar la vida de  
las personas**

## Visión empresaria



**Daniel Funes de Rioja**  
Presidente de COPAL

**E**n un contexto sin precedentes, la Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (Copal), que nuclea a 34 cámaras sectoriales representando a más de 14.500 empresas, tanto pequeñas y medianas como grandes en todo el país, ha sabido demostrar el carácter esencial que tiene en la matriz productiva de la Argentina.

Sin ir más lejos, la industria de alimentos y bebidas se destaca por ser el mayor sector industrial exportador, lo cual la convierte en la principal generadora de divisas y la lleva a desempeñar un papel esencial en la vida cotidiana, en la economía y en la salud de la población. En línea con los aspectos mencionados, su importancia radica además en su capacidad para satisfacer necesidades básicas, contribuir al crecimiento económico, y al bienestar social a través de empleo formalmente registrado y de calidad.

En este sentido, es fundamental comprender que el rol de la industria de alimentos y bebidas se ve integrado dentro del entramado productivo, para el que resulta de suma importancia, debido a las enormes oportunidades de desarrollo tanto del mercado interno como en el de exportación.

Sin embargo, a pesar de su gran potencial, la industria no se encuentra exenta de presiones y prejuicios políticos, que en muchas ocasiones la colocan en el centro de los debates, y que -como efecto contrario- generan múltiples obstáculos que le impiden desarrollar en su totalidad la enorme capacidad con la que cuenta.

En este año en lo particular, se ha pretendido responsabilizar

# El sector privado, un aliado estratégico para la recuperación económica



al sector como el “causante de la inflación”, una afirmación totalmente infundada dado que se trata la inflación argentina de un fenómeno multicausal, de cuyas consecuencias la industria no es ajena. Dicho flagelo perjudica a los diferentes actores de la sociedad, sin distinción alguna, ya que produce incertidumbre, ocasionando bajas en la inversión, menor producción y su consecuente correlato en la disminución de la creación de empleo.

Con los desajustes micro y macroeconómicos que se acarrean hace años, y su baja pre-

visibilidad, resultan un gran impedimento, impactando considerablemente en las diferentes industrias y afectando su correcto desenvolvimiento, lo cual genera notables problemas estructurales.

Para corregir dicho escenario, se debe trabajar en un marco macroeconómico que dé estabilidad y con ello previsibilidad y confianza -tanto en la población como en los inversores- para robustecer las reservas, lo que generará menos volatilidad en el mercado cambiario y, de esa manera,

este se volverá más accesible. Para lograrlo, es necesario que se confíe en el empresariado y el sector privado en general, para impulsar el potencial exportador del país. Esto, acompañado de reglas del juego claras, creará una línea de acción pautada con el anticipo necesario para disminuir la inflación, ya que las medidas unilaterales que limitan al sector solo logran una contracción mayor de la economía, que enfatiza aún más la crisis, la informalidad y la marginalidad.

Creemos firmemente que,

para encontrar soluciones compatibles con todos los actores de la sociedad, generando valor agregado, crecimiento e inversión, debe prevalecer el diálogo y el trabajo conjunto. Al respecto, la Unión Industrial Argentina ha elaborado el llamado Libro Blanco: Propuestas para un desarrollo productivo federal, sustentable e inclusivo.

Para ello, consciente y atravesada por la crisis económica y social que se presencia hace años, la industria ha fomentado, al igual que en años anteriores, mesas de trabajo con el fin de fortalecer el sector. A su vez, se han propuesto encuentros intersectoriales e interregionales para generar un intercambio técnico, en pos de promover la capacidad productiva de la industria y buscar soluciones que permitan a la Argentina superar las problemáticas que impactan en el bienestar de la sociedad en su totalidad, tanto en la reafirmación de las instituciones de la Constitución, economía, infraestructura, educación, formación profesional y empleo.

Nuestro mayor anhelo es que se reconozca a la industria como un aliado clave para la recuperación económica y se puedan lograr acuerdos a mediano y largo plazo. Regular la situación inflacionaria y trabajar con la finalidad de generar un marco de mayor certidumbre para el adecuado desarrollo de los sectores son, sin duda, algunos de los principales propósitos que debe tener en cuenta el próximo equipo de gestión.

El año próximo tiene grandes desafíos y oportunidades, pero -en todo caso- el condicionante de atender la agenda de los aludidos problemas que estamos atravesando.. **VL**

**BASTA DE HUMO,  
HABLEMOS CLARO.**

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

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



**S/N HUMO  
POR FAVOR**

**oOo massalin**  
PARTICULARES  
PHILIP MORRIS INTERNATIONAL



ADBlick Agro	52
Cía. de Tierras	
Sud Argentino	52
Cresud	54
GDM	54
Grupo Los Grobo	54
Lartirigoyen y Cia.	54
Ledesma	56
Molinos Agro	56
Moño Azul -	
Grupo Prima	56
Profertil	56
Rizobacter Argentina	56
San Miguel	56
Syngenta	56
Viterra Argentina	58

**MAQUINARIAS  
AGRÍCOLAS**

CHN Industrial	58
----------------	----



**ALIMENTOS**

García Hnos.	
Agroindustrial	58
Grupo Arcor	58
Grupo Danone	
Argentina	60
Herbalife Nutrition	
Argentina	60
Marfrig Global Foods	60
Mastellone	60
Molinos R. de la Plata	60
Mondelez Int.	62
Nestlé	62
PepsiCo Alimentos	62
SolFrut (div. aceites)	62

**BEBIDAS CON ALCOHOL**

CCU	62
Cervecería y	
Maltería Quilmes	64
Diageo Argentina	64

**BEBIDAS SIN ALCOHOL**

Cabrales	64
PepsiCo Bebidas	64

# 2023 Sumario



**BODEGAS**

Bodega Escorihuela	64
Bodega Luigi Bosca	65
Bodega Malma	65
Bodega Norton	65
Corbeau Wines	66
Familia Zuccardi	66
Fecovita	66
Grupo Avinea	66
Moët Hennessy	68
Trivento Bodegas	68

**INSUMOS PARA LA****CONSTRUCCIÓN**

Anclaflex	72
Barbieri	72
Hafele Argentina	72
Holcim Argentina	72
Loma Negra	72
Muchtek,	
Tecnoperfiles Group	74
Rotoplas Argentina	74
Saint-Gobain	74
Signify	74

**CONSTRUCTORAS**

Ecosan	74
Sacde	76
Techint Ingeniería y Construcción	76

**REAL ESTATE**

Colliers International Argentina	76
Contract Workplaces	76
Cushman & Wakefield	76
Eidico	77
Gpo Adrián Mercado	77
Grupo Ecipsa	78
HIT	78
Haras del Sur	78
IRSA	78
Raghsa	78
RE/MAX	80
Vitrium Capital	80

**Consultoría****ASUNTOS PÚBLICOS**

Agora	80
-------	----

**AUDITORÍA E IMPUESTOS**

Auren	80
BDO	82
Bakertilly Argentina	82
Deloitte	82
Expansión Holding	82
EY	82
EY Global Deliver y Services	84
KPMG	84
Linz	84
Lisicki, Litvin y Asociados	84
PGK Consultores	84
PwC Argentina	84
RSM Argentina	86
Russel Bedford Argentina	86
SMS Latinoamérica	86
SMS - San Martín, Suárez y Asociados	86

**CIBERSEGURIDAD**

BTR Consulting	88
----------------	----

**ECONOMÍA Y FINANZAS**

ABECEB	88
Finanzas & Gestión	88

**GESTIÓN**

Bain & Company	88
Ceibo Digital	88
Great Place to Work	88
Korn Ferry	89
Paradigma	89
Together Business Consulting	89
Vistage	90

**HEADHUNTING**

High Flow Consulting	90
Numan	90
Russel Reynolds Associates	90
Spencer Stuart Argentina	90
Valuar Organización de RR.HH.	92

Wall Chase	92
------------	----

**RECURSOS HUMANOS**

Adecco	92
Grupo Ceta	92
Grupo Gestión	94
ManpowerGroup	94
Mercer	94
Randstad	94
Veril Consultores	94
Whalecom	94

**TECNOLOGÍA**

G&L Group	95
Grupo Datco	95
Snoop Consulting	95

**Consumo masivo**

Grupo Mendizábal	96
Kimberly-Clark	96
Kenvue	96
P&G	96
Unilever	96

**Cosmética y Limpieza**

Alfaparf Group Argentina	97
Avon	97
L'Oréal Argentina	98
Natura	98

**Electrónica y electrodomésticos**

Aires del Sur	98
Brandware	98
Grupo Núcleo	98
Newsasn	100
Whirlpool Argentina	100

**Energía****BIODIÉSEL Y AGROINDUSTRIAL**

Grupo Bahía Energía	100
---------------------	-----

**ELECTRICIDAD**

AES Argentina	100
Enel	102
Grupo Albanesi	102
Pampa Energía	102

**GAS**

Camuzzi	102
Compañía Mega	102
Excelerate	103
Metrogas	103
Naturgy	104
TGN	104
TGS	104

**PETRÓLEO**

DeltaPatagonia	104
ExxonMobil Exploration Argentina	105
Pecom	105

**Comunicación, marketing y publicidad****AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

Dentsu	68
Sentidos	68
Untold_	70
Vendaval Agency	70
Wunderman Thompson Argentina	70

**CENTRAL DE MEDIOS**

Agencia Quiroga	70
-----------------	----

**RECURSOS HUMANOS**

Bonda	70
-------	----

**RESEARCH Y CONSULTORÍA**

Kantar IBOPE Media	70
--------------------	----

**Construcción, infraestructura y mercado inmobiliario**

# Somos energía que transforma

Raízen	105
Shell	105
Tecpetrol	106
Victorio Podestá	106

**RENOVABLES**

360 Energy	106
Genneia	106
PCR	108

**Estudios jurídicos**

Pérez Alati, Grondona, Benites & Arntsen	108
Allende & Brea	108
Beccar Varela	108
Bruchou & Funes	
de Rioja	109
Cassagne Abogados	109
Martínez de Hoz & Rueda (MHR)	109
Marval O'Farrell	
Mairal	109
Nicholson y Cano Abogados	110
Tavarone, Rovelli, Salim & Miani - Abogados	110

**Eventos y Exposiciones**

Messe Frankfurt Argentina	110
---------------------------	-----

**Finanzas**

**BANCOS**

BBVA	110
Banco Ciudad	112
Banco Galicia	112
Banco Hipotecario	112

Banco Macro	112
Banco Mariva	113
Banco Provincia	113
Banco de Servicios y Transacciones	113
Banco de Valores	113
Grupo BIND	114
HSBC	114
ICBC	114
Santander	114
Supervielle	116
Ualá	116

**FINTECH**

Bitso	116
Getnet	116
MODO	116
Prisma	118
Quantia	118

**SERVICIOS FINANCIEROS**

Allaria Fondos Administrados	118
Balanz Capital	118
Consultatio Financiam Services	118
Credicuotas	119
Grupo Cohen	119
Inviu	120
MegaQM	120
Naranja X	120
Neix Banca & Fin	120
Provincia Bursátil	120
Provincia Fideicomisos	122
Provincia Leasing	122
Puente	122
Ripsa	122

**TARJETAS DE CRÉDITO**

American Express	123
Mastercard	123

**Indumentaria**

John Foos	123
Puma	124

**Industria automotriz**

**AUTOMOTRICES**

BMW Group	124
Ford Argentina	124
General Motors	124
Honda Motor de Argentina	125
Iveco Group	125
Mercedes-Benz Argentina	126
Mercedes-Benz Camiones y Buses Argentina	126
Nissan	126
Scania Argentina	126
Toyota	126
Volkswagen Argentina	128

**AUTOPARTES**

Bosch Argentina	128
Neumen	128
Michelin	128
Pirelli Neumáticos	128

**MOTOS**

Grupo Simpa	129
-------------	-----

**Laboratorios**

AbbVie Argentina	129
Bayer	130
Biosidus	130
Bristol Mayers	130
Gador	130
Laboratorios Bagó	130
MSD	132
MSD Salud	
Animal Argentina	132
Merck SA	132
Novartis Argentina	132
Pfizer	134
Roche	134
Sanofi	134
Sidus	134
Takeda	134

**Medios y Entretenimiento**

El Cronista	135
-------------	-----

Torneos	135
---------	-----

**Mercado de Capitales**

Bolsas y Mercados Argentinos S.A.	135
-----------------------------------	-----

**Pinturas**

Sinteplast	136
------------	-----

**Química y petroquímica**

Air Liquide Argentina	136
BASF Argentina	136
Dow Argentina	136
Unipar	136

**Retail y marketplaces**

CONSUMO MASIVO	
BLue Star Group	138

GASTRONOMÍA	
Alea	138
Arcos Dorados	138

MARKETPLACES	
Compre Ahora	138
Mercado Libre	138

**RETAIL**

Alot	140
Arredo	140
Bigbox	140
Carrefour	140
DIA Argentina	142
Farmacity	142
Fontenla	142
GDN Argentina	142
Grupo Abridor	142
Landmark	143

**Salud**

BectoN Dickinson	143
Droguería del Sud	144
Grupo Galeno	144
Grupo Sancor	144
Salud	144
Matercell	144
Omint	144
Osde	146
Osdo	146
Sanatorio Otamendi	146
Swiss Medical	146
WeFIV	146

**Seguridad**

ADT	148
ESET Latinoamérica	148

**Seguros**

AON	148
Assekuransa	148
Cardinal	148
Compañía de Seguros Insur	150
Experta Seguros	150
Galicia Seguros	150

Grupo Gaman	150
Grupo Hawk	150
Gpo Sancor Seguros	151
Life Seguros	151
Marsh	152
Orígenes Seguros de Retiro	152
Provincia ART	152
Provincia Seguros	152
Provincia Vida	152
Río Uruguay Seg.	152
San Cristóbal Seg.	154

## Servicios

### COMERCIO EXTERIOR

Sidom	154
-------	-----

### CORREO, LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Andreani	154
Cabify	154
DHL Express	154
DHL Global Forw.	154
FedEx Express	154
Grupo Tasa Logística	155
Grupo Metropol	155
Interborders	156
Plaza Logística	156

### GINNASIOS

Sportclub	156
-----------	-----

### SERVICIOS DE ASISTENCIA

Universal Assistance	156
Europ Assistance	156

### SERVICIOS DE CONTACTO

Konecta	157
---------	-----

### SERVICIOS DE EVALUACIÓN

IRAM	157
------	-----

### SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS

Atlas Copco	
Argentina	157
Limpiolux	157
Smurfit Kappa	158
Tetra Pak	158
Vinventions	158
WeWork	158

### SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS

Ball Corporation	158
------------------	-----

### SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCESIONES

Aeropuertos	
Argentina 2000	158
Autopistas del Oeste	159
Autopistas del Sol	159
Emova	160

## Siderurgia y metalurgia

ArcelorMittal Acindar	160
Tenaris en Argentina	160
Ternium	160

## Tabacaleras

British American	
Tobacco Argentina	161
Massalin	
Particulares	161

## Tecnología

### CONSULTORÍA

Mc Luhan Consulting	161
---------------------	-----

### HARDWARE

AMD Argentina	161
Apexar	
Technologies	161
Hp Inc	162
Intel	162
Lenovo	162
Motorola Mobility	162
Samsung	
Argentina	162
Schneider Electric	163

### SEGURIDAD

Addoc	163
Strix by LoJack	163

### SERVICIOS

Brevity	163
Cirion	164
Epidata	164
Ituran	164
NTT Data	164
Octopus	
Proptech	164
PedidosYA	165
Powerfleet	165
Provincia NET	165
Quales Group	166

### SERVICIOS FINANCIEROS

Interbanking	166
--------------	-----

### SOFTWARE

Avenida+	166
Brandlive	166
Edison	166
Globant	166
Grupo MSA	167
Liveware	167
MicroStrategy	167
Microsoft	167
Napse	167
Pertix Tech	168
Planexware	168
redbee Studios SA	168
Red Hat	168
SAP	168
Salesforce	169
Seidor	169
Tester	170
Unitech	170
Vertitran	170

## Telecomunicaciones

Anura	171
Furukawa	171
Solutions	171
Gigared	171
Metrotel	172
Telecom Argentina	172

## Turismo

### ASISTENCIA AL VIAJERO

Assisto tu Viaje	172
------------------	-----

### HOTELES

Aadesa Hotel Management	173
Azur Hotel Boutique	173
La Matilde	173
Las Balsas Relais & Châteaux	173
Park Tower Buenos Aires The Luxury Collection	173
Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center	174

### LÍNEAS AÉREAS

Aerolíneas Argentinas	174
Flybondi	174
JetSMART Airlines	175
Royal Class	175

### SERVICIOS

Colonia Express	175
Travel Services	175

## Universidades

IAE Business School	175
ITBA	176
Ucema	176
Universidad Austral	176
Universidad Caece	177
Universidad de San Andrés	177
Universidad Torcuato Di Tella	177
Universidad Siglo 21	177

# Energía es crecimiento

Enfrentamos el futuro con la solidez de nuestra trayectoria. Utilizamos tecnología de avanzada y constante innovación para generar la energía que el país necesita.

**ExxonMobil**



**José A. Demicheli**

CEO

**ADBLICK AGRO**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 100.000

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 110.000

**Inv, 2024:** u\$s 60.000

**Empleados:** 96

1 Seguiremos creciendo en algunas verticales que desarrollamos en las últimas campañas agrícolas, intentando consolidar nuevos modelos de negocio, sobre todo los que refieren a la cadena agrícola. En el resto de los negocios esperamos capturar oportunidades asociadas a los negocios en particular y poder gestionar la turbulencia macroeconómica local en forma más previsible y con menor gimnasia permanente operativa y financiera.

2 La hiperinflación, la falta de estabilidad monetaria y cambiaria, la carencia de institucionalidad y el año electoral fueron los mayores desafíos, además de las cuestiones climatológicas propias de nuestro negocio. Retener talento, formar equipos competitivos, mantenerlos enfocados y actuando en conjunto.

3 Sin duda un plan integral, necesitamos instituciones y valores sociales y políticos. Necesitamos claridad y estabilidad en órdenes fundamentales para planificar: política

# © El Cronista

## LA VISION DE LOS LÍDERES

- 1 ▶ ¿Cuáles son las expectativas y proyectos de su empresa para 2024?
- 2 ▶ ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrentó en 2023? ¿Qué balance hace del año que está por terminar?
- 3 ▶ ¿Qué políticas públicas podrían contribuir a darle impulso a su sector?

(e): Estimada

(p) Proyectada

Producción general:  
Yasmín González Blanco,  
Manuel Gómez Mirás y  
Ricardo Quesada

La recopilación de información se llevó adelante entre mediados de septiembre y fin de octubre.

monetaria, política fiscal y mucha menor presión tributaria. Necesitamos poder hacer operaciones internacionales libremente, entre otras múltiples demandas. Otra cuenta pendiente enorme es la educación y que nuestros jóvenes quieran ser profesionales.



**Agustín Dranovsky**

CEO

**CÍA. DE TIERRAS SUD ARGENTINO**

**Empleados:** 500

1 Tenemos expectativas de aumentar las inversiones y agregar valor a nuestras operaciones. Estamos explorando proyectos que potencien nuestras ubicaciones en zonas propicias para la generación de energía. Nos interesa en participar en los mercados de carbono y en la producción de carne de guanaco. Continuamos enfocados en el mejoramiento genético en ovinos y en la forestación, con planes de industrializar la producción e incrementar la producción de novillos y vaquillonas y la superficie agrícola.

2 Los principales desafíos incluyeron precios bajos en el negocio ovino y vacuno, impactados por la inflación y la distorsión en el tipo de cambio. La sequía también afectó la producción de corderos y la ganadería en general. Esto, además, generó bajos rendimientos de trigo y cebada que estuvieron significativamente por debajo de la media.

3 En el corto plazo, se requiere unificar el tipo



# PASIÓN ARGENTINA SIN FRONTERAS

Somos un Hub de Empresas de capitales 100% argentinos dedicadas al posicionamiento, distribución y representación de marcas de renombre internacional.

GRUPO

**MENDI  
ZABAL**

[grupomendizabal.com](http://grupomendizabal.com)



Facundo Pieres  
Jugador profesional de polo  
Embajador Stanley Argentina

de cambio y estabilizar precios. Una economía estable con políticas que impulsen la Patagonia mejorará la rentabilidad ganadera. Esto estimulará inversiones y afrontará desafíos climáticos y financieros. También, acuerdos para la venta de carne de guanaco y apoyo a energías renovables.



### Alejandro Elsztain

CEO

#### CRESUD

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 190.405 millones

**Empleados:** 1471

1 Seguir consolidándonos como productores líderes en el negocio del real estate agropecuario y en la producción de commodities agrícolas y ganaderos de forma sostenible y sustentable. Continuar colaborando en el progreso de las comunidades en las que se asientan nuestros establecimientos. También seguiremos avanzando en nuestro negocio de servicios comerciales a través de nuestra controlada FyO, y en el desarrollo de nuestras operaciones en la región (Brasil, Paraguay, Bolivia) con Brasilagro.

2 Sin dudas fueron las adversas condiciones climáticas que enfrentó el país. Pero nuestra gran diversificación geográfica (tenemos o alquilamos campos desde Salta hasta Santa Cruz) nos permitió compensar las zonas donde se produjo el mayor daño. En general, el balance muestra que hemos tenido un año de regular a bueno

en relación con lo que sucedió con el sector en el resto del país, aunque nos vimos afectados por la suba de insumos y la caída de los precios de las commodities.

3 Confiamos en que el próximo Gobierno flexibilice las intervenciones que afectan al campo de manera negativa, como las trabas a las exportaciones y las retenciones. También invertir en infraestructura, en mejorar las líneas férreas y los caminos que nos permitan sacar las cosechas y el ganado a valores razonables, construir más y mejores escuelas rurales. Tratar al agro, en definitiva, no como un adversario sino como un aliado estratégico en el desarrollo del país.



### Ignacio Bartolomé

CEO

#### GDM

**Empleados:** 1500

1 A nivel global apuntamos a lograr la integración de los negocios adquiridos en Brasil y Estados Unidos incorporando desarrollo, innovación y equipos. En Brasil, buscamos afianzar el share de las nuevas biotecnologías. En China, trabajamos para comercializar variedades de soja propias y en Europa, lograr alianzas comerciales en girasol. En la Argentina, enfocamos en el programa Sembrá Evolución, en el que consolidamos el sistema de lanzamiento de nuevas tecnologías y variedades con mayor productividad.

2 Entre los desafíos del año, debemos destacar el impacto del clima a nivel global, con regiones afectadas por la sequía y el calor y otras con exceso de humedad. Asimismo, la baja de los precios de las commodities. Nuestro balance del año, aún así, es positivo. Hemos logrado crecer tanto en operaciones en los mercados clave como en negocios y resultados, al mismo tiempo que empezamos a ejecutar una estrategia de diversificación y expansión en Brasil, USA, China y Europa.

3 Seguimos necesitando un marco normativo que nos permita un mayor reconocimiento y custodia de la propiedad intelectual de semillas autógenas en la Argentina, para poder garantizar que el productor seguirá recibiendo las mejores innovaciones y desarrollo de soluciones para afrontar la multiplicidad de desafíos que presenta el agro en el mundo actual. Esa regulación puede generar un círculo virtuoso con más inversiones y competencia, mejores productos y mejores opciones para los productores.



### Enrique Flaiban

CEO

#### GRUPO LOS GROBO

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 867 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 769 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 10 millones

**Empleados:** 700

1 Nuestra expectativa para el próximo año es

continuar con el plan de crecimiento en volúmenes comercializados y acopiados de granos de un 16% y llegar a los 2,1 millones de toneladas. Un incremento en los volúmenes vendidos de fertilizantes y productos de protección de cultivos entre un 15% y un 35% (dependiendo el tipo de producto). Continuar desarrollando las zonas en donde actualmente operamos y crecer en nuevas zonas y capacidad de acopio.

2 El mayor desafío para el sector agropecuario fue la sequía que disminuyó la producción de granos a nivel nacional. También impactó la volatilidad de los precios de las commodities en los mercados, los cambios en los regímenes de importación y la suba de costos debido a la inflación. Ha sido un año muy complejo por lo descrito anteriormente, sin embargo, el grupo se encuentra en una muy buena posición para encarar la próxima campaña y retomar la senda de crecimiento.

3 La regularización y normalización de las variables macroeconómicas como la inflación, tasas de interés, tipo de cambio, déficit fiscal y la eliminación gradual de las retenciones a las exportaciones de granos, son algunas de las medidas que podrían contribuir al impulso y crecimiento del agro.



### Ignacio Lartirigoyen

Presidente

#### LARTIRIGOYEN Y CIA.

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1180 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1300 millones

**Inversiones 2024:** u\$s

9,3 millones

**Empleados:** 1200

1 Como viene ocurriendo en los últimos años, en Lartirigoyen creemos que 2024 será un año en el que habrá oportunidades en el sector agroindustrial. Como consecuencia, y manteniendo el objetivo de seguir consolidando las adquisiciones que hicimos en los últimos años, continuaremos creciendo orgánicamente, como también analizando potenciales inversiones y oportunidades que nos permitan expandir nuestra red comercial y logística, para continuar brindando soluciones integrales a nuestros clientes

2 El cambio de reglas tanto en lo financiero como en lo que respecta a Comercio Exterior, nos dificulta operar con normalidad. Un claro ejemplo de esto son las limitaciones en el pago de importaciones. Adicionalmente este año se sumó un factor climático con la peor sequía de los últimos 60 años, que tuvo un efecto importante en el sector.

3 Hay que trabajar en la simplificación del sistema tributario e implementación de mayores controles, que ayuden a combatir la informalidad y -como consecuencia- reducir la presión fiscal. También creemos fundamental generar consenso entre los distintos actores de la política, para entender en que marco regulatorio vamos a tener que navegar en los años venideros. Esto ayudará a generar confianza para atraer nuevas inversiones al sector.



Aeropuertos **Argentina 2000**

Somos la **puerta de entrada** y de salida  
a **nuevas experiencias**,  
a **nuevos destinos**, a **nuevas vivencias**.

**TU**  
**VIAJE**  
**EMPIEZA**  
**ACÁ**

ICO

Horario	Destino	Aerolínea	Estado
13:00	Montevideo	WTP	On Time
13:30	Montevideo	WTP	On Time
14:00	Montevideo	WTP	On Time
14:30	Montevideo	WTP	On Time
15:00	Montevideo	WTP	On Time
15:30	Montevideo	WTP	On Time
16:00	Montevideo	WTP	On Time
16:30	Montevideo	WTP	On Time
17:00	Montevideo	WTP	On Time
17:30	Montevideo	WTP	On Time

Embarque





**Javier Goñi**  
Gerente General

**LEDESMA**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 167.474,7 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 401.767 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 38 millones

**Empleados:** 6696

1 El plan estratégico a largo plazo que venimos cumpliendo está basado sobre 3 ejes: la transformación digital, la transformación cultural y la innovación. En los próximos años, seguiremos diversificando nuestro portfolio de productos sobre el pilar de la sustentabilidad. En esa línea, vamos a inaugurar una planta de pulpa termomoldeada, que nos permitirá fabricar vajilla descartable a partir de la caña de azúcar. Estos envases representan una alternativa sustentable al plástico de un único uso.

2 El principal obstáculo fue la inflación, que más allá de aumentar los costos, enrarece el clima de negocios, causa distorsiones en los precios relativos y genera inestabilidad en las negociaciones paritarias. Además, la dificultad para mantener el flujo de importaciones de bienes de capital, que son parte de las inversiones en equipamiento que realizamos todos los años. Fue un año muy complejo a nivel macroeconómico, al que se le suma la incertidumbre del escenario preelectoral.

3 Las empresas -y la Argentina en general- necesitan estabilidad económica y jurídica. Lograr frenar la inflación

será clave para el desempeño de los próximos años, así como también un equilibrio en el gasto público. En tanto, para las economías regionales en zonas alejadas la reinstalación de beneficios como el decreto 814 sería un impulsor del empleo.



**Pablo Oscar Noceda**  
Gerente General y CEO

**MOLINOS AGRO**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 2500 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 3500 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 15 millones

**Empleados:** 630

1 Para 2024 esperamos poder contar con un entorno de reglas más estables y simples, tal que permitan proyectar más efectivamente un plan de negocios proactivo.

2 Los principales obstáculos fueron la enorme merma de la oferta por la sequía y los cambios en los patrones de comercialización por la implementación de los programas de incentivo exportador.

3 Son necesarias políticas que establezcan paridad en los derechos de exportación de cereales y oleaginosas en camino a su eliminación. También, asegurar aquellas que contribuyan a simplificar la operatoria de comercio exterior y eliminen fideicomisos y cupos. El biodiésel debe ampliar su cupo en libre competencia, y los acuerdos internacionales asegurar los destinos para este producto de valor agregado. Por último, la infraestructura

logística, accesos a puertos, ferrocarriles e hidrovía, son vitales para la economía nacional.



**Nicolás Sánchez**  
CEO

**MOÑO AZUL - GRUPO PRIMA**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 100 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 105 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 4 millones

**Empleados:** 4200

1 Diversificación de especies y orígenes  
2 Situación macroeconómica argentina  
3 Reducción en carga impositiva, Financiamiento de largo plazo e inversión pública en infraestructura logística.



**Marcos Sabelli**  
Gerente General

**PROFERTIL**

**Empleados:** 382.



**Ricardo Yapur**  
CEO

**RIZOBACTER**

**ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 270 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 7 millones

**Empleados:** 548

2 El principal problema fue la sequía extrema que afectó enormemente a todos los actores de la cadena agroalimentaria. Respecto de las problemáticas, que si se hubiesen podido corregir con mejores políticas, estuvieron las dificultades con las importaciones de materias primas y maquinarias para producir, y el giro de divisas a proveedores del exterior. A pesar de todo, cerraremos un buen año. La agricultura siempre mira para adelante.

3 Sin dudas, la unificación cambiaria y la quita de retenciones progresivas al agro serían decisiones con mayor implicancia para promover las ventas a mercados externos, con el consecuente ingreso de divisas, mejorar el nivel de ingresos de los productores y toda la cadena de valor; y un mejor desarrollo de las economías regionales.



**Pablo H. Plá**  
CEO

**SAN MIGUEL**

**Empleados:** 2400

1 Estamos convencidos de que seguiremos creciendo sobre pasos firmes. Esperamos ampliar nuestra participación en el mercado al 20%, luego de inaugurar, en mayo del año próximo, las plantas de Uruguay y Sudáfrica. Con esas instalacio-

nes, nuestra capacidad total de molienda crecerá 60%, desde las 300.000 toneladas anuales que hoy tenemos en Famaillá.

2 La elevada inflación, la devaluación y el contexto general de incertidumbre fueron los principales obstáculos que tuvimos que enfrentar. Sin embargo, pudimos poner en marcha nuestro proceso de reconversión estratégica que implicó nuestra salida del negocio de fruta fresca y la concentración en el segmento de productos industriales del limón -jugos y pulpa, aceites y esencias, y cáscara- que nos permite una operación más sustentable. Somos el único productor multiorigen.

3 La eliminación de las retenciones a la exportación y del cepo cambiario, lograr el equilibrio fiscal, hacer una reforma laboral y asegurar reglas de juego claras para dar un marco jurídico a largo plazo son políticas fundamentales. Su implementación favorecerá el regreso de inversiones del exterior y ayudará a lograr la apertura de la Argentina al mundo.



**Marcos Bradley**  
Director General de Protección de Cultivos para Latinoamérica Sur

**SYNGENTA**

**Empleados:** 1050

2 Estamos recuperándonos de la peor sequía de la que haya registro y eso es algo que atraviesa a todo el sector, pero el agro tiene la capacidad





Vos las ventas, **nosotros una nueva forma de cobrar**

Usá wapa y administrá tu negocio online

**BANCOPATAGONIA**  
VOS Y LO QUE QUERÉS



maravillosa de resetearse. Los productores argentinos están entre los más eficientes y competitivos del mundo, incorporan toda la tecnología necesaria, todas las prácticas de manejo sustentables que hay que usar, y demostraron que pueden sobrevivir a esta situación.

3 Este será sin duda un año con muchos cambios, pero el sector ha demostrado su capacidad de adaptación para continuar produciendo y generando divisas para el país. Hoy hay que producir más y mejores alimentos para una población en crecimiento, por lo que el sector necesita salir del corto plazo: para tomar decisiones en cada nuevo ciclo productivo se necesita estabilidad de largo plazo. Es la única manera de poder invertir y obtener el máximo rendimiento posible.



**Vladimir Barisic**  
CEO de Argentina, Paraguay y Uruguay

**VITERRA ARGENTINA**

**Empleados:** 3000

1 En Viterra tenemos un objetivo claro para 2024: seguir creciendo en eficiencia, volumen y exportaciones de la mano de la sustentabilidad. Por eso, continuamos apostando a nuestro programa de medición de huella de carbono para sumar valor agregado a los granos y desarrollar nuestra actividad de manera responsable. Buscamos impulsar nuevas iniciativas que impacten positivamente en el medioambiente, como

también en las comunidades donde operamos

2 El 2023 fue un año sumamente desafiante. La falta de previsibilidad como producto de las diversas medidas políticas y económicas, sumado a la inflación/devaluación, han tenido un fuerte impacto en el negocio. En lo que refiere a la industria del agro particularmente, las pérdidas en las cosechas perjudicaron el rendimiento: a menor volumen de producción, menor capacidad de procesamiento en nuestras plantas, menor eficiencia y menores exportaciones

3 Invertir en infraestructura para mejorar la eficiencia y competitividad, reducir gradualmente hasta llegar a eliminar las retenciones a las exportaciones, e implementar una reforma laboral e impositiva son algunas de las políticas que consideramos necesarias para darle impulso al sector y seguir desarrollando la industria local.

**MAQUINARIAS AGRÍCOLAS**



**Marcus Cheistwer**  
Country Manager CNH Industrial Argentina

**CNH INDUSTRIAL**

**Empleados:** 500

1 Seguir abasteciendo al mercado argentino con soluciones a la medida de cada productor agrícola. El 80% de nuestro portafolio de producto se fabrica en Córdoba gracias a nuestro programa de nacionalización de piezas. En 2024 continuaremos fomentando el desarrollo

de proveedores locales para lograr una mayor integración en nuestro proceso de producción, en estos 10 años llevamos más de 50 proveedores desarrollados localmente.

2 A pesar del contexto del país, la sequía, las altas tasas de interés y las fluctuaciones en la logística mundial, 2023 fue positivo. Cumplimos 10 años produciendo en Córdoba con gran apoyo de los colaboradores, proveedores y concesionarios. Concluimos inversiones por u\$s 30 millones junto a nuestros concesionarios para rediseñar y modernizar áreas de producción en la planta, lanzar nuevos productos con más tecnología y conectividad, y mejoras en la red.

3 Medidas que promuevan y faciliten producir en el país para el mercado local y el externo. Medidas que permitan la competitividad y la visión a largo plazo, para la industria y los clientes. Fijar reglas de juego a largo plazo es vital para lograr más inversiones y confianza. La previsibilidad es clave para que las inversiones nos elijan. Financiación competitiva para clientes finales y una mejora estructural en la cadena de impuestos.



**ALIMENTOS**



**Rodrigo Alzueta**

Gerente General

**GARCÍA HNOS. AGROINDUSTRIAL - TREGAR**

**Empleados:** 600

1 Seguiremos invirtiendo para llevar nuestros productos a más puntos con una mejor cobertura geográfica, atendiendo nuevas demandas y tendencias de consumo para seguir cerca de nuestros consumidores. Continuar con la mejora continua en nuestros procesos para tener un crecimiento sustentable. Seguir desarrollando nuestra oferta exportable, basada principalmente en la categoría quesos, buscando el crecimiento en los mercados actuales y el desarrollo de algunos nichos de productos en nuevos destinos

2 Debimos responder con ductilidad a las dificultades que nos ha presentado la coyuntura local y adaptarnos a escenarios fluctuantes. Aun así, la Argentina es un país pleno de oportunidades y generoso con quienes invierten aquí su talento y su esfuerzo: el acompañamiento y el compromiso de todas las personas que formamos parte de la compañía y la preferencia de nuestros consumidores nos permiten atravesar adversidades

3 Que los productores de leche y las industrias procesadoras busquen objetivos comunes, apuntando a incrementar la competitividad, por medio de la transparencia institucional, la seguridad jurídica y la estabilidad económica. Hay que eliminar los derechos de exportación, lograr más mercados internacionales, reducir los niveles de evasión tributaria y generar herramientas de financiamiento de nuevas tec-

nologías y de capital de trabajo. Mejorar aspectos de infraestructura facilitadora del trabajo rural.



**Modesto Magadán**

Gerente General

**GRUPO ARCOR**

**Empleados:** 21000

1 Como principal empresa de alimentos del país y el exportador N°1 de golosinas de Argentina, Chile y Perú, seguiremos innovando en el negocio de Alimentos de Consumo Masivo, Agronegocios y Packaging, destacándonos por la gestión sustentable. Continuaremos abocados en la consolidación de las operaciones de la planta en Angola, en la expansión internacional de los negocios y en los proyectos de transformación digital que llevamos adelante tanto en el área industrial como en el sector comercial.

2 El año 2023 estuvo atravesado por un contexto desafiante principalmente a nivel local, con un alto nivel de incertidumbre, que nos obligó a focalizar en el día a día para garantizar la continuidad de las operaciones. Aun así, fieles a nuestro espíritu emprendedor y con foco en innovación y desarrollo, hemos lanzado productos que responden a las nuevas tendencias, entre los que se destacan snacks saludables y alimentos funcionales.

3 Creo que es importante lograr un ordenamiento de la macroeconomía con reglas de juego claras y



**Estamos mejorando  
la productividad  
agrícola mundial.**



**Y también  
el cuidado del  
agua del planeta.**

Visítanos en [corteva.com.ar](https://corteva.com.ar)

TM ® son marcas registradas de Corteva Agriscience y sus compañías afiliadas.  
©2023 Corteva.

 **CORTEVA**<sup>TM</sup>  
agriscience

**Estamos presentes,  
siempre.**

un horizonte de planeamiento que permita atraer e incentivar inversiones de calidad, y contribuir con el desarrollo y crecimiento de la economía del país. La Argentina debe generar acuerdos básicos con una mirada a largo plazo, con un marco de previsibilidad que acompañe decisiones de inversión y nuevos proyectos productivos.



### Juan Garibaldi

CEO y vicepresidente senior de Danone Cono Sur

#### GRUPO DANONE ARGENTINA

**Empleados:** 4100

**1** Frente a los cambios de contexto que sin dudas todos enfrentaremos, desde Danone sostenemos nuestra vocación de ser un actor relevante del sector alimentario y de contribuir, a través de nuestra actividad, al desarrollo productivo de la Argentina. Seguiremos trabajando para consolidar una estructura rentable y sostenible desde una triple mirada: económica, social y ambiental.

**2** Hace años venimos afrontando un aumento en la estructura de costos que no podemos trasladar a precios por las regulaciones y programas gubernamentales, lo que nos genera dificultades para la rentabilidad. Además, nos vimos impactados también por las restricciones a las importaciones de insumos y productos. Sin embargo, con esfuerzo de nuestros equipos en optimizar procesos y búsqueda de

eficiencias constantes, mantenemos el abastecimiento del mercado y nuestras líneas activas.

**3** Aspiramos a una mayor previsibilidad para poder pensar a largo plazo, y más colaboración público-privada para encontrar sinergias y articulación en pos de mayor producción y mejor calidad de los productos. Además, creemos en una Regulación por la positiva: trabajar con una mirada de triple impacto positivo es lo que posibilita a toda la sociedad obtener beneficios. Veo necesario repensar la falta de incentivos concretos a las empresas que operamos así, para inspirar y ser cada día más.



### Laura Bazzano

Gerente general de Argentina y Uruguay

#### HERBALIFE NUTRITION ARGENTINA

**Empleados:** 67

**1** Expectativas positivas a largo plazo en un mercado más abierto impulsarán apoyo a empresas y emprendedores, incluyendo Distribuidores Independientes. Nuestro segmento de bienestar es de rápido crecimiento. Seguimos invirtiendo en la fabricación local y planeamos expandir la fabricación de tres productos core en 2024 para atraer inversiones, empleo y abastecimiento clave.

**2** En 2023, enfrentamos altas tasas de inflación y desafíos en el suministro debido a la escasez de dólares. Sin embargo, un equipo interdisciplinario garantizó el suministro de

productos. El año cerró positivamente gracias a nuestros distribuidores independientes y colaboradores, logrando un crecimiento de ventas y compradores en comparación con 2022

**3** El sector privado requiere reglas claras y un plan macroeconómico que promueva la producción, empleo y reducción de impuestos. En la Argentina, se necesita enfocarse en la producción, inversión a largo plazo y un círculo virtuoso que genere prosperidad y bienestar para todos.



### Gustavo Kahl

CEO Marfrig Argentina

#### MARFRIG GLOBAL FOODS SA

**Empleados:** 2400

**1** Finalizaremos la ampliación de la capacidad de nuestra planta en San Jorge, Santa Fe. Además, seguiremos trabajando en reforzar nuestro liderazgo en el mercado de las marcas: Paty, Vienísima, Good Mark y GreenLife, con el objetivo de mejorar la oferta de productos para cada uno de nuestros clientes. También, consolidaremos nuestros programas sobre cuidado del medioambiente y sostenibilidad para reducir aún más las emisiones de carbono directas e indirectas.

**2** Este viene siendo un año complejo, con grandes desafíos marcados por el contexto económico desfavorable, la alta inflación y las limitaciones para exportar que presenta el mercado. Este

escenario nos empuja a ser creativos y contar con templanza y resiliencia para superar los obstáculos que se presentan en pos de continuar trabajando de cara a los objetivos de 2024.

**3** Toda medida que tenga como meta fomentar el consumo interno y la exportación de productos argentinos al exterior. Entre ellas se puede mencionar un tipo de cambio único y competitivo, como así también medidas que impulsen las exportaciones sin restricciones y las importaciones tanto de repuestos como de equipamiento y materias primas para que las compañías no deban parar la producción por falta de insumos indispensables para su correcta operación.



### Carlos Agote

Presidente de Mastellone Hermanos SA

#### MASTELLONE

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 339.800 millones

**1** La situación económica lidera las preocupaciones de nuestros consumidores, especialmente la inflación y la caída de sus ingresos. Estimamos que para el 2024 no se revertirán estos indicadores y vislumbramos una caída en el consumo masivo. La compañía seguirá poniendo el foco en la calidad, en el sostenimiento del abastecimiento de productos lácteos para el mercado interno y en el crecimiento de sus actividades de comercio exterior para aumentar los volúmenes

de exportación con valor agregado.

**2** Enfrentamos obstáculos que afectaron nuestra competitividad. Primero, los controles y congelamientos de precios, que impidieron trasladar el aumento de costos. En segundo lugar, los derechos a la exportación de leche en polvo, que, sumado al atraso cambiario con respecto a la inflación y a la caída de precios internacionales, afectaron la rentabilidad. En tercero, la sequía que soportó. Nuestro foco para 2024 estará puesto en nuestros costos y en mantener nuestra participación del mercado local.



### Agustín Llanos

CEO

#### MOLINOS RÍO DE LA PLATA

**Empleados:** 2500

**1** En Molinos tenemos un propósito que nos inspira: alentar a los argentinos a comer mejor en todo momento y lugar. Por eso, en 2024 seguiremos acercando a las familias argentinas productos cada vez más ricos, prácticos, saludables y accesibles. Impulsados por nuestra cultura de transformación, buscaremos la innovación constante para ser cada día más eficientes y cercanos, a la vez que continuaremos desarrollando en nuestros equipos las capacidades necesarias para la industria del futuro.

**2** Fue un año realmente muy desafiante para los argentinos. En Molinos,



**Lisicki Litvin**  
& Asociados

**Más de 35 años de experiencia**  
En la prestación de Servicios Profesionales



Impuestos



Auditoría



Consultoría



Servicios Legales

#### BUENOS AIRES

25 de Mayo 555,  
Piso 13, (1002ABK)  
25 de Mayo 432,  
piso 3 (C1002AKB)

(+54) 11 4891 6800

#### ZONA NORTE (GBA)

Dr. Luis García 695,  
Piso 8, Tigre, (B1648AEC)

(+54) 11 4891 6800

#### CORRIENTES

9 de Julio 1272,  
Piso 8, (W3400AYV)

(+54) 379 4432266

#### ROSARIO

Madres de Plaza de Mayo 3020,  
Piso 6, Torre Nordlink, (S2013SWJ)

(+54) 341 4461795

#### MENDOZA

Ruta Panamericana -  
Chacras Park -  
Edificio Ceibo,  
Piso 5 Of. 502, (M5505)

(+54) 261 5244806/7

#### CÓRDOBA

Humberto Primo 650,  
Piso 15, Of. 1501,  
Torre Capitalinas, (X5000FAN)

(+54) 341 4468300 / 341 4461795

#### SALTA

Alianza c/Estudio Campastro  
España 77, (A4400ANA)

(+54) 387 4312312

#### SAN LUIS

Corresponsal

(+54) 11 4891 6800

#### RIO NEGRO

**-VACA MUERTA-**  
Alianza c/Estudio Rizza  
Villegas 780,  
Cipoletti (R8324KUP)

(+54) 299 4774000

#### PARAGUAY

Torre World Trade Center -  
Av. Aviadores del Chaco 2050,  
piso 8 (1816), Asunción

(+54) 11 4891 6800

gracias al esfuerzo de nuestros equipos, pudimos mantenernos cerca de nuestros consumidores con marcas muy queridas y productos de calidad a la vez que continuamos invirtiendo en nuestra transformación digital. En 2024 continuaremos trabajando con confianza en el futuro y con la gratitud que nos da nuestro pasado y presente.

3 Es importante seguir colaborando con referentes de políticas públicas a nivel nacional, provincial y municipal con el objetivo de lograr una mejor alimentación para todos los argentinos. A su vez, es de suma importancia seguir una agenda que permita disminuir la carga impositiva, mejorar la infraestructura para hacer más accesibles los alimentos y promover reglas que permitan desplegar el potencial que tiene nuestro país para exportar nuestra cultura a través de los alimentos y nuestros vinos.



**Martin Antola**

Presidente de Cono Sur para Mondelez International.

**MONDELEZ INTERNATIONAL**

1 Continuaremos potenciando nuestras marcas core (Oreo, Terrabusi, Milka, Tang, Beldent, Clight) mediante la excelencia operativa para potenciar nuestro crecimiento tanto a nivel nacional como en Cono Sur. Seguiremos trabajando en acciones en materia de sustentabilidad, snackeo consciente

y diversidad, equidad e inclusión con el fin de seguir potenciando nuestra cultura y mantener el compromiso para con nuestros equipos y comunidades.

2 Dada la velocidad de un negocio dentro de consumo masivo, el entorno complejo y la falta de previsibilidad, dificultan la planificación. A pesar de esto mantene- mos un balance positivo. Seguimos invirtiendo en nuestras marcas y talento. Destacamos el compromiso de nuestro equipo para seguir construyendo juntos una cultura ganadora, en donde la gente siempre está en nuestro centro de las decisiones.

3 Estamos convencidos de la importancia de las alianzas, el diálogo y el trabajo conjunto entre el sector privado y público para que todos los argentinos puedan vivir en un país con políticas sostenidas a lo largo del tiempo. Asimismo, consideramos relevante continuar fomentando políticas que generen empleos de calidad.



**Gian-Carlo Aubry**

Presidente Ejecutivo para Argentina, Uruguay y Paraguay

**NESTLÉ**

**Empleados:** 2300

1 En Nestlé, creamos futuro para los argentinos, desarrollando nuestros negocios en el país. En café, buscamos seguir robusteciendo el segmento de cafés puros. En alimentos para

mascotas, impulsaremos el desarrollo de la nutrición avanzada. En cuanto a chocolates, desarrollaremos los segmentos más relevantes y, desde lácteos, impulsaremos el segmento orgánico. La sustentabilidad es una prioridad, con proyectos que buscan avanzar hacia 0 emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2050.

2 Fue un año desafiante con incertidumbre. Esto hizo que trabajáramos enfocados en mantener una operación eficiente. Nuestra prioridad fue acompañar al consumidor en una coyuntura desafiante, a la vez que buscamos mantener nuestro negocio saludable. También fue un año de buenas noticias: gracias a una inversión de más de u\$s 9 millones empezamos a producir fórmulas infantiles en el país. Además, estamos avanzando en sustentabilidad, trabajando con tamberos en prácticas de agricultura regenerativa.

3 Para darle impulso al sector de alimentos, consideramos que es importante generar una mayor estabilidad, previsibilidad y reglas equitativas, que contemplen las necesidades del sector. Además, particularmente para la industria láctea, es necesario generar acuerdos de exportación que nos permitan ser competitivos.



**Diego Serantes**

Gerente General de PepsiCo Alimentos Argentina.

**PEPSICO ALIMENTOS**

**Empleados:** 1200

1 En PepsiCo Argentina continuamos trabajando para alcanzar nuestro objetivo de duplicar el consumo de snacks per cápita, oportunidad que surge del benchmark con otros países de la región. Además, una de las claves para 2024 es apostar en la innovación que caracteriza a la compañía y seguir desarrollando nuevas texturas y sabores.

2 Los obstáculos estuvieron relacionados al contexto macroeconómico del país y a la implementación de la Ley de Etiquetado Frontal. Sin embargo, el balance fue súper positivo: presentamos nuevos sabores, como Lay's Cheddar, con el objetivo de seguir sorprendiendo a los consumidores; celebramos todos los tipos de amor con una campaña por el Día de los Enamorados con Doritos; e impresionamos a la generación Z, amante del picante, con el lanzamiento de la nueva plataforma de Flamin' Hot.

3 Aquellas políticas que otorguen previsibilidad y permitan la planificación e inversiones a largo plazo.



**Jose Chediack**

Presidente

**SOLFRUT (DIVISION ACEITES)**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 16.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

45.000 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 40 millones

**Empleados:** 229

1 A principios de 2023 inauguramos nuestra

nueva planta industrial de aceite de oliva virgen extra en la Ruta 40, Media Agua, San Juan, y duplicamos nuestra capacidad de molienda y acopio. En el 2024, según lo planificado iniciaremos la etapa 3 de inversión, relacionado con el área de fraccionado. Agronómicamente, continuaremos con la ejecución del plan de inversiones en olivares y pistachos en San Juan

2 Uno de nuestros principales obstáculos fue la inflación, que genera distorsiones en toda la cadena de valor. Por otro lado, el atraso cambiario provocó en nuestros productos de exportación, vinos y aceite de oliva, falta de competitividad, limitándonos en el mercado internacional. El apalancamiento requerido para las inversiones planificadas se vio altamente encarecido y elevó los costos de inversión por encima de lo planificado.

3 Es necesario por parte del Estado identificar las necesidades propias de las economías regionales para poder establecer políticas públicas para cada región y cada sector en especial, que ayuden a su desarrollo. Las políticas de largo plazo (fiscales, cambiarias, financieras) son fundamentales para disminuir la incertidumbre, en especial de aquellas inversiones que requieren tiempo para el ROI

**BEBIDAS CON ALCOHOL**



**Julio Freyre**

Gerente General CCU Argentina

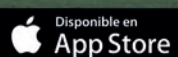
**CCU**



*Tu mundo  
al instante*



Descargá la App



**Empleados:** 1900

1 En CCU creamos experiencias para compartir juntos un mejor vivir, con nuestras personas y nuestro planeta. Queremos seguir consolidando nuestra posición multi-categoría y competir en cervezas, aguas, sidras, vinos y licores.

2 Incertidumbre económica, contexto electoral, gestión de importaciones, precios y costos. Sin embargo, ampliamos nuestra oferta con innovaciones como Heineken 0.0, Grolsch IPA y Red Ale, Salta Cautiva Negra y Bieckert e invertimos en nuestras marcas líderes: Schneider y Heineken, 1888 y Real, Graffigna y Colón. Además, concretamos el joint venture con Danone, formando Aguas de Origen y siguiendo con el liderazgo con Villavicencio, Levité, Villa del Sur, Ser y Brío.

3 Políticas que den previsibilidad a largo plazo: un tipo de cambio competitivo, simplificación y reducción de la carga tributaria; posibilidad de importar y exportar lo necesario para producir en nuestro país y reglas claras sobre políticas de precio harían la diferencia.



**Martín Ticinese**

Presidente de Cervecería y Maltería Quilmes

**CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES**

**Empleados:** 5917

1 La volatilidad y la situación de consumo va a seguir muy desafiante, es fundamental estar muy cerca de consumidores y clientes. Vamos a seguir

profundizando la digitalización del negocio para ofrecer un servicio cada vez más personalizado a través de nuestras plataformas digitales: Bees y Ta-Da. Además, vamos a seguir escalando Gauchada, nuestro primer negocio social, que busca reducir la inequidad y continuaremos trabajando en el compromiso de reducir la huella de carbono.

2 Afrontamos un escenario de alta volatilidad, acentuado por el contexto electoral, una alta inflación que afecta el consumo, y la falta de previsibilidad. Sin embargo, seguimos asumiendo riesgos y apostando por el país, con la inauguración de una línea de latas en Mendoza y logrando que dos de nuestras operaciones sean carbono neutral. Desarrollamos Bees para que nuestros clientes puedan pedir productos de otras empresas, e impulsamos el desarrollo de nuestras cervezas sin alcohol.

3 Para poder continuar invirtiendo, produciendo a nivel local, generando nuevos puestos de trabajo en todo el país y aportando al desarrollo socioeconómico con una mirada federal es clave tener previsibilidad y certezas a mediano plazo. Toda política que nos acompañe en este camino que hemos emprendido hace 133 años en Argentina, que impulse la producción, brinde incentivos a la inversión y a la incorporación de tecnología en los procesos, es valiosa para nuestra agroindustria.

**DIAGEO**

*Creating life, every day, everywhere*



**Gonzalo Aguirre**

Gerente general de Diageo para el Cono Sur

**DIAGEO ARGENTINA**

**Empleados:** 28

1 Nuestros principales objetivos son expandirnos a nuevas ocasiones de consumo y que nuestras marcas sigan creciendo en las categorías que integramos. En la Argentina, el 80% de nuestro negocio es de producción nacional gracias a alianzas con partners estratégicos que garantizan los estándares globales, con esto, capturamos el interés global de la compañía, lo cual podría captar mayor inversión.

2 Los temas asociados a las condiciones macroeconómicas, es el principal obstáculo que tuvimos que afrontar durante el año. La falta de claridad con los procesos de importación para garantizar la producción generó incertidumbre para la operación de la empresa. Además, los plazos de pago se alargaron, alcanzando los 180 días. También, la inflación es un factor que no deja de preocupar junto a la imposibilidad de aumentar precios, pues se deterioran los márgenes razonables que manejamos.

3 RSE: el programa Smashed, busca concientizar a los adolescentes, a través del arte y en un entorno positivo, sobre las consecuencias de iniciar el consumo de alcohol de manera temprana. Equidad en la comercialización: promover políticas públicas que fomenten condiciones equitativas para la comercialización, como: correcciones en el sistema impositivo para diferentes categorías de bebidas o promoción de un esquema impositivo que facilite la contribu-

ción al volumen de recaudación.

**BEBIDAS SIN ALCOHOL**



**Martín Cabrales**

Presidente

**CABRALES**

**Empleados:** 400

1 Seguir creciendo en el mercado nacional a partir de nuestros productos y experiencias premium hacia nuestros clientes y consumidores a la vez que seguimos trabajando en construir una proyección a nivel regional e internacional.

2 Los principales obstáculos fueron las restricciones a las importaciones, la falta de materia prima importada y la inflación. A pesar del contexto macroeconómico complejo, continuamos innovando e invirtiendo para que nuestros consumidores encuentren en nuestros productos momentos de felicidad.

3 Tener políticas claras que generen previsibilidad para planear nuestros planes de inversión a largo plazo como así también realizar la modernización laboral y la simplificación tributaria necesarias.



**Mariana Gallo Sacerdote**

Gerente General de PepsiCo Bebidas para Argentina y Uruguay

**PEPSICO BEBIDAS**

**Empleados:** 37

1 PepsiCo Bebidas está enfocado en fortalecer el portafolio de bebidas sin azúcar y calorías reducidas (actualmente el 87% es de 106 kcal o menos en Argentina). Además, resulta clave poder seguir desarrollando la agenda de innovación en el país (sabores, estrategias de marketing y comunicación, etc).

2 Si bien fue un año complejo en términos de coyuntura macroeconómica, logramos muchos de los resultados establecidos internamente. Continuamos con el posicionamiento y la innovación en bebidas energéticas: en enero presentamos el nuevo sabor de Rockstar Berries y en mayo homenajeamos a los trabajadores con una campaña de marca. Además, en la categoría de isotónicas continuamos posicionando a Gatorade como sponsor del fútbol argentino en el país.

3 Aquellas políticas que otorguen previsibilidad y permitan la planificación e inversiones a largo plazo.

**BODEGAS**



**Rodrigo Nazar**

CEO

**BODEGA ESCORIHUELA GASCÓN**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 12.000 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 2 millones

**Empleados:** 310

2 Inflación, desabastecimiento de materias primas, controles de



precios, leyes laborales, carga impositiva, restricciones controles al libre comercio internacional.

3 En primer lugar, el próximo gobierno deberá estabilizar la macroeconomía. Una empresa necesita predictibilidad básica para poder planificar y crecer. Un país necesita reglas claras, leyes acordes los tiempos de hoy, una visión global de la economía y una sociedad sana económicamente. En definitiva, pareciera que el próximo gobierno debería tener que plantear absolutamente todo nuevamente.

Luigi Bosca



### Alberto Arizu (h)

CEO de Bodega Luigi Bosca

#### BODEGA LUIGI BOSCA | FAMILIA ARIZU

Empleados: 246

1 La bodega sigue en proceso de expansión internacional y local, orientada a crecer con nuestros vinos de alta calidad. EEUU, Brasil, Reino Unido y China siguen siendo el foco de la estrategia internacional, principalmente con nuestro malbec y cabernet sauvignon. En el mercado local, seguiremos apostando a la tendencia DTC para potenciar nuestra plataforma de ventas digital y, por otro lado, posicionando la experiencia única que ofrecemos en nuestra casa familiar de Finca El Paraíso, en Mendoza.

2 Fue un año muy difícil

por el desafío de una economía sin rumbo, con inflación en niveles demasiado altos, con muchas regulaciones y restricciones que impiden un comercio exportador fluido y con niveles de desarrollo social de los peores vistos en décadas. Esto nos obligó a tomar medidas para postergar algunas acciones e inversiones a largo plazo.

3 El sector necesita exportar para crecer y salir de una parálisis que lleva varios años. Es fundamental ser competitivos y eso requiere de una economía estable, sin inflación, un tipo de cambio competitivo y una mayor apertura al mundo. Además, seguridad jurídica y financiera para incentivar las inversiones. Hoy en día el sector tiene todo lo necesario para exportar, pero el contexto

país y la exagerada carga impositiva, hace que la brecha de competitividad sea muy alta.



### Ana Viola

CEO

#### BODEGA MALMA

Facturación (e.) 2023:

\$ 980 millones

Facturación (p.) 2024:

\$ 1764 millones

Inversiones 2024:

\$ 263,5 millones

Empleados: 47

1 Expectativas: Estabilidad macroeconómica para poder proyectar con más seguridad. Proyectos: Continuar con el

crecimiento de la marca y región en Argentina y el mundo. Potenciar el proyecto turístico. Lanzamiento de nuevos productos ultrapremium.

2 La inestabilidad macroeconómica y la inflación. A pesar de estos dos obstáculos, se va a cerrar un año alineado con lo proyectado.

3 Frenar la inflación, ajustar tipo de cambio, bajar tasas de interés.

NORTON



### Rafael García

Director de Marketing & Comercial

#### BODEGA NORTON

# ACTITUD

Nuestro liderazgo está determinado por la actitud de nuestros colaboradores. Donde hay un líder hay un equipo de personas comprometidas y permeables. Comprometidas con un propósito común; permeables a la hora de intercambiar opiniones

y convivir con la divergencia. De esto nos nutrimos. Nos reconocemos innovadores: ávidos de nuevas experiencias, aprendemos de los errores y nos superamos. Porque una empresa abierta al cambio es una empresa viva.

Lideramos a nuestro modo: con propósito, actitud y resultados. LIDERAZGO MODO GENNEIA.

GENNEIA

# #1

#liderazgoMODOGENNEIA

1 Esperamos que el primer semestre de 2024 sea un período de transición, con un consumo más lento debido a los ajustes del nuevo gobierno. Sin embargo, creemos que el segundo semestre será más favorable, ya que tendremos un panorama más claro y podremos planificar el futuro. En general, consideramos que 2024 será un año difícil, pero mejor que 2023.

2 Este fue un año desafiante para el sector vitivinícola, pero también de oportunidades. En nuestro caso, logramos superar desafíos y alcanzar objetivos, aunque nuestra rentabilidad se vio afectada. Esto fue posible gracias a la capacidad de adaptación y a la visión estratégica de nuestro equipo. Teniendo en consideración, los retos que enfrentó el sector, como la presión para controlar los precios de venta al público, el aumento de los costos de producción y la cosecha menor de lo normal.

3 Creemos que lo más importante es la certidumbre y las políticas de mediano y largo plazo. Estamos constantemente en medidas de emergencia, pero no hay planes para el futuro. El sector necesita estas políticas para ser competitivos a nivel mundial, ya que exporta aproximadamente entre el 15 y el 20 % de su producción. Norton, por ejemplo, exporta más del 40 % de su facturación. Con tantos cambios durante este año, esto fue cada vez más complejo.



### **Eduardo H. Rodríguez**

CEO

#### **CORBEAU WINES**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 700 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 1500 millones

**Inv. 2024:** \$ 250 millones

**Empleados:** 60

1 El cierre de 2023 presenta muchos desafíos e incertidumbres. En el momento de esta respuesta no está claro quién será el nuevo presidente, lo que presenta ciertas dudas en cuanto a las políticas públicas y económicas que enfrentaremos. Apuntamos a crecer tanto en el mercado interno como potenciar nuestras exportaciones, conquistando nuevos mercados y desarrollando nuestras marcas. Invertiremos en sumar un nuevo viñedo e implementación de prácticas sustentables, tema que marca la agenda mundial.

2 La incertidumbre de un año con agenda electoral hace que la economía y la producción se enfrenten a innumerables desafíos. Sobre todo, la fuerte aceleración de la inflación, sin saber cuál será el rumbo que tome nuestro país a partir del 2024 ya que las propuestas de los candidatos son con marcadas diferencias de agenda. En síntesis, atravesamos un año cargado de incertidumbres y estamos ingresando a un 2024 que, a pesar de tener una definición política, el panorama demorará en clarificarse.

3 En este contexto lo más importante es ordenar la macroeconomía y reducir sustancialmente el déficit fiscal para desacelerar la inflación. Encontrar un tipo de cambio competitivo para poder potenciar exportaciones que generen ingresos de divisas a nuestro país,

algo que necesitamos para restablecer el orden monetario. Así como también, comenzar a pensar en un país abierto al mundo, con lazos comerciales y acuerdos bilaterales en los que no influya la ideología geopolítica.



### **José Alberto Zuccardi**

Dueño

#### **FAMILIA ZUCCARDI**

**Empleados:** 900

1 Estamos comenzando la construcción de un nuevo sector de producción de vinos naturales bajo Bodega Santa Julia en Maipú, que estará acompañado de nuevas instalaciones de enoturismo que se sumarán a nuestros restaurantes ya existentes. Adicionalmente, estamos trabajando en el desarrollo de nuevas instalaciones productivas en Valle de Uco, con el fin de concentrar allí la elaboración de la mayor parte de los vinos que provienen de esa región.

2 El principal obstáculo que enfrentamos fueron los altos niveles de inflación y un tipo de cambio oficial que no ha acompañado este aumento de costos y ha provocado pérdida de competitividad y mercados. Además, con las restricciones a las importaciones, se han generado muchas dificultades para el acceso a insumos productivos. Por otro lado, pese a que tenemos una balanza comercial netamente positiva, la posibilidad de acceder al mercado único libre de cambios es casi

nula. Eso está produciendo, entre otros inconvenientes, la imposibilidad de pagar servicios que usamos en el exterior y los pocos insumos importados que tenemos.

3 La eliminación de derechos de exportación para el sector vitivinícola ha sido una medida favorable pero, lamentablemente, insuficiente. Es fundamental que la política cambiaria para empresas que generan divisas para el país sea diferenciada, de forma clara y permanente. También que el acceso a divisas extranjeras para cumplir compromisos comerciales con el exterior sea más fluido, ya que el riesgo de incumplimiento puede producir pérdidas de mercados y, por ende, menos posibilidad de contribuir con dólares a la economía del país.



### **Rubén Panella**

Presidente

#### **FECOVITA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 300 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 330 millones

**Inv. 2024:** u\$s 5 millones

**Empleados:** 1000

1 El 2024 estaremos acompañando a nuestros consumidores con acciones promocionales y nuevas presentaciones que alivien el bolsillo de los argentinos. Otro objetivo que renovamos todos los años es el de consolidar nuestro liderazgo del mercado interno y seguir mejorando nuestro nivel de servicio. En comercio internacional, proyectamos

aumentar participación en los países donde ya estamos establecidos y abrir nuevos mercados con nuestras bodegas de media y alta gama. Por los precios internacionales que venimos viendo esperamos un buen año para el mosto argentino.

2 Las dificultades climáticas y principalmente las heladas. Tuvimos la cosecha más baja de los últimos 50 años. Sin embargo, gracias al excelente trabajo de nuestras cooperativas pudimos abastecer todos nuestros mercados. Otro gran inconveniente fue el aumento constante de costos de insumos. Somos una empresa que nuclea a más de 5000 pequeños productores, que luego de varios años lograron colocar su producción a un valor que les permitió estar por encima de los costos por el aumento de la uva. Tuvimos que ser muy eficientes para llegar al mercado con precios competitivos.

3 Tasas preferenciales para inversión de capital de trabajo. Políticas de comercio internacional que fomenten acuerdos con la finalidad de bajar aranceles con la mayor cantidad de países. Por último, paridad cambiaria que sea favorable en términos de intercambio y mantener la eliminación de retenciones a las economías regionales.



### **Rafael Calderón**

Gerente General

#### **GRUPO AVINEA**

**Facturación (e.) 2023:**



Todo  
lo que te  
mueve

**Nos mueve explorar nuevos caminos para acercarte más y mejores soluciones de movilidad.**

Alquilá el Toyota que quieras, cuando quieras, **desde la App Kinto Share Latam**

**KiNTO**

PAUTA VALIDA PARA LA REPUBLICA ARGENTINA – Imágenes Ilustrativas. Para mayor información respecto del Servicio Kinto diríjase a [www.kintomobility.com.ar](http://www.kintomobility.com.ar) y/o comuníquese al 0800-888-6624 (MOBI) Toyota Argentina S.A. – CUIT: 33-67913936-9 – Planta Industrial Zarate: Ruta 12, Km 81 (B28000FA)

u\$s 24,2 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 26,1 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 2,5 millones

**Empleados:** 210.

Moët Hennessy



**Gustavo Perosio**

Director General

**MOËT HENNESSY ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

30.275 millones

**Inversiones 2024:** \$

7322 millones

**Empleados:** 500

1 Siempre nos enfocamos en el largo plazo. Para 2024 nuestra prioridad seguirá siendo la promoción de nuevas ocasiones de consumo y fomentando el crecimiento del mercado de los espumosos. Continuaremos impulsando nuestros vinos y nuestro prestigioso portfolio de champagne, maltas y cognac. Trabajaremos para reforzar nuestras relaciones con nuestros clientes y proveedores. Seguiremos ejecutando nuestro plan de inversiones estratégicas, orientado hacia un crecimiento sostenible y a largo plazo.

2 La principal dificultad estuvo relacionada con la escasez de uva, ocasionada por una helada tardía a fines de 2022 lo que generó un incremento de los costos en toda la industria vitivinícola. La situación económica, la inflación y algunas restricciones representaron desafíos significativos para todos los actores del mercado. A pesar de los obstáculos, ha sido un año positivo para nuestras

marcas. Hemos continuado fortaleciendo nuestra posición de liderazgo en la categoría espumosos.

3 Los desafíos del próximo gobierno serán la búsqueda de la estabilidad económica y la restauración de niveles de inflación razonables. Tener un tipo de cambio estable, pero a la vez competitivo para generar previsibilidad de largo plazo, es fundamental. Nuestros objetivos siempre están orientados hacia el largo plazo basados en la solidez de las marcas y el apoyo mutuo de clientes y proveedores.

BODEGA TRIVENTO ARGENTINA



**Marcos Jofré**

CEO

**TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 54,3 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 60,7 millones

**Inversiones 2024:** u\$s

5,3 millones

**Empleados:** 391

1 Tenemos un ambicioso plan de crecimiento para los próximos años tanto a nivel del mercado local como en exportaciones. Este se sostiene en la construcción de marca en mercados clave como Reino Unido, EEUU, Brasil, México y Argentina. Consolidando las líneas Trivento Reserve, Private Reserve y Golden Reserve. Además, estamos desarrollando nuevos negocios en el mercado asiático, mediante la introducción de nuestro innovador white malbec, y el lanzamiento de la división de vinos de lujo.

2 Ha sido un año de-

safiante para la industria por la caída del consumo. A pesar de esto, el balance es positivo: logramos crecer en ventas netas, fortalecer la participación en los mercados clave y enfocarnos en productos de alto valor. Los problemas cambiarios y la devaluación del peso siguen afectando los márgenes y la inversión. Los límites de ajuste en la venta al supermercado no acompañan la inflación de los costos. La dificultad para pagar servicios al exterior también es un obstáculo.

3 Es necesario contar con más tratados comerciales que equiparen la competencia global. Evitar el regreso de retenciones en exportación y reducir la carga impositiva son imperativos para el sector. Es vital el apoyo a los pequeños productores para afrontar las demandas de eficiencia y calidad en un sector en evolución. Además, la estabilidad macroeconómica permitirá establecer acuerdos comerciales duraderos y realizar inversiones en la construcción de marcas, con miras a un crecimiento sostenible.



**AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

dentsu



**Leandro Zumárraga**

CEO

**DENTSU**

**Empleados:** 521

1 Somos optimistas respecto a las proyecciones de crecimiento con base en nuevos clientes ganados, crecimiento orgánico de nuestros clientes y ampliación de nuestro portfolio de servicios como gaming, conenido, data y tecnología basada en IA. Continuaremos enfocados en el crecimiento de la exportación de servicios de nuestras unidades de negocio de medios y creatividad y profundizando nuestra agenda de RSE siguiendo nuestro propósito de convertirnos en agentes de cambio positivo para la sociedad.

2 Los desafíos estuvieron relacionados con la atracción de talento y gestión de los márgenes operativos en un contexto macroeconómico recesivo y con alta inflación. Fue un año positivo. Superamos nuestras metas de crecimiento con nuevos clientes como Netflix, Dia, KLM, Shiseido y el crecimiento orgánico de clientes existentes. Ganamos un Grand Prix y tres leones en Cannes Lions con Scrolling Therapy y Great Place to Work nos certificó como uno de los mejores lugares para trabajar en el país.

3 Políticas públicas que alienen la exportación de servicios a través de beneficios fiscales y reducciones de cargas sociales para la incorporación de nuevos empleados.



**Andrés Bidart**

Presidente

**SENTIDOS**

**Empleados:** 273

1 Frente a los cambios previstos en el país se presentan nuevas oportunidades. Nuestros proyectos apuntan a contribuir a estos cambios y completar la expansión e integración regional. La dinámica del mercado producto de la tecnología y los nuevos hábitos, genera desafíos para compañías con capacidad de adaptación. Es ahí donde nos sentimos cómodos ofreciendo soluciones en comunicación, publicidad, e-commerce, contenidos y data, para lo cual llevamos años trabajando e innovando para esta realidad

2 Este año nos encontramos fuertemente consolidados y satisfechos de haber podido cumplir con los objetivos propuestos pese a las contingencias del escenario complejo de inestabilidad económica, inflación y nueva dinámica económica global. Hemos conformado un equipo sólido y eficiente, que está a la vanguardia de la industria, siempre acompañados por los mejores talentos. Esto nos lleva a estar siempre preparados para los mayores desafíos.

3 Creemos que lo único permanente es el cambio, en una industria de innovación y desarrollo permanente, el principal desafío es entender y predecir el comportamiento de las audiencias, cada vez más fragmentadas, serían interesantes algunas políticas públicas que normalicen la dinámica del sector. Entendiendo a los distintos actores de nuestra industria, su valor de aporte y su eficiencia, por el valor de las ideas, como el eje diferencial al seleccionar un prestador para un determinado servicio.



En **UCEMA** tenemos la misión de formar profesionales líderes que contribuyan a un mundo más libre, próspero y justo.



UNIVERSIDAD  
DEL CEMA

**UCEMA**

Untold\_



### Darío Straschnoy

CEO & Fundador

#### UNTOLD\_

**Empleados:** 113

- 1 El objetivo para 2024 es crecer y fortalecer la presencia del ecosistema donde tenemos oficinas: Buenos Aires, Santiago de Chile, San Pablo, Bogotá, Medellín, Ciudad de México, Lima y Miami. Queremos seguir creciendo en Centroamérica y expandirnos a Europa.
- 2 El gran desafío fue la crisis económica que está atravesando el país. En este contexto, lograr interpelar a un consumidor que hoy tiene el foco de su preocupación puesto en problemas económicos cotidianos, es un poco más complejo. Por eso para nosotros fue un año de mucha creatividad, de ideas nuevas y de encontrar las soluciones a lo que necesita cada cliente. Crecer con nuevos clientes y mercados en Centroamérica y el Caribe, y fortalecer nuestra presencia en EE.UU.
- 3 Es necesario asegurarnos un camino de previsibilidad y estabilidad económica y financiera para que las empresas puedan seguir invirtiendo en nuestro país y seguir confiando en nuestra industria.

VEN DA VAL



### Lucía Villamil

COO

#### VENDAVAL AGENCY

- 1 Nuestras expectativas tienen que ver con seguir expandiéndonos regionalmente. Estamos trabajando para México y Chile y el foco de crecimiento estará en esos mercados y en los proyectos regionales. Nuestra búsqueda es siempre la de hacer un buen trabajo para nuestros clientes actuales, ayudarlos a resolver problemas de negocio a través de la estrategia y de la creatividad.
- 2 El 2023 lo arrancamos con marcas como JetSmart, Banco Hipotecario, nuevas marcas de Arcor, y proyectos regionales como Rappi o social learning. Seguimos afianzando la relación con nuestros clientes actuales. Tuvimos incorporaciones importantes como Ale Blanc, como partner & VP creativo. Los obstáculos aparecieron hacia fin de año con incertidumbre por el contexto del país, pero con clientes trabajando como partners y encontrando la forma de lograr acuerdos.
- 3 A nuestra industria le haría bien mejorar las condiciones tributarias y de exportación e importación de servicios, tales como reducción de impuestos y menos cargas sociales, apertura a la compra y venta de servicios en el mercado internacional. También incentivos a pymes y créditos para contrarrestar la crisis económica.

WUNDERMAN THOMPSON



### Victoria Cole

CEO

#### WUNDERMAN THOMPSON ARGENTINA

**Facturación (e.) 2023:** 9700 millones

**Empleados:** 673

- 1 Seguir acompañando a nuestros clientes en su crecimiento, cuidando a nuestro talento, capacitándolo y potenciándolo. Haciendo que tenga un buen equilibrio entre vida y trabajo. Continúan los planes en los EE.UU. y en el mercado local y regional, creación no solo de campañas sino de productos y servicios que estén al servicio de las personas con impacto humano.
- 2 Comprometidos con la innovación en un mundo en constante evolución, modificamos nuestra estructura para fortalecer nuestra posición en el mercado. Brindamos excelencia a clientes y generamos soluciones creativas en growth, business y martech (media, datos, tecnología, ecommerce). Desarrollamos acciones para atraer talento y superar obstáculos como disponibilidad de moneda extranjera, limitaciones en pagos al exterior, inflación, tipo de cambio y cargas sociales
- 3 Liberación del tipo de cambio y medidas tendientes a reducir cargas sociales para incorporar mas personal.

#### CENTRAL DE MEDIOS

agencia QUIROGA



### Gustavo Quiroga

CEO & Founder

#### AGENCIA QUIROGA

**Empleados:** 60

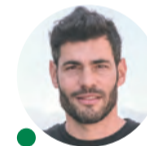
- 1 Nuestro principal pro-

yecto es continuar con el crecimiento y expansión que estamos desarrollando en América latina. A su vez vamos a potenciar el desarrollo de nuevas herramientas en el la industria del conocimiento dado que somos la única compañía independiente en nuestra región.

- 2 Las distintas inestabilidades que enrarecieron el clima de negocios en la región. A pesar de ello estamos cerrando un buen año para la agencia y nuestras expectativas siguen intactas.
- 3 Agencia Quiroga está comprometida a seguir trabajando para ofrecer soluciones efectivas y creativas que satisfagan sus necesidades de comunicación.

#### RECUROS HUMANOS

bonda



### Brian Klahr

Co-Founder

#### BONDA

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 2,5 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 3 millones

**Inv. 2024:** u\$s 3 millones

**Empleados:** 92

- 1 El objetivo principal para 2024 es fortalecer las operaciones en la región, en especial en México y Colombia, y alcanzar al menos un 30% más de clientes en comparación con 2023 y sumar 400 nuevos clientes. También proyectamos duplicar nuestra inversión en la región. A futuro, no descartamos abrir nuevos mercados en Ecuador y Panamá, y más adelante, también en Brasil y Estados Unidos.
- 2 Con la operación

concentrada en Argentina (84 de los 92 colaboradores se encuentran en el país), el principal obstáculo que hallamos es el contexto económico local tan complejo que atravesamos, profundizado por la incertidumbre económica en la previa a las elecciones presidenciales. Ello deriva en que la competitividad salarial y la proyección de precios y costos a largo plazo sean dos desafíos permanentes. Comercializar nuestra solución en otros mercados nos brindó el acceso a una facturación en monedas estables, destinada a la inversión en recursos humanos y acciones de marketing para profundizar la expansión.

- 3 En el complejo contexto económico que atraviesa la Argentina, el impacto de los pagos impositivos representa un costo muy alto. Por esto, una serie de políticas para el alivio fiscal contribuirían enormemente a reducir las pérdidas económicas que enfrenta el sector y contribuirían con su crecimiento a través de la reinversión.

#### RESEARCH Y CONSULTORÍA

KANTAR IBOPE MEDIA



### Ariel Hajmi

CEO de Kantar IBOPE Media Argentina, Chile y Uruguay

#### KANTAR IBOPE MEDIA

**Empleados:** 250

- 1 2024 será un año bisagra en nuestro negocio ya que lanzaremos la medición cross-media que genera un antes y un después en la historia de la medición en Argentina.

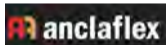
# Tu vida nos inspira.

89 años cerca tuyo,  
impulsando tu  
bienestar y el de  
tu familia en cada  
etapa de la vida.

- 2 El contexto macroeconómico local, la altísima inflación y las demoras en las importaciones.
- 3 Más que una política en particular, considero que es vital que Argentina retome la senda de crecimiento con mayor estabilidad y previsibilidad económica. Nuestra actividad se nutre de las inversiones publicitarias, que se ralentizan en contextos recesivos.

### Construcción, infraestructura y mercado inmobiliario

#### INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN



#### Emiliano Bonfiglio

CEO de Anclaflex

#### ANCLAFLEX

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 3000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 4000 millones

**Inv. 2024:** \$ 600 millones

**Empleados:** 140

- 1 Para el primer trimestre proyectamos alcanzar una operación completa en el polo industrial de Gral Rodríguez. Esto fortalecerá nuestra capacidad para brindar un servicio de alta calidad a la red de distribución y aumentar la eficiencia operativa. Nos comprometemos con el lanzamiento de nuevos productos y la investigación y desarrollo de nuevas materias primas y aplicaciones. La capacitación es esencial para el desarrollo del negocio y

el crecimiento personal y profesional.

- 2 El abastecimiento de materias primas es un desafío. Nos enorgullece afirmar que enfrentamos esta dificultad con éxito gracias al trabajo de investigación y desarrollo. A pesar de la situación económica e incertidumbre política, mantenemos el compromiso de mejorar el servicio para nuestra red de distribuidores. Aunque debemos transitar el tramo final del año, el balance es positivo. Estamos preparados para afrontar cualquier escenario económico, reforzando la confianza en el futuro.
- 3 Las pymes demostraron una gran capacidad de adaptación, siendo responsables del 70% de la generación de empleo. La inversión en infraestructura juega un papel crucial al facilitar el acceso a materias primas y mercados, simplificando así las operaciones empresariales. El sector se vería fortalecido con la implementación de líneas de crédito con tasas favorables, reducción de impuestos en construcción, creación de programas de vivienda e incentivos para fomentar exportaciones.



#### Walter Barbieri

Director de Barbieri

#### BARBIERI

**Empleados:** 311

- 3 Desde Barbieri, consideramos que promover políticas y alianzas públicas es fundamental para abordar el déficit habitacional a nivel nacio-

nal. A su vez, fomentar la construcción de viviendas sostenibles logrará impulsar la urbanización inclusiva, estimular la economía y minimizar el impacto ambiental.



#### Dario Giarrocco

Director General

#### HÄFELE ARGENTINA

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 22,3 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 23,6 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,6 millones

**Empleados:** 70

- 1 Continuar liderando el sector, incorporando nuevas soluciones técnicas y tecnológicas, para abastecer la industria de fabricación de muebles, el diseño de interiores y la arquitectura.
- 2 Las principales complejidades que debimos atender se relacionaron con las políticas de importación y al pago a proveedores. Hubo cambios y demoras que afectaron la dinámica de la operación y generaron restricciones en término de negocios.
- 3 El acceso al créditos para la adquisición de viviendas o refracciones, sin lugar a dudas, generaría una mayor dinámica en el sector. Representaría una herramienta que potencie la comercialización del portfolio de productos y soluciones que Häfele ofrece al mercado, y ampliaría las posibilidades de la optimización y el confort de los espacios que habitamos.



#### Christian Dedeu

CEO

#### HOLCIM ARGENTINA

**Empleados:** 1300

- 1 Nuestra estrategia de negocios se centra en descarbonizar la construcción, acelerar el crecimiento sostenible, incrementando la diversificación de nuestros productos con soluciones sostenibles para el sector y el medio ambiente. En los últimos 5 años invertimos en el país, con Holcim, Disensa y Geocycle, más de u\$s 200 millones en nuevas plantas, mejorar procesos productivos y lanzar productos. Y así, vamos a continuar en 2024, para seguir presentes desde los cimientos al techo de los hogares.
- 2 Creemos que la incertidumbre y falta de reglas claras son factores que dificultan el crecimiento y la inversión. Las restricciones a las importaciones y los controles de precio afectan la actividad del sector. A pesar de todos esto, el 2023 fue un hito para Holcim: invertimos en dos plantas de Geocycle en Córdoba, para soluciones circulares en gestión de residuos; inauguramos la planta de revoques y adhesivos en Córdoba, produce la marca Tector; e ingresamos al mercado de pinturas, con Quimexur.
- 3 Nuestro país tiene todo para crecer si se establecen acuerdos básicos y reglas claras, pero perdurables en el tiempo. Para el desarrollo y crecimiento es esencial un compromiso colectivo de cambio y transforma-

ción; para poder generar mayor empleabilidad por parte del sector privado. En este sentido, la reactivación de la obra pública y las licitaciones de grandes obras, empujan el crecimiento del sector como también contar con opciones de financiación para obras privadas.



#### Sergio Faifman

CEO

#### LOMA NEGRA

**Empleados:** 1825

- 1 Uno de los proyectos destacados es la migración a envases de 25 kg por el cual estaremos invirtiendo alrededor de u\$s 100 millones. Además, las inversiones en capacidad de los últimos años realizadas por la empresa nos permitirán continuar reafirmando nuestra posición de liderazgo en la industria, con una operación más eficiente y mayor disponibilidad de producto para los clientes.
- 2 La creciente volatilidad de las variables económicas y la incertidumbre propia de un año electoral hicieron del 2023 un año con muchos desafíos. Luego de un 2022 récord para la industria y para Loma Negra hemos logrado mantener el nivel de actividad dando muestras de la fortaleza del sector. Un balance nos permite reconocer que si bien los volúmenes de despacho se encuentran levemente por debajo, alcanzaremos el segundo mejor registro de la historia, solo detrás de 2022.
- 3 Nos encontramos en una gran posición para



De bienestar a

**muy**

**bienestar.**



acompañar el desarrollo del país. Si como resultado de las elecciones se normaliza la situación macro y se genera un escenario de previsibilidad, la industria verá una importante alza en la demanda. Una economía estable permitiría un mercado financiero más tranquilo, que daría lugar a una oferta de créditos, incluyendo créditos hipotecarios que impulsarían una solución a la crisis habitacional local.



**Fernando Martínez**  
Presidente

#### MUCHTEK, TECNOPERFILES GROUP

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 45 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 54 millones

**Inv. 2024:** u\$s 2 millones

**Empleados:** 300

1 Somos la primera empresa argentina que fabrica y distribuye perfiles de PVC para aberturas de media y alta prestación en el país y América latina. Innovamos, invertimos y apostamos a continuar en la senda de crecimiento y expansión en el mundo. Este año lanzamos la nueva identidad corporativa Muchtek tecnoperfiles Group dentro de un plan de internacionalización; que no implica un cambio de mando sino que continúa liderada por su fundador, Fernando Martínez, y que persigue alcanzar nuevos mercados

2 A pesar del complejo contexto local y mundial, transitamos un muy buen año comercial. Apos-

tamos a tecnología de punta e inversiones estratégicas que nos permiten ampliar la capacidad productiva e infraestructura para dar respuesta a la creciente demanda con procesos y productos cada vez más eficientes. Nuestra trayectoria, experiencia, innovación y solidez en el mercado avalan este presente de internacionalización, ingresando con nuestros productos a Estados Unidos y próximamente a España

3 La recuperación de la industria, y el impulso a través de créditos para nuevas viviendas y refacciones, siempre contribuyen al crecimiento del sector. Si se logra una mayor estabilidad económica, se reflejará naturalmente en una mayor seguridad para invertir y seguir creciendo.



**Pablo Feresini**  
Director General

#### ROTOPLAS ARGENTINA

**Inv. 2024:** u\$s 5 millones

**Empleados:** 800

1 Para el 2024 mantendremos el compromiso de seguir ofreciendo soluciones innovadoras para el ciclo del agua. Nos encontramos en plena fase de expansión y tenemos previsto ejecutar un plan de inversiones para ampliar nuestra capacidad productiva, lanzar al mercado productos con los más altos estándares de calidad y ganar nuevos mercados internacionales. Nuestro objetivo es seguir siendo un referente en la industria del agua

para que cada vez más personas tengan más y mejor agua.

2 Nuestras soluciones para el ciclo del agua abastecen dos mercados: construcción y electrodomésticos y han afrontado las dificultades de la industria nacional. Si bien el balance es bueno en términos generales, el contexto inflacionario, la restricción a la importación, el aumento de precios de insumos sumado a la incertidumbre propia de un año electoral nos exige ser cada vez más creativos, estratégicos y eficientes para seguir atendiendo a nuestros clientes con la calidad que nos caracteriza.

3 En la Argentina, el acceso al agua y saneamiento presenta muchos desafíos y hay mucho por hacer. Creemos que es crucial abordar cuestiones como el acceso al saneamiento. Las políticas colaborativas, como las alianzas público-privadas, pueden ser una gran solución para esta problemática que afecta al 50% del país. Estamos dispuestos a trabajar juntos para asegurar un acceso universal al agua segura y al saneamiento, mejorando así la calidad de vida de las personas.



**Mariano Bó**  
CEO de clúster sur Latam

#### SAINT-GOBAIN

**Empleados:** 1285

1 Tenemos una visión optimista sobre las expectativas para 2024 con grandes oportunidades de negocios. En cuanto a

los proyectos venideros están relacionados con la innovación, la sostenibilidad y la productividad. Como en años anteriores nuestro foco está en lograr los objetivos ambientales con metas parciales para 2025, 2030 y 2050.

2 Este año fue muy cambiante y fluctuante para la actividad del sector, con un contexto local y regional complejo, caracterizado por una desaceleración económica y una mayor inestabilidad, que nos exige adaptarnos con agilidad y resiliencia para minimizar los impactos negativos y alcanzar los mejores resultados.

3 Las políticas públicas a largo plazo son las que brindan cierta estabilidad a este sector de la industria. Los gobiernos, las compañías y los individuos deben impulsar proyectos y políticas que fomenten las buenas prácticas sustentables y el cuidado del medioambiente. También se necesitan soluciones cuantitativas a la problemática de la vivienda, generar menor impacto ambiental con la construcción y trabajar con materiales que faciliten un mejoramiento del hábitat.



**Guido Di Toto**  
General Manager South Latam

#### SIGNIFY

1 Nuestra principal expectativa para 2024 es poder eliminar las barreras de entrada a la iluminación inteligente en los hogares argentinos

y, para lograrlo, trabajamos incansablemente en distintos proyectos que responden a la transformación de la iluminación como se la conoce hoy en día en los que priorizamos la sustentabilidad y la construcción consciente.

2 Los cambios en los hábitos de consumo nos desafiaron a seguir impulsando la transformación digital. Estamos finalizando un muy buen año en el cual hemos logrado generar ventajas competitivas en muchos de nuestros clientes, a partir de una transformación de sus negocios impulsados por nuestras soluciones.

3 Las políticas deben estar enfocadas en facilitar el acceso a la tecnología e impulsar la industria de la innovación. Principalmente, contribuir con la planificación estratégica a través de una mayor previsibilidad y estabilidad económica.

#### CONSTRUCTORAS



**Juan Pablo Rudoni**  
Presidente

#### ECOSAN

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 50 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 65 millones

**Inv. 2024:** u\$s 5 millones

**Empleados:** 280

2 La inflación genera grandes dificultades a todas las industrias. En lo que respecta a Ecosan, fue un año desafiante y de apostar para generar un crecimiento sostenido, trabajamos en muchos proyectos en simultáneo, logrando posicionar a la construcción modular y su alto rendimiento en el



# Nuevo Polo

El nuevo Volkswagen de tu vida



mercado. La demanda y las ganas de crecer nos van llevando hacia otros rumbos, siempre con el foco puesto en la innovación constante en nuevas unidades de negocios.

3 Impulsar los créditos para la vivienda, incentivos para la construcción, una baja impositiva en el sistema constructivo. Sería muy importante para fomentar la inversión privada y, también, la política pública de construcción de vivienda social, haría crecer mucho el sector de la construcción en general y, en particular, el nuestro.

sacde



### Damián Mindlin

Presidente

#### SACDE

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 950 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 800 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 30 millones

1 Esperamos mantener el nivel de actividad en nuestros más de 30 proyectos en ejecución en Argentina. Uno de nuestros focos seguirá siendo el sector de gas y petróleo, principalmente en el desarrollo de la infraestructura en Vaca Muerta, y a la espera de que se concreten nuevas inversiones en materia de energía. Continuamos con la ejecución de plantas de tratamiento de gas y petróleo y ductos, y proyectos relevantes de energía, en donde se destaca la finalización de la ampliación y cierre de ciclo de la Central Termoelectrónica Ezeiza, que permitirá duplicar la potencia

instalada. Seguiremos avanzando con el Parque Eólico Pampa Energía VI, el Aprovechamiento Hidroeléctrico Multipropósito El Tambolar en San Juan y la ejecución de obras de transporte en varias provincias del país.

2 Consideramos los desafíos de un contexto general complejo y cambiante y estamos comprometidos a llevar adelante todos los proyectos con mucha atención y en diálogo permanente con nuestros clientes y proveedores estratégicos. Este año fue altamente positivo, nos permitió consolidarnos una posición de liderazgo dentro del sector vinculado a la construcción de obras de infraestructura que impactan positivamente en el desarrollo productivo del país. La finalización del GPNK se constituyó como el gran desafío profesional y de organización.

3 Todas aquellas políticas públicas que contribuyan a impulsar el desarrollo y a generar las mejores condiciones de inversión. Desde darle mayor estabilidad y previsibilidad al marco legal y normativo a largo plazo, hasta un mejor acceso al financiamiento y la adecuación de la carga impositiva que afecta a los proyectos de inversión, entre otras.

TECHINT  
Ingeniería y Construcción



### Oscar Scarpari

CEO

#### TECHINT INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 370.198 millones

#### Facturación (p.) 2024:

\$ 604.551,4 millones

**Empleados:** 8722

1 Preveamos alta actividad a nivel global y obras clave de infraestructura y producción energética en Argentina. Con la puesta en marcha del GPNK, ejecutado en tiempo récord con Sacde, esperamos que se profundicen las inversiones en Vaca Muerta para seguir desarrollando su capacidad exportadora, pero también vemos mucho potencial en materia de transición energética y minería.

2 El GPNK se realizó en solo 10 meses. Para ello, fue necesario un esfuerzo logístico muy grande para contar con más de 2000 equipos que, en parte, debimos traer desde Chile, Perú, México y Estados Unidos. Eso implicó mucha planificación y gestión de equipos, que muestra la solidez de los procesos detrás del músculo de Techint, pero también el acompañamiento fundamental que tuvimos de Enarsa y todos los actores con una gran articulación público-privada.

3 Argentina está ante una oportunidad enorme de seguir desarrollando el sector energético, lo que implica la realización de grandes obras de infraestructura. Para ello, hace falta planificación, articulación público-privada y previsibilidad que permitan llevar adelante y darle continuidad a proyectos transformadores de esta complejidad, como se hizo con el GPNK con plazos que son un ejemplo a nivel internacional.

#### REAL ESTATE

Colliers



### Alejandro Badino

Managing Director

#### COLLIERS INTERNATIONAL ARGENTINA

1 Nuestros planes para 2024 son cautelosos pero desafiantes. Aunque enfrentamos una incertidumbre total, estamos trabajando arduamente para desarrollar una nueva unidad de negocios que nos permitirá ampliar nuestro mercado y brindar un servicio aún mejor a nuestros valiosos clientes. Estamos listos para adaptarnos y prosperar en cualquier escenario que se presente.

2 Este año, nos encontramos con los mismos obstáculos de siempre, pero esto no nos impidió agregar valor a nuestros clientes. Nos hemos acostumbrado a estos desafíos y siempre encontramos la manera de superarlos. Mirando hacia atrás, hacemos un balance positivo del año y estamos orgullosos de nuestros logros como empresa.

3 Para dar impulso a nuestro sector, creemos que un gobierno con una mejora institucional sería de gran ayuda. Necesitamos convertirnos en un país con estabilidad económica, estableciendo políticas públicas que fomenten la inversión, faciliten la creación de empleo y promuevan un entorno empresarial favorable. Estas medidas podrían energizar nuestro sector y contribuir a un crecimiento sostenible.

contract  
workplaces



### Víctor Feingold

CEO

#### CONTRACT WORKPLACES

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 62 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 70 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,4 millones

**Empleados:** 90

1 Inicio de actividades en Brasil. Potencial desembarco Prestación de servicios de arquitectura para mercados fuera de América latina. Foco en innovación a través de nuestras unidades de negocio que incluyen el desarrollo de espacios de trabajo en el metaverso y herramientas de inteligencia artificial para automatizar la creación de layouts de oficinas -Expansión nuestro modelo de oficinas flexibles (Camp office as a service) con incorporación de nuevos centros y operaciones de espacios privados

2 Obstáculos: Inestabilidad política en la región. Los clientes piden soluciones integradas, financiadas y de alta calidad. Los bancos mantienen su política restrictiva de otorgamiento de créditos. Las empresas están aún en proceso de adecuación a un modelo híbrido que se estima va a continuar, con visible impacto en sus espacios Balance muy positivo. Recuperamos el nivel de actividad con alto standard de calidad. Desarrollamos nuevos productos que nos posicionan como referentes de la industria

3 Créditos subsidiados. Agilizar los procesos de importación de bienes esenciales en la industria.

CUSHMAN & WAKEFIELD



**Herman Faigenbaum**

CEO Sudamérica

**CUSHMAN & WAKEFIELD**

**Empleados:** 250

1 En 2024 queremos seguir estando cerca de nuestros clientes, y para ello, desde las áreas de Brokerage, Facility, Project y Property Management, Valuaciones, Research y Capital Markets brindarles cada día nuevas soluciones y servicios para potenciar sus inmuebles corporativos, ya sean oficinas, logísticos, industriales o retail.

2 Los principales obstáculos estuvieron relacionados con la incertidumbre política y económica del país. En 2023 pusimos el foco en nuestros servicios orientados a darle valor agregado a las oficinas para motivar y fidelizar a los colabo-

radores. También en los servicios para inmuebles logísticos que tienen cada vez más demanda y en las oportunidades de inversión para empresas, acordes al contexto de cepo cambiario.

3 Mayor estabilidad económica.

**EIDICO**



**Mateo Salinas**

Gerente General

**EIDICO**

**Empleados:** 120

**Suscripción (e.) 2023:**

u\$s 35 millones

**Suscripción (p.) 2024:**

u\$s 50 millones

1 Esperamos poder consolidar proyectos que ya se encuentran en marcha. Asimismo, continuamos trabajando en el desarrollo de tierras de manera de estar listos para salir cuando estén dadas las condiciones de mercado, ya que el desarrollo inmobiliario es un refugio para cuidar la moneda y las inversiones, por lo que siempre vamos a encontrar buenos productos para cada momento y para perfil de cliente

2 La incertidumbre política, la inflación y la variación del dólar provocan que a la gente le cueste más tomar la decisión de invertir en un lote o inmueble. A pesar de esta coyuntura, podemos decir que nuestros desarrollos se defienden muy bien y a lo largo del año hemos lanzado con éxito varios proyectos en

zonas consolidadas como Pilar, Tigre y Canning.

3 Estabilidad económica y cambiaria, menos inflación y burocracia en las aprobaciones de proyectos, y el fomento del crédito a la oferta, aunque cualquier mecanismo que potencie la actividad puede tener un efecto multiplicador en un sector que es clave para nuestra economía, generadora de inversión directa en obra de infraestructura y vivienda, mano de obra intensiva calificada, valorización de inmuebles y mayor pago de impuestos.

**Adrián Mercado**



**Adrián Mercado**

CEO

**GRUPO**

**ADRIÁN MERCADO**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 4.156.906.731

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 9.560.885.481

**Inversiones 2024:** \$ 50

millones

**Empleados:** 91

1 Creemos que el mercado inmobiliario podrá tener una mejora debido a que desaparecerá la incertidumbre electoral, y más allá del resultado, habrá un escenario más. Seguiremos trabajando muy fuertemente en subastas, para continuar siendo líderes del segmento y enfocados en nuestros clientes, para brindarles el mejor asesoramiento a la hora de invertir, una demanda que crece porque se necesita ser cada vez más pro-

**HONDA**

**CUMPLIMOS 45 AÑOS**



**PONIENDO EN MARCHA LOS SUEÑOS DE LOS ARGENTINOS.**



fesionales a la hora de tomar una decisión de compra-venta.

2 El problema más grande este año se dio en los últimos meses con el incremento en la cotización del dólar, que afectó el cierre de algunas pocas operaciones, sumado a la incertidumbre electoral, que siempre demora o posterga negocios. La inflación es una problemática que afectó, y perjudica tanto a nosotros como a nuestros clientes

3 Deseamos que la próxima gestión impulse políticas públicas de apoyo a las pymes nacionales, fomento el consumo, créditos hipotecarios accesibles, y una baja de la inflación para estabilizar la situación económica. En Adrián Mercado siempre somos optimistas, invertimos y buscamos el crecimiento de la firma y de todo el equipo que la conforma.



**Jaime Garbarsky**  
Presidente

**GRUPO ECIPSA**  
**Facturación (e.) 2023:** u\$s 56 millones  
**Facturación (p.) 2024:** u\$s 64 millones  
**Inversiones 2024:** u\$s 45,4 millones  
**Empleados:** 372

1 Profundizaremos nuestra internacionalización en Paraguay, EEUU e Israel. En Buenos Aires, entregaremos 220 unidades de la primera etapa de MilAires y daremos inicio al proyecto de usos mixtos más importante de los próximos 20 años en un terreno de 15.9 ha, en San

Martín, donde revalorizaremos significativamente la zona. En el interior, con Natania, tenemos prevista la adquisición de nuevos terrenos, el inicio de obras y la entrega de más de 600 unidades.

2 Fue un año positivo más aún considerando el contexto macroeconómico. Duplicamos nuestra inversión, estamos desarrollando 27 proyectos y adquirimos terrenos para seguir fortaleciendo nuestra presencia en el interior y en Buenos Aires. Como compañía seguimos confiando e invirtiendo en el país, al mismo tiempo que nos proyectamos internacionalmente. Estamos próximos a abrir nuestras oficinas en Israel, contamos con un equipo enfocado en los proyectos para EEUU y otro en la prospección de 4 países.

3 Además de lograr la estabilidad macroeconómica, imprescindible para el país en general, en nuestro sector sería muy importante contar con financiamiento, tanto para las desarrollistas y constructoras, así como impulsar créditos hipotecarios para los clientes finales. Por otra parte, sería de gran valor implementar programas unificados y simplificados de aprobación de proyectos para poder agilizar los permisos.



**Uri Iskin**  
CEO & Co-Founder

**HIT**  
**Facturación (e.) 2023:** u\$s 10 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 15 millones  
**Inv. 2024:** u\$s 5 millones  
**Empleados:** 45

1 Estamos abriendo nuevos espacios en el corredor norte de CABA y en el GBA, con un nuevo modelo asociativo con los propietarios de edificios de oficinas. También, estamos llevando la marca HIT a nuevos mercados en la región. Esperamos abrir una primer locación en México. Seguimos innovando con soluciones flexibles y de alto valor para nuestros clientes corporativos, oficinas por día, eventos, y acercando más y mejores servicios a todos (gastronomía, wellness, entre otros)

2 La macroeconomía, la inflación y las políticas cambiantes son sin dudas grandes desafíos que tenemos en Argentina. A su vez, el acceso a mercado de capitales desarrollados limita las oportunidades de crecimiento. Pero a pesar de ello, la demanda por soluciones flexibles de espacios de trabajo está creciendo por encima de niveles prepandemia. Hoy contamos con una ocupación mayor al 85%, y estamos próximos a abrir un nuevo espacio en Vicente López.

3 Incentivos fiscales para seguir desarrollando la industria de real estate y la de mercado de capitales.



**Agustin Freccero**  
Presidente & CEO

**HARAS DEL SUR**  
**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 3 millones  
**Facturación (p.) 2024:** u\$s 4 millones  
**Inv. 2024:** u\$s 2 millones  
**Empleados:** 310

1 Con nuestra propia empresa constructora, con la que hemos ejecutado más de 650 viviendas en nuestros distintos barrios, tanto unifamiliares como condominios. También estamos desarrollando Haras del Sur V, donde tenemos previsto para el 2024 continuar con la comercialización y consolidación del proyecto.

2 En Grupo Haras del Sur, teniendo en cuenta la actual coyuntura, siempre apostamos a agregar valor a nuestros nuevos negocios para la comercialización de lotes, casas y condominios. La apertura del paseo comercial y la consolidación de Haras del Sur College como propuesta educativa, nos permite cubrir la demanda de familias que buscan una residencia permanente. Esa es nuestra forma de desafiar el presente; queremos estar primeros en la "línea de largada".

3 El sector irá reposicionándose en la medida que el dólar encuentre su estabilidad y la inflación logre bajar a valores admisibles. Dos variables trascendentales, no solo para el negocio del real estate, sino para la economía en general; más aún, el negocio de la construcción en sus distintas variantes será uno de los primeros en reaccionar, dado a la importante capacidad técnica y financiera ociosa.



**Eduardo Elsztain**

Presidente

**IRSA**  
**Facturación (e.) 2023:** 89.285 millones  
**Empleados:** 1289

1 Somos optimistas sobre la perspectiva de la Argentina. Si bien hoy la situación es compleja, con el nuevo Gobierno habrá un cambio de expectativas de mercado. IRSA tiene varios proyectos en marcha, residenciales y comerciales. Además, trabajando en nuevos espacios co-working donde conviven las nuevas modalidades de trabajo.

2 Fue un año muy difícil en general, pero pudimos sobrellevarlo reconvirtiendo algunos espacios y ponderando los beneficios de los centros comerciales. Volvimos a estar en el orden del 98% de ocupación y las ventas superaron los presupuestos, tanto por el consumo local como por la cantidad de turistas extranjeros que compran en nuestros shoppings.

3 Estamos regresando al mercado de desarrollos inmobiliarios para vivienda. Hoy en la Argentina el impacto en el mercado del crédito está por debajo del 2% del PBI, y es necesario generar incentivos para la adquisición de bienes propios. Hay herramientas existentes como los bonos soberanos que podrían utilizarse para este fin.



**Mariano Vega**  
Gerente General

**RAGHSA**

# CADA VIAJE ES ÚNICO, VIVE EL TUYO.



15:09 hs

Hoy comienza tu viaje ▾

-  **APP**  
Autogestión  
médica
-  **ACCESO A SALAS VIP**  
vuelos demorados  
ó cancelados.
-  **ASISTENTE VIRTUAL**  
24 hs

**TU VIAJE ES TU VIAJE.  
NOSOTROS LO PROTEGEMOS.**

  **DESCARGÁ  
NUESTRA APP**

[universal-assistance.com](http://universal-assistance.com)



**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 30 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 30 millones

**Inv. 2024:** u\$s 10 millones**Empleados:** 29

1 En 2024 finalizaremos la obra del nuevo polo corporativo en Nuñez. La construcción demandará una inversión de u\$s 60 millones. La obra cuenta con 50.000 m2 totales de construcción y 25.500 m2 rentables, con plantas libres dotadas de tecnología de última generación y 3700 m2 de amenities en áreas comunes.

2 Siendo un año electoral, la incertidumbre política y el contexto económico demoraron la toma de decisiones de potenciales inquilinos. Sin embargo, nuestra vasta experiencia y relaciones sólidas con ellos nos permitieron mantener altos estándares de ocupación y satisfacción. Continuamos adaptándonos ágilmente a las circunstancias, marcando tendencias, asegurando la continuidad operativa y consolidando nuestra reputación como un referente confiable en el sector inmobiliario.

3 Se necesitan medidas que incentiven la inversión, el crecimiento y la radicación de nuevas empresas en el país, e impulsen la economía, generen nuevos puestos de trabajo y brinden previsibilidad en el mediano - largo plazo. También sería muy positivo que el GCBA vendiera los terrenos que tienen en cartera.

**Sebastián Sosa***Presidente de RE/MAX**Argentina y Uruguay***RE/MAX****Facturación (e.) 2023:** \$

2175 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$

4600 millones

**Inversiones 2024:** \$ 1000

millones

**Empleados:** 33

1 Las expectativas y proyectos para el 2024 son buenas. A pesar del contexto económico general, estamos por cerrar un gran año, con casi 180 oficinas en funcionamiento en el país. Nuestra red está presente en casi todas las provincias de Argentina, apuntamos a seguir creciendo y afianzarnos en la región con la apertura de 18 nuevas oficinas en nuevas plazas y esperamos estar a la altura de las contingencias del mercado inmobiliario.

2 Los principales obstáculos del 2023 rondaron en la inestabilidad económica, la inflación y devaluación del peso argentino, lo que trae aparejado o provoca la ausencia total del préstamo hipotecario. Y si bien el mercado inmobiliario padeció estas fluctuaciones, podemos realizar un balance muy positivo en la marca debido a que se ganó terreno en cuanto al posicionamiento de RE/MAX y la expansión a nivel nacional con la apertura de 21 oficinas en toda la Argentina, llegando a 4 provincias nuevas.

3 Las políticas que pueden impulsar al sector inmobiliario son aquellas referidas al acceso a la vivienda, la seguridad jurídica, el incentivo a realizar inversiones y las facilidades en materia de financiación, para que las personas decidan invertir dentro del mercado (incentivos impositivos). Todas estas herramientas contribuirían a generar un panorama signado por

reglas claras, mayor previsibilidad en el negocio y, además, nos impulsan a enfocarnos en el crecimiento de la red.

**Federico Gagliardo***Fundador y CEO de Vitrium Capital***VITRIUM CAPITAL****Facturación (e.) 2023:**

u\$s 14 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 17 millones

**Empleados:** 30

1 Desde la desarrolladora contamos con proyectos en Argentina, Uruguay, Paraguay y Estados Unidos. De cara al 2024, continuaremos consolidando nuestro plan de expansión internacional, principalmente en América latina, con el desembarco en Colombia para el desarrollo de nuevos proyectos. Seguiremos poniendo foco en los pilares de sustentabilidad y tecnología como motores de la innovación.

2 En la Argentina, los obstáculos están relacionados, principalmente con la inflación, la inestabilidad política, la inestabilidad de tipo de cambio y la imposibilidad de predecir los próximos meses. En lo que respecta al balance del año, fue muy bueno a nivel regional, vamos a terminar con un crecimiento entre el 20% y 25% anual, y esperamos un 2024 con el mismo crecimiento.

3 Desde hace varios años, todos nuestros proyectos tienen una fuerte impronta sustentable. Si bien en la Argentina ya hay varias construcciones

de este tipo, aún hay varios aspectos a mejorar. Se necesitan incentivos fiscales debido a que la construcción sustentable en la región tiene costos más elevados y sus ingresos son más bajos. Frente a esta situación, la sustentabilidad queda reducida a un grupo pequeño de la sociedad que es el que lo puede pagar.

**Consultoría****ASUNTOS PÚBLICOS***ágora:***Federico Bugallo***Gerente General***AGORA****Empleados:** 45

1 Apuntamos a seguir fortaleciendo nuestra presencia en los mercados de la región en donde tenemos oficinas, además de expandirnos en nuevos países de América latina, de la mano de nuestro ecosistema Untold\_, que integra data, estrategia, contenidos y medios. A la vez de continuar creciendo en nuestros servicios de asesoría en comunicación corporativa y asuntos públicos, con foco en el mindset digital.

2 El principal desafío de este año fue la incertidumbre generada por los altos niveles de inflación, situación potenciada por el año electoral y lo que eso conlleva. No obstante, el 2023 fue un gran año y

de mucho crecimiento ya que cumplimos 9 años en el país, lanzamos nuestra nueva imagen a nivel regional e iniciamos operaciones en Chile y Uruguay, formando el Hub Cono Sur. Hoy contamos con más de ochenta clientes en la región que trabajan con nosotros y nos siguen eligiendo.

3 Si bien existe un recorrido en torno al sector, el desafío es profundizar en aquellas políticas públicas que potencien y apunten a la mejora en el acceso a la información y la alfabetización digital, como así también en la educación, la formación y programas de concientización sobre noticias falsas y desinformación, y la promoción de la transparencia.

**AUDITORÍA E IMPUESTOS****Fernando de Tezanos Pinto***Presidente de Auren Argentina y Auren en Latinoamérica***AUREN****Facturación (e.) 2023:**

\$ 1600 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 2500 millones

**Empleados:** 200

2 Los obstáculos que enfrentamos este año son la crisis económica, la inflación, déficit fiscal, falta de inversiones y oportunidades de negocios, altos impuestos. Además, nos encontramos en un año electoral donde los avances y decisiones se ponen en pausa a la expectativa de resultados electorales. Otro obstáculo que enfrentamos es la búsqueda de talentos, donde



A photograph of a man with a beard and short hair, wearing a grey t-shirt, holding a baby in a black and grey sling. The baby is smiling and looking towards the camera. The background is softly blurred, showing what appears to be a hospital or clinic setting with windows and some equipment. The overall tone is warm and intimate.

En el Sanatorio  
de la Trinidad  
nació Lucía y  
nació un amor  
que **durará  
para siempre.**

TODO PARA ACOMPAÑAR TU PROPIA HISTORIA

**GALENO** | TODO PARA VOS

Argentina compite con empresas de afuera que contratan personal desde el exterior con sueldos en moneda extranjera.

**BDO**



### Sergio Crivelli

Socio Director General

#### BDO

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 35 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 35 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 2,5 millones

**Empleados:** 850

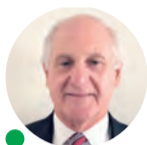
1 Nuestra expectativa es que luego de superar las dificultades que seguramente atravesará la economía en los primeros meses del próximo gobierno, se logre ingresar en un camino de estabilización y crecimiento. Considerando ese contexto nuestro foco estará puesto en mantener los ingresos en dólares y el nivel de rentabilidad actual. Para lograr este objetivo vamos a profundizar nuestro enfoque en la calidad y la cercanía con nuestros clientes, con respuestas ágiles y concretas.

2 El contexto inflacionario y la contratación de nuevos talentos. La inflación nos obliga a poner mucho foco en mantener el valor de nuestros ingresos como requisito para poder mantener salarios competitivos y estables en términos de poder adquisitivo.

3 En lo inmediato, la estabilización de la economía y la liberación a las restricciones de importación y contratación de servicios y licencias desde el exterior. En el largo

plazo, darle prioridad a la educación para que los jóvenes puedan adquirir las habilidades requeridas por el mercado de talentos a nivel internacional.

**bakertilly**



### Miguel Centarti

CEO

#### BAKERTILLY ARGENTINA

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 3580 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 8000 millones

**Inv. 2024:** \$ 100 millones

**Empleados:** 230

1 Mantener un crecimiento superior al 10 % anual. Desarrollar nuevos servicios en el Área de Consultoría. Expansión en el interior del país con nuevas representaciones en las principales ciudades. Desarrollar la exportación de servicios al exterior.

2 La altísima inflación que erosionó tanto la facturación como las cuentas a cobrar, pulverizando la rentabilidad. La rotación y falta de personal calificado. La imposibilidad de realizar pagos de servicios contratados en el exterior.

3 Las políticas que pueden impulsar el sector son los que ayuden a reducir la inflación, faciliten la exportación y regularicen la disponibilidad de divisas.

**Deloitte**



### María Ines Del Gener

CEO Marketplace Cono Sur

#### DELOITTE

**Empleados:** 1200

1 Deloitte, como firma multidisciplinaria, se encuentra preparada para brindar el asesoramiento requerido por nuestros clientes para los desafíos del 2024. Tenemos grandes expectativas en nuestros negocios vinculados con innovación, automatización de procesos, servicios legales, ciberseguridad, planificación financiera y reestructuraciones. Recibiremos el año en nuestras nuevas oficinas, un centro de excelencia dedicado a profesionales y clientes.

2 Las restricciones cambiarias que afectan al país desde el año anterior han sido sin duda un tema de consulta y asistencia recurrente a clientes, así como la mitigación del impacto en sus negocios - acumulación de pasivos al exterior, alternativas de inversión a la liquidez local-

3 Desarrollo de la industria del conocimiento. Sin duda, podemos potenciar el espacio para captar a los jóvenes talentosos que nuestras universidades forman año a año sin que vean en el exterior, la salida.

#### EXPANSION



### Iván Sasovsky

Socio fundador y CEO

#### EXPANSIÓN HOLDING

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 7.382.500

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 7 millones

**Inv. 2024:** u\$s 1,1 millones

**Empleados:** 68

1 Trabajaremos en la creación de más servicios, para que puedan encontrar en Expansión un asesoramiento integral que brinde soluciones a todos los problemas. Además, vamos a profundizar la internacionalización, siempre apostando por la industria nacional, para que la Argentina llegue al mundo. Por último, buscaremos potenciar el asesoramiento especializado para que se adapte a la realidad de cada cliente, sean artistas, deportistas, empresas o familias que busquen administrar su patrimonio.

2 El 2023 se caracterizó por la incertidumbre. Las marchas y contramarchas en materia económica y la inestabilidad política y jurídica, entre otros factores, hicieron casi imposible llevar adelante la tarea de planificar. Pese a este escenario complejo, logramos aportar valor en el asesoramiento que les brindamos a nuestros clientes en la Argentina y posicionar nuestros servicios profesionales en el mercado europeo, principalmente en España, uno de los grandes desafíos que nos habíamos impuesto.

3 Existen muchos obstáculos para que las empresas puedan lograr mantenerse y crecer. Hoy la carga impositiva, los problemas cambiarios y la telaraña burocrática, por nombrar algunos, se convirtieron en la pata de elefante que los inmoviliza. Por eso son necesarios cambios profundos que permitan generar un marco económico, jurídico y tributario para potenciar proyectos. Además, hay que tener en cuenta que ya no alcanza con tener reglas claras,

sino que también deben perdurar en el tiempo.

**EY**



### Norberto Nacuzzi

Country Managing Partner

#### EY

**Empleados:** 2000

1 A pesar de las dificultades, 2023 fue de crecimiento. Para el 2024 acompañaremos a los clientes en sus desafíos de negocios, transformación digital, la mejora en la confiabilidad y transparencia, en el cumplimiento de sus regulaciones y en el gerenciamiento de sus riesgos. Daremos prioridad a nuevas soluciones en la sustentabilidad, inteligencia artificial y soluciones integrales para sectores estratégicos. Continuaremos invirtiendo en incorporar, capacitar y retener a los mejores talentos.

2 Son los mismos que enfrentamos hace años, como la falta de un plan económico sustentable, agravado por restricciones cambiarias y una inflación significativa que dificulta equilibrar la carrera entre los incrementos de nuestras tarifas y los salarios y otros costos. El balance igualmente es satisfactorio por el enorme esfuerzo de nuestros socios y la gente que trata siempre de maximizar las oportunidades y estar muy cerca de nuestros clientes y su agenda.

3 Principalmente un plan económico con pensamiento estratégico a largo plazo, que promueva un estado más eficiente, una política fiscal con niveles razona-

# Invertir es equilibrio



En Balanz acompañamos tus inversiones  
con asesoramiento personalizado.

**BALANZ**

ES tiempo  
DE INVERTIR

bles para poder efectuar negocios, políticas que promuevan inversiones, leyes que proyecten un mercado laboral formal con crecimiento y reglas claras que se mantengan en el tiempo.



### Verónica Asla

Directora Regional EY Global Delivery Services

#### EY GLOBAL DELIVERY SERVICES

**Empleados:** 2500

1 Nuestra idea es crecer moderadamente. Nuestro principal cliente es Estados Unidos y dependemos de las fluctuaciones de su economía durante 2024, año de elecciones. Tenemos pensando seguir incorporando nuevos servicios, en todas nuestras líneas, principalmente en nuevas tecnologías basadas en IA.

2 La macro de nuestro país presentó desafíos importantes para los exportadores, anclados al dólar oficial cuando nuestro principal costo, el salarial, sigue la pauta inflacionaria. El incremento de impuestos a los bienes importados de tecnología y la fuga virtual de talentos también nos afectaron negativamente. Esperamos que luego de las elecciones nuestros futuros líderes marquen un rumbo de estabilidad para que desde el sector privado podamos aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo.

3 Crear políticas de estado de largo plazo para el sector de la economía del conocimiento, fomentando la educación

en carreras de ciencia, tecnología, ingeniería y matemática, y en idioma inglés. Asimismo es necesario avanzar con un esquema de mayor federalización de esta industria, desarrollando un plan de mejora de la infraestructura digital en todo el país.



### Néstor García

Presidente y CEO de KPMG Argentina

#### KPMG

**Empleados:** 1500

1 Poner foco en ESG, tecnología, innovación, alianzas y diversidad. Continuar creciendo orgánica e inorgánicamente.

2 La inflación y el traslado del incremento de los costos a las tarifas de los servicios profesionales que ofrecemos a nuestros clientes; continúan los márgenes decrecientes. Desafío conseguir profesionales muy bien capacitados, si bien trabajamos y capacitamos continuamente a nuestra gente.

3 Mayor apertura del mercado e inversiones en el sector de infraestructura en general.



### Hernán Franco

Director Ejecutivo

#### LINZ

**Facturación (e.) 2023:** \$ 320 millones

#### Facturación (p.) 2024:

\$ 5800 millones

**Inv. 2024:** \$ 35 millones

**Empleados:** 100

1 Las expectativas para 2024 de nuestro sector son buenas o muy buenas. Nuestra empresa se centrará en continuar con la consolidación regional de la mano de la exportación de servicios de conocimiento con alto valor agregado y las obras llave en mano con responsabilidad integral en el marco de la modalidad EPC (Engineering-Procurement-Construction).

2 En Argentina para hacer buenos y mejores negocios las empresas precisamos visibilidad y cumplimiento de un plan económico. Este es un obstáculo concreto a resolver en el marco de la alta inflación actual. Estos severos desajustes no los tenemos en otros países. Sin perjuicio de esto, el balance 2023 es muy bueno para nuestra compañía, con resultados positivos que nos permiten encarar 2024 con un optimismo y cautela.

3 Precisamos que se aplaque la discusión política-económica y que se pase a la acción concreta como ser: baja de impuestos, asignación de partidas reales y erogables para la obra pública (nuestra empresa tiene un componente del 10% de OOPP); reactivación de PPP; desarrollo y cumplimiento del plan económico; eliminar la inflación; incentivos por sector.



### César Roberto Litvin

CEO

#### LISICKI, LITVIN Y ASOCIADOS

**Empleados:** 460

1 A pesar de las crisis, el crecimiento es el mejor mecanismo de supervivencia y es por ello que continuaremos trabajando en nuestra expansión federal. La innovación constante es un pilar del estudio y seguirá siendo apuntalada con inversiones en tecnología, inteligencia artificial y robótica tanto para uso interno como para la prestación de servicios. Seguiremos brindando a nuestros colaboradores todas las herramientas necesarias para que puedan desarrollar todo su potencial.

2 Los principales obstáculos que tuvimos que enfrentar este año fueron los efectos nocivos del contexto inflacionario y devaluatorio. También sufrimos la incertidumbre generada por la situación política del país. No obstante, el balance es positivo, ya que logramos en 2023 mantener nuestra competitividad, hecho que nos permitió lanzar al mercado servicios innovadores y de excelencia, captar nuevos clientes y lograr un gran crecimiento en la cantidad de nuestros colaboradores.

3 Tanto para el sector de servicios como para todos los otros sectores de la economía, bajar la carga fiscal y los impuestos distorsivos, junto con la aplicación de una profunda reforma laboral, contribuirían a atraer inversiones que ayuden a superar la pobreza mediante la generación de empleo. Asimismo, sería necesario ofrecer incentivos fiscales para el desarrollo productivo, energético, tecnológico y de las exportaciones, en un contexto de normativo que otorgue mayor seguridad jurídica.



### Gaston Paludi

CEO

#### PGK CONSULTORES

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 12 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 14 millones

**Inv. 2024:** u\$s 500.000

**Empleados:** 350

1 Ya con las elecciones concluidas y con plan económico más sólido, esperamos que las empresas saquen el freno de mano y lleven adelante proyectos de valor agregado que hoy tienen en stand by. Si sucede esto vamos a estar muy bien posicionados porque estamos invirtiendo y generando servicios basados en las nuevas tecnologías.

2 El principal obstáculo fue la inflación. La lucha por trasladar a precio su impacto y la necesidad de mantenerle el poder adquisitivo e impulsar el crecimiento de nuestros profesionales. Hicimos un esfuerzo en este sentido y esperamos que las mejoras económicas rompan la inercia de esta ecuación.

3 Una economía más estable y previsible. Beneficios para empleados nuevos. Reducción de los costos laborales para fomentar inversiones en tecnología.



### Miguel Urus



¿BUSCÁS DESARROLLO  
PROFESIONAL?  
PENSÁ EN COTO.

Trabajar en COTO es tener la oportunidad de seguir creciendo en tu carrera profesional.

Te ofrecemos un espacio en diversas áreas, desde comercio, tecnología, legales y agronomía entre otros.

Somos una empresa en constante expansión y creemos en el crecimiento de todos como parte de nuestra filosofía.

Desarrollamos tecnología, para hacer de éste, un negocio hacia el futuro.

Innovamos con técnicas comerciales que luego se convierten en estrategias exitosas.

Por todo esto, deseamos tener a los mejores profesionales en esta gran empresa argentina.

**Estas distinciones avalan nuestro compromiso y trayectoria corporativa:**



Premio Oro  
Mejor Publicidad  
elegida por los  
consumidores  
CAA 2021



Supermercado Nº 1  
en Imagen de la  
Argentina  
Ranking  
SEL 2021



Primer puesto  
Octubre 2020  
Spot Publicitario  
más visto de  
Argentina



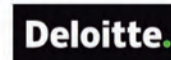
Profesionales de  
Marketing Digital  
que administran  
cuentas de  
Google Ads



Capacitación en  
Programas  
in Company  
para el Desarrollo  
Gerencial



Asociación  
de Cadenas de  
Supermercados  
más grande  
del país



Auditoría  
Internacional de  
Estados Contables  
y Campañas  
de Donaciones





Premio en la  
Categoría Industria  
Frigorífica  
2019 de  
Argentina



Premio  
FMG Mejor  
Performance  
Cadena 2019  
de Argentina

Te ofrecemos ser parte de nuestro camino.

[www.coto.com.ar/empleos](http://www.coto.com.ar/empleos)

Encontranos en  

Socio a cargo

## PWC ARGENTINA

**Empleados:** 5600

1 Las mayores expectativas están puestas en el reordenamiento de las variables macroeconómicas para revertir la difícil situación actual. PwC seguirá apostando al crecimiento y desarrollo del país con la prestación de servicios profesionales al mundo empresario para ayudarlo a crecer y expandirse y al crecimiento del mercado laboral de calidad, siendo la puerta de entrada para estudiantes y jóvenes profesionales, y al desarrollo del mercado de exportación de servicios de valor agregado.

2 La incertidumbre generada por un contexto económico inestable, con altísimos niveles de inflación que, más allá de deteriorar el poder adquisitivo de todos nosotros, dificulta la toma de decisiones de mediano y largo plazo. A eso hay que sumarle el constante cambio de reglas de juego y las dificultades para transaccionar con el mundo, que restringen la posibilidad de mejorar el nivel de los servicios que prestamos por no poder incorporar profesionales y servicios de nivel internacional.

3 Necesitamos que la economía fluya, que la inflación baje, que los jóvenes no se vayan del país, un mercado cambiario transparente y con libre acceso, reglas de juego claras, previsibilidad, condiciones que son comunes a todos los participantes del mercado.

## Daniel Razzetto Managing Partner

### RSM ARGENTINA

1 Profundizar la automatización de nuestros procesos mediante el uso de nuevas tecnologías, lo que nos permitirá continuar prestando servicios de excelencia en línea con los estándares internacionales. Además, trabajamos en la implementación de la norma ISO 27001, un elemento distintivo de confiabilidad, seguridad y calidad de la información. Por último, convencidos de que la estructuración eficiente de patrimonios incrementará su protagonismo, potenciamos los servicios en esa área.

2 El contexto inflacionario de 2022 se intensificó en 2023. Esa macro, que perjudica enormemente a la industria de servicios, nos obligó a ser mucho más rigurosos en el seguimiento de la información de gestión para no perder rentabilidad ni quedar fuera de mercado. Asimismo, aún en un contexto adverso estamos cerrando un muy buen año con un mejor posicionamiento en el mercado de auditores respecto al año anterior y un equipo de colaboradores muy consolidados e identificados con nuestra firma.

3 La inminencia de un cambio de autoridades a nivel nacional y de casi todas las provincias seguramente traerá consigo cambios de políticas públicas. Por ser proveedores de servicios, es fundamental que las empresas que nos contratan tengan claridad en las regulaciones y proyectos para llevar adelante. Si eso se concreta seguramente transitamos en 2024 un escenario de crecimiento.



### Ariel Goñi

Socio

### RUSSEL BEDFORD ARGENTINA

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 2600 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 3700 millones

**Inv. 2024:** \$ 60 millones

**Empleados:** 250

1 Tenemos la convicción que en 2024 continuaremos con la acentuada tendencia de crecimiento que venimos logrando cada año, consolidando las nuevas líneas de servicios y expandiendo la cartera de servicios y soluciones, a través de la continua implementación de tecnología. Contamos con un equipo de profesionales sólido que nos permite ofrecer servicios de alta calidad y valor agregado, algo muy valorado por nuestros clientes y una de las principales razones que explican nuestro crecimiento.

2 Este año de nuevo, y de manera más acentuada, la inflación fue el principal obstáculo que enfrentamos acompañada de una fuerte inestabilidad política y económica, con restricciones que impactan de manera negativa en el nivel de actividad de toda la economía. A pesar de este complicado contexto, el balance de este año ha sido muy positivo, logrando un significativo crecimiento. Para ello adoptamos un fuerte compromiso tanto con nuestros equipos como con la prestación de servicios de excelencia.

3 Serían de gran impacto para nuestra actividad, medidas orientadas a

lograr la expansión y apertura económica con eliminación, o al menos importante reducción, de las restricciones actuales, que den lugar a aumentar de manera significativa el volumen de operaciones y negocios de la economía en su conjunto, acompañada por la llegada de nuevas inversiones y participantes en el mercado.



### Pablo San Martín

Presidente

### SMS LATINOAMÉRICA

**Empleados:** 573

1 Nos preparamos para un período de crecimiento en toda la región latinoamericana. Particularmente en Argentina, con la inminente renovación política. Creemos que hay oportunidades muy importantes que nos permiten prepararnos para un nuevo ciclo de expansión. Continuamos con incorporación de tecnología de automatización e inteligencia artificial en todos nuestros procesos y seguimos desarrollando nuevas prácticas de consultoría de negocios en línea con lo que requiere el mercado.

2 Cerramos un buen año. Hemos logrado sortear innumerables obstáculos. Ser la única firma internacional con sede en la región nos permite tomar decisiones rápido, lo que facilita la prestación de servicios según las necesidades de nuestros clientes. Nuestra principal dificultad es la falta de profesionales calificados de acuerdo a estándares

internacionales; lo que nos lleva a desarrollar tareas de atracción muy sofisticadas y complementar conocimiento a través de nuestra Escuela de Negocios.

3 La principal política pública que le pido al gobierno entrante es estabilidad regulatoria. En nuestro caso, somos una organización productiva en búsqueda permanente de la excelencia y la máxima eficiencia. Lo único que necesitamos es que poder contar con regulaciones estables porque al planificar con anticipación cada paso que damos, el permanente cambio nos obliga a dedicar demasiado tiempo a reconfigurar nuestras estrategias.



### Celina Cartamil

Socia

### SMS - SAN MARTÍN, SUÁREZ Y ASOCIADOS

**Empleados:** 243

1 Expandir el acceso a la tecnología en toda la Organización con el objetivo de sumar y potenciar los negocios de nuestros clientes. Seguir con el camino de automatización de procesos para poner foco especialmente en servicios y consultoría de valor agregado. Incentivar la diversidad y el trabajo sustentable de nuestros equipos.

2 Atravesamos un 2023 con un marco económico de alta volatilidad e inflación, presiones sobre los precios y el tipo de cambio que nos obligó a mantener un monitoreo

RSM



# Menos emisiones<sup>1</sup>



# Alta performance



## Compensa la huella de carbono.<sup>2</sup>

Para más información consulte en [www.shell.com.ar](http://www.shell.com.ar)

<sup>1</sup> Basado en las emisiones de CO<sub>2</sub>e (CO<sub>2</sub> equivalente) evitadas por cada litro de combustible que no ingresa al motor. Mayor economía de combustible, de acuerdo a los resultados de economía de combustible ACEA M1111 en comparación con el aceite de referencia de la industria determinado por ACEA. <sup>2</sup> Las emisiones de CO<sub>2</sub>e durante el ciclo de vida del producto son compensadas con créditos de carbono verificados. La compensación de CO<sub>2</sub>e no es un sustituto a soluciones energéticas de menor emisión o reducción de uso de combustibles fósiles. Los créditos de carbono se compran y se retiran para compensar las emisiones de CO<sub>2</sub>e calculadas en el ciclo de vida del producto. El cálculo y la verificación de la huella de carbono de Helix Ultra Carbon Neutral será efectuado siguiendo la norma ISO 14067 por auditor independiente. CO<sub>2</sub>e refiere a CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O.



cercano y constante de todas estas variables. El foco principal lo tuvimos en mantenernos cerca de nuestros clientes y sus negocios así como lograr la satisfacción y capacitación constante de nuestro staff. Más allá del entorno macroeconómico, fue un año que resultó muy positivo.

3 Políticas que incentiven la inversión en tecnología y capacitación, que den apoyo económico y fiscal principalmente a las Pymes. La definición de un plan económico con objetivos claros y sustentable en el tiempo que permitan proyectar en un corto y mediano plazo.

#### CIBERSEGURIDAD



#### Gabriel Zurdo

Founder & CEO

#### BTR CONSULTING

1 Para 2024 apuntaremos a continuar creciendo en el mercado local e internacional focalizados en la construcción de relaciones de negocios basadas en la calidad y la excelencia. Asimismo, continuaremos invirtiendo en investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios, apoyados sobre la base de la formación de nuestros equipos de trabajo y líderes, brindando oportunidades de trabajo.

2 Ampliamos el talento humano y desarrollo creativo a partir de la gamificación, con la saga de videojuegos orientada a la concientización en ciberseguridad, apuntando a educar. Desarrollamos soluciones para evitar e identificar riesgos

tecnológicos. A su vez ampliamos los servicios en la línea de Consultoría, focalizándonos en la construcción de relaciones de negocios basadas en la excelencia. Activación de acciones RSE con propuestas de pasantías promoviendo la aproximación al mundo del trabajo.

#### ECONOMÍA Y FINANZAS



#### Mariana Camino

Presidente y CEO

#### ABECEB

Inv. 2024: u\$s 250.000

Empleados: 50

1 Nuestra expectativa para 2024 es fortalecer el negocio core de Argentina, crecer en la unidad de negocios en Brasil duplicando nuestro pipeline de ventas y aumentar nuestra participación en los terceros mercados de Latinoamérica.

2 Los principales obstáculos fueron la falta de previsibilidad sumado a un proceso que se convalidó con alta inflación, gran cantidad de restricciones y sin reglas de juego claras, es decir gestionar la gran incertidumbre económica y política en un año electoral sorprendente. Por otro lado, la complejidad de incorporar y gestionar talentos.

3 El cambio de ciclo contribuirá sin dudas a darle un nuevo impulso a la actividad. Es necesario que se definan políticas conducentes a lograr la estabilidad macroeconómica, que se aplique un programa antiinflacionario con corrección de precios relativos. Se necesitan políticas pro-inversión y un marco

de seguridad jurídico que genere confianza.



#### Patricio Rotman

Director

#### FINANZAS & GESTIÓN

Empleados: 15

1 Desde F&G confiamos que el nuevo gobierno logre iniciar una nueva etapa de crecimiento en Argentina. El 2024 será un año que tal vez defina el rumbo del país para la próxima década. Eso nos afecta como empresa. Nuestra decisión de diversificar actividades a nivel regional constituye un elemento estratégico importante, que intentaremos profundizar durante 2024, para seguir acompañando a nuestros clientes locales e internacionales en sus decisiones de inversión.

2 El desorden macroeconómico y político de Argentina ha representado un obstáculo importante para el desarrollo de las actividades vinculadas a la banca de inversión y al asesoramiento financiero. Ese contexto, expresado en la caída del nivel de actividad, desborde inflacionario, volatilidad en los mercados financieros y múltiples tipos de cambio, tiene impacto directo negativo sobre el clima de negocios y las decisiones de inversión.

3 La actividad de asesoramiento en finanzas corporativas es altamente dependiente del contexto político y macroeconómico de Argentina. Por lo tanto, todas las políticas que generen condiciones

de crecimiento y desarrollo a mediano plazo serán bienvenidas. La estabilidad económica y la previsibilidad en las normas que afectan a las inversiones y los negocios en Argentina constituyen valores fundamentales para la expansión de nuestras actividades.

#### GESTIÓN



#### Alejandro Pérez de Rosso

Managing Partner

#### BAIN & COMPANY

Empleados: 40

2 2023 fue un año difícil en la región y en Argentina, sobre todo por la incertidumbre general en las variables macro y también políticas, que es nuestro principal activo para ayudar a nuestros clientes en sus desafíos más transformacionales.

3 Tenemos que trabajar en conjunto y acompañar a nuestros gobernantes para fomentar reglas de juego claras y que atraigan inversión. Nosotros, como actores del sector y en servicios profesionales, tenemos un rol en analizar, elevar recomendaciones, fomentar alineamiento y ayudar en la implementación de estos entornos más positivos para los negocios y el desarrollo.



#### David Wilson

Managing Partner

#### CEIBO DIGITAL

Facturación (e.) 2023: \$ 1000 millones

Facturación (p.) 2024: \$ 2500 millones

Inversiones 2024: \$ 250 millones

Empleados: 75

1 Ser referentes de transformación digital en Argentina, y continuar consolidándonos como la consultora de estrategia que ayuda a los líderes de la región a repensar el modelo de negocio incorporando capacidades digitales.

2 El contexto macroeconómico en un año electoral y la falta de previsibilidad generaron una situación de volatilidad en nuestros clientes locales que los obligó a hacer eficiencias y pensar menos en proyectos de largo plazo. Si bien el reclutamiento de talento siempre es un desafío, hemos logrado atraer consistentemente a los mejores y aumentamos la inversión en el desarrollo de nuestros consultores gracias a acuerdos con las escuelas de negocio más prestigiosas de la región.

3 Reglas de juego claras y un tipo de cambio competitivo y estable permitiría darles previsibilidad a las empresas para que inviertan en la Argentina, junto con incentivos para la contratación y capacitación del talento que nos permita seguir siendo atractivos para continuar desarrollando su carrera profesional en el país.



#### Carlos Alustiza



CEO

**GREAT PLACE TO WORK**

**Facturación (e.) 2023:**

2,5 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 3 millones

**Empleados:** 30

1 Afianzar el crecimiento sostenido en los últimos 3 años y medio en un contexto de alta incertidumbre.

2 La inflación como principal obstáculo para los negocios y principalmente para las personas que forman parte. Gestionar bajo dicho obstáculo es un desafío diario.



**Fabiana Gadow**

CEO

**KORN FERRY**

**Empleados:** 60

1 Durante el 2024 nuestro foco será continuar brindando a nuestros clientes soluciones integrales en temas organizacionales, de talento y cultura críticos para implementar su estrategia de negocio. Profundizaremos en innovación y en desarrollo de nuevos productos digitales. Fortaleceremos la aplicación de Inteligencia Artificial en nuestros servicios relacionados a la gestión de personas, las búsquedas ejecutivas y los procesos de transformación organizacional.

2 La incertidumbre vinculada al largo proceso electoral ha impactado negativamente en los negocios. Asimismo trabas en la importación

tuvieron impacto negativo en todas las industrias. La complejidad del contexto económico sin duda ha sido un importante obstáculo.

3 La modernización de las leyes laborales, la reforma tributaria, y la implementación de medidas que faciliten la inversión y el desarrollo de negocios.



**Luis D. Bendersky**

CEO y Cofundador

**PARADIGMA**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 3000 millones

**Inversiones 2024:** \$ 150 millones

**Empleados:** 240

1 Esperamos un año de crecimiento orgánico y sustentable. Buscamos seguir liderando en Argentina, profundizar la presencia regional en LatAm y la internacionalización brindando servicios de alto impacto y valor agregado en grandes proyectos de transformación, desarrollo de nuevos negocios y optimización de resultados. Avanzaremos con nuestras prácticas de IA con el fin de mejorar la efectividad y la productividad en nuestros clientes y la automatización de sus procesos y la gestión de información.

2 Notamos una evolución hacia proyectos más cortos, con resultados concretos e inmediatos y productos intermedios tangibles. Hemos crecido tanto en ventas como en cartera y logramos mayor

presencia en proyectos estratégicos. Privilegiamos formas de trabajo más ágiles, el escalamiento tecnológico y seguimos cuidando al máximo nuestros pilares estratégicos: proximidad, compromiso, trabajo en conjunto con nuestros clientes y la evolución y desarrollo de nuestro equipo.

3 Más allá de la coyuntura, debemos seguir privilegiando la inversión estructural y el fomento del desarrollo de competencias que sigan mejorando la competitividad del país y aseguren su evolución y sustento.



**CON FIBRA, CON CELU, CON TV.  
CON TODO ES MEJOR.**



Fibra



Móvil



TV



Movistar  
Arena

**Guillermo Daniel****Ocampos***Socio Fundador***TOGETHER BUSINESS CONSULTING****Facturación (e.) 2023:**

\$ 1300 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 2 millones

**Inv. 2024:** \$ 100 millones**Empleados:** 60

1 Oportunidades de negocio y crecimiento, acelerando Together Orchestra, negocio que presentamos a principios de año con proyección a escala local, regional y global, en un ecosistema de valor para nuestros clientes. Seguirá nuestra expansión geográfica con el objetivo 2024 de hacer "softlanding" en Estados Unidos. Será un año difícil de gran incertidumbre local, pero seguiremos desarrollando capacidades y talentos para resolver las transformaciones complejas que se vienen en sectores claves.

2 Fue un año complejo, de los más complicados de los ciclos de crisis económica de los últimos 30 años en Argentina. El principal obstáculo fue la inflación. Luego, la adquisición de talento seguida por la falta de previsibilidad futura del entorno de negocios junto a las decisiones de inversión. Nuestro modo de hacer frente a estos obstáculos es "cuidar" a nuestra gente, clientes y partners.

3 Todas aquellas que aporten mayor previsibilidad a los actores económicos, para así tener la posibilidad de proyectar los negocios de una manera razonablemente clara. También, aquellas que tengan que ver con una moneda más estable, con mayor seguridad jurídica, menos regulaciones a los mercados y que favorezcan las condiciones de inversión.

**VISTAGE****Guadalupe San Martín***CEO***VISTAGE****Facturación (e.) 2023:** \$ 4000 millones**Empleados:** 120

1 Seguir expandiendo la red Vistage en todo el país, para ayudar a los empresarios argentinos a seguir construyendo futuro como pieza clave para un país mejor.

2 Los principales obstáculos estuvieron vinculados con la incertidumbre económica y la dificultad que ello genera para construir a mediano y largo plazo.

**HEADHUNTING****Mauro Lestrage***Co-Founder & CEO***HIGH FLOW CONSULTING****Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1 millón

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1,3 millones

**Inv. 2024:** u\$s 300.000**Empleados:** 20

1 En 2023 abrimos nuestra oficina en México y 2024 va a ser un año de búsqueda de equilibrio y consolidación. En el mercado internacional encontramos oportunidades porque en un contexto con nuevas reglas de juego, las fronteras son menos rígidas, las políticas más flexibles y las necesidades de las em-

presas, cada vez mayores para ganar mercados más competitivos. Para eso, nuestra propuesta de valor tiene que ser constantemente revisada y mejorada.

2 Este año tuvo un escenario de alta complejidad. La volatilidad y la incertidumbre son los nuevos "death and taxes" y el mundo tiene cambios que ya no son lineales. La flexibilidad, la capacidad de adaptación y el aprendizaje continuo se volvieron críticos para que los equipos y nuestros colaboradores puedan seguir ofreciendo soluciones a los clientes.

3 Las reglas de juego claras siempre son bienvenidas. Las empresas nacieron para solucionar problemas de grandes grupos de personas, y si no existen precios y se erosionan los márgenes de ganancia, es como navegar en mar abierto con una brújula que no funciona. Menos cantidad de impuestos para simplificar las operaciones, una menor carga tributaria y mayor previsibilidad, pueden ser suficiente para que los ejecutivos y los empresarios puedan pensar a largo plazo.

**Daniel Urman***Director***NUMAN****Empleados:** 32

1 Si bien 2023 termina a nivel macro con mucha inestabilidad, creemos que 2024 mejorarán los indicadores. No obstante, la actividad industrial no es un sector que se vea

beneficiado. Por ello, nos posicionamos con cautela para 2024 apuntando a sostener los niveles de actividad y profundizar nuestro posicionamiento en Argentina, e incrementar nuestras operaciones internacionales en Colombia, como partners del sector industrial en gestión del talento de mandos medios y altos.

2 Sin dudas que la situación de volatilidad local ha sido uno de los principales obstáculos que tuvimos que enfrentar durante 2023. En nuestro negocio, observamos mayor impacto en candidatos que en empresas, ya que los profesionales estuvieron muy dubitativos al encarar cambios laborales. Por el lado de las compañías, no vimos tanto nivel de enfriamiento en la toma de decisiones. Los años electorales suelen impactar en el nivel de actividad de nuestro sector.

3 Incentivos a pymes para la generación de nuevos puestos de trabajo / inversión. Si permanecen las restricciones en la importación, que éstas no generen trabas para el ingreso de insumos y bienes de capital que aportan a la capacidad de producción nacional. Estabilización cambiaria.

**Edgar Medinaceli***Managing Director***RUSSEL REYNOLDS ASSOCIATES**

1 Será un año fuertemente influenciado por volatilidad económica y política. En ese contexto

esperamos que haya más actividad regional que local. Sin embargo, algunos sectores seguirán mostrando dinamismo. Seguiremos ampliando nuestra oferta de consultoría de liderazgo, además de nuestro servicio de búsquedas ejecutivas. El segundo semestre probablemente sea más dinámico que el primero.

2 La inflación, la falta de inversiones y la incertidumbre de corto plazo fueron los principales obstáculos para el desarrollo de negocios en este año en Argentina. Sin embargo, pudimos desarrollar proyectos muy relevantes, tanto en Argentina, como en la región gracias a nuestro foco en alta dirección, que está menos sujeta a los vaivenes de corto plazo. Esperamos terminar el año con buenos números de volumen y rentabilidad.

3 La corrección de los desequilibrios monetarios y fiscales, junto con regulaciones que incentiven la inversión localizada Gera, si Pales políticas públicas que se darían al desarrollo de nuestro negocio y de cualquier otro negocio en la Argentina. Asimismo, la estabilidad política que asegure un horizonte de mediano plazo y la sustentabilidad de las políticas económicas es clave para atraer capitales e interés hacia el país.

**SpencerStuart****Joaquín Lizaso***Office Manager Argentina***SPENCER STUART ARGENTINA****Empleados:** 10



# Paradigma $\alpha$

SOCIEDAD DE SOLUCIONES



Consultoría en transformación y gestión

## LOS CLIENTES SON NUESTRA PASIÓN

Trabajamos codo a codo para lograr resultados sustentables que hagan la diferencia, agregando experiencia y otras miradas.



**Más de 30 años** innovando en **Consultoría en transformación y gestión de negocios, procesos, tecnología y personas.**



**CONOCÉ MÁS**

(+54 11) 3220 1441



contactosargentina@paradigma.com

[www.paradigma.com](http://www.paradigma.com)



**1** El año próximo se presenta con muchos desafíos e interrogantes. En este contexto de inestabilidad económica y restricciones, las empresas están postergando sus inversiones y actúan pensando en el corto plazo. Podemos ayudar a nuestros clientes a fortalecer su C-Level y atraer al mejor talento para afrontar los desafíos del negocio. Desde el punto de vista estratégico, prevemos ampliar nuestro equipo.

**2** Este fue un buen año para Spencer Stuart Argentina ya que mantuvimos el crecimiento del año anterior. Sin embargo, la sustentabilidad de nuestro negocio está atada al crecimiento del sector privado. En este sentido las restricciones gubernamentales y la inestabilidad económica han generado que muchas empresas frenen decisiones de inversión, y en el caso de las multinacionales muchas han elegido por mercados vecinos.

**3** Nuestro sector se mueve al compás del crecimiento del sector privado y para eso es esencial tener estabilidad macroeconómica y jurídica. Hay que eliminar barreras y facilitar el flujo de capitales, el Estado debe ser un socio que impulse medidas que dinamicen la economía para fomentar la inversión y creación de empleo genuino. Argentina necesita volver al mundo, tener reglas claras y previsibles es el punto de partida para generar confianza.

**50 VALUAR**  
AÑOS HUNTING THE FUTURE



**Cristina Bomchil**

Directora Ejecutiva

**VALUAR ORGANIZACIÓN DE RR.HH.**

**Empleados:** 11

**1** Sabemos que será un año duro. Esperamos una inflación más controlada, mayor certidumbre económica que nos permitirá proyectar inversiones en IA para mejorar nuestros procesos. Seguiremos invirtiendo en capacitar a nuestra gente. En estos años difíciles, mantuvimos nuestro trabajo en un nivel estable, y proyectamos que sigan de este modo

**2** Fue difícil encontrar talento para cubrir tanto nuestras necesidades internas como la de nuestros clientes, a causa del éxodo de profesionales de estos últimos años. La incertidumbre del año electoral retrasó muchas decisiones de negocio de los empresarios, y ello afectó nuestras operaciones. La inflación tan alta complicó nuestro presupuesto, las cobranzas y tener al día las remuneraciones de los empleados

**3** Una reforma laboral, que se adapte a las nuevas realidades e impulse el empleo formal y de calidad. También una reforma impositiva que modernice el sistema tributario con menos carga impositiva para la producción, se amplíe la base tributaria, combatido la evasión, para que toda la carga no quede siempre en el mismo sector. La promulgación de una nueva ley de coparticipación federal de impuestos.

**WALLCHASE**



**Gonzalo Mata**

Managing Partner

**WALL CHASE**

**Empleados:** 12

**1** El año 2024 se presenta desafiante desde el punto de vista político y económico. Dentro de ese contexto, imaginamos mayor movimiento en compañías de origen nacional y mucha cautela por parte de las empresas multinacionales. Continuaremos innovando en todas nuestras unidades de negocio a nivel regional, y como siempre, priorizando nuestro propósito y manteniendo los principios y valores en nuestro modo de hacer las cosas.

**2** El año ha sido positivo pese a la inestabilidad que ha sufrido el país. Hemos logrado alcanzar nuestras metas propuestas manteniéndonos cerca de nuestros clientes.

**3** Políticas relacionadas a la estabilidad económica que permitan mejorar y sostener una fórmula compensatoria en el tiempo. Políticas que impulsen el crecimiento de las economías regionales para que se genere empleo de calidad en distintos puntos del país. Favorecer el ingreso de inversiones del exterior en el mercado argentino, con el compromiso de generar nuevas empresas y oportunidades de trabajo.

**RECURSOS HUMANOS**

**Adecco**



**Leandro Cazorla**

CEO Adecco Argentina & Uruguay

**ADECCO**

**Empleados:** 360

**1** Será un año con gran-

des desafíos, con expectativas renovadas, con un nuevo gobierno y un escenario sumamente complejo. Desde Adecco, confiamos en nuestra capacidad para continuar creciendo e innovando a través de nuestros servicios que se adaptan a las necesidades de cada cliente. Seguiremos potenciando nuestras distintas líneas de negocio y apostando a la inversión en procesos, innovación tecnológica y calidad de servicios.

**2** Sin dudas fue un año muy desafiante. La volatilidad económica exige adaptación constante y los altos índices de inflación modificaron planes y proyectos. Todo eso provoca que las compañías debamos tener un gran foco en la coyuntura a lo que, además, se sumó un año electoral. De todas formas, fue un año positivo en el que realizamos muchos proyectos y mantuvimos la cercanía con nuestro personal interno, brindamos respaldo y soluciones de calidad a nuestros clientes.

**3** Como compañía generadora de empleo inclusivo, legal y responsable, consideramos que es importante remover trabas burocráticas para el uso de los servicios, disminuir la conflictividad laboral, incorporar la actividad en los beneficios de promoción de empleo, potenciar programas de formación dual y ampliar incentivos para la inclusión laboral de grupos vulnerables.

**grupo ceta**



**Ernesto Fernández Machado**

Presidente & Fundador

**GRUPO CETA**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 60 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 75 millones

**Inv. 2024:** u\$s 1 millón

**Empleados:** 5000

**1** Tenemos muy buenas expectativas para 2024 en Grupo Ceta seguiremos apostando a la federalización de la compañía con la apertura de oficinas en el interior. Seguiremos generando oportunidades laborales, impulsando el desarrollo de las personas, y continuaremos diversificando nuestra gama de servicios para acompañar a nuestros clientes. En 2023 lanzamos Skynde, empresa de logística y distribución, en 2024 haremos inversiones en tecnología y ampliaremos nuestra flota para crecer en el mercado.

**2** El principal desafío durante 2023 fue adaptarse al contexto económico. Con flexibilidad, dinamismo y buena comunicación con nuestros clientes pudimos seguir adelante con lo planificado. Estar cerca de ellos desde lo operativo y lo estratégico nos permite trabajar con previsibilidad para dar respuesta a las diferentes coyunturas.

**3** Es fundamental la sinergia entre lo público y lo privado. Somos un país que tiene grandes oportunidades de desarrollo para diversas industrias y eso conlleva un gran desafío para todos los actores de la sociedad. Tenemos la premisa de seguir apostando por la generación de nuevas oportunidades laborales y de negocio, así como de afianzar el vínculo con nuestros clientes para potenciar su crecimiento.



# Reclutamiento y Selección de Mandos Medios y Ejecutivos

*Expertos en encontrar el  
Ejecutivo que necesitas*

Conocé más





**Jorge Salvatierra**

Presidente

**GRUPO GESTIÓN**

**Empleados:** 500

1 Este año hemos registrado indicadores de empleo positivos, especialmente en algunas industrias como Hotelería, Gastronomía y Automotriz. Nuestras expectativas son que se mantengan niveles de crecimiento y la demanda de personal en 2024. Ampliaremos las inversiones en tecnología y en capacitación.

2 En este año hemos consolidado nuestras operaciones en plazas del interior del país, acompañando el crecimiento y demanda de personal de las compañías que confían en nuestros servicios.

3 El impulso del desarrollo industrial en todo el país es un gran motor que tracciona el crecimiento nacional y la demanda de empleo. Políticas y programas que permitan a las pymes industriales operar a su máxima capacidad y crecer tendrían un gran impacto en la coyuntura económica actual y futura. La educación y capacitación contribuiría a mejorar las oportunidades y la competitividad del país.



**Luis Guastini**

Director general

**MANPOWERGROUP**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 52.000 millones

**Empleados:** 340

1 Apuntamos a continuar con el desarrollo e incorporación de herramientas de IA y data analytics que permitan optimizar los procesos de reclutamiento y mejorar la experiencia de nuestros clientes y candidatos, mediante nuestra plataforma de tecnología Powersuite. Asimismo, planeamos seguir trabajando en aquellos asuntos relacionados a la ciberseguridad.

2 Hace algunos años, Argentina enfrenta dificultades en términos de empleabilidad debido a una productividad limitada por la falta de inversiones e infraestructura, y a los elevados costos laborales. Además, la dificultad para encontrar talento sigue siendo un problema para las empresas. La mejora de competencias y actualización de conocimientos tiene que convertirse en un tema no negociable para individuos y organizaciones.

3 Debemos estar abiertos a debatir políticas públicas que favorezcan la implementación de un marco regulatorio que contemple las necesidades de los empleadores y sus colaboradores, de manera que se vean favorecidos en términos de empleabilidad y condiciones de trabajo, se evite la fuga de talentos y mejore la situación de vulnerabilidad de gran parte de la sociedad.



**Cecilia Giordano**

Presidente

**MERCER**

**Empleados:** 60

1 En Mercer tenemos oferta de productos y servicios para momentos de crecimiento, expansión, decrecimiento y M&A, con lo cual tenemos preparado el equipo de consultores para dar respuesta a proyectos de transformación, experiencia del empleado, compensaciones, optimización de fuerza de trabajo, seguridad social y salud.

2 La inflación y la inestabilidad del país. A pesar de la situación logramos desarrollar a nuestro talento y acompañar su desarrollo, al igual que el de nuestros clientes.

3 Incentivos a la industria del conocimiento.



**Andrea Ávila**

CEO para Argentina, Chile y Uruguay

**RANDSTAD**

**Empleados:** 670

1 Proyectamos continuar consolidando nuestro liderazgo en el mercado de servicios de RRHH, con la ambición de convertirnos en la compañía de talento más equitativa y especializada a nivel mundial. Bajo esta premisa, desarrollaremos nuevos servicios de especialización y avanzaremos en nuestra digitalización buscando asegurar una experiencia memorable de candidatos, colaboradores y clientes. Buscaremos generar sinergias entre las operaciones de Randstad en el cono sur.

2 Los problemas de la macroeconomía, sumados a la fuerte inflación y

devaluación, en el contexto de un año electoral, han marcado el desarrollo del negocio, haciendo de este 2023 un año más que complejo. Aún así, las empresas se han ido acomodando al devenir económico y sostuvieron los niveles de contratación en un clima de cautela. El control de la macro y la inflación, junto con la definición de las elecciones determinarán la evolución en el último Q y el cierre de 2023.

3 Trabajamos activamente en el desarrollo de un mercado laboral sólido, equitativo e inclusivo, buscando que nadie quede atrás en la transición hacia los trabajos del futuro. Propiciamos una mayor vinculación entre la educación y el mundo del trabajo, para que la inversión privada genere empleo de calidad y ponga al país en la senda del desarrollo sostenible.



**Manuel Ocampo**

CEO

**VERIL CONSULTORES**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1 millón

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1,5 millones

**Inv. 2024:** u\$s 200.000

**Empleados:** 50

1 Vamos a continuar con nuestro proceso de expansión regional con el fin de consolidar el negocio en los países en los que ya estamos presentes. Además, invertiremos en desarrollo de soluciones de analytics para RRHH y en la incorporación de la IA a los procesos de capacitación y aprendizaje.

2 La coyuntura económica impactó en la dificultad para establecer precios de mercado y controlar costos. El año electoral pospuso el inicio de proyectos e inversiones de los clientes. Otro desafío se dio en la batalla por captar y retener talento frente a las ofertas de trabajo virtual para el exterior.

3 Para impulsar el sector, se requiere la promoción del acceso al crédito y financiación de empresas de servicio, especialmente a las pymes. También resulta clave la incorporación de diversidad y flexibilidad en los modelos de contratación.



**Paula Molinari**

Presidente y fundadora

**WHALECOM**

**Empleados:** 50

1 Nos enfrentamos a un contexto local y global muy áspero, que nos para frente a la paradoja de clientes que necesitan de nuestra ayuda para encarar sus transformaciones, pero se paralizan frente a la incertidumbre. Vamos a trabajar seguro mucho con el cambio de mentalidad de Alta Dirección, con el desarrollo de nuevas habilidades para los líderes y el apoyo en procesos de transformación.

2 En 2023 nuestros clientes tuvieron que manejarse en un contexto de gran incertidumbre. Esto impactó en los proyectos que encararon y en la toma de decisiones. Esta situación nos obligó a ser más creativos y empáticos, y, como siem-

pre, desarrollar nuevas capacidades a partir de la adversidad.

3 Esperamos tener un próximo año con políticas públicas que promuevan a las pymes con líneas de crédito y apoyo para la contratación de personal.

TECNOLOGÍA



**María Laura Palacios**  
CEO

G&L GROUP

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 23 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 25 millones

**Inv. 2024:** u\$s 500.000

**Empleados:** 510

1 Sostener los negocios

y Expandirnos en clientes y Cantidad de Empleados

2 Inflación y disponibilidad de talento calificado

3 Corregir la brecha y sacar los cepos.



**Horacio Martínez**  
CEO

GRUPO DATCO

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 114 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 120 millones

**Empleados:** 540

1 Continuaremos acompañando el proceso de digitalización y migración a la nube de las empresas. Trabajaremos con

nuestros clientes en la implementación de herramientas de big data, soluciones de colaboración y productividad, de IA, IoT y realidad aumentada, con el foco puesto en la productividad y eficiencia, sumando nuestro valor agregado diferencial, aportando conectividad a través de nuestra propia red de fibra óptica. Continuaremos invirtiendo para expandir nuestra red.

2 El mayor obstáculo de 2023 fue tener que movernos en un entorno de gran inflación y alteración del tipo de cambio, que incide directamente sobre nuestro negocio, cuyos ingresos e insumos están atados a la evolución del dólar y al acceso al mercado libre de cambios. Todo esto se traduce en proyectos e inversiones que se demoran y en una mayor cautela a la hora de

la toma de decisiones. Sin embargo, el balance del año sigue siendo positivo.

3 Para las empresas que operamos globalmente, las restricciones cambiarias son una traba que genera burocracia, desgaste e incremento en los costos que inciden en cuán competitivo es nuestro negocio frente al de la competencia. Nuestra mayor expectativa pasa por la estabilización de la macroeconomía y la definición de un nuevo marco regulatorio que le permita a la industria de telecomunicaciones recomponer el dinamismo perdido.



**Gustavo Guragna**

Presidente y CEO

SNOOP CONSULTING

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 3,5 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 5 millones

**Inv. 2024:** u\$s 500.000

**Empleados:** 105

1 La situación económica local tendrá inflación elevada y la consecuente complicaciones para la actividad económica. Proyectos: Estamos trabajando para ser referentes en IA en la Argentina, ayudando a las empresas a detectar en dónde es posible incorporar como "copiloto" a la IA en áreas claves para obtener una velocidad y productividad poco antes vista.

3 Necesitamos reglas claras y que se mantengan en el tiempo.

Sin saltos ni variaciones discrecionales. Los pagos

GRUPO ECIPSA

INNOVACIÓN EN REAL ESTATE PARA EL MUNDO

**+13.400**  
UNIDADES ENTREGADAS

**+2.000**  
HECTÁREAS DESARROLLADAS

**2 BILLONES**  
DE DÓLARES INVERTIDOS EN DESARROLLO INTEGRAL DE VIVIENDAS

**+100**  
DESARROLLOS

**250 M**  
DE DÓLARES DE INVERSIÓN EN OBRAS Y TIERRAS PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS



+45 AÑOS DESARROLLANDO HITOS INMOBILIARIOS



al exterior han sido un verdadero caos dejando pasivos en dólares sin resolver. La brecha cambiaria tiene un efecto muy negativo en nuestro sector, pues genera que las ventas se encarezcan en moneda dura y por el otro lado, vuelve más fácil la contratación de talento argentino para empresas fuera de la Argentina.

**Consumo masivo**



**Facundo Mendizábal**  
Dueño

**GRUPO MENDIZÁBAL**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 45 millones

**Facturación (p.) en 2024:**

u\$s 60 millones

**Inv. 2024:** u\$s 4 millones

**Empleados:** 100

1 Estamos cerrando 2023 con un crecimiento importante, tanto orgánico como inorgánico, con varios proyectos y procesos relevantes lanzados que en 2024 vamos a continuar y potenciar. La compra de edding en marzo pasado nos desafió a emprender un camino de inclusión e integración muy importante que vamos a consolidar. Además, comenzamos un proceso de internacionalización en Centroamérica y Estados Unidos con Stanley que nos presentará en 2024 muchísimos desafíos y oportunidades. En el ámbito local, vamos a seguir invirtiendo en

Argentina con la apertura de más locales propios.

2 El balance es muy positivo, incluso en un contexto sumamente incierto desde el punto de vista macroeconómico, logramos crecer y concretar oportunidades como la compra de las operaciones de edding en Argentina. Las marcas que representamos están muy instaladas en el consumidor argentino y eso generó que las distintas compañías globales crean en nosotros para trabajar en otros lugares de América, desde Argentina. Sin embargo, no ignoramos los desafíos. El crecimiento de la piratería y la falsificación de productos representa un reto, tanto por la protección de los usuarios, como también por la preservación de nuestra reputación.

3 La Argentina necesita una política económica coherente, predecible y orientada a la integración global, con reglas claras que faciliten y atraigan la inversión. La mejor política pública para emprendedores y empresarios es generar las condiciones que nos permitan operar, sentirnos respaldados por incentivos para la contratación, porque eso nos va a permitir liderar la generación de empleo y el crecimiento económico.



**Ignacio Seoane**  
General manager Argentina Paraguay y Uruguay

**KIMBERLY-CLARK**

**Empleados:** 1000

1 Nuestra meta es continuar avanzando hacia nuestra visión: "Brindar

un mejor cuidado, para un mundo mejor". Pusimos en marcha proyectos significativos, como la Usina, un esfuerzo destinado a alcanzar una excelencia comercial. Nuestro objetivo es potenciar la eficiencia y las relaciones comerciales. Nuestra expectativa es en mantener un equilibrio entre la demanda del entorno y el compromiso de brindar lo mejor a nuestros clientes. Además, queremos incrementar las exportaciones pasando al 40%.



**Ricardo Wolff**  
Director Ejecutivo, Latinoamérica Sur

**KENVUE**

**Empleados:** 330

1 En 2024 queremos seguir ofreciendo productos de cuidado personal a los 46 millones de argentinos que cuentan con nosotros. Con nuestras marcas icónicas, seguiremos llevando productos de alta calidad, basados en ciencia y recomendados por los profesionales de la salud para las rutinas de cuidado de las personas. Profundizaremos nuestro foco en innovación y sustentabilidad para estar cerca de las necesidades de las personas al tiempo que cuidamos el planeta.

2 El balance 2023 es muy especial. En mayo salimos a la Bolsa de Nueva York. Esto representó una oportunidad única de combinar la trayectoria de nuestras marcas con la agilidad de una empresa independiente y moderna de consumo masivo. En

Argentina, con un entorno desafiante, estamos orgullosos de nuestros resultados. Nuestras marcas son referentes en sus categorías y están en los hogares argentinos desde hace más de 85 años acompañándolos en sus rutinas y evolucionando junto con ellos.

3 Las políticas de autocuidado son centrales para el fortalecimiento de nuestro sector. La OMS define autocuidado como "la capacidad para promover la salud, prevenir enfermedades, mantener la salud y hacer frente a las enfermedades y discapacidad con o sin el apoyo de un proveedor de atención médica". En este sentido, nos enfocamos en acompañar la agenda del autocuidado con un compromiso a largo plazo con la educación de las comunidades como eje fundamental para el cuidado de la salud.



**Gabriela Bardin**  
Gerente General de P&G

**P&G**

**Empleados:** 800

1 Será un escenario desafiante, pero en 2024 continuaremos trabajando en seguir llevando la innovación a cada uno de los hogares argentinos que nos eligen y en estar un poco más cerca de alcanzar nuestras ambiciones 2030, con productos cada vez más sostenibles. Para nosotros es importante contribuir con mejorar el día a día de los argentinos con la superioridad de nuestras marcas y también dejar una hue-

lla positiva en nuestras comunidades, sociedad y medioambiente.

2 Este año nos trajo alegrías y desafíos por igual. Decidimos enfocarnos en las categorías de cuidado personal y salud y, en línea con nuestro propósito de proporcionar productos de calidad y valor superiores, logramos el lanzamiento de las vitaminas Cebión. Nuestro compromiso de ofrecer una variedad de productos y marcas confiables sigue intacto.

3 Valoramos aquellas iniciativas que acompañen el desarrollo de nuestra industria y que impulsan a los jugadores a ofrecer mejores productos. Además, aquellas políticas públicas como el mayor acceso al mercado de cambios y mayor transparencia en el manejo de importaciones que ayudan a mejorar las variables de la actividad económica y la capacidad de compra. Nuestro objetivo es ser una fuerza para el bien y para el crecimiento y acompañar a nuestros consumidores y a las generaciones venideras.



**Laura Barnator**  
Gerente General de Unilever Argentina, Paraguay y Uruguay.

**UNILEVER**

**Empleados:** 3400

1 Seguiremos gestionando el corto plazo pero apostando al largo plazo, al futuro y a la innovación. Con el foco puesto en el consumidor y priorizando la sustentabilidad, buscamos ser motor



para el desarrollo de la industria 4.0 en consumo masivo, involucrando a toda nuestra cadena de valor, desde materias primas, nuestras plantas, la formulación de nuestros productos, hasta el contacto con el consumidor. Sentimos la responsabilidad como empresa líder de generar cambio y liderar la transformación.

2 A pesar de los inconvenientes que atravesamos en materia macroeconómica, seguimos apostando al futuro. Trabajamos para poner en el centro a nuestros clientes y ofrecerles siempre los mejores productos, apostando a la innovación. En términos de producción, el 95% de lo que vendemos en el país son productos fabricados localmente. Con 97 años en el país, 6 fábricas y más de 3400 colabora-

dores y pymes aliadas.

3 Es central garantizar la formalización y previsibilidad económica. Bajar la inflación tiene que ser una prioridad para mejorar las perspectivas de toda la sociedad, los comercios, las pymes y las grandes empresas. También, es clave abrirnos a nuevos mercados, asegurar la sostenibilidad de los costos y confiabilidad en la cadena de abastecimiento para el mercado interno, fomentando la producción local y el trabajo de millones de pymes y comercios.



**ALFAPARF MILANO**



**César Cantero**

Presidente

**ALFAPARF GROUP ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 5000 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$

10.000 millones

**Inv. 2024:** u\$s 1 millón

**Empleados:** 250

1 Recuperar el mercado perdido con respecto a las exportaciones, seguir consolidando el liderazgo de nuestras marcas en el mercado del profesional y ampliar nuestra oferta de marcas

2 Las limitaciones para la importación de materias primas, nos impidieron tener una política

exportadora más agresiva y rn concordancia nos limitó la expansión en el mercado interno

3 Bajar la inflación y darle prioridad absoluta a la importación de materias primas por sobre producto terminado.

**AVON**



**Rolando Castro**

Gerente General Avon Argentina y Uruguay - Presidente de CAPA

**AVON**

**Empleados:** 1252

1 Impulsar nuevos paradigmas en la industria de la belleza, construir la relevancia de Avon a

partir de una propuesta de belleza diversa y accesible, mediante productos de calidad internacional y modelo de negocio de venta directa. Hacia 2024 seguiremos brindando oportunidades de ingreso a nuestras más de 200.000 revendedoras en todo el país.

2 Al igual que muchas empresas, la disponibilidad de producto significó un desafío. Aun con casi un 100% de nuestro portfolio producido localmente, dependemos de componentes importados. A pesar de este contexto, la venta por relaciones se mostró resiliente. Por otro lado, vemos un consumidor que busca bienestar, frente a distintas restricciones. Esta tendencia es clave para nuestra industria. Avon logró en este escenario sólidos desempeños en sus prin-



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



cipales categorías y sigue ganando valoración.

3 La estabilización de las variables macroeconómicas es fundamental para el desarrollo de cualquier negocio. Previsibilidad, reglas claras y un flujo normal de importaciones, son claves para el desarrollo del sector. Por último, la protección y fomento de las pymes que son numerosas en la industria cosmética, mediante financiamiento, marcos regulatorios simplificados y regímenes laborales flexibles que fomenten el empleo y cuiden la sustentabilidad de las empresas.



**Jean-Noël Divet**

CEO de L'Oréal Group Argentina

**L'ORÉAL ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 39.330 millones

**Empleados:** 635

1 En 2023 cumplimos 60 años en el país y comunicamos nuestro sentido de propósito "Creamos la belleza que mueve al mundo", seguimos buscando brindar a las personas los mejores productos de belleza en términos de calidad, eficacia, seguridad, sinceridad y responsabilidad. Vemos con entusiasmo las perspectivas del crecimiento sostenido en el consumo de nuestras categorías. Además de continuar la transición hacia una industria sustentable, bajo los objetivos ambiciosos de L'Oréal Por el Futuro.

2 Argentina es un mercado muy interesante y desafiante. Nuestra

presencia en la Argentina tiene un balance positivo y los resultados del negocio lo demuestran. En el año 2022 tuvimos una excelente performance. L'Oréal facturó en el país en 2022, \$ 39.330 millones. Además, el 70% de los productos comercializados por L'Oréal en el país son elaborados localmente con tecnología propia

3 Necesitamos un marco de referencia y reglas del juego económico claras. L'Oréal es líder en la cosmética en el mundo y pionera en innovación de proyectos que fomentan la diversidad de género, la inclusión y el empleo, como "Belleza por un futuro", que capacita en los oficios de maquillaje y peluquería a las personas en situación de vulnerabilidad para su inserción laboral. Además del programa Por las Mujeres en la Ciencia, para derribar las barreras que encuentran las mujeres en este ámbito.



**Verónica Marcelo**

Gerenta General de Natura Argentina

**NATURA**

**Empleados:** 847

1 Trabajaremos para seguir impulsando el social commerce, que es la nueva venta directa, permitiendo potenciar los negocios de +300.000 consultoras de belleza. Además, seguiremos consolidando nuestra presencia en el país con la apertura de nuevas tiendas. Este año revisamos nuestros compromisos de impacto ambiental y so-

cial. Frente a los desafíos actuales, nuestra inversión será destinada al desarrollo de soluciones regenerativas e impulsar la bioinnovación

2 Sin dudas atravesamos un 2023 desafiante para las personas y para las empresas. La falta de previsibilidad en términos de precios e insumos nos obligó a ejercitar nuestra adaptabilidad al contexto. Nuestra fortaleza está en las personas que componen nuestra red. Ser empáticos con ellos, la escucha activa, innovar y ofrecer soluciones digitales para hacer crecer los negocios de cada consultora de belleza fue fundamental

3 Es necesario reforzar la articulación público-privada para abordar las agendas de descarbonización de la economía, teniendo en cuenta las particularidades de cada sector, y el desarrollo de nuevas cadenas de valor locales y sustentables. Estos puntos son cruciales para que toda la industria transicione hacia nuevos esquemas de negocio más responsables y sostenibles; con la regeneración como premisa



**Juan Pablo Guaita**

CEO

**AIRES DEL SUR**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 23.410 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 3746 millones

**Inv. 2024:** u\$s 8 millones

**Empleados:** 210

1 Que el gobierno logre llegar a tiempo con la exportación de gas, litio y de una buena cosecha de soja, o bien, la no importación de gas principalmente, para que se equilibre la balanza comercial y así haya flujo de dólares. De esa forma normalizaría el giro de divisas. Esto último crucial para una empresa como Aires del Sur, que importa insumos para fabricarlos y comercializar luego los productos terminados. Todo proyecto está ligado a que se revierta la no fluidez de giros al exterior.

3 El sostenimiento del régimen industrial en Tierra del Fuego y políticas que mejoren la balanza comercial y recomposición de reservas. Mucho ayudará todo lo tendiente a la exportación de energía y agropecuarios. Esto nos daría una balanza sólida que revertiría el actual estado de reservas. Deberíamos tener un mejor acceso al flujo de divisas.



**Fabián Colussi**

Founder y CEO

**BRANDWARE**

**Facturación 2023:** \$

2200 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 60 millones

**Inv.:** \$ 7200 millones

1 Crecer con Brandware pero ahora con una fuerte orientación hacia el sector bancario. Sabemos que la Argentina está a punto de

sumarse a la gran tendencia mundial de bancos que empezaron a hacer Brandware y hoy venden sus marcas propias a través de sus Marketplace. Nuestro objetivo es seguir el caso de éxito que tenemos con el Bank Of America desarrollándoles su marca. Será clave seguir fomentando la alianza estratégica que tenemos en el país con Abappra y la Ucema.

2 Transitar un año electoral generó incertidumbre para cumplir nuestro objetivo de generar empleo y abrir más fábricas en Argentina. A pesar de lo dicho hemos logrado avances significativos para que tengamos una buena plataforma de crecimiento en el 2024. Lanzamos el primer Programa Ejecutivo de Brandware de la mano de la Ucema y con Abappra generamos eventos y reuniones con más de 15 bancos desarrollen sus marcas propias. El balance es positivo del 2023 y nos emociona el plan para el 2024.

3 Para dar impulso al sector productivo hay que fomentar el Programa de Crédito Argentino de la Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo, las tasas subsidiadas para créditos de inversión y capital de trabajo que permite que las empresas puedan financiar sus proyectos, dar impulso a la plataforma Legajo Único Financiero y Económico para agilizar el acceso al crédito de las pymes y simplificar los procesos para la aprobación de préstamos.





Convertir  
ideas en realidades.  
Eso es valor.

[consultatio.ar](http://consultatio.ar)

**Consultatio**  
CREAMOS VALOR

**Mauro Guerrero**

CEO

**GRUPO NÚCLEO**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 290.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 135 millones

**Inv. 2024:** \$ 300 millones

**Empleados:** 200

1 Seguir creciendo en las ventas a todo el país, ampliando la oferta de productos tecnológicos de producción nacional y la distribución de las marcas internacionales que nos acompañan. Seguir colaborando con la llegada a los hogares de tecnología acompañado de los marketplace que otorgan financiamiento y obtener mas Certificaciones de Calidad de los procesos de la empresa. Colaborando con el acceso a tablets, notebooks y dispositivos IT para facilitar la vida de los argentinos

2 Afrontamos dificultades de abastecimiento, cambios de precios complican desde la producción hasta la comercialización. Trabajando en equipo cumplimos con los objetivos. Grupo Núcleo no es solo distribuidor: es líder en desarrollo tecnológico con fuerte inversión en infraestructura, generamos valor, aceleramos e incubamos proyectos para impulsar el conocimiento. Invertimos en capacitación, en nuevos segmentos como la Micromovilidad siendo la Primera Planta Certificada con Norma IRAM

3 Es fundamental impulsar programas que acerquen la tecnología a las diferentes industrias. Estamos en línea con las políticas que ayudan a pensar la movilidad sustentable urbana, con su uso eficiente y responsable, porque es el camino correcto para mejorar la problemática del medio ambiente y la movilidad

de la gente. Será importante implementar planes que faciliten el acceso a la tecnología para el sector educativo, acercando tecnología, hardware, desarrollo de software, gaming e e-sports.



**Luis Galli**

Presidente & CEO de Newsan

**NEWSAN**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 2041 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1750 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 50 millones

**Empleados:** 9500

1 Seguramente el ordenamiento necesario de la macroeconomía liderado por un nuevo gobierno, afectará a los negocios de consumo y fortalecerá nuestra unidad de exportación. Asimismo, nuestra mirada a largo plazo nos focaliza en seguir consolidando el liderazgo en los negocios core de la compañía, desarrollando movilidad urbana y autopartismo, apostar muy fuerte a nuestros negocios de exportación y seguir internacionalizando el negocio de electro con la expansión regional a los países de Latam.

2 En un año electoral y con una economía afectada por restricciones al acceso de divisas; Newsan enfrentó desafíos similares al resto de las empresas. Sin embargo, fiel a nuestro ADN que nos permite identificar oportunidades en momentos de crisis, logramos concluir el año de manera muy positiva.

Mantuvimos la continuidad de nuestras inversiones y conservamos negocios sólidos, lo que nos deja posicionados de manera saludable para seguir experimentando un crecimiento sostenido en los años venideros.

3 Es necesario implementar un plan que permita ordenar la macroeconomía y generar un contexto de previsibilidad, continuidad y seguridad jurídica para que sigamos invirtiendo. También resolver los problemas estructurales que viene arrasando que obstaculizan y generan el famoso costo argentino que impide que seamos competitivos.



**Martín Castro**

General Manager para región sur de Whirlpool

**WHIRLPOOL ARGENTINA**

**Empleados:** 440

1 Enfocarnos en complementar el portafolio regional con una nueva plataforma de lavado que hoy no se fabrica en la región; Continuar incrementando la producción nacional, para seguir ganando participación de mercado local y para, de la mano del desarrollo de proveedores locales, duplicar nuestras exportaciones en 2024. Esto lo lograremos gracias a la inversión realizada en la nueva planta situada en Pilar, la más moderna de la compañía en el mundo.

2 Tuvimos obstáculos tanto externos como internos que hemos podido enfrentar y superar con éxito, y consolidar el

crecimiento en términos de producción y empleo de la compañía en el país. Debimos superar los vaivenes macroeconómicos del país y las restricciones al comercio exterior y a los pagos al exterior. Tuvimos que afrontar una mejora de la estructura de costos para evitar trasladar a los precios los impactos de la coyuntura.

3 Todas las medidas que busquen acompañar y facilitar el acceso al crédito para estas compras, como el caso del programa Ahora 12, son beneficiosas para garantizar impulsar la demanda del sector.



**BIODIÉSEL Y AGROINDUSTRIAL**



**Juan Manuel Ritacco**

CEO

**GRUPO BAHÍA ENERGÍA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 500 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 800 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 130 millones

**Empleados:** 1500

1 Planificamos una ampliación en los volúmenes de producción de Biocombustibles y derivados, con la ampliación de la capacidad de refinación de Glicerina, duplicar los volúmenes de exportación de materias primas para biocombustibles de

segunda generación y poner en marcha los proyectos de Etanol y SAF.

2 A nivel global, nuestras operaciones se recuperaron en el segundo semestre: pasado el impacto de la guerra en Ucrania se estabilizaron los mercados y por el foco que tiene la industria de Biocombustibles para su expansión y crecimiento. En Argentina, el impacto de la sequía en la disponibilidad y valor del aceite de soja, la falta de crédito y un precio regulado que no acompañó los costos, afectaron a la producción y exigieron creatividad y eficiencia.

3 Avanzar con la implementación del Marco Regulatorio de Biocombustibles, que nos dará previsibilidad y nos permitirá continuar con el plan de inversiones, y ampliar el cupo de corte con biocombustibles en línea con los compromisos asumidos por la Argentina para reducir emisiones y mitigar los impactos generados por el cambio climático.

**ELECTRICIDAD**



**Martín Genesio**

Presidente & CEO de AES Argentina

**AES ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 388 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 378 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 260 millones

**Empleados:** 377

1 Nuestro propósito es acelerar un futuro energético más sustentable. Tenemos desarrollados 1000 MW en proyectos eólicos y 200 MW en parques so-

# La mejor Cobertura Médica para tu Empresa

- Programa integral de salud
- Medicina preventiva
- Planes corporativos a medida
- Salud ocupacional

Y mucho más.



LUIS  
PASTEUR

Cuidamos tu salud

lares en varias provincias, donde incursionaremos en el desarrollo de proyectos greenfield. Además, identificamos proyectos que podríamos adquirir. El potencial de inversiones en el sector es altísimo una vez que la macroeconomía muestre signos de mejora. Llevamos 30 años de crecimiento local y seguiremos expandiendo la huella en Argentina.

2 La incertidumbre, sumada a la situación macroeconómica continúa generando demoras y estancamiento de inversiones. Las dificultades para importar insumos, tanto para mantenimiento como para nuevos proyectos cambian las prioridades de nuestra agenda. La falta de acceso a divisas retrasa proyectos que se encuentran listos a desarrollar, lo cual limita la posibilidad de dar continuidad a nuestra estrategia de crecimiento. Fue un año complejo y la coyuntura presenta muchos desafíos, pero desde AES miramos el largo plazo y estamos seguros de que se podrán superar los obstáculos.

3 El sistema de transporte está colapsado producto de la expansión del sector en los últimos años. Necesitamos ampliar y modernizar la infraestructura para acompañar los objetivos de generación renovable nacional. Generar políticas de Estado que acompañen el desarrollo de nuestros recursos será esencial para aportar previsibilidad.



**Claudio Cunha**

Country Manager y CEO Argentina

**ENEL**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1200 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1200 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 150 millones

**Empleados:** 3500

- 1 En 2024 va a empezar una recuperación más sostenida en mi industria.
- 2 En 2023 tuvimos mucha intervención y desorden en la política y economía, pero se ha podido dar pasos importantes en el camino correcto, en 2024 se inicia un proceso de recuperación de las instituciones.
- 3 Estabilidad de las reglas es fundamental, que ellas duren en el tiempo con independencia del color político del gobierno.



**Armando Losón (h.)**

Presidente

**GRUPO ALBANESE**

**Facturación (e.) 2023:**

635 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 675 millones

**Inversiones 2024:** u\$s

200 millones

**Empleados:** 461

- 1 Para inicio de 2024 tendremos en marcha el cierre de ciclo de la Central Térmica Ezeiza y seguiremos trabajando en la ampliación y cierre de ciclo de la Central Térmica Modesto Maranzana en Río Cuarto. Esto sumará 275 MW a la capacidad instalada actual de 1350 MW. Se consolida el proyecto de Cogeneración en Arroyo Seco, Santa

Fe, con la construcción de una nueva planta de energía térmica que producirá 130 MW y llevará a un total de 1755 MW de potencia instalada.

2 El acceso al crédito continúa siendo una restricción importante. No obstante este año logramos cancelar el Bono Internacional 2023 que emitimos hace 7 años. En materia ESG, emitimos el segundo reporte de sustentabilidad y también hemos hecho cambios en la organización del trabajo, lo que afirma nuestro compromiso con el capital humano.

3 Tanto el sector energético, como toda la economía de nuestro país, requieren de la consolidación de reglas claras que den sustentabilidad a las mismas en el mediano y largo plazo.



**Gustavo Mariani**

CEO

**PAMPA ENERGÍA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1800 millones

**Facturación (p.) 2024:**

1900 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 6500 millones

**Empleados:** 2000

- 1 Vamos a continuar invirtiendo en nuestro negocio de gas y petróleo. Hace unos meses adquirimos el 100% del bloque Rincón de Aranda, que tiene un gran potencial de shale oil, un segmento que nos permite diversificar nuestra presencia en Vaca Muerta. Y continuaremos invirtiendo para mantener nuestra producción de gas. Además,

pondremos en marcha nuestro Parque Eólico Pampa Energía VI, que actualmente está en obra, y tenemos proyectos para ampliar dos de nuestras centrales térmicas.

2 La falta de infraestructura necesaria para el transporte, junto a la volatilidad macroeconómica, fueron los principales obstáculos para el desarrollo del sector. El balance que hacemos es positivo. La primera etapa del nuevo gasoducto y la ampliación de la capacidad de transporte de crudo, fueron obras muy importantes, pero aún falta mucho por hacer, tanto en hidrocarburos como en energía eléctrica. Argentina tiene ahí una dificultad para el desarrollo de estos sectores.

3 La estabilidad macroeconómica que depende del equilibrio fiscal sostenido en el tiempo, es el principal escollo para crecer. Sectorialmente, es necesario impulsar una ley de GNL que brinde un marco normativo claro y permita realizar inversiones a largo plazo y proyectos para exportar más gas. Desde Pampa analizamos la posibilidad de invertir en este segmento, pero sin una regulación que fije reglas claras es difícil, sobre todo porque se trata de inversiones intensivas de capital.

**GAS**



**Jaime Barba**

Presidente y Director General

**CAMUZZI**

**Empleados:** 1700

- 1 Los meses que tene-

mos por delante serán complejos. La nueva administración de gobierno deberá atender con celeridad la situación que atraviesa el país de sostenidos desequilibrios macro y microeconómicos generados por la distorsión de precios relativos. El contexto de incertidumbre nos obligará a seguir extremando los cuidados en la administración financiera de la compañía para poder hacer frente a nuestras obligaciones como prestadores de un servicio público esencial.

2 Como empresa regulada, el mayor obstáculo es y ha sido en los últimos años, la cuestión tarifaria y regulatoria. Los atrasos en la tarifa de distribución nos han obligado a destinar nuestro capital en garantizar al mantenimiento seguro y continuo del servicio, sin la posibilidad de invertir en crecimiento. El 2023 nos desafió a ser más eficientes aún en la administración de nuestros recursos e implementar políticas de gastos restrictivas.

3 Nuestro sector necesita el cumplimiento definitivo y sostenido de los contratos de concesión, que acumula 20 años de incumplimiento, en 30 años de historia, y ha obstaculizado el potencial de desarrollo tan necesario para el país. Como el resto de las industrias, necesitamos políticas que promuevan incentivos a la inversión, que se sostengan en el tiempo y marcos de acción estables y perdurables.



**Andrés Scarone***Gerente General***COMPañÍA MEGA****Facturación (e.) 2023:**

u\$s 669 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 574 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 57 millones

**Empleados:** 191

1 Este año comenzamos un proyecto ambicioso para expandir la capacidad de fraccionamiento en nuestra planta de Bahía Blanca. Esta primera etapa permitirá incrementar la producción de propano, butano y gasolina un 20%. Este proyecto viabiliza el potencial gasífero de nuestro país. Mega, es la mayor empresa de acondicionamiento de gas natural, proceso que permite llevarlo a la calidad necesaria para el consumo mediante la extracción de los líquidos.

2 Este año nos desafió intelectualmente en la búsqueda de un proyecto de crecimiento que permitiera acompañar las necesidades de acondicionamiento del gas natural de Vaca Muerta, un gas que es muy variable en calidad. Adicionalmente, nuestros equipos tuvieron que pensar en una ingeniería, y sus respectivas etapas, que pudieran coexistir con la infraestructura de nuestras plantas y los procesos actuales. El balance es muy bueno.

3 La Argentina tiene la suerte de contar con gas natural que es uno de los principales productos de la transición energética. El potencial de Vaca Muerta es enorme y la cantidad de Etano, GLP y Gasolina que dicho gas tiene, nos abre una oportu-

nidad de agregar valor a estos productos. Como país debemos tener una visión sostenible, a través de acuerdos e incentivos de largo plazo que favorezcan su producción, industrialización y aumento significativo de las exportaciones.

**Gabriela Aguilar***Gerente General Argentina & Brazil - VP LATAM***EXCELERATE****Empleados:** 150

1 Vemos un futuro promisorio para la industria del gas en el país, a partir del gran potencial

que se ha comenzado a desarrollar en los últimos años. Tenemos grandes expectativas en continuar siendo un partner estratégico de Argentina en la industria del GNL.

2 Los desafíos de este año estuvieron vinculados mas que nada a la situación global del mercado energético, producto de la invasión de Rusia a Ucrania.

3 El desarrollo masivo de los hidrocarburos necesita un marco de certidumbre desde el punto de vista legal, regulatorio y de políticas económicas e impositivas de largo plazo para posibilitar las inversiones no solo en el desarrollo del upstream, sino también del midstream y permitir proyectos de exportación de Petróleo Crudo y GNL.

**Tomás Córdoba***Director General***METROGAS****Facturación (e.) 2023:**

\$ 106.304,5

**Empleados:** 1111

1 Nuestras expectativas están enfocadas en obtener previsibilidad tarifaria acorde al marco regulatorio, que nos permita seguir prestando un servicio seguro, confiable y de calidad. Seguiremos en nuestro proceso de transformación digital, que genera un impacto directo en la mejora en la calidad del servicio y en una mayor eficiencia, con el cliente en el centro.

2 Este ha sido un año

Somos la 6 ta. firma de Auditoría en el mundo,  
con presencia en más de 120 países  
y más de 60 años de experiencia en Argentina

AUDITORÍA | IMPUESTOS | CONSULTORÍA |  
PAYROLL & OUTSOURCING

[www.rsm.global/argentina](http://www.rsm.global/argentina)



THE POWER OF BEING UNDERSTOOD  
AUDIT | TAX | CONSULTING



complejo. Esa complejidad nos ha incentivado a ser creativos en la búsqueda de alternativas para sortear los diversos obstáculos que hemos enfrentado a nivel operativo y financiero. El desafío está centrado principalmente en la gestión eficiente de los recursos que permitan seguir garantizando la calidad y la seguridad del servicio.

3 Indudablemente Argentina es un país con un enorme potencial en términos de recursos naturales. Existe consenso respecto al papel del gas natural como combustible de transición en el proceso global de reducción de emisiones. Creemos que los incentivos para el desarrollo de infraestructura en producción, transporte y distribución de gas natural se alinean a la agenda internacional de transición energética.

**Naturgy**



**Gerardo Gómez**  
Gerente General

**NATURGY**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 66.087 millones

**Empleados:** 419

1 Confiamos que en 2024 la economía argentina en general podrá estabilizarse logrando disminuir los índices de inflación actuales. En lo regulatorio es importante la realización de una revisión tarifaria cuyos resultados sean tarifas e inversiones que permitan, tanto obtener una rentabilidad justa y razonable, permitiendo un crecimiento de la compañía, como también del número

de clientes, kilómetros de red y tener condiciones económicas y regulatorias que posibiliten la expansión del servicio.

2 Los índices de inflación de 2023 superaron ampliamente las actualizaciones tarifarias. El servicio regulado no permite actualización inmediata de los precios como lo hacen otros sectores de la economía cuando sufren incrementos de costos. También genera dificultades en la operativa los inconvenientes que se registran en la compra de diversos materiales necesarios para la continuidad de la actividad.

3 Sin dudas todas las políticas públicas que contribuyen a brindar seguridad jurídica, previsibilidad en la economía y en los negocios; como así también el cumplimiento del marco regulatorio son las bases que permiten planificar un crecimiento sustentable en el tiempo, con una rentabilidad razonable. También sin duda todas las políticas que contribuyan a la creación de empleo e industrias, repercuten directa o indirectamente en el número de hogares, comercios e industrias que se suman a la red.

**TGN**



**Daniel Ridelener**  
Director General

**TGN**

**Empleados:** 729

1 Las obras de reversión del Gasoducto Norte permitirán asegurar el gas natural en el norte argentino. Un gran desafío para el país, para nuestra ope-

ración y, sobre todo, una gran oportunidad para que la Argentina exporte energía a Chile y Brasil. Otro gran proyecto en el que venimos avanzando es el Gasoducto Vicuñas, de unos 300 km de extensión, que transportará gas natural a proyectos mineros en Jujuy, Salta y Catamarca.

2 La inflación con tarifas congeladas fue un gran obstáculo para todos los sectores y, en particular, para los que brindamos el servicio esencial de transportar y distribuir gas natural. Pese a ello, en 3 meses realizamos 2 obras estratégicas que facilitarán que el gas de Vaca Muerta llegue al norte del país. Implica un ahorro fiscal de u\$s 23 millones por mes por sustitución de importaciones; y un 40% más del volumen de gas transportado en Santa Fe y Córdoba, dinamizando hoy a industrias y hogares

3 Debemos continuar fortaleciendo el diálogo entre todos, contar con seguridad jurídica, reglas claras y previsibilidad para atraer inversiones a largo plazo. Además, la situación coyuntural requiere de una rápida adecuación de las tarifas de transporte de gas y el inicio inmediato de la revisión tarifaria integral. Asimismo, es importante que las políticas energéticas pongan el foco en una transición justa y al mismo tiempo contar a nivel país con una estrategia inteligente de acción climática.

**tgs**



**Oscar Sardi**  
CEO

**TGS**

**Empleados:** 1100

1 Continuaremos con nuestro compromiso de inversión en Vaca Muerta con la instalación de dos plantas de acondicionamiento de gas que permitirá duplicar la capacidad actual de planta Tratayén para alcanzar un total de 28 millones de m<sup>3</sup>/día, en línea con el incremento de gas asociado a la próxima etapa de ampliación del GPNK. La tecnología que se incorpora nos permitirá disponibilizar, a futuro, el negocio de procesamiento de gas a escala.

2 El balance es positivo. La concreción del primer tramo del GPNK genera oportunidades para que el gas de Vaca Muerta pueda llegar al mercado local e internacional. Continuamos con nuestra visión estratégica de convertirnos en un actor principal dentro de la cadena de valor del gas natural ofreciendo productos y servicios diferenciales al sector. Resultamos seleccionados por Enarsa para prestar el servicio de operación y mantenimiento del nuevo gasoducto.

3 Es imprescindible recomponer las tarifas de los servicios públicos y los precios de los programas de gobierno, sincerando los costos y respetando los marcos regulatorios. Es esencial recrear el ambiente de confianza y certidumbre que despierte el interés de las Licenciatarias de retomar el rol inversor, para que Argentina ofrezca a sus ciudadanos un servicio seguro, confiable y de calidad.

**PETRÓLEO**

**DeltaPatagonia** **Gulf**



**Eduardo Torras**

Gerente General

**DELTAPATAGONIA, LICENCIATARIA DE GULF EN ARGENTINA**

**Empleados:** 30

1 En 2024 celebramos nuestro quinto año de operación en el país con casi 130 estaciones de servicio en 11 provincias. Apuntamos a consolidar nuestra propuesta de valor al operador de estaciones de servicio como también a nuestros clientes finales no solo en combustibles y lubricantes sino también en una propuesta atractiva en nuestros Gulf Stores. En paralelo, nuestra marca comienza a operar en Brasil y Chile lo que la consolida como un jugador regional en el negocio de estaciones de servicio.

2 El año nos presentó grandes desafíos sobre todo en el desfasaje del precio local con el internacional, que generó algunas tensiones y picos de demanda de volumen. Sabemos que el contexto es desafiante, pero apuntamos a seguir creciendo y hemos logrado con cinco años de vida posicionarnos como la sexta compañía comercializadora de combustibles en el país. Los conductores argentinos cada vez más conocen, prueban y aceptan nuestros productos.

3 Veo muy positivamente que todos los espacios políticos entienden y defienden la importancia y la contribución que puede hacer para nuestro país Vaca Muerta y todas las otras fuentes de energía que tenemos. Creo que el desafío ahora es cómo hacemos para no desacoplarnos en precios de la realidad regional para que nos permita invertir y seguir creciendo en una matriz energética eficiente y competitiva.



ExxonMobil



**Daniel De Nigris**  
CEO

### EXXONMOBIL EXPLO- RATION ARGENTINA

**Empleados:** 3000

1 Cumpliremos los compromisos en los principales activos de EMEA en la provincia de Neuquén: construcción de un oleoducto que conectará la planta de tratamiento primaria ubicada en el bloque BdC-Lal con la terminal de inyección al oleoducto de Oldelval (extensión 43 kms); ensayo de 2 pozos actualmente en perforación en el bloque LTIIO; ensayo de un pozo en el bloque Loma del Molle a través del operador YPF; puesta en producción de los 3 pozos restantes del compromiso piloto del bloque Sierra Chata

2 El principal elemento para desarrollar nuestra industria está dado por la competitividad de las cuencas a nivel internacional, permitiendo la mayor alocación de recursos para acelerar su desarrollo. Escenarios de incertidumbre o falta de previsibilidad en la macroeconomía en general

y nuestra industria en particular van en desmedro de la competitividad requerida. Altos índices de inflación, la imposibilidad de acceso a divisas y las trabas a las importaciones, conspiran contra la competitividad

3 Seguiremos trabajando con el gobierno nacional y provincial, referentes del sector, representantes de los trabajadores y todos los integrantes de la cadena de valor para mejorar la productividad y seguir desarrollando los recursos energéticos del país. Las medidas deben estar orientadas a generar condiciones de competitividad para que no haya un desacople con los mercados internacionales. Reglas sostenidas, claras y predecibles en el tiempo son un requisito crucial para ejecutar más inversiones.

PECOM



**Gustavo Astie**  
CEO

**PECOM**

**Empleados:** 8000

1 Tenemos un contexto de oportunidades de crecimiento único: es el mejor desde que estoy en esta

industria desde hace 28 años. En Pecom definimos líneas estratégicas de desarrollo para este escenario excepcional. Por ejemplo, impulsar un modelo de negocio apalancado en innovación y diversificación de portafolio, ofreciendo la Operación Integral del yacimiento y soluciones de ingeniería. Asimismo, la orientación al cliente es otro sendero de desarrollo.

2 El gran desafío de 2023 fue preservar el valor del trabajo que realizamos en un contexto, a nivel nacional, de alta nominalidad en todas las variables: inflación, devaluación, tasas de interés y demoras en aprobación de Sirase. A nivel internacional enfrentamos aumento en las tasas de interés e incremento de costos de materias primas y bienes capital. Fue un año que agudizó nuestra creatividad y la de nuestros clientes para superar la coyuntura.

3 Estabilizar las variables económicas que rigen nuestros negocios será de gran ayuda: inflación, tasas de interés, estabilidad de la moneda, celeridad administrativa, etc. Asimismo, profundizar el desarrollo de las obras de infraestructura en Oil&Gas y Energía Eléctrica, sumado al crecimiento de la Minería con foco el Litio y Cobre permitirá alcanzar un

desarrollo sustentable.

raízen



**Andrés Cavallari**  
CEO de Raízen Argentina

**RAÍZEN**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 5600 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 5600 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 200 millones

**Empleados:** 1300

1 En 2024 planeamos finalizar nuestro plan de inversiones 2020-24 por u\$s 715 millones para incrementar la producción y la calidad de naftas y diesels y reducir nuestra huella de carbono. A su vez, para desplegar al máximo nuestro potencial esperamos: 1- control de inflación y déficit fiscal; 2- marco regulatorio, fiscal y financiero previsible, 3- fin del cepo cambiario y 4- corrección de precios relativos del sector.

2 Fue un año complejo, no solo por la situación económica local sino también por los altos precios del petróleo y otros productos importados necesarios para abastecer el mercado. Los principales obstáculos fueron: 1- restricciones para acceder

a divisas, 2- atraso de precios y 3- aumento de costos por devaluación e inflación muy por encima de lo planificado. A pesar de las dificultades, rescató la entrega del equipo para sostener las operaciones y la fidelidad de nuestros clientes.

3 Como sector, hemos avanzado en la consolidación de espacios colaborativos con las autoridades para encontrar soluciones a las problemáticas actuales. Energía es un sector dinámico y tiene el enorme potencial de alcanzar una balanza comercial superavitaria e inversiones significativas. Por lo tanto, resulta clave contar con un marco regulatorio y fiscal estable y competitivo, acceso a divisas para invertir y honrar compromisos, y un sendero de precios equilibrado para toda la cadena de valor.



**Ricardo Rodríguez**  
Presidente de Shell Argentina, Uruguay y Chile

**SHELL**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 990 millones

**Facturación (p.) 2024:**



## Energía que impulsa a la industria

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

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

PAN-ENERGY.COM

Pan American  
**ENERGY**

u\$s 1067 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 500 millones

**Empleados:** 214

1 Vaca Muerta ofrece una oportunidad única para contribuir a los grandes desafíos de desarrollo económico generando divisas, empleo, recaudación y otras externalidades positivas. Un ejemplo en 2024 será cuando la balanza energética pase de negativa a positiva. Desde Shell Argentina, un hito clave será la puesta en marcha de una primera planta de procesamiento en Bajada de Añelo, que operamos con YPF de socia, para ampliar la capacidad instalada de procesamiento y seguir creciendo en producción.

2 Este año mantuvimos firme el plan de inversión que tenemos hace años. Pusimos en marcha el primer oleoducto de inversión privada junto a PAE y Pluspetrol de socios, para transportar hasta 125.000 bpd y contribuir al principal desafío técnico hoy, que es la limitación en infraestructura de evacuación. En materia de desafíos no técnicos, el principal es lograr un marco regulatorio estable que prevea el acceso a divisas, la importación y el alineamiento entre precios locales e internacionales.

3 El mayor desafío de Vaca Muerta es ser competitivos internacionalmente para lograr un desarrollo a gran escala. El acceso a divisas, la alineación entre los precios internacionales y locales, la libre importación y exportación de bienes, y mantener reglas claras y estables desde el punto de vista regulatorio y fiscal son clave para impulsar el desarrollo pleno de la actividad.



**Ricardo Markous**

CEO

**TECPETROL**

**Empleados:** 841

1 En 2024 continuamos desarrollando nuestros yacimientos Fortín de Piedra, El Tordillo (Chubut) y Aguaragüe (Salta), comenzaremos el desarrollo de petróleo de las áreas Los Toldos II Este y Puesto Parada, ambos en Vaca Muerta. En estos proyectos, Tecpetrol invertirá alrededor de u\$s 750 millones. Para sustentar el aumento de producción que prevemos, tanto en gas como en petróleo, será clave dar un marco de certidumbre con proyectos de infraestructura y la implementación de las políticas públicas.

2 Las dificultades de operar con una alta volatilidad macroeconómica, lo que trae asociado un escenario de incertidumbre, así como dificultades para acceder a financiamiento en gran escala para los proyectos y la restricción al acceso de divisas para importaciones de insumos de nuestros proveedores. La inflación impacta también en las negociaciones laborales, inversiones y los costos de inversión y también resulta en pérdidas relevantes ante demoras en las cobranzas.

3 Hay que terminar las obras de expansión del sistema de transporte de gas que reemplace importaciones de LNG, combustibles líquidos y gas de Bolivia y exporte gas y electricidad a Chile y Brasil. En petróleo, finalizada la ampliación del oleoducto Oldelval y de la terminal marítima de

OTE en Puerto Rosales, será necesario un nuevo oleoducto desde Neuquén hacia el Atlántico para asumir los aumentos de producción previstos en la cuenca.



**Christian Podestá**

Gerente General

**VICTORIO PODESTÁ**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 240 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 275 millones

**Empleados:** 100

1 Consideramos que 2024 será un año con ciertas complejidades y aristas por definir que ciertamente seguirán poniendo a prueba toda nuestra creatividad. Desde hace más de 80 años hemos sacado adelante negocios satisfactorios, inmersos en ambientes de diversa incertidumbre. Si bien somos conservadores, auspiciamos continuar creciendo tanto en el segmento de combustibles líquidos como de gas natural

2 Nos encontramos en una coyuntura crítica e imprevista que podría agudizarse durante lo que resta del 2023. Consideramos vital poder acompañar a cada cliente que confía en nosotros y nos ha hecho parte de su cadena productiva. Los impactos regulatorios y del mercado han paralizado la actividad y hemos tenido que actuar en consecuencia. Ya nos encontramos exportando nuestros productos a países limítrofes y continuaremos creciendo por ese mismo sendero, sin

desatender el mercado local argentino

3 Toda acción que impulse, motive y permita el desarrollo de la infraestructura para el sector energético tendrá implicancias directas en la economía. La energía es el motor que permite a las sociedades ser más prósperas y lograr reducir los niveles de pobreza. Es por ello que fomentamos toda inversión que provenga de los sectores privados y sean acompañadas desde el sector público con cierta previsibilidad de largo plazo

**RENOVABLES**



**Federico Sbarbi Osuna**

CEO

**360 ENERGY**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 25 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 36,6 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 70 millones

**Empleados:** 175

1 Localmente la expectativa es continuar con el plan de crecimiento trazado con foco en el suministro a grandes consumidores industriales de energía renovable solar fotovoltaica. Adicionalmente, mantener nuestro liderazgo en almacenamiento de energía. Todo ello, con nuevos proyectos a instalarse por 350 MW en 5 provincias. En el ámbito internacional tenemos la expectativa de dar inicio en 2024 a la internacionalización de las operaciones de 360E inicialmente en Europa, América y norte de África.

2 Fue un buen año para 360E ya que pudimos

continuar creciendo: desarrollando y construyendo nuevos proyectos. Adicionalmente, en 2023 se dio la incorporación del grupo Stellantis al paquete accionario de la compañía brindándonos nuevas perspectivas de crecimiento a explorar. Hemos experimentado contratiempos para importar la tecnología de nuestros proyectos, donde, además de haber incurrido en sobrecostos, dificulta su concreción respecto de lo planificado.

3 Para fomentar el crecimiento de las EERR y la aceleración de la transición energética en nuestro país, sería fundamental: i) reforzar las líneas de transmisión que aprovechen los lugares de recurso renovable de mejor calidad, ii) mecanismos de incentivo a la instalación de mayor almacenamiento de energía, energía distribuida y emprendimientos de hidrógeno de baja o media escala y iii) seguridad jurídica en los contratos que garanticen acceso a crédito a tasas competitivas.

**GENNEIA**



**Bernardo Andrews**

CEO

**GENNEIA**

**Inversiones 2024:**

u\$s 40 millones

**Empleados:** 338

1 Los planes para 2024 se encuentran alineados con el objetivo de seguir manteniendo nuestro fuerte liderazgo en el sector de energías renovables del país. Cada vez son más las compañías

# HACETE CLIENTE 100% ONLINE.



que están interesadas en poner el foco en temas medioambientales, sociales y de gobernanza, asumiendo el compromiso de cambiar su perfil energético. Tenemos muchos desafíos, pero seguimos confiados en que las energías renovables son el camino a seguir y aún tienen mucho para seguir creciendo.

**2** Un gran obstáculo es la capacidad de transporte remanente en el sistema eléctrico, y para eso hay que lograr que la promoción de energías limpias sea una política pública en las próximas tres décadas. Desde Geniea continuamos apostando a crecer e invertir. Por eso, estamos llevando adelante la construcción del Proyecto Solar Tocota III en San Juan (60MW) y el Parque Eólico La Elbita en Tandil (162MW), lo que permitirá alcanzar 1GW de capacidad instalada, un hito nunca alcanzado en nuestro país.

**3** Desde la Cámara Eólica Argentina estamos en diálogo con las autoridades para permitir que la iniciativa privada acompañe decisiones de inversión y colabore en destrabar los cuellos de botella en el transporte. La ley de energía renovable es un muy buen ejemplo de una política pública respetada. Debemos trabajar en extenderla por lo menos 10 años (a 2035), con objetivos más ambiciosos de penetración de las EERR a, por lo menos, un 30%.



**Martín Federico Brandi**  
CEO

## PCR

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 470 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 460 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 90 millones

**Empleados:** 656

**1** En 2023 emitimos nuestro primer reporte de Sustentabilidad y en 2024 continuaremos avanzando sobre las metas propuestas. En la División Renovables consolidaremos el desarrollo de nuevos proyectos que nos permitan sostener nuestro protagonismo en el sector. En Petróleo continuaremos operando de manera eficiente nuestros activos para sostener la producción y reponer reservas. Seremos la primera cementera del país en lograr un 70% de la energía consumida proveniente de fuentes renovables.

**2** Durante todo el 2023, la escasez de dólares en el BCRA impuso restricciones para pagar importaciones de servicios, equipamiento, repuestos y maquinaria tanto para los nuevos proyectos como para la operación habitual. Esta dificultad afectó a la empresa y nuestra cadena de valor. A pesar de las dificultades, el compromiso del equipo de trabajo que conforma PCR fue esencial para que la empresa haya logrado cumplir los objetivos planteados.

**3** Para impulsar las Renovables debe resolverse el déficit de infraestructura que permita sumar nuevos proyectos y asegurar el acceso a las divisas para la importación de equipos. La industria petrolera también tiene cuellos de botella en infraestructura que están en proceso de mejorarse. La regularización del mercado de cambios es necesaria para acelerar la inversión. Es necesario

buscar generar crédito hipotecario que permita resolver el déficit habitacional.

## Estudios jurídicos



**P. Eugenio Aramburu**

Miembro del Comité Ejecutivo

**PÉREZ ALATI, GRONDONA, BENITES & ARNTSEN**

**Empleados:** 130

**1** Nuestra expectativa es consolidar la presencia de nuestro estudio en la región. Continuando con nuestro proyecto de expansión regional que iniciamos con la apertura de una oficina en Santiago de Chile, recientemente inauguramos nuestro Latam Desk en Uruguay para brindar servicios legales integrales en la región. Aspiramos a continuar nuestro crecimiento expandiendo nuestras áreas de práctica e invirtiendo en tecnología e IA para ser más eficientes como organización.

**2** La excesiva intervención estatal sobre el sector privado, la alta inflación y los controles cambiarios han desincentivado al máximo la inversión privada. La Argentina tiene una potencialidad extraordinaria para su desarrollo que, por la mala gestión de nuestros gobernantes, no logra materializarse. No

obstante ello, el balance del estudio es muy bueno ya que la demanda de nuestros servicios continúa creciendo en un ambiente de gran incertidumbre a nivel país.

**3** Resulta imperativo adoptar medidas para reducir la intervención estatal sobre la economía, ordenar las variables económicas, eliminar el cepo y reducir la inflación. Asimismo, no hay progreso ni desarrollo posible si no se impulsa la seguridad jurídica y la independencia de la justicia.



**Valeriano Guevara Lynch**

Managing Partner

**ALLENDE & BREA**

**Empleados:** 150

**1** Nuestras expectativas para el primer semestre de 2024 son de mucha volatilidad y dificultades financieras. Esperamos un incremento de actividad en el segundo semestre de 2024. Fortaleceremos nuestros equipos de profesionales.

**2** Sortear los efectos adversos del altísimo nivel de inflación. El control de cambios que ha complicado seriamente la administración de nuestros recursos y el pago a proveedores del exterior.

**3** El control de inflación es el factor más relevante. Segundo, terminar con las restricciones cambiarias. Es esencial volver a cierto nivel de estabilidad económica y previsibilidad. Sincerar el tipo de cambio será fundamental.



**Horacio E. Beccar Varela**

Socio Administrador

**BECCAR VARELA**

**Empleados:** 250

**1** Nuestra meta principal será crecer manteniendo una posición de liderazgo así como la calidad de nuestros servicios, desarrollando el potencial de todas nuestras especialidades. Aspiramos a consolidar nuestra presencia en la región, tanto a través de nuestra práctica regional como de nuestras oficinas en la zona franca de Uruguay.

**2** Los principales obstáculos fueron la inflación, el atraso cambiario y la falta de inversiones en grandes proyectos. Los distintos problemas que genera la inflación en constante crecimiento se convirtieron en un desafío diario. El balance del año resultó positivo en varios aspectos; hemos podido mantener la estructura del estudio así como el número de abogados y colaboradores. Logramos desarrollar nuevos proyectos y afianzar una posición de liderazgo en ESG y sostenibilidad.

**3** Es necesario integrar políticas que den lugar a un ambiente favorable para la generación y atracción de inversiones productivas, que creen trabajo genuino así como la producción de bienes y servicios con alto valor agregado. Entre los grandes desafíos se encuentran establecer una política antiinflacionaria que facilite la planificación, una política monetaria consistente y una reforma tributaria integral.

Bruchou - Funes de Rioja

**Hugo N. Bruzone**

Socio - Miembro del Board de Directores

**BRUCHOU & FUNES DE RIOJA**

Empleados: 251

CASSAGNE  
ABOGADOS**Ezequiel Cassagne**

Socio

CASSAGNE

**ABOGADOS**

Empleados: 55

1 Que la economía crezca, y regresen las inversiones. Será muy importante que se reactiven los contratos ppp, para que comiencen a desarrollarse grandes proyectos de infraestructura.

2 La inflación, la parálisis de proyectos, la crisis macroeconómica que afectó la cadena de pagos, los incumplimientos del Estado dada la emergencia, etc,

3 Es necesario una reforma del Estado que reduzca el déficit fiscal y el gasto público, a la par que será necesario una reforma laboral que permita mayor flexibilidad, y una reforma tributaria que ordene los tributos federales, provinciales y municipales.

MHR  
MARTÍNEZ DE HOZ & RUEDA**José Martínez de Hoz**

Chairman

**MARTÍNEZ DE HOZ & RUEDA (MHR)**

Facturación (e.) 2023:

u\$s 8 millones

Facturación (p.) 2024:

u\$s 8,8 millones

Inv. 2024: u\$s 1 millón

Empleados: 35

1 El cambio de administración seguramente traerá muchos desafíos, pero estamos en posición sólida para aprovechar las oportunidades. Somos líderes en muchas áreas, en especial en relación a las actividades energéticas. A los muchos proyectos en curso, posiblemente se sumen

otros de magnitud asociados a GNL, hidrógeno verde, carbon credits y otros. Por eso, esperamos crecer al menos 10% en RRHH y consolidar nuestra presencia en sectores como minería, tecnología y telecomunicaciones.

2 Si bien el 2023 fue muy bueno para la firma, el balance general es negativo. La alta inflación, las restricciones cambiarias y otras consecuencias de políticas económicas deficientes, así como la profunda incertidumbre política y económica, afectan el funcionamiento de cualquier empresa operando en el país. A eso se suma la falta de financiamiento y bajas tasas de inversión privada, que resultan en un menor volumen de transacciones de M&A o en el mercado de capitales comparado con otros años.

3 Muchos sectores requieren políticas públicas claras y estables para impulsar la economía, en otros lo deseable sería la no intervención. En materia energética, se necesita una política que aproveche el potencial exportador del país en gas natural y petróleo. La magnitud de proyectos como los de GNL requieren de un marco regulatorio específico con garantías de exportación a largo plazo, sin retenciones, con disponibilidad de un porcentaje de las divisas de exportación y estabilidad tributaria.

MARVAL  
2009

Konecta

25

AÑOS  
Conectando  
emociones.

# Expertos en soluciones de inteligencia artificial para la estrategia en la gestión de clientes

CHAT BOT Y  
CALL BOT+25%  
OptimizaciónAUTOMATIZACIÓN  
DE PROCESOS+40%  
de mejora  
en costosSPEECH  
ANALYTICS  
EXPERIENCE+30%  
de satisfacción  
de clientesEMPLOYEE  
EXPERIENCE+35%  
en niveles de  
desempeño

www.konecta-group.com

**Santiago Carregal**

Chairman

**MARVAL O'FARRELL MAIRAL**

**Empleados:** 590

- 1 El cambio de Gobierno generará una nueva expectativa política y macroeconómica que entendemos favorecerá la actividad de nuestros clientes. La continuidad de estas políticas de orden económico y social favorecerán la toma de decisiones de inversión, sobre todo en los sectores estrella.
- 2 Los principales obstáculos sin duda fueron el proceso inflacionario, la brecha y las restricciones cambiarias, la cantidad y complejidad de la carga impositiva y la falta de proyección de estabilidad macroeconómica, todo lo cual influye directamente en la decisión de inversión de nuestros clientes. Este fue un año con un buen nivel de actividad.
- 3 Todas aquellas tendencias a generar un marco de estabilidad macroeconómica, el fortalecimiento de las instituciones y el estado de derecho.

minería y agroindustria, vuelvan a tener una mayor dinámica de inversiones, con el consiguiente trabajo legal que viene asociado a esos momentos de expansión.

- 2 Si tenemos que hacer un balance del año, observamos que hubo sectores, como por ejemplo energía, en donde se mantuvo la inversión, y sumado al flujo constante de trabajo del Estudio, podemos decir que 2023 fue un año razonable tanto en cantidad de trabajo como utilidad generada. Entre los obstáculos, el principal fue lógicamente la inflación, sumado a la falta de inversión.
- 3 Nuestro sector depende primordialmente del desarrollo económico del país, por lo que cualquier política que permita estabilizar la macroeconomía y, por lo tanto, estimular mayores inversiones (sobre todo donde tenemos ventaja competitiva como país), es la que va a beneficiar en una mayor demanda de trabajo por parte de los estudios jurídicos que trabajan con grandes empresas.

general y de renovables e hidrocarburos en particular, así como también el desarrollo de las industrias tecnológicas. Como Estudio Full Service estamos listos para acompañar a nuestros clientes en la capitalización de las oportunidades.

- 2 La elevada inflación y la regulación cambiaria. La inflación obligó a buscar un delicado equilibrio entre el ajuste de los sueldos y de nuestros honorarios, buscando cuidar a nuestra gente, pero sin ahogar financieramente a nuestros clientes. La regulación cambiaria, por otro lado, nos brindó oportunidades de asesoramiento legal complejo y de alto valor agregado, pero afectó o dificultó la realización de muchos negocios.
- 3 Primero, normalizar la economía en general, incluyendo inflación, mercado de cambios, comercio exterior y gasto público. Ello favorecerá inversiones en minería, energía e infraestructura. En estas áreas, el financiamiento será esencial. Por ello, las multilaterales y agencias de crédito de exportación serán claves para movilizar el capital para viabilizar inversiones de riesgo. A tal fin, deberán adoptarse políticas públicas específicas que den visibilidad y bancabilidad a los proyectos.

**Fernando Gorbarán**

Presidente y CEO

**MESSE FRANKFURT ARGENTINA**

**Empleados:** 50

- 1 El sector vive un proceso de reactivación con las exposiciones como centro de negocios. Nuestro calendario tiene como protagonista al sector de la tecnología del proceso de alimentos, la industria automotriz con Automechanika Buenos Aires, seguridad con Intersec Buenos Aires. Volvemos a la Patagonia con Argentina Oil & Gas, continuamos con el desarrollo del Congreso Económico, Expo EFI y sumaremos a nuestro portfolio a Hotelga, la exposición de la industria hotelera y gastronómica
- 2 La macroeconomía ha significado grandes desafíos con desajustes, producto de la inflación y las restricciones al envío de divisas al exterior para cumplir con compromisos propios de nuestra actividad. El año tuvo un crecimiento en lo que respecta a la participación de las empresas en las exposiciones que organizamos. Hubo gran afluencia tanto de expositores como de visitantes, valorizando el segmento de Turismo de Reuniones y la confirmación del rol que ocupa como plataforma de negocios.
- 3 Creemos que las políticas públicas deben contribuir a visibilizar este sector tan pujante y con alto impacto de derrame económico. La Argentina y en particular la ciudad de Buenos Aires ocupa un lugar relevante en el mercado mundial de Exposiciones y Congresos por eso necesitamos contar con más espacios para la realización de eventos si queremos continuar liderando en la región.



**BANCOS**



**Martín Ezequiel Zarich**

Presidente Ejecutivo de BBVA en Argentina

**BBVA**

**Empleados:** 5888

- 1 Nuestro objetivo es acelerar desarrollos que den respuesta a las necesidades financieras de nuestros clientes. Proyectos de innovación de BBVA relacionados con digitalización y explotación de datos son atractivos tienen escala global y tecnología de última generación. Buscamos agregar valor al cliente, acercar innovación que nos permita estar en contacto 7 x 24. Tenemos un fuerte foco en la sostenibilidad como oportunidad de negocio que nos permitirá seguir fortaleciendo nuestra estrategia
- 2 La afectación estuvo marcada principalmente por la rapidez con la que tuvimos que adaptar todos los sistemas y equipos para poder responder de acuerdo a todas las normativas que se fueron dando. Fue relevante la organización y flexibilidad de los equipos para garantizar la atención de los clientes. La experiencia nos ha ido preparando para afrontar diferentes situaciones poniendo siempre al cliente primero y en funcionamiento pleno de las herramientas que BBVA posee para lograrlo



**Santiago Nicholson**

Managing partner

**NICHOLSON Y CANO ABOGADOS**

**Empleados:** 250

- 1 Entre las expectativas, esperamos que con un cambio de gobierno se ordene la macroeconomía y que, por lo tanto, aquellos sectores en donde el Estudio tiene una fuerte participación, como es el caso de petróleo y gas,



**Marcelo Tavarone**

Manager Partner

**TAVARONE, ROVELLI, SALIM & MIANI - ABOGADOS**

**Empleados:** 77

- 1 Los desafíos son importantes, pero si la próxima administración logra estabilizar la economía, prevemos crecimiento en sectores como el agropecuario, la minería, el sector energético en



*Parque Eólico de la Buena Ventura,  
en Adolfo Gonzales Chaves,  
provincia de Buenos Aires.*



## **REDUCIR LA HUELLA AMBIENTAL ES COMPROMISO DE TODOS.**

Tenaris está construyendo en Argentina un parque eólico para abastecer el 50% del consumo de energía eléctrica del Centro Industrial en Campana.



Conocé más sobre nuestra estrategia de sustentabilidad.

 **Tenaris**

3 Consideramos que el sistema financiero es parte de la solución de esta crisis y ponemos todo el esfuerzo en continuar brindando nuestros servicios y en colaborar en la búsqueda de soluciones a las distintas necesidades que vive el país. Lograr una mayor estabilidad de la moneda y control de la inflación serán claves para generar un sistema financiero que pueda brindar confianza, canalizar el ahorro e impulsar los créditos para apalancar la economía brindando el impulso que la sociedad necesita.



**Guillermo A. Laje**  
Presidente

**BANCO CIUDAD**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 1.249.715.360.001

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 2.398.177.142.753

**Empleados:** 2640

1 A pesar de un contexto macroeconómico sumamente complejo e incierto, buscaremos sostener los resultados reales positivos, incrementar nuestra base de clientes y seguir mejorando los indicadores de satisfacción, consolidando nuestra posición entre los bancos líderes del sistema. Avanzaremos con nuevas funcionalidades en los canales de atención, con un mayor uso de billeteras, además de continuar afianzando nuestro modelo de transformación basado en tecnología y agilidad.

2 La inestabilidad macroeconómica, con altos niveles de inflación y de

tasas de interés, profundizó la baja demanda de crédito. Las restricciones cambiarias limitaron la obtención de líneas, afectando, entre otras, a la financiación del comercio exterior. Sin embargo, afrontamos con éxito el desafío de sostener nuestra base de clientes y mejorar su satisfacción, logramos un buen desempeño crediticio e incrementamos nuestro retorno sobre el patrimonio neto.

3 El nuevo gobierno debe priorizar la implementación de un plan económico para estabilizar la macroeconomía, en términos inflacionarios y cambiarios, corrigiendo los desequilibrios fiscal y externo. Alcanzar un marco de previsibilidad es necesario para impulsar la demanda de crédito del sector privado, estirar los plazos de financiamiento y acompañar el desarrollo del comercio exterior. Asimismo, se deben profundizar las políticas públicas en pos de la inclusión y la educación financiera.



**Fabián Kon**  
CEO

**BANCO GALICIA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 500.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 1,4 billones

**Inversiones 2024:**

\$ 5000 millones

**Empleados:** 5516

1 Habrá grandes desafíos en un contexto de alta incertidumbre. Seremos flexibles y con foco en lo digital. Como banco universal, queremos lograr mayor principalidad.

Para las pymes trabajamos en una propuesta personalizada y en una solución que conecte proveedores y clientes. Nave, la plataforma para comercios diseñará soluciones que hagan más simple su operatoria. Nera, la plataforma de agro continuará su expansión y consolidación. Financiamos a las empresas en sus proyectos de sostenibilidad

2 El contexto se mostró desafiante. 2023 comenzó con la peor sequía de los últimos 60 años, con un costo para la economía en términos de actividad y de ingreso de dólares. Al haber elecciones, la economía estuvo supeditada a la política y se acumularon desequilibrios macroeconómicos. Las PASO generaron un componente de incertidumbre adicional. La intermediación financiera se ve afectada por la inflación, la alta nominalidad y el freno de la actividad económica limitan la demanda de préstamos.

3 Reducción de controles cambiarios simplificaría la operatoria de Comex, incrementando el ingreso de divisas. Mayor prudencia fiscal y monetaria reducirían la inflación y daría lugar a menores tasas. Combatir la evasión fiscal, reducir la carga tributaria y simplificar el número de impuestos. Reducir el uso de efectivo. Eliminar las tasas mínimas y máximas para que el sistema recupere autonomía en sus decisiones de liquidez y exposición al sector público.



**Manuel Herrera**  
CEO

**BANCO HIPOTECARIO**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 588.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 5340,3 millones

**Empleados:** 1527

1 En 2024 el banco busca consolidar su papel como banco del hogar para empresas y familias Argentinas. Ampliaremos nuestro ecosistema centrado en el hogar, la construcción y la decoración, fortaleciendo alianzas y apoyando eventos del sector. Además consolidaremos nuestra presencia en nuevos segmentos, como clientes digitales, jubilados, pensionados y consorcios, con la meta de brindar beneficios personalizados.

2 El mayor desafío que nos planteó el 2023, sin duda gira alrededor de la coyuntura de desaceleración de la actividad económica, el crecimiento de la inflación y la incertidumbre electoral. A pesar de ello, el balance parcial es satisfactorio gracias a los resultados de Banco Hipotecario y a causa de la evolución favorable a la fecha de nuestros objetivos de acompañar como banco del hogar con más profundidad y mayor satisfacción, a un número creciente de empresas e individuos

3 Las políticas públicas apropiadas para darle impulso al sector son las mismas que favorecen a todos o casi todos los sectores, entendiendo a la previsibilidad como uno de los mayores dinamizadores de la economía. Asimismo, si tuviéramos que circunscribirlas al sector financiero, un sendero de inflación decreciente y racionalidad en el gasto público, potencian de manera exponencial la demanda

de créditos ya sea para consumo proyectos de inversión como también para la adquisición de viviendas.



**Gustavo Manriquez**  
CEO

**BANCO MACRO**

**Empleados:** 7684

1 El gran proyecto de Banco Macro para el 2024 es la incorporación de Banco Itaú. Así, Macro se consolida como el banco privado de capitales nacionales más grande del país. Una vez finalizada la transacción, Banco Macro contará con 567 sucursales y 9100 colaboradores, brindando servicios a aproximadamente 6 millones de clientes en todo el país. En síntesis, me parece importante remarcar que hemos llevado a cabo una adquisición donde ratificamos nuestra filosofía de crecimiento constante para potenciar nuestra presencia geográfica.

2 En este 2023 continuamos trabajando en las tres características que nos definen: el conocimiento del cliente, el trato personalizado y la velocidad de respuesta. Profundizamos nuestra decisión de dejar de ser un banco pensado en productos para fortalecernos como un banco que piensa y ofrece experiencias para sus clientes. Hoy nuestro Índice de Atención Digital nos permite decir que el 82% de las transacciones de nuestro Banco son digitales.

3 Creo que es funda-



mental el control del déficit. Seguramente desde lo fiscal el 2024 será mucho mejor, por el hecho de que habrá mayores ingresos ya que habrá más recaudación al ser un año normal con lluvias, con la soja; y por los menores gastos que debería haber sin las importaciones de gas. Con lo cual creo que para el año siguiente habrá una mejora fiscal. Los años electorales son difíciles pero son también una oportunidad para ordenar el país. Desaprovecharlo sería contraproducente para cualquier ambición política, porque en definitiva la inflación afecta a todos desde la gran empresa hasta una persona trabajadora.




### José Luis Pardo

Presidente

#### BANCO MARIVA

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 60.000 millones

**Empleados:** 191

1 Considerando que 2024 va a ser un año de mucha incertidumbre es muy difícil hablar de expectativas. No obstante, continuaremos con los proyectos de crecimiento

y modernización de nuestros sistemas para brindar un mejor servicio a nuestros clientes. Nuestros esfuerzos están centrados en los negocios de banca privada, finanzas corporativas y el sector comercial donde queremos seguir creciendo mientras afianzamos nuestro liderazgo en el mercado de trading donde somos históricamente reconocidos.

2 En gran parte los obstáculos provienen de la inestabilidad económica y financiera producida fundamentalmente por la emisión de pesos. En la actualidad, nuestro sistema financiero es uno de los más chicos del mundo y no existe el crédito necesario para inversiones a largo plazo. Esto se debe principalmente a las regulaciones del BCRA que impiden que los bancos puedan ejercer libremente su objetivo de ser intermediarios entre los depositantes y los tomadores de crédito

3 Considero que debemos esperar al próximo gobierno para ver cuáles son sus objetivos con relación al mercado financiero y adaptarnos a las políticas que impulsen. Las medidas que se vienen implementando desde hace muchos años atentaron contra el crecimiento del sistema financiero.




### Juan Cuattromo

Presidente

#### BANCO PROVINCIA

**Empleados:** 10500

1 Desde 2020 el Banco recuperó su histórico rol de acompañamiento a los sectores productivos y trabajó para brindarles a los bonaerenses productos y servicios financieros innovadores, de calidad y bajo costo. Los próximos cuatro años profundizaremos esta transformación con la innovación que ofrece nuestro renovado ecosistema digital, sin perder la esencia de banca de cercanía en los 135 municipios.

2 Como todo año electoral, 2023 no estuvo exento de turbulencias. Sin embargo, en lo que va del año incrementamos 1,6 puntos porcentuales nuestra participación en el mercado de crédito al sector privado, con un share inédito de 11% y un récord de 8,4 millones de clientes. Consideramos que el balance del año fue positivo.

3 Vamos a seguir trabajando en la construcción y el desarrollo de políticas públicas que permitan mejorar la asistencia a los sectores productivos

y a las personas, para generar un mercado de crédito más amplio. Seguiremos desarrollando políticas que impulsen el crecimiento del ecosistema digital de pagos. El rol específico de la banca pública como motor del desarrollo productivo y la inclusión financiera necesita una discusión sobre su marco regulatorio.




### Santiago Gonzalez Pini

Gerente General

#### BANCO DE SERVICIOS Y TRANSACCIONES (BST)

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 47.250 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 85.000 millones

**Inv. 2024:** u\$s 275.000

**Empleados:** 128

1 En un año que anticipamos que tendrá un alto grado de volatilidad e incertidumbre, plagado de cambios normativos y macroeconómicos, apuntamos a estar mas cerca que nunca de nuestros clientes. Entendiendo sus necesidades, sus problemáticas y brindando el asesoramiento y las soluciones a medida que nos caracterizan. Para ello pla-

neamos diseñar una estructura de balance solida y flexible que nos permita adaptarnos rápidamente a los cambios de mercado y a los requerimientos de nuestros clientes

2 Nuevamente el mayor escollo este año fue la inflación que no solo impactó nuestra estructura de costos sino que incrementó fuertemente el costo de capital. A pesar de esto, gracias a un fuerte incremento de nuestra base de clientes y una alta transaccionalidad de la misma, logramos liderar por segundo año consecutivo el ranking de rentabilidad patrimonial.

3 Es importante garantizar la estabilidad normativa. Adicionalmente, toda política pública que ayude a bajar la inflación, y por ende la nominalidad de la economía, permitiría desarrollar el sistema financiero y mercado de capitales argentino para acercarse a los niveles de desarrollo de los restantes países de la región.




### Juan Ignacio Nápoli

Presidente

**BANCO DE VALORES****Facturación (e.) 2023:**

\$ 210.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 390.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 2500 millones

**Empleados:** 270

1 El fin del período electoral permitirá que el espacio político triunfante aplique rápidamente las medidas necesarias para ordenar la macroeconomía y la circulación de capitales. Así proyectamos variables con potencial de crecimiento 2024, como el sector agro, sector energético, mercado externo. Nuestros proyectos están alineados a financiar el desarrollo de los diferentes sectores de la economía, el crecimiento del mercado de capitales, y la expansión regional.

2 Una vez más lamentamos mencionar que la política ha minado de obstáculos el desarrollo de negocios en 2023 sosteniendo desequilibrios macroeconómicos, desalentando ahorro e inversión. A ello se suman cambios en reglas tributarias que podrían calificarse de confiscatorias. Los principales desafíos: una economía sin demanda de crédito, bajo volumen de mercado de capitales e impuestos distorsivos. En un año desafiante, VALO ha logrado mantener un modelo rentable por gestión y productividad.

3 El sistema financiero es el motor del crecimiento económico. Pero primero es necesario contar con una macroeconomía estable con baja inflación y tasas de interés positivas, libertad de circulación de capitales, y un sistema tributario simple. En consecuencia, las políticas necesarias deberían apuntar a lograr el rápido equilibrio de las cuentas públicas, simplificar regulaciones y bajar la presión

fiscal para incentivar la inversión productiva y lograr la reinserción de Argentina en el mundo.

**Andrés Patricio Meta**

CEO

**GRUPO BIND****Facturación (e.) 2023:**

\$ 370.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 980.000 millones

**Inv. 2024:** \$ 900 millones**Empleados:** 1000

1 Creemos que la Argentina va a encontrar un punto de equilibrio político, y eso no solo le va a dar tranquilidad a la economía, sino que va a reactivar el mercado en general. Si eso sucede, se viene un escenario de crecimiento para el sector privado, y un contexto lleno de oportunidades para acompañar con los servicios financieros que ofrecemos en nuestro grupo.

2 El contexto y la coyuntura local e internacional hicieron de este año un gran desafío. Tuvimos un año en dónde crecimos mucho en transaccionalidad, de la mano de nuestros servicios b-connect. Procesamos casi un 80% del market share de API financieras en Argentina y que de la mano de nuestro acuerdo con Mercado Pago, somos la administradora de fondos comunes de inversión más grande de Argentina en cantidad de cuentas a través de Mercado Fondo.

3 A partir de la estabilización del contexto económico luego de un año electoral, estimamos necesarias enfocarnos

en todas aquellas que potencien la productividad, el desarrollo de cadenas de valor, crédito de largo plazo, créditos para personas, educación y salud, infraestructura, que simplifiquen la operatoria general, en dónde las empresas e individuos puedan desarrollarse en un entorno estable.

**Juan Parma**

CEO HSBC Argentina &amp; Head of Wealth and Personal Banking Americas

**HSBC****Empleados:** 3126

1 En HSBC seguiremos impulsando nuestra estrategia de Argentina, apoyando a nuestros clientes con propuestas innovadoras que contribuyan a su crecimiento y desarrollo, ofreciendo nuestra conectividad internacional que nos hace únicos en el mercado, liderando las finanzas sostenibles y la digitalización. Queremos seguir siendo una organización más ágil y simple, que brinde servicios financieros de excelencia.

2 Un año atravesado por la campaña electoral, la alta volatilidad económica, la devaluación del peso y la alta inflación. 2023 fue un año desafiante en el que hubo que gestionar escenarios cambiantes y en el que siempre buscamos oportunidades para acompañar a nuestros clientes en su crecimiento y concreción de proyectos.

3 La coyuntura del país mostró, una vez más, la fortaleza del sistema

financiero. Como compañía continuamos consolidando nuestro rol de ser el banco líder para las pymes, con un fuerte compromiso con sus necesidades. Potenciamos nuestras propuestas de valor y el acompañamiento para impulsar la productividad del sector. Además, mantuvimos nuestro liderazgo en digitalización, finanzas sostenibles y en programas como Mujeres al Mundo, que ya opera en Argentina, México y Uruguay.

**Alejandro Ledesma Padilla**

Gerente General

**ICBC****Facturación (e.) 2023:**

\$ 563.096 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 1,4 billones

**Inversiones 2024:**

\$ 42.161,7 millones

**Empleados:** 3439

1 Consolidar nuestro proyecto de transformación digital, profundizando el foco en el segmento joven, con la app YOY. Además, pondremos foco en la banca transaccional, apuntando a brindar más y mejores servicios a las pymes y facilitar la bancarización de los argentinos.

2 Los mayores obstáculos fueron regulatorios para operar en comercio exterior. No solo para los bancos, sino, principalmente, por el impacto en los clientes. Contar con múltiples tipos de cambios regulados genera impacto negativo. La complejidad de operar en este contexto se fue incrementando a lo largo del año, lo cual

genera desafíos complejos. Logramos concretar los proyectos y avanzar en aquellos que estaban avanzados, en todos los segmentos.

3 Estabilizar la política macroeconómica y recuperar la moneda. El gran desafío es creer en nuestra propia moneda para que el sistema financiero logre desarrollarse a largo plazo y extenderse a mayor población como instrumento de crecimiento. La política fiscal sigue siendo un punto pendiente muy importante.

**Alejandro Butti**

CEO

**SANTANDER****Facturación (e.) 2023:**

\$ 998.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 2,2 billones

**Inversiones 2024:**

\$ 79.000 millones

**Empleados:** 7828

1 Con un nivel de crédito actual que ronda el 8% del PBI, en un escenario de normalización de las variables macroeconómicas el país podría alcanzar niveles similares a los de la región y el crédito debería cuadruplicarse. Tenemos una gran oportunidad y por eso estamos apostando a otros negocios en el segmento pagos y financiamiento al consumo, que complementan nuestra oferta de valor y nos permiten llegar a nuevos clientes.

2 En un entorno de baja demanda del crédito, más del 70% de los resultados del banco están relacionados al negocio transaccional. A pesar de

# Celebramos 115 AÑOS de estar PRESENTES en tu vida



**Ledesma**

115 años



este desafiante escenario, tuvimos un retorno sobre el capital del 20% real y esperamos terminar el año con un beneficio positivo. Santander es el mejor banco privado en préstamos, depósitos transaccionales, y fondos de Argentina.

3 Niveles de encajes similares a los de la región, eliminar los topes (en tasas activas) y pisos (en tasas pasivas) y la elevada presión impositiva (ingresos brutos, impuesto al cheque) que conspiran contra el desarrollo del negocio y distorsionan el costo financiero del cliente. Bajar la inflación, convergiendo a déficit fiscal y emisión cero, potenciaría el crédito y la actividad del sistema financiero y el mercado de capitales. Y una tasa pasiva real positiva generaría un mayor nivel de ahorro.

vidad, instantaneidad e hiperpersonalización de nuestros servicios.

2 Esta coyuntura no nos permite cumplir nuestro rol natural que es captar el ahorro y dar crédito. Pese a ello, obtuvimos logros importantes como ser el primer banco en lanzar Inversión Rápida, que permite suscribir a Fondos Comunes de Inversión en pesos y rescatarlos las 24 horas, los 7 días de la semana. También fuimos los primeros en brindar el servicio de videollamada para que nuestros clientes se contacten con un ejecutivo de forma online desde cualquier ubicación, en horario extendido.

3 La inflación es el principal enemigo del ahorro. Es necesario que las autoridades encaren un plan integral de normalización fiscal y monetaria que genere confianza y que dé la posibilidad a las empresas de tener un horizonte previsible de crecimiento.

2 Un gran año en el que nos consolidamos en Argentina, Colombia y México, con +6 millones de usuarios. Más de 2.5 de millones de personas accedieron a productos de inversión como FCI, Dólar MEP y CEDEARs a través de Ualintec. Otorgamos +5 millones en créditos y crecimos de manera constante y exponencial Ualá Bis. Sumamos caja de ahorro en pesos, el primer producto bancario del ecosistema Ualá ofrecido por Uilo, mientras que en México recibimos aprobación para la compra de un banco local.

3 Es esencial contar con un marco regulatorio claro que facilite la construcción de un ecosistema financiero más abierto, competitivo, y libre. Que nadie te obligue a pagar o cobrar con una plataforma. Que elijas vos. Necesitamos que la interoperabilidad sea real: con competencia y sin monopolios. Se ha hecho un gran trabajo, pero aún tenemos un camino por recorrer que propicie la competencia para que sean las personas quienes elijan cómo manejar sus finanzas.

desarrollando nuestra plataforma y ampliando nuestro portafolio de servicios, tanto para clientes corporativos como para usuarios individuales, en línea con nuestro propósito de ofrecer productos financieros impulsados por criptomonedas que resuelvan problemas concretos de las empresas y las personas.

2 Los mayores desafíos fueron el contexto macroeconómico mundial y la suba de tasas de interés, que afectaron a activos tradicionales y a las cripto. En el país, es aún necesaria una mayor educación financiera sobre las soluciones cripto. Pese al contexto, fue un buen año para Bitso: crecimos en usuarios individuales (+1 millón) y corporativos, al ofrecer servicios más ágiles y económicos que el sistema tradicional; y crecimos por el mayor uso de dólares digitales para preservarse de la devaluación

3 En un año electoral, marcado por incertidumbre, devaluación e inflación, las criptomonedas resultaron ser un aliado para preservar y acrecentar el patrimonio de los argentinos y ofrecer soluciones al giro cotidiano de empresas. Por ello, el próximo gobierno debería tener en su agenda la promoción de una mayor educación financiera que incluya a las cripto, potenciando su uso para pagos, cobros y transferencias. Y, también, una regulación adecuada y consensuada con los integrantes del sector.

## Leo Salovich

CEO

### GETNET

Empleados: 123

1 Seguir posicionando a Getnet como uno de los líderes de la industria de cobros. Continuar incrementando el volumen y la cantidad de clientes de nuestro negocio. Continuar consolidando nuestra experiencia WOW, tanto para clientes como para conquistar nuevos clientes y getneters.

2 El 2023 fue un gran año para nosotros, ya que lanzamos nuestras terminales Get POS, un proyecto en el que veníamos trabajando hace mucho tiempo. Fue un año de muchos desafíos para lograr los objetivos y para 2024 vamos por más, ya con un abanico completo de soluciones para distintos tipos de clientes.

3 La interoperabilidad del QR sin dudas es un desafío que seguimos teniendo a nivel industria y que contribuirá a que sea una alternativa robusta y completa. Además, promueve la inclusión financiera, un punto que todo el ecosistema está fortaleciendo día a día.

### MODO



## Rafael Soto

CEO

### MODO

Empleados: 339

2 Más de 800.000 comercios ya cobraron con MODO y, en 2023, alcanzamos más de 15 millones de usuarios registrados

SUPERVIELLE



## E. Alejandro Stengel

CEO de Banco Supervielle

### SUPERVIELLE

Empleados: 3429

1 En 2024 continuaremos desarrollando nuestros pilares estratégicos guiados por nuestra filosofía de Human Banking: ofrecer lo mejor de la tecnología sin perder el toque humano. Seguiremos mejorando la experiencia de nuestros clientes simplificando sus operaciones diarias, manteniendo la cercanía y ofreciendo nuevas soluciones a través de un conocimiento más profundo de sus necesidades. Nuestro objetivo es lograr hiperconecti-

ualá



## Pierpaolo Barbieri

Fundador y CEO

### UALÁ

Empleados: 1200

1 Estamos muy cercanos al margen neto positivo en Argentina y dedicados a crecer en México y Colombia. Pondremos foco al lanzamiento de productos a través de Uilo y a instrumentos de inversión a través de Ualintec. También nuevos productos de Ualá Bis como POS Pro y Crédito con UaláScore. Confiamos en que Ualá consolidará el mejor ecosistema financiero de la región.

### FINTECH

Bitso



## Julián Colombo

CEO Argentina

### BITSO

Empleados: 100

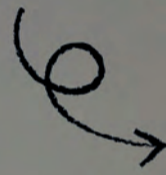
1 Nuestras expectativas van de la mano con la creciente adopción de cripto en Argentina y la región. Es una tendencia que creemos se mantendrá. En ese sentido, en Bitso continuamos

Getnet





☼ Brindamos por usar 100% energía eléctrica renovable



**¡AL PLANETA, SALUD!**



RUMBO A LA  
**CARBONO NEUTRALIDAD**



**CERVECERÍA  
Y MALTERÍA  
QUILMES**

y 5 millones que pagaron con la app. Además trabajamos con los bancos para convertir sus apps en verdaderas billeteras, nos consolidamos como la billetera de los descuentos, y nos convertimos en el primer agregador de open banking del país. Todavía tenemos el desafío que representa la educación financiera de usuarios y comercios.



**Martín Kaplan**  
CEO

### PRISMA MEDIOS DE PAGO

**Empleados:** 1700

1 Profundizaremos y ampliaremos las inversiones necesarias para sostener nuestro liderazgo en medios de pago. Las iniciativas más relevantes son: el despliegue masivo de terminales de última generación para pagos con QR de todas las billeteras y contactless de todas las tarjetas; consolidación del modelo de Cliente Único y Límite unificado robusteciendo nuestra oferta de valor para emisores multimarca y nuevas funcionalidades en Digital Issuing, nuestra plataforma world-class para prepagas

2 Fue un año positivo ya que logramos introducir mejoras en el ecosistema, sumamos más bancos a procesar todas sus marcas en Prisma, aprovechando nuestro liderazgo en términos de propuesta de valor. Implementamos biometría en cajeros, para contrarrestar el costo del blanqueo y del recambio de contraseñas. Pusi-

mos a disposición de la industria las soluciones más desarrolladas del mundo en seguridad y anti fraude como son la tokenización y 3DS

3 Los medios de pago electrónicos y digitales significan más inclusión financiera. Los avances tecnológicos puestos al servicio de la experiencia de compra y pago generaron que el ecosistema global sea más accesible y seguro para la gente, convirtiéndose en un aliado del estado en la lucha contra la informalidad. El desafío radica en generar habitualidad y fomentar el uso de medios electrónicos y digitales de pago, simplificando la operativa y la capilaridad de la aceptación.



**Miguel Schweizer**  
CEO

### QUANTIA

1 Esperamos un 2024 próspero para los cryptos, proyectando la culminación del bear market y un inminente período bullish. Continuaremos fortaleciendo nuestra plataforma, garantizando seguridad y eficiencia para nuestros clientes. La integración de la nueva arquitectura de custodia con Copper nos posicionará a la vanguardia, y seguiremos trabajando para mejorar y ofrecer un mejor servicio.

2 El año presentó desafíos, especialmente con el concurso de FTX que impactó en todo el ecosistema crypto. A pesar de las adversidades, en Quantia tomamos medidas proac-

tivas para proteger los activos de todos nuestros clientes y reforzamos nuestra infraestructura. El balance es de aprendizaje y resiliencia, y estamos agradecidos por el apoyo de nuestra comunidad.

3 Sería beneficioso que las políticas públicas fomenten la educación en criptomonedas y blockchain y promuevan la innovación/tecnología.

### SERVICIOS FINANCIEROS



**Néstor De Cesare**  
Presidente

### ALLARIA FONDOS ADMINISTRADOS

**Fondos adm. 2023:**

\$ 700.000 millones

**Fondos adm. (p.) 2024:**

\$ 1,75 billones

**Empleados:** 45

1 El proceso electoral definirá el estilo de programa de gobierno que tratará de reencauzar la marcha de las principales variables económico financieras. El próximo gobierno deberá encarar un plan de estabilización que permita volver al crecimiento. En ese entorno, nuestra actividad enfrentará desafíos importantes, como inestabilidad de la moneda, de las tasas de interés y de los precios relativos. Estaremos muy atentos para resguardar el patrimonio de los FCI, hasta que concluya exitosamente.

2 La persistencia de un ambiente económico hostil, agravado por la sequía, caracterizó un escenario de inestabilidad financiera que deparó fuerte volatilidad, en la antesala de un trascen-

dental proceso electoral. Esto generó cambios regulatorios que fueron acotando nuestras posibilidades de cobertura en nuestras carteras, pero al mismo tiempo, la nominalidad creciente hizo crecer los patrimonios bajo administración.

3 La normalización de la situación macroeconómica es imprescindible para poder desarrollar toda nuestra potencialidad como industria. Esto implica la consolidación de tasas de ahorro crecientes a partir de retornos reales positivos, el respeto a los contratos y los compromisos asumidos. Sigue pendiente la reglamentación de los fondos de ahorro para el retiro, herramienta fundamental para incentivar el ahorro de largo plazo, una vez que se fijen por decreto los incentivos fiscales que lo promuevan.

### BALANZ



**Julio Merlini**  
Presidente

### BALANZ CAPITAL

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 100 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 150 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 20 millones

**Empleados:** 1000

1 Nuestras perspectivas para 2024 son de crecimiento. Nos enfocaremos en mantener nuestro liderazgo en el mercado de capitales, expandiendo nuestras operaciones y ofreciendo soluciones innovadoras a nuestros clientes. Planeamos continuar invirtiendo en tecnologías avanzadas para mantenernos a la

vanguardia en la industria. Estamos comprometidos con la excelencia y la sostenibilidad, buscando continuamente oportunidades para mejorar y crecer en un entorno económico cambiante.

2 Durante 2023 enfrentamos algunos desafíos significativos, como las fluctuaciones en los mercados globales y el año electoral que siempre es complejo. Sin embargo, nuestro balance general es positivo, ya que logramos superar estos obstáculos con estrategias sólidas de adaptación. Consolidamos el crecimiento del grupo a nivel local e internacional, fortaleciendo nuestras operaciones y expandiendo nuestra presencia en nuevos mercados.

3 Tenemos la convicción de que las políticas públicas orientadas a facilitar el acceso al mercado de capitales para inversores y emisores desempeñarán un papel fundamental en el crecimiento de nuestro sector. Estas medidas también impulsarán el desarrollo económico a nivel nacional. Además, políticas que fomenten la transparencia, la innovación y la educación financiera serán esenciales para promover un entorno más saludable y competitivo, beneficiando a la economía en su conjunto.



**Juan Martín Monge Varela**  
CEO

### CONSULTATIO FINANCIAL SERVICES

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 17 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 20 millones

**Inv. 2024:** u\$s 1 millón**Empleados:** 60

- 1 Nuestra principal expectativa es seguir creciendo en todos los segmentos, brokerage, banca privada y asset management, a partir de la inversión en recursos humanos y tecnología.
- 2 Aquellas que contribuyan al crecimiento del mercado de capitales local, empezando por estabilizar la economía a través de la eliminación del déficit fiscal, generar crecimiento económico a partir de una mayor confianza e inversiones, aumentar el ahorro y que éste se canalice al mercado de capitales.

**credicuotas****Ezequiel Weisstaub**

CEO y cofundador

**CREDICUOTAS****Facturación (e.) 2023:**

\$ 20.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 35.000 millones

**Inv. 2024:** \$ 300 millones**Empleados:** 80

- 1 Las expectativas del corto plazo naturalmente están atadas al contexto macroeconómico y político. Somos muy optimistas en el mediano plazo donde nos proponemos seguir siendo la fintech de lending líder de Argentina. Nuestros proyectos pasan por seguir desarrollando productos innovadores con una gran experiencia

para los clientes y también hacia adentro de la organización implementar iniciativas con impacto significativo en la rentabilidad del negocio.

- 2 Nos enfrentamos a sucesivas subas de tasas que impactaron de lleno en el costo de fondeo y en ese punto todos los esfuerzos están puestos en sostener el mejor margen posible. El balance de este año sin duda reflejará nuestros esfuerzos por alcanzar una buena performance en estos momentos de alta incertidumbre.

- 3 La estabilidad macroeconómica es un requisito necesario para el desarrollo del crédito de consumo y su posterior impacto positivo en el ingreso disponible de la población. Esperamos que esta estabilidad pueda empezar a ser alcanzada en algún

momento del segundo semestre de 2024.

**Anna Cohen**

Presidente y CEO

**GRUPO COHEN****Facturación (e.) 2023:**

\$ 6000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 10.000 millones

**Empleados:** 150

- 1 Reforzaremos el acompañamiento a clientes como sus aliados financieros, consolidando equipos cada vez más sólidos para sostener nuestro servicio de excelencia, y apuntalando los procesos de decisión que

los clientes deban abordar, aportando solvencia técnica, inteligencia e innovación. Continuaremos con el desarrollo de soluciones tecnológicas para optimizar nuestros servicios premium, enfocando la plataforma a sectores cuyas necesidades financieras estén subatendidas.

- 2 Fue un año de incertidumbre en Argentina, con restricciones normativas que complicaron a empresas e inversores. A nivel global, la política monetaria y sus desequilibrios, como la crisis bancaria en EE.UU., amenazas en real estate en Rusia y Medio Oriente, la irrupción de AI y el dispar crecimiento de países centrales causaron dificultades. Excluyendo el crecimiento interno de Cohen, 2023 fue olvida-

# Transformamos ideas en oportunidades de inversión.

- > Plataforma global con oficinas en los principales mercados financieros.
- > Eficiencia y calidad de gestión en la ejecución de operaciones.
- > Información financiera de excelencia a cargo de economistas especializados.

ble, sin noticias positivas y muchos interrogantes para el futuro.

3 Este escenario presenta oportunidades inéditas de near o friends-hiring, para el talento, la tecnología y los recursos naturales argentinos. Se requerirán reformas de base, una política fiscal sólida, seguridad jurídica, promoción de la economía del conocimiento, alfabetización financiera, apertura a mercados globales, sin descuidar el plano social. Estas medidas impulsarán el Mercado de Capitales desde 2024.

**Inviu**  
Transformando la manera de Invertir



### **Ignacio Sagués**

CEO

#### **INVIU**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 16 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 36 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 12,5 millones

**Empleados:** 140

1 Nos consolidamos como uno de los 10 líderes del mercado argentino en volumen de operaciones y profundizar nuestra estrategia de expansión en la región. Debemos generar una disrupción a nivel industria, convirtiéndonos en una plataforma predominante que ofrezca todos los productos de inversión disponible, para que el asesor pueda dar un servicio de excelencia y tener una mirada integral de la vida patrimonial de su cliente.

2 Siempre es difícil operar en el mercado de capitales con un país que posee una alta inflación, pero aún así pudimos

consolidar el año con un crecimiento del 200% gracias a las alianzas estratégicas realizadas en la Argentina y a los acuerdos firmados con asesores de 8 países de la región, que refuerzan que nuestra propuesta de valor es un diferencial.

3 El mercado de capitales es una condición necesaria para el desarrollo de todo país. Toda política pública que permita su impulso es bienvenida.

**MEGAQM**  
FONDOS COMUNES DE INVERSIÓN



### **Federico Diez**

CEO

#### **MEGAQM**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 5800 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 200 millones

**Empleados:** 35

1 Pese al contexto desafiante para el próximo año seguimos viendo interés y apostando por Argentina y el desarrollo del mercado de capitales, y en particular la industria de Fondos Comunes de Inversión. En MegaQM seguimos un proceso de desarrollo y expansión tecnológica puesta a disposición de poder ofrecer los productos y servicios que las empresas e instituciones necesitarán el próximo año para preservar y aumentar su patrimonio y capital intensivo.

2 Este año estuvo marcado por altos niveles de volatilidad tanto en el mercado local como en el externo. En ese marco, el principal desafío siempre es tratar de preservar el valor de los activos de nuestros inversores. En el plano local tuvimos el

foco puesto en encontrar alternativas que sirvan para brindar cobertura en contextos de alta inflación e inestabilidad cambiaria.

3 La estabilidad es la base para construir a futuro. Desde esa base luego se puede iniciar un proceso de mejoras que construya las condiciones para el desarrollo de nuestro mercado. Un mercado de capitales sólido requiere una creciente participación de los inversores y el desarrollo de mecanismos de financiamiento de largo plazo.

**NaranjaX**



### **Alejandro Asrin**

Presidente de Naranja X

#### **NARANJA X**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 500 millones

**Empleados:** 2759

1 Seguir posicionando a Naranja X como la compañía cuyo propósito se centra en la inclusión y evolución financiera y tiene como objetivo acompañar a los argentinos en el uso cotidiano de su dinero. Con más de 6 millones de clientes, ofrecemos un abanico de soluciones que permiten el acceso al ahorro, pagos, crédito y cobros. De esta manera, las expectativas y los proyectos continúan alineados con el propósito de sumar a todos aquellos que no pueden acceder al sistema financiero tradicional.

2 El país atraviesa un contexto complejo. Con el compromiso por la inclusión financiera, presentamos una nueva línea crediticia para quienes no pueden acceder al

sistema tradicional. Presentamos un informe de bienestar financiero en el que analizamos las causas del estrés asociadas a las finanzas y el rol que cumplen los productos financieros para mitigarlo. Así, entendemos mejor la relación entre bienestar y finanzas.

3 La incertidumbre macroeconómica es un desafío que debemos enfrentar para avanzar en el logro de objetivos económicos. Es necesario contar con políticas económicas fiscales adecuadas y continuar invirtiendo en soluciones tecnológicas que permitan asimilar rápidamente los nuevos escenarios y necesidades de los clientes. Consideramos necesario lograr estabilidad cambiaria e inflacionaria, y un sistema tributario que promueva la inclusión financiera.

**NEIX**  
INTELECCIÓN FINANCIERA



### **Esteban Goyheneix**

Founder & Ceo

#### **NEIX BANCA & FINANZAS**

**Empleados:** 57

1 En 2024 esperamos un año desafiante a partir de los desajustes macroeconómicos del país, pero con un plan de negocios enfocado en el crecimiento y la consolidación de Neix como uno de los líderes en el mercado. Estamos proyectando una fuerte inversión en tecnología y en el desarrollo de nuestra plataforma comercial.

2 Creemos que el principal obstáculo en nuestro sector ha sido el incremento de cambios

normativos y regulatorios. El mercado laboral también ha sido un desafío para la incorporación de recursos idóneos junto con una alta competencia en nuestra industria. Nos gustaría operar en un contexto regulatorio más simple y con una menor carga impositiva.

3 Creemos que el balance de 2023 es muy positivo, consolidándonos dentro de los principales operadores del mercado argentino en renta fija, acciones, cedeas y opciones. Asimismo, apuntamos a un fuerte crecimiento de clientes y negocios y ampliando la plataforma de productos. En nuestro 15 aniversario creemos que hay mucho para destacar y estamos muy enfocados en el crecimiento a partir de nuestro plan de negocios 2024.

**Provincia Bursátil**



### **Claudio Ariganello**

Presidente

#### **PROVINCIA BURSÁTIL**

**Empleados:** 18

1 Estamos diseñando nuestra estrategia comercial sobre la base de escenarios alternativos, todos ellos con una marcada diferenciación en cuanto a políticas comerciales según cada segmento, con el fin de conseguir la optimización de desarrollo del negocio y la calidad de servicio. A su vez, esta estrategia comercial debe estar sustentada en mejoras en innovación tecnológica que permitirán darles eficientes respuestas operativas a nuestros clientes.





Roche

La medicina  
extraordinaria  
requiere una ciencia  
extraordinaria.

En Roche estamos comprometidos con ambas. Descubrir y desarrollar medicamentos innovadores y pruebas de diagnóstico para mejorar la calidad de vida de las personas.

[www.roche.com.ar](http://www.roche.com.ar)

2 Este año, como todos los años electorales, contiene un grado de incertidumbre mayor a otros períodos. Más allá de este obstáculo, hemos podido mantener la masa crítica de volumen patrimonial administrado, motorizado por la nominalidad económica, al mismo tiempo que mejoramos la competitividad de nuestros productos en términos de rentabilidad, operatividad y diversificación de oferta.

3 Será necesario que en 2024 se generen las políticas públicas destinadas a crear un círculo virtuoso que permita revertir la tendencia de dolarización que hubo en la última parte del 2023, a los efectos de recuperar significativamente el volumen de ahorro e inversión en el mercado de capitales local.

sas líderes del sector.

2 La coyuntura económica financiera y su impacto en determinadas líneas que administra la compañía, principalmente relacionadas a préstamos y obras, requirió de una constante dedicación de los equipos de trabajo. Cerramos un año con resultados muy positivos, habiendo mejorado notablemente nuestra productividad, a la vez que pudimos llevar a cabo gestiones estratégicas internamente y con nuestros clientes.

3 Las políticas públicas vinculadas a las obras de infraestructura, viales, vivienda, son un gran atractivo para el negocio fiduciario. Sin embargo, todo tipo de políticas públicas funcionan muy bien desarrolladas con la herramienta del fideicomiso, la cual otorga transparencia y agilidad.

cipios bonaerenses.

2 El mayor desafío de este año fue la coyuntura económica y su impacto en el costo de financiamiento para el cliente. En respuesta a este contexto, buscamos complementar el producto leasing con la variedad de soluciones de Banco Provincia, por medio de tasas competitivas y con el foco puesto en el capital de trabajo y la innovación. El esfuerzo realizado en 2023 permitió consolidarnos como la cuarta leasinería del mercado argentino, desde el sexto puesto que ocupábamos a principios de 2020.

3 Acompañamos las políticas de Banco Provincia tendientes a dinamizar e impulsar a la producción y el empleo; en lo que respecta al mercado del leasing, facilitar y mejorar las posibilidades de empresas, pymes y municipios para la adquisición de bienes de capital. Gracias a la agilidad del servicio que brindamos, creemos que el mercado del leasing tiene espacio para crecer exponencialmente, con incentivos a la inversión y la renovación del capital.

Panamá y Miami están creciendo sostenidamente en todas sus unidades de negocios, y la región vive un buen momento en términos económicos, principalmente impulsada por los valores internacionales de los commodities agrícolas, energéticos y metales preciosos.

2 Puente tuvo un muy buen 2023; de hecho, el segundo mejor año de la historia de la compañía. La expansión en la región, así como las aperturas de Miami (en 2021) y Madrid (este año), fueron y son claves para el posicionamiento futuro de la entidad. Entendemos que es una muy sólida propuesta de valor para nuestros clientes e inversores.

3 Nuestras unidades de negocios de Banca de Inversión, Gestión Patrimonial y Trading Institucional son servicios de muy alto valor agregado, y los equipos de profesionales que los conforman son de clase mundial. La competitividad laboral en algunos países de la región es un desafío, no solo por el alto costo fiscal sino también por las leyes laborales, que desincentivan a las compañías a contratar más profesionales y a éstos a buscar otros destinos para desarrollarse profesionalmente.

contamos con más de 1000 bocas, y el objetivo es seguir incrementando nuestra capilaridad. Paralelamente, buscaremos seguir desarrollando nuevas unidades de negocio y mejorando los servicios que brindamos a nuestros socios y clientes. Esperamos también un fuerte crecimiento en el uso de los pagos mediante QR, así como con el sistema de Botón de Pago.

2 Los principales obstáculos de nuestra industria tienen que ver con la situación que atraviesa el país, como la falta de previsibilidad, los problemas sindicales y, sobre todo, la inflación son factores que nos golpean fuertemente. Sin embargo, 2023 también tuvo su lado positivo para nosotros, ya que completamos la implementación de los pagos mediante QR interoperable en toda nuestra red.

3 Abogamos por la puesta en práctica de políticas que simplifiquen y abaraten aquellas cuestiones que implican mayores costos para nuestra industria: camiones de caudales, costos bancarios y seguros. Asimismo, hacemos un llamado a las entidades gubernamentales, como pudiera ser Anses u otras, para avanzar hacia una sinergia con nuestro sector, aprovechando la inmensa red que conformamos para poder dar un servicio más eficiente y de mejor calidad a sus beneficiarios en cada rincón del país.



**Nadia Giardina**  
Presidenta

**PROVINCIA FIDEICOMISOS**

**Empleados:** 44

1 Apostamos al fortalecimiento de las estructuras existentes mediante la generación de nuevas líneas de trabajo y una mayor inversión del sector público, conjugado con el potenciamiento operativo funcional de la compañía mediante la implementación de herramientas tecnológicas que nos permitan dinamizar nuestros servicios. Asimismo, proveemos la generación de nuevos negocios que nos permitan seguir posicionándonos como una de las empre-



**Valeria Dallera**  
presidenta

**PROVINCIA LEASING**

**Empleados:** 51

1 Para 2024 apuntaremos a aumentar aún más la asistencia al sector privado de la mano de tasas competitivas y con la capilaridad que tenemos con Banco Provincia en todo el territorio bonaerense, para contribuir así con el entramado productivo provincial. Asimismo, esperamos seguir siendo líderes en el segmento público, a través de nuestra herramienta financiera, que es ágil y efectiva, para promover la renovación de bienes capital de los muni-



**Federico Tomasevich**  
Presidente y principal accionista PUENTE Holding

**PUENTE**

**Empleados:** 180

1 Para el 2024, Puente tiene como plan consolidar y expandir su negocio en la región. Si bien operamos en Argentina desde 1915, nuestras subsidiarias en Paraguay, Uruguay,



**Juan Boubée**  
Director General

**RIPSA**

**Empleados:** 90

1 Nuestra expectativa es continuar fortaleciendo nuestra red de agentes. Actualmente



**Henry Seeber**

Presidente y Gerente General de American Express Argentina S.A.

## AMERICAN EXPRESS

**Empleados:** 1100

1 En 2024 vamos a continuar trabajando para proveer la mejor experiencia a nuestros clientes proporcionándoles productos, servicios y experiencias que respondan a sus necesidades y aspiraciones. Nuestro foco está puesto en el segmento premium de tarjetas personales y corporativas y la ampliación de la red de comercios.

2 En general, este año en la industria se han visto retos relacionados con el tipo de cambio y su impacto en los precios, así como el aumento de la tasa de interés. Sin embargo, nos mantenemos confiados porque Ameri-

can Express está presente en Argentina desde hace más de 100 años y acompañamos a nuestros clientes respaldándolos en sus necesidades con nuestra propuesta de servicio de excelencia a pesar de cualquier desafío que se presente en el marco económico.



### Federico Cofman

Cluster Leader & Country Manager de Mastercard para Argentina, Uruguay y Paraguay

## MASTERCARD

**Empleados:** 100

1 El próximo año espe-

ramos fortalecer aún más nuestras soluciones de pago sin contacto, que son una de las formas de pago preferidas de los argentinos por su seguridad, rapidez y comodidad. A su vez, en la búsqueda por simplificar la vida cotidiana de las personas, seguiremos fomentando la extensión de la digitalización de los pagos en la movilidad urbana, tal como lo hemos hecho en otros países. Ambos proyectos apuestan a la eliminación del efectivo, en beneficio de la inclusión financiera.

2 Como empresa de tecnología tenemos el desafío de ser flexibles a los cambios que se presentan en la industria, ciclos de innovación, nuevos jugadores y regulaciones; este año no ha sido la excepción. Logramos articular soluciones

con el sector público y privado, impulsamos proyectos innovadores y continuamos acompañando la digitalización de los pagos a distintas escalas. Como balance, nos enorgullece seguir contribuyendo a mejorar la inclusión financiera en el país

3 En principio, las políticas públicas deben implementarse en un marco de consenso y diálogo con todos los actores de la industria. Esperamos que las regulaciones creen un ecosistema equitativo para la competencia, ayudándonos así a llegar a más y mejores productos para los consumidores. Las regulaciones también deben fomentar las inversiones en digitalización de medios de pago, proceso que acelerará la inclusión financiera.

## Indumentaria



### María José Fosati

CEO y CCO

## JOHN FOOS

**Inversiones 2024:**

u\$s 2 millones

**Empleados:** 247

1 Somos optimistas más allá del contexto político económico que nos toque atravesar. Actualmente estamos lanzando una nueva categoría "Lifestyle" con su línea de productos. Pronto sumaremos



# GRUPO ALBANESI

ENERGIA A SU ALCANCE

- Ampliación de la Central Térmica Ezeiza, Buenos Aires.
- Ampliación de la Central Térmica Maranzana, Córdoba.
- Construcción de la Central de cogeneración de Arroyo Seco, en Santa Fe.
- Nuevos 405 MW de potencia instalada.
- Próxima potencia instalada total de 1755 MW.
- Mejora de nuestra huella de carbono.
- Inversión de U\$S 508 millones.

100% INVERSIÓN PRIVADA

indumentaria y ampliaremos la línea de menor impacto ambiental. Asimismo, proyectamos importar máquinas de última generación para seguir internalizando procesos. Continuaremos trabajando el desembarco de nuestra marca en México y Europa.

**2** Debido a la inflación, durante el 2023 debimos analizar firmemente costos y precios, negociando a diario con proveedores y clientes. La variación del tipo de cambio informal, las trabas a importaciones de materia prima y bienes que no se consiguen en el mercado local trajeron pérdidas y baches en la producción. Además, no tener una política clara y pareja para el rubro del calzado generó un desajuste importante para nosotros.

**3** Necesitamos un apoyo genuino y concreto a la industria Nacional, con cierta protección a la importación indiscriminada de productos terminados que no generan empleo ni agregan valor a nuestra economía. Además, es imperante tener una mayor estabilidad económica, un mayor estímulo a las exportaciones, un mayor acceso a financiamiento para proyectos de inversión y una menor carga impositiva.



**Gustavo Marques**  
General Manager

**PUMA**

**Empleados:** 1466

**1** Seguir fortaleciendo nuestra presencia en el mercado local, invirtiendo

y mejorando nuevas tiendas. A su vez aumentar la participación ecommerce, entendiendo las necesidades del consumidor y lanzando colecciones exclusivas que reflejen la cultura y pasión deportiva de los argentinos. En línea con nuestra visión global, vamos a seguir fomentando iniciativas de sustentabilidad, desde materiales ecoamigables hasta prácticas de producción responsables, reafirmando nuestro compromiso con el planeta.

**2** En 2023 enfrentamos los mismos desafíos que muchas grandes y pequeñas empresas, que están relacionados con la situación económica del país. Sin embargo, logramos superar estos obstáculos y mantenernos como una marca líder en el mercado del calzado e indumentaria deportiva. El balance del año es positivo y nos deja lecciones valiosas para seguir creciendo en el futuro.

**3** Estamos dedicados a ser colaboradores activos de cualquier política pública que fomente el empleo formal, promueva la capacitación y brinde oportunidades. Además, nos esforzamos por respaldar las políticas que se centren en la sustentabilidad y que puedan impulsar de manera positiva al sector deportivo y de moda. Valoramos la sinergia entre la marca y la comunidad, buscando siempre fortalecer la inserción laboral en Argentina: este es nuestro compromiso y contribución al desarrollo del país.



**AUTOMOTRICES**



**Ivana Dip**  
CEO & Managing Director

**BMW GROUP ARGENTINA**

**1** Nuestro objetivo como siempre es continuar trayendo los mejores productos y servicios para el cliente de BMW Group Argentina. Concretamente en 2024 planeamos tener novedades en cuanto a la conectividad de nuestros vehículos y la digitalización de nuestros servicios al cliente, expandir la electromovilidad con vehículos 100% eléctricos y nuevos modelos híbridos y lanzar una gama muy amplia de vehículos, como modelos de los segmentos más altos de BMW y de BMW Motorrad.

**2** La volatilidad es uno de los mayores desafíos dado que dificulta la previsibilidad y la posibilidad de definir un plan y concretarlo. A la vez, la resiliencia y adaptabilidad de nuestro equipo y la red de concesionarios y el apoyo de BMW Group son nuestras fortalezas para sobrellevar los desafíos. De esta manera, en 2023 pudimos realizar numerosos lanzamientos tanto de vehículos entrada de gama (BMW X1) como deportivos (BMW M4 Competition), además de ampliar la oferta de híbridos con el 330e.

**3** Políticas y normativas que ayuden a una mayor previsibilidad facilitarían el crecimiento y la inversión. Asimismo un marco regulatorio que favorezca el desarrollo de la electromovilidad en Argentina sería muy beneficioso

para el establecimiento de esta nueva tecnología. El futuro para BMW es eléctrico, digital y sustentable.



**Martín Galdeano**  
Presidente & CEO de Ford Argentina

**FORD ARGENTINA**

**Empleados:** 3500

**1** En 2024 completaremos la transformación total de nuestra planta de motores de Pacheco, iniciando la fabricación en Argentina de la familia de motores que equipan a la Nueva generación de Ranger. Además, tendremos varios lanzamientos de productos, y sumaremos más modelos conectados que nos permitirán ofrecer nuevas experiencias a los clientes, siguiendo el camino que iniciamos con Ranger en 2023.

**2** En un año muy desafiante, llevamos adelante una transformación total de nuestra planta de Pacheco como parte del programa de inversiones por u\$s 660 millones para la fabricación de la nueva generación de Ranger, que lanzamos en Argentina y los mercados de América latina. Además, pudimos concretar nuestro ambicioso plan de lanzamientos, incluyendo el primer auto 100% eléctrico de Ford en el país: el Mustang Mach-E.

**3** La competitividad para producir y exportar es el mayor desafío que tenemos como industria. Ford invirtió en tecnología y procesos de primer nivel para producir de manera eficiente. Debemos seguir trabajando

articuladamente con todo el sector, incluyendo gobiernos, para mejorar la competitividad estructural: marco impositivo y condiciones de entrada a mercados de exportación, para lograr la escala necesaria que haga viables las inversiones de capital intensivo que caracterizan a nuestra industria.



**José Cammilleri**  
Vicepresidente

**GENERAL MOTORS ARGENTINA**

**1** Estamos comprometidos a seguir ofreciendo novedades comerciales al mercado y seguir siendo protagonistas del crecimiento industrial y tecnológico del país. Por ello, nuestra prioridad será la mejora de la productividad y de los procesos productivos de la operación y así poder seguir ofreciendo vehículos de calidad a los mercados de exportación. Junto a nuestra red de concesionarios, seguiremos ofreciendo una gama muy completa de vehículos y excelentes servicios de posventa para nuestros clientes

**2** En 2023 el equipo de GM se ha focalizado en superar los desafíos que el contexto económico del país está generando para poder seguir produciendo y comercializando los vehículos de nuestra marca Chevrolet que, por cierto, está próxima a cumplir 100 años en Argentina. Los pagos al exterior, las demoras del sistema para la aprobación de Sirasy la inflación fueron los prin-

cipales obstáculos, pero gracias al gran trabajo de nuestros colaboradores, pudimos ir superando.

3 Desde nuestra perspectiva, es necesaria la instrumentación de una política industrial de comercio exterior integral que involucre la optimización de nuestros puertos, los procesos aduaneros, los pagos al exterior, la eliminación de licencias y aranceles que hacen perder competitividad y mejore el ingreso de divisas al país. Lo anterior resulta clave para desarrollar el sector automotor del que GM forma parte.



**Takashi Fujisaki**

Presidente

**HONDA MOTOR DE ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 71.816 millones

**Empleados:** 700

1 Somos la marca de motocicletas que más produce y vende. Siendo referentes del sector, seguimos trabajando en lanzar más modelos en distintos segmentos, importados y de producción nacional. En automóviles con el objetivo de crecimiento reforzamos nuestro portfolio: a ZR-V y HR-V recientemente lanzadas, sumaremos CR-V y Civic híbrido, el primer modelo con esta tecnología. En productos de fuerza, contaremos con nuevos modelos, motores con tecnologías de punta y productos a batería.

2 En un contexto complejo, la planificación y el trabajo en equipo nos permitieron alcanzar los objetivos planteados, obtener importantes resultados y proyectar a futuro para seguir siendo grandes protagonistas en cada una de nuestras unidades de negocio. Fue sin dudas desafiante, pero pudimos continuar con nuestro foco: incentivar la producción local, fortalecer nuestro line-up en todas las divisiones y brindar productos de la más alta calidad como característica distintiva de Honda.

3 El ordenamiento de las variables macroeconómicas, especialmente el impacto impositivo en las actividades del sector; además de la discusión de los temas importantes para la industria relacionados con nuevas tecnologías.



**Santos Doncel Jones**

Presidente

**IVECO GROUP**

**Empleados:** 1000

1 Tenemos expectativas positivas basadas en la recuperación económica que se espera a partir del 2° semestre en sectores como el agro, la minería e industria de los hidrocarburos. Seguiremos trabajando en el desarrollo de energías alternativas con principal foco en el GNC, aunque sin descartar otras opciones, para acelerar el camino de la transición energética, y continuaremos dialogan-

do con las autoridades para promover la introducción de normas Euro VI en el país y reducir la huella de carbono.

2 Fue un año que requirió realizar una coordinación muy precisa en todo el flujo logístico para asegurar la disponibilidad de componentes para la producción. Esto nos quitó la posibilidad de poner el foco en otros temas; a pesar de eso tuvimos un año positivo, en gran medida gracias a la flexibilidad que nos brinda tener una fábrica afianzada y con más de 50 años en el país, así como un equipo de trabajo altamente profesionalizado, fuerte y consolidado.

3 Nos parece fundamental promover la implementación de la ley de desarrollo del autopartismo para potenciar proveedores locales.

# LIFESTYLE

Código Urbano Sporty



TU FORMA DE ANDAR ES COMO SOS. ES COMO TE MOVÉS. ES ESO QUE TE MUEVE.

TU FORMA DE ANDAR.

JOHNFOOS,



Sería importante mejorar la oferta de financiación para que los transportistas encuentren mejores herramientas para la renovación del parque automotor. Creemos que es fundamental el estímulo a la producción nacional. Tener una oferta local completa este año nos dio posibilidad de estar más cerca de los clientes y atender rápidamente la demanda del mercado.



### **Manuel Mantilla**

Presidente y CEO de Mercedes-Benz Argentina

#### **MERCEDES-BENZ ARGENTINA**

**Empleados:** 2000

**1** Seguiremos ofreciendo la máxima calidad en nuestros productos: vehículos seguros, eficientes, atractivos y respetuosos con el medioambiente. Ampliaremos el portafolio de eléctricos para continuar la transición tecnológica. Además, sumaremos modelos a combustión tradicional como el Clase E y el C 43 AMG. La Sprinter seguirá fabricándose con el nuevo motor OM654, homologado para las normativas de emisiones Euro 5 y Euro 6, destinado ahora también al mercado local.

**2** Con una producción a dos turnos hacemos frente al contexto desafiante. Más del 70% de la producción de la Sprinter se exporta a países de la región y a EE.UU. Hace ya una década, la casa matriz inició el camino hacia la electrificación y este año presentamos el primer Mercedes-Benz

eléctrico que llegó a la Argentina: la EQA, una SUV 100% eléctrica que combina movilidad sin emisiones, grandes prestaciones y conectividad intuitiva.

**3** Buscamos que se implementen políticas que ayuden a producir con mayor previsibilidad para continuar trabajando por una industria sustentable, competitiva e integrada. En Mercedes-Benz Argentina, celebramos 72 años de historia en el país con el orgullo de haber sido la primera planta de la marca instalada fuera de Alemania.



### **Raúl Barcesat**

Presidente y CEO

#### **MERCEDES-BENZ CAMIONES Y BUSES ARGENTINA**

**Empleados:** 500

**1** En Mercedes-Benz Camiones y Buses, recientemente completamos una inversión de u\$s 50 millones destinada a la construcción de un nuevo centro logístico de autopartes y repuestos en Zárate que comenzará a operar en el segundo semestre de 2024. El centro logístico se está edificando en un predio de 20 hectáreas cuyas dimensiones nos proporcionan la flexibilidad suficiente para evaluar el desarrollo.

**2** Hemos transitado un año donde la escasez de reservas ha marcado el ritmo de la economía en general y del sector automotriz en particular. La previsibilidad es fundamental para desarrollar un negocio sustentable y continuar promoviendo

las inversiones en el país. La industria automotriz se planifica en el largo plazo, por ello, trazar un sendero de previsibilidad resulta indispensable para nuestro negocio.

**3** El sector de los vehículos pesados ofrece una inigualable oportunidad en su parque automotor cuya antigüedad promedio es mayor a los 20 años. Las nuevas tecnologías ya disponibles ofrecen alternativas muchísimo más eficientes en términos de consumo y de emisiones, además de las asistencias inteligentes en materia de seguridad.



### **Ricardo Flammini**

Presidente de Nissan Argentina

#### **NISSAN**

**Empleados:** 1415

**1** Seguiremos apostando a la producción nacional con la Nissan Frontier, una de las pickups más avanzadas de la historia de la compañía. Buscamos consolidar nuestro crecimiento en un segmento que es muy competitivo, fomentando y contribuyendo a la industria nacional, con el objetivo de superar el 40% de integración local de la Nissan Frontier durante 2024.

**2** El 2023 fue un año en el que generamos momentos claves para la historia de Nissan Argentina. Con la Nissan Frontier logramos un 13,3% de market share en el último año fiscal, lo que nos llena de orgullo teniendo en cuenta que partimos de

un 3% en 2018 cuando comenzó la producción en Argentina. Pudimos incorporar dos nuevos mercados de exportación: Chile y Colombia bajo la normativa de emisiones de Euro 6.

**3** Consideramos imprescindible que siga creciendo la articulación público-privada, para mejorar la competitividad y previsibilidad en un negocio que es a largo plazo. Desde Nissan trabajamos en conjunto con Adefa para aprovechar todas las oportunidades que permitan seguir impulsando nuestro sector y la industria nacional.



### **Oscar Jaern**

CEO de Scania Argentina

#### **SCANIA ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 457,1 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 19,9 millones

**Empleados:** 1264

**1** Para el 2024, nos enfocaremos en proyectos clave, comenzando por un proyecto para generar biogás a partir de residuos cloacales con el objetivo de disponibilizar este combustible renovable como fuente de energía para el transporte de cargas y pasajeros. En esa misma línea es que en nuestra planta industrial de Tucumán comenzaremos la transición para reemplazar el gas natural que se utiliza por biogás. Estos esfuerzos demuestran nuestro compromiso para reducir las emisiones de GEI.

**2** El balance del año refleja un sólido avance

hacia la sustentabilidad y la excelencia en nuestros servicios. Nos enorgullecimos operar con energías limpias en nuestra planta de Tucumán y nuestras oficinas centrales siendo fossil free. La promoción de combustibles alternativos a través de la Línea Green Efficiency también es un logro significativo.

**3** Sería muy importante implementar políticas que impulsen la inversión en infraestructura para la producción y distribución de biogás. Asimismo, establecer metas de reducción de emisiones para fomentar combustibles más limpios. Esto será fundamental en esta transición hacia la electrificación. Es primordial también, fomentar la educación y conciencia sobre la importancia de la movilidad sostenible en la sociedad.

## **TOYOTA**



### **Gustavo Salinas**

Presidente de Toyota Argentina

#### **TOYOTA**

**Empleados:** 8500

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 1.405.685.712.265

**1** El año 2024 lo comenzaremos con un nuevo proyecto: la producción de HIACE, un nuevo vehículo comercial que busca transitar el mismo camino que Hilux y SW4. Además, seguiremos impulsando la evolución de Toyota hacia una compañía de movilidad: con Kinto, nuestro servicio de carsharing que tuvo un crecimiento de más del 60% en el último año; y con la electrificación

GPNK  
Provincias de Neuquén, Río Negro, La Pampa y Buenos Aires

# Haciendo historia. Construyendo futuro.



Una empresa argentina, líder en ingeniería, construcción y servicios, comprometida con el desarrollo de nuestro país.

**ENERGÍA** | **GAS Y PETRÓLEO** | **INFRAESTRUCTURA Y SANEAMIENTO** | **ARQUITECTURA**

f i y in  
sacde.com.ar

# sacde

de vehículos, liderando el mercado con más del 80% de las ventas a partir de nuestra apuesta por la tecnología híbrida

2 Tuvimos el desafío de gestionar la operación en el marco de las restricciones que presentó la economía, pero trabajamos para mejorar los procesos y cumplir con los compromisos comerciales asumidos en toda la región. La introducción de un tercer turno en 2023 fue una etapa llena de desafíos, pero con resultados muy positivos, donde pudimos adaptar el esquema de nuestra planta de Zárate con un 30% más de personal y, al mismo tiempo, incrementar el volumen de producción a más de 180.000 unidades.

3 Creemos hay mucho trabajo por hacer en materia de competitividad, por ejemplo, repensar el esquema tributario, expandir los acuerdos de libre comercio en la región y mejorar la infraestructura y la logística del país. Por otro lado, es necesario continuar fortaleciendo la cadena de valor para hacer frente a los desafíos de la industria automotriz del futuro.

**VOLKSWAGEN**  
GRUPO ARGENTINA



**Marcellus Puig**  
Presidente y CEO

**VOLKSWAGEN ARGENTINA**

**Empleados:** 5000

1 El 2024 nos espera con renovados proyectos, nuevos lanzamientos de productos y servicios. Las mayores expectativas pasarán por la llegada al mercado de la reno-

vada pick up Amarok de producción nacional, la cual sigue manteniendo una excelente performance en el mercado y gran aceptación de los clientes. También tendremos el inicio de producción en serie de Camiones y Buses VW en Córdoba.

2 Durante 2023 continuamos experimentando un contexto desafiante para la industria automotriz, en el logramos un mercado superior al de 2022 con aumento en ventas, producción y exportaciones. Puntualmente en VWA con excelente performance comercial de nuestros dos modelos producidos en Pacheco. Este panorama positivo está dado por el fortalecimiento del mercado interno y de los productos de industria nacional.

3 Es clave el trabajo coordinado entre empresa, representantes de los trabajadores, Adefa, el Gobierno y toda la cadena de valor. Debemos seguir trabajando en sostener estrategias de largo plazo y garantizar el acceso a la importación de insumos, así como la disponibilidad de financiación, el régimen fiscal y la logística, entre otros.

**AUTOPARTES**

**BOSCH**



**Leonardo Cacciante**  
General Manager de Bosch para Argentina, Paraguay y Uruguay

**BOSCH ARGENTINA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 47.000 millones

**Empleados:** 170

1 En 2024 Bosch cumple 100 años en Argentina. Estamos orgullosos

de nuestra presencia en el país, y nos esperan muchos proyectos ambiciosos. Vamos a mudar nuestro warehouse a Escobar, lo que implica un gran cambio logístico, ya que ahora Bosch tendrá un porcentaje de administración directa de esta operación (antes tercerizada) Nuestra meta es continuar expandiendo el negocio de Bosch en el país, con nuevas propuestas innovadoras y nuevos productos que el mercado está demandando.

2 Cada año presenta un nuevo desafío a raíz de la coyuntura de nuestro país, pero nuestra experiencia nos permite sortear las dificultades con confianza y seguir avanzando hacia nuestros objetivos. En 2023 afianzamos nuestro compromiso con la sustentabilidad. Como compañía, consideramos que actuar de manera económica, ambiental y socialmente responsable, es la forma de mejorar la calidad de vida de las personas.

3 Estabilidad macroeconómica, reglas de juego estables y reducción en la presión impositiva.

**Neumen**



**Roberto Méndez**  
Presidente

**NEUMEN**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 4000 millones

**Inv. 2024:** u\$s 5 millones

**Empleados:** 470

1 El proyecto de Neumen para el 2024 es mantenernos en estado de vigilia permanente, atentos a las oportunidades de mercado y sumar

importantes inversiones. Estos lineamientos son los que nos mantienen en constante crecimiento pese a la situación en la que se encuentra la Argentina. El próximo año vamos a inaugurar nuevos centros de servicio.

2 El mayor obstáculo que enfrentamos este año es la constante actualización de las listas de precios. Fue un año con altísimos niveles de inflación. Otra dificultad fue la importación indiscriminada de productos asiáticos que generó una competencia extraordinaria a nivel precios. Más allá de las adversidades que se nos presentaron durante el año, el balance es positivo.

3 Como primer aspecto estamos hablando de políticas económicas que colaboren a controlar la inflación. Hay que estabilizar el valor del dólar y bajar los índices inflación para lograr algo de normalidad en los mercados. La otra regulación pendiente es la reforma laboral. La industria de los juicios laborales se tiene que terminar. Este es uno de los motivos fundamentales por los que las pymes no hacen inversión ni se desarrollan.

**MICHELIN**



**Eliana Banchik**  
Presidenta de Michelin Argentina, Paraguay y Uruguay

**MICHELIN**

**Empleados:** 60

1 Michelin confía en la evolución del país y continúa invirtiendo en la capacitación e infraestructura de la Red de revendedo-

res, en los servicios digitales y todo lo que apoye a la movilidad sustentable de bienes y personas. En 2024 seguiremos en este camino trayendo nuevas tecnologías al país, ampliando oferta de productos y servicios, generando alianzas público-privadas que contribuyan a la movilidad y progreso de los argentinos y profesionalizando nuestra red.

3 Somos una empresa que apuesta en el país. En los 110 años que Michelin tiene presencia en Argentina, siempre nos hemos sumado a las iniciativas públicas que promuevan una mejora en la movilidad de bienes y personas. Entendemos que las políticas que promueven la seguridad vial o mejoran el transporte son de beneficio para el sector en general.

**PIRELLI**



**Mauricio Canineo**  
CEO de Pirelli Argentina

**PIRELLI NEUMÁTICOS**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 7200 millones

**Empleados:** 1500

1 Como compañía global líder y con más de 112 años de presencia en Argentina, Pirelli apuesta al crecimiento del sector en el país e invierte continuamente en nuevas tecnologías y productos cada vez más innovadores. Hoy uno de cada dos vehículos producidos en el país tienen neumáticos Pirelli y, en 2024, seguiremos invirtiendo y aumentando producción.

2 Después de tantos años en Argentina, Pirelli ha aprendido que los



obstáculos fueron hechos para ser superados, como siempre. Lo confirmamos con la ampliación de la producción de neumáticos para motos, un mercado en rápido crecimiento en el país y en la región. Además, miramos hacia adelante gracias a la experiencia en las competiciones más desafiantes, como la Fórmula 1, categoría en la que fuimos reconfirmados como proveedores exclusivos hasta el 2027. Ha sido un año muy productivo.

3 La operación argentina de Pirelli desempeña un papel destacado en la estrategia global de la empresa. El país tiene una importancia histórica muy marcada, lo que explica la presencia por más de un siglo y el trabajo con el gobierno y referentes para el crecimiento del sector. En línea con esto,

desde Pirelli seguiremos invirtiendo en Argentina y delineando estrategias en conjunto con la sociedad, los sectores productivos, público y privados, en beneficio de las personas y de la industria.

**MOTOS**

GRUPO SIMPA



**Martín Schwartz**

Director División Rodados en Grupo SIMPA S.A. (Argentina) y CEO de Moto Continental (Subsidiaria en México)

**GRUPO SIMPA Inversiones 2024:** u\$s 8,5 millones

**Empleados:** 200

1 El 2024 será muy desafiante, con cambios

estructurales en la economía que probablemente impacten en todos los sectores donde operamos. No obstante, somos una empresa en búsqueda de la mejora continua y el crecimiento constante, por esto buscamos seguir consolidando nuestra posición como líder en el segmento de motos con 16 marcas de media y alta gama, con el lanzamiento de nuevas marcas y modelos en el mercado; y esperamos lanzar 4 nuevas marcas de motos a través de Moto Continental en México.

2 A pesar de la coyuntura no presentamos grandes obstáculos. Durante los últimos años pasamos de ser un negocio de importación de bienes terminados a uno con una participación industrial significativa. Esto fue

posible mediante la renovación de nuestra planta de Campana y la apertura de otra en Pilar de 30.000 m2, ambas con producción local de motos, cuatriciclos, máquinas-herramientas y procesos productivos del sector plástico. Hoy más del 75% de nuestras ventas tienen proceso productivo local.

3 La extensión del decreto 460/23, que fomenta la producción nacional de motos, se trabajó y logró desde Cafam, lo que nos visibiliza para seguir invirtiendo en el sector de las motos que creció por encima de la automotriz en tres años consecutivos. Necesitamos políticas transversales que promuevan 3 pilares: estabilidad en variables macroeconómicas, normalizar el flujo de bienes intermedios para

la producción con mano de obra local, y mejorar las condiciones para incorporar más personal.



abbvie



**Sebastián García Albores**

General Manager Cluster South

**ABBVIE ARGENTINA**

**Empleados:** 249

1 En AbbVie Cluster



**GRUPO PEREZ COMPANC**



Sur, tenemos la misión de mejorar la calidad de vida de los pacientes acercando tecnologías innovadoras en salud que contribuyan con el desarrollo social y económico de nuestra sociedad. En ese sentido, en 2024, tenemos por delante trabajar con los actores del sistema de salud para que juntos podamos mejorar el acceso igualitario y oportuno a la salud y a la innovación.



**Juan Farinati**

Presidente y CEO Bayer Cono Sur

**BAYER**

**Empleados:** 2500

- 1 Somos una empresa líder, que quiere ser protagonista del cambio y dejar una huella positiva a las generaciones futuras. Nuestros negocios tienen impacto directo en la salud y en la alimentación de las personas, por ello, todos los proyectos y expectativas de cara al futuro están ligados a impulsarlos a través de la agricultura regenerativa, la transformación digital, la innovación y la diversidad, equidad e inclusión.
- 2 Sin dudas venimos de años difíciles y con un contexto económico – social complejo y el 2023 no fue la excepción. En Argentina enfrentamos diversos temas coyunturales como ser la sequía, importaciones, retenciones, brecha cambiaria y el precio de los insumos que son imprescindibles para la sostenibilidad de nuestros negocios.
- 3 Estamos convencidos

que la Argentina tiene oportunidades que se abren y se potencian en alimentos, agroindustria, ingeniería, economía del conocimiento, etc. y estamos seguros que desde Bayer podemos aportar y generar valor. De las coyunturas se sale entre todos, trabajando mancomunadamente y sin dudas la Argentina se merece que Estado, empresas y personas nos unamos para salir adelante.



**Mariano de Elizalde**

Presidente & CEO

**BIOSIDUS**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 95 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 120 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 17 millones

**Empleados:** 530

- 1 Continuar creciendo en los mercados de exportación, a través de la consolidación de nuestras filiales del exterior, la apertura de la nueva filial de México y concretar los desarrollos comerciales logrados en nuevos mercados de África, Europa del Este y Medio Oriente. Será un gran objetivo recuperar los mercados de Ucrania y Vietnam. Con relación a la Argentina, duplicaremos la participación de mercado con la incorporación de los productos del portafolio de Sandoz.
- 2 En un año de crecimiento, fue clave gestionar los desafíos por la menor oferta de logística internacional, el abastecimiento de algunos insumos que no se producen en el país y

regulaciones financieras en algunos de los mercados en los que operamos.

- 3 La continuidad de los regímenes legales de promoción a la economía del conocimiento y el de biotecnología y nanotecnología son una herramienta de impulso. Por otro lado, una política que permita financiación de la inversión en investigación clínica. Asimismo, la revisión de los aranceles a la exportación de productos biológicos desarrollados y producidos en el país, los cuales generan pérdida de competitividad y son una limitación para poder incrementar la exportación a mercados emergentes.



**Silvana Kurkdjian**

Gerente General Argentina

**BRISTOL MAYERS SQUIBB**

**Empleados:** 199

- 1 Nuestro foco continuará en desarrollar terapias innovadoras que brinden esperanza y calidad de vida en oncología, hematología y desembarcando en dermatología, con psoriasis. Para lograrlo, seguiremos invirtiendo en investigación clínica e introduciendo en el país nuevos tratamientos.
- 2 La Argentina es un país clave para la compañía a nivel mundial. Independientemente de la coyuntura, creemos firmemente que abundan las oportunidades de seguir innovando en salud y contamos con un sólido plan de inversión en I+D para los próximos años. Nos estamos preparando para traer al país terapias

únicas que impactarán en forma positiva en pacientes y continuarán ubicando a la Argentina en un lugar excepcional en la agenda de innovación.

- 3 Promovemos el diálogo activo y trabajamos en forma articulada con actores del sector para mejorar la atención y el acceso a la salud de los pacientes. Es con este espíritu colaborativo que consideramos fundamental desarrollar planes conjuntos y actuar en forma coordinada con la industria, el gobierno, profesionales de la salud y la sociedad en su conjunto para innovar sostenidamente y garantizar el acceso de los pacientes a medicamentos de calidad cuando lo necesiten.



**Alfredo Weber**

Director General

**GADOR**

**Empleados:** 1150

- 1 Como laboratorio nacional tenemos un compromiso con el acceso a medicamentos de calidad, producidos y distribuidos en el país con tecnología avanzada y estándares internacionales. Los proyectos de la compañía incluyen seguir ampliando su alcance, brindar un normal abastecimiento de sus productos, promover el empleo e impulsar nuevos lanzamientos.
- 2 A pesar del contexto inflacionario y de las dificultades con las importaciones, tuvimos la capacidad técnica, científica y humana para garantizar los niveles de nuestra producción y seguir

brindando medicamentos de calidad a nuestros pacientes. Todos nuestros equipos trabajaron fuertemente para acompañar las necesidades del momento y para reforzar nuestra posición como líderes y referentes del sector.

- 3 Son necesarias políticas públicas de mediano y largo plazo que ofrezcan mayor previsibilidad económica para sostener nuestra estructura como laboratorio y poder estar más cerca de la comunidad de la salud y de los pacientes. La industria farmacéutica nacional es un sector esencial y estratégico que requiere de una articulación público-privado para la implementación de planes de competitividad y crecimiento que procuren un desarrollo sostenible para todo el sistema de salud.



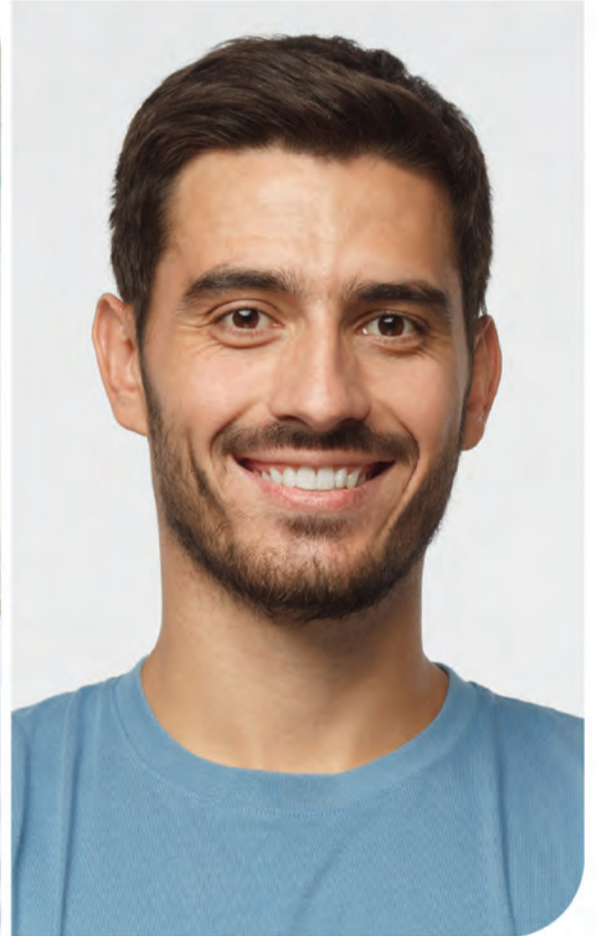
**Edgardo Vázquez**

Gerente General de Laboratorios Bagó

**LABORATORIOS BAGÓ**

**Empleados:** 1100

- 1 Siguiendo nuestro propósito de mejorar la calidad de vida de la gente continuaremos trabajando con foco en el desarrollo de productos para tratamientos especiales. Este año desarrollamos nuevas alternativas terapéuticas para la línea cardiometabolismo, y para el tratamiento de hipertensión arterial pulmonar. Nos proponemos seguir impulsando la innovación y la transformación tecnológica de nuestras plantas



**Cuando la ciencia logra su cometido, ganamos todos.**

[pfizer.com.ar](https://pfizer.com.ar)   

Innovaciones que cambian la vida de los pacientes.



productivas y fomentar el crecimiento de un sector estratégico como el biofarmacéutico.

2 Los principales desafíos que debimos asumir están vinculados a la situación macroeconómica. El contexto inflacionario y la inestabilidad constante nos exigieron profundizar la eficiencia en los procesos productivos y la optimización de la cadena de abastecimiento. El paciente está en el centro de todo lo que hacemos, por eso, gracias al compromiso de nuestra gente y toda la cadena, pudimos abastecer de medicamentos a millones de personas y continuar exportando a más de 50 países.

3 Políticas públicas que garanticen un marco de estabilidad económica, previsibilidad y confianza para invertir, que potencie la I&D, y la innovación. Además, que promuevan la creación de alianzas público-privadas, de trabajo colaborativo entre compañías, centros de investigación y con la comunidad académica, para impulsar nuevos proyectos en salud, y fomentar la formación de jóvenes en investigación.



### Carlos Annes

Director general para Argentina, Paraguay, Perú y Uruguay

### MSD

Empleados: 500

1 Seguiremos trabajando para mejorar la calidad de vida de los pacientes a través de nuestra labor en oncología, vacunas y otras especialidades,

invirtiendo más de 30 millones de dólares anualmente en investigación clínica. Nuestro objetivo es liderar la innovación en salud, fomentando una cultura interna de diversidad e inclusión y desarrollando talento para contribuir a la mejora del sistema de salud en beneficio de los pacientes.

2 La situación económica presentó un desafío para la operación local teniendo que hacer esfuerzos para navegar un entorno inestable, pero que con colaboración y dialogo hemos podido superar. El financiamiento del sistema de salud hoy es un asunto para trabajar que va a requerir la articulación y el dialogo continuo entre todos los actores, para alcanzar soluciones sustentables que permitan mejorar el nivel de atención de salud de los argentinos.

3 La industria de la innovación es clave en la mejora la salud de los pacientes, fortalecer el entorno científico y el desarrollo económico. Necesitamos seguir trabajando en agilizar trámites administrativos y promover una normativa que fomente la innovación y proteja a los pacientes, priorizándolos y garantizando el acceso equitativo y oportuno a tratamientos basados en el valor de la innovación. Además, el respeto por la propiedad intelectual asegura un ecosistema de innovación sustentable.



### Fabiano Hideto Ikejiri

Gerente General

### MSD SALUD ANIMAL ARGENTINA

Empleados: 47

1 En línea con nuestra misión de mejorar la calidad de vida de los animales a través de la ciencia, continuaremos innovando en tecnología, productos y servicios. También apostando a la investigación constante, al uso de datos, a mejores soluciones, y trabajando al lado de veterinarios y productores. Estamos convencidos de que, a través de la tecnología, la sostenibilidad y la innovación podemos mejorar la salud de las mascotas y desarrollar soluciones para los productores agropecuarios.

2 Hemos enfrentado incertidumbres generales que han dificultado el camino a la hora de tomar decisiones. Aun así hemos logrado avances firmes y de valor gracias a nuestros valores como empresa, al trabajo de nuestros colaboradores y la relación con los clientes. Estamos convencidos que la respuesta está en la innovación constante, en la escucha activa de las necesidades del mercado y en el trabajo en equipo.

3 Tenemos en claro que somos uno de los generadores de valor dentro de la cadena productiva. Por eso mismo, buscamos mecanismos que nos permitan fortalecer la relación con todos aquellos que también están en el mismo eslabón, facilitando la integración de actores y también los consensos públicos. La experiencia nos ha demostrado que la salud humana, la salud animal y el medioambiente están interconectadas; y para lograr un equilibrio es necesaria la articulación de cada uno de nosotros.



### Marcelo Ponte

Director general del Grupo Merck Argentina y Gerente general del negocio de Healthcare de Merck para el Cono Sur

### MERCK SA

Empleados: 200

1 Queremos seguir siendo una empresa líder en ciencia y tecnología, para lo cual continuaremos invirtiendo en las áreas en donde actuamos: cuidado de la salud y ciencias de la vida, donde somos proveedores de variados sectores, desde la investigación básica hasta las industrias farmacéutica, de alimentos y bebidas, química y petroquímica, entre otras. Todo nuestro trabajo tiene como fin continuar brindando soluciones que ayuden a crear, mejorar y a prolongar la vida de las personas

2 Debemos garantizar la continuidad del negocio llevando tranquilidad y confianza a pacientes y clientes, y asegurar el suministro de todos nuestros productos. El escenario inflacionario y el año electoral generan incertidumbre, lo que requiere tomar decisiones apropiadas. Siempre comprometidos con el país, buscamos un impacto positivo, aun en entornos desafiantes. Con 355 años en el mundo, y casi 100 en Argentina, siempre nos adaptamos a los cambios innovando constantemente.

3 Nos encontramos frente a un contexto de inflación y devaluación donde estabilizar la situación económica y brindar previsibilidad para operar sería lo más urgente. Se

presenta hoy la necesidad de encontrar nuevos modelos de negociación para la innovación en salud vinculados a la rentabilidad. Es de suma importancia seguir trabajando en mejorar los tiempos regulatorios para poder llegar a los pacientes de manera más rápida y efectiva.



### Sweta Ghelani

Presidente y Gerente General Medicinas Innovadoras de Novartis Argentina

### NOVARTIS ARGENTINA

Empleados: 330

1 En Novartis Argentina continuaremos trabajando en proyectos que colaboren con el sistema y que impacten positivamente en el acceso a la salud y, consecuentemente, en la vida de los pacientes. A su vez, al ser una compañía comprometida con el cuidado de las personas es que mantendremos los esfuerzos para mejorar el diagnóstico de enfermedades con alta prevalencia en nuestro país, como el cáncer de mama y las enfermedades cardiovasculares.

2 Debimos ser creativos en un contexto desafiante. A lo largo del año se han impulsado diferentes iniciativas con el sector público, tendientes a mejorar el acceso a nuestras terapias: se llegó a un acuerdo inédito con el Ministerio de Salud de la Nación para la cobertura de la primera terapia génica para la atrofia muscular espinal y se han establecido acuerdos de cooperación con diferen-



Si Somos Muchos  
las cosas empiezan  
a cambiar.

**#SomosMuchos**

*Coca-Cola* Argentina & vos

tes provincias para instrumentar programas de prevención y tratamiento para las enfermedades cardiovasculares.

3 El sistema de salud de Argentina es sumamente fragmentado y resulta complejo pensar en políticas públicas que en el corto plazo generen eficiencia y equidad. Es clave que los actores públicos y privados trabajen articuladamente para alcanzar soluciones sostenibles que causen un impacto real en el sistema.



**Agustina Ruiz Villamil**

Country Manager de Argentina, Uruguay y Paraguay

**PFIZER**

**Empleados:** 550

1 Enfocados en nuestro propósito de innovar para cambiar la vida de los pacientes, seguiremos trabajando en nuestra meta de ofrecer al mundo 25 terapias innovadoras para el año 2025. A nivel local, esperamos nuevos lanzamientos en áreas como dermatología, vacunas y oncología, así como también ampliar el desarrollo de estudios clínicos, profundizar la adopción de herramientas digitales y continuar colaborando con los actores del sistema para que más pacientes puedan acceder a la innovación.

2 2023 ha sido desafiante en el marco socioeconómico que nos plantea el año electoral y la actual inflación. Esto requirió de mucho análisis para encontrar alternativas que garanticen el

acceso y suministro de nuestros medicamentos, velando por la sostenibilidad del sistema. Pudimos seguir acercando innovación en áreas como oncología, migraña e inmunización.

3 Tenemos el desafío de seguir repensando el sistema de salud argentino y encontrar formas de que la innovación pueda llegar a quienes la necesitan, garantizando su sustentabilidad. Un punto clave es trabajar en un proceso de Evaluación de Tecnologías Sanitarias con un enfoque holístico y multidimensional, que contemple no solo los beneficios terapéuticos de cada medicamento, insumo o modelo de atención, sino también los alcances socioeconómicos y, principalmente, la perspectiva del paciente.



**María Pía Orihuela**

Gerente General Roche Pharma Argentina

**ROCHE**

**Empleados:** 515

1 En Roche creemos que juntos podemos incidir en mejorar los desenlaces en enfermedades graves. Nuestras prioridades están en incrementar las tasas de cura en cáncer, como el de mama o en linfoma; así como en evitar o reducir discapacidad en enfermedades tan serias como la esclerosis múltiple, atrofia muscular espinal, hemofilia, entre otras. Uno de nuestros proyectos más importantes es el próximo lanzamiento de una nueva tecnología para enfermedades de la retina

que causan ceguera.

2 La equidad en el acceso y la disponibilidad de datos para la toma de decisiones siguen siendo barreras en las que debemos trabajar con los demás actores para alcanzar un sistema de salud más equitativo y sustentable, y así lograr que las personas tengan mejores desenlaces respecto a su salud mediante el acceso oportuno a prevención, diagnóstico y tratamiento. En 2023 nos esforzamos en aumentar las instancias de diálogo y cocreación, lo que nos enorgullece y nos hace sentir optimistas.

3 Las políticas deben centrarse en eliminar las barreras que impiden la equidad en el acceso a la atención y en hacer más sostenible el sistema de salud. Por ejemplo, el impulso de la digitalización en la atención sanitaria para acelerar, entre otras cosas, la interoperabilidad de los datos facilitando la toma de decisiones. Así, se podrán descomprimir barreras de información, agilizar instancias de atención, detección y diagnóstico, y fortalecer la atención para alcanzar una gestión más eficiente.



**Mariano Schlottmann**

Gerente General Sanofi Cono Sur

**SANOFI**

**Empleados:** 700

1 Para los próximos 3 años en Cono Sur planificamos continuar mejorando la calidad vida de las personas a través del lanzamiento de más de

30 terapias y vacunas innovadoras. Seguiremos trabajando en estudios clínicos con el foco en diversidad e inclusión para lograr resultados que reflejen la población. Reforzaremos el ecosistema de salud digital.

2 Si bien fue un contexto complejo, en Sanofi trabajamos para mejorar la calidad de vida de las personas. Lanzamos un tratamiento superador para la enfermedad de Pompe, una condición poco frecuente. En marzo presentamos ante Anmat el dossier de un anticuerpo de larga duración para la inmunización contra el virus respiratorio sincicial de todos los niños desde su nacimiento. Lanzamos una nueva indicación para el tratamiento del asma grave desde los 6 años

3 La Argentina tiene todo el potencial para ser un referente de estudios clínicos debido a la calidad de los profesionales y el alto nivel de nuestros centros de investigación. Los estudios clínicos tienen impacto directo en la economía del país, exportan conocimiento, aceleran el desarrollo científico y profesional local, contribuyendo a mejorar la salud de la población.



**Marcelo Argüelles**

Presidente

**SIDUS**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 80 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 90 millones

**Inv. 2024:** u\$s 2 millones

**Empleados:** 560

1 La consolidación de

proyectos en el segmento de productos saludables, tanto alimentos como suplementos nutricionales derivados de la utilización de la tecnología de liofilización. En el ámbito de los productos farmacéuticos, la continuidad del trabajo en las especialidades de odontología y oftalmología.

2 Este ha sido un año marcado por un alto nivel de incertidumbre y de volatilidades en las variables macroeconómicas, tanto en el valor del dólar, la inflación y las tasas de interés. La escasez de dólares hizo muy complicada la relación comercial con el mundo, sobre todo para la industria farmacéutica que tiene una alta dependencia del mercado externo, tanto para materias primas como para licencias de productos internacionales.

3 Condiciones de estabilidad macroeconómicas. Mayor crédito al sector privado con tasas razonables y de largo plazo. Baja de impuestos y tasas distorsivas. Baja de aranceles a las exportaciones.



**Ben Kubik**

General Manager South Cone Cluster

**TAKEDA**

**Empleados:** 235

1 Tenemos muy buenas expectativas para el próximo año. Nuestros objetivos siempre están focalizados en desarrollar más innovación y ponerla a disposición de los pacientes, brindándoles una mejor salud y un mejor futuro. Contamos con el

compromiso de nuestros empleados y sus talentos, clave para nuestro éxito. Un ejemplo claro es la disponibilidad en la Argentina de la vacuna contra el dengue.

**2** En Takeda tenemos una visión a largo plazo y un compromiso con la salud de las personas, que nos impulsa a abordar los desafíos desde una perspectiva diferente. Nuestro balance de este año es más que satisfactorio, y se ve plasmado en todo lo que hemos podido ayudar a pacientes a lograr una mejor salud y, particularmente, en la llegada de esta herramienta de prevención que es la vacuna contra el dengue, entre otros lanzamientos.

**3** Todos los actores del sistema de salud tenemos que trabajar para agilizar el acceso al diagnóstico y tratamiento adecuado, sin distinciones geográficas o económicas; un desafío son las enfermedades poco frecuentes, por ejemplo. Otra política pública clave es la promoción de la investigación clínica.

### Medios y Entretenimiento

© El Cronista



#### Christian Findling

Director General

#### EL CRONISTA

**1** En función de un año que se presenta como desafiante, aspiramos a continuar con el sendero de crecimiento recorrido este año y consolidar la posición de cronista.com como el medio de economía y negocios en idioma español más leído del mundo, y ser uno de los cinco medios digitales de mayor audiencia de la Argentina. En paralelo, buscamos sostener la tasa de crecimiento de nuestro programa Members, enfocado en suscripciones digitales, así como en la expansión internacional de nuestros contenidos, expresada en los nuevos verticales España y México.

**2** La restricción de dólares causada por la sequía y la volatilidad propia de un año electoral fueron factores problemáticos para el desempeño de todos los sectores de la economía. Esa problemática se hizo sentir con más fuerza en el segundo semestre y obligó a desplegar estrategias innovadoras para preservar la rentabilidad. Como

compañía, fue un año de adecuar procesos y poner en marcha proyectos destinados a mejorar la posición de El Cronista dentro del mapa de medios. Los niveles de audiencia alcanzados representan un reconocimiento para nuestras marcas.

**3** El sector privado requiere un horizonte de estabilidad macroeconómica que asegure su progreso. Es esencial que el próximo gobierno pueda desarrollar las políticas necesarias para reducir la inflación, abrir la Argentina al mundo y lograr crecimiento con inclusión.

40 torneos



#### Gustavo Isaack

Presidente

#### TORNEOS

Empleados: 720

**1** El objetivo es potenciar el crecimiento de nuestros negocios impulsados por la generación de trabajo desde Argentina para exportar servicios de producción, y la consolidación de las operaciones propias en Colombia y Perú. Otra de las prioridades es el desarrollo de proyectos de ficción.

**2** Nadie escapa a la inestabilidad económica del país, lo cual demanda una gran capacidad de adaptación a la coyuntura. Al ser una empresa con operaciones regionales, logramos mantener un equilibrio entre todo nuestro portfolio de negocios. Nuestro crecimiento en la región ha sido fundamental porque nos permitió desplegar nuestra propuesta de valor.

**3** La prioridad general es lograr cierta estabilidad económica para trabajar en un contexto de mayor previsibilidad. En lo relativo a nuestro sector en particular, un punto clave es contar con medidas que contribuyan a mejorar la competitividad, así como con incentivos específicos para impulsar el desarrollo de contenidos en el país.

### Mercado de Capitales

BYMA



#### Gonzalo Pascual Merlo

CEO

#### BYMA

Facturación (e.) 2023:

\$ 26.000 millones

Facturación (p.) 2024:

\$ 70.000 millones

Inversiones 2024:

\$ 6500 millones

Empleados: 400

**1** Nos preparamos a nivel infraestructura tecnológica para una mayor actividad en el mercado de capitales. Con diversas tecnologías, buscamos aplicaciones que sean parte de un mismo ecosistema y crezcan fácilmente. Estamos yendo hacia un modelo de infraestructura híbrida, que integre Data Centers Cloud. Continuaremos desarrollando alternativas de inversión, soluciones tecnológicas, productos de finanzas sostenibles y propuestas Bymaeduca.

**2** El mercado de capitales es el sistema nervioso de la economía, traslada los impulsos nerviosos de un lugar a otro de la economía. La macroeconomía, con escenarios de volatilidad, presentó varios desafíos durante el año. Desde BYMA trabajamos para transformarlos en oportunidades de inversión y financiamiento para los participantes. Así, llegamos a registrar volúmenes de operaciones históricas en octubre 2023: 605.502 operaciones (20/10/2023), siendo el promedio diario del mes: 527.980

**3** La inclusión, promo-

## Un futuro exitoso depende de lo que haga hoy.

Utilizamos toda nuestra experiencia y conocimiento para crear soluciones de empaque que satisfagan las exigencias del mañana. Biodegradables. Renovables. Reciclables.

Descubra más en  
[www.smurfitkappa.com.ar](http://www.smurfitkappa.com.ar)

PAPER | PACKAGING | SOLUTIONS  
LSE:SKG



Smurfit Kappa

ción y financiamiento de proyectos del sector público en el mercado de capitales. No solo beneficiaría al mercado, sino también dota de mayor transparencia y fortaleza a la construcción de precios. Otro eje central es la educación financiera.

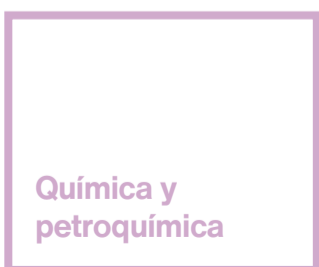


**Rubén O. Rodríguez**  
Presidente

**SINTEPLAST**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 260 millones  
**Facturación (p.) 2024:** u\$s 275 millones  
**Inv. 2024:** u\$s 5 millones  
**Empleados:** 1400

- 1 Consolidar la posición de Sinteplast en la región, profundizar el crecimiento en Brasil con ampliación del portfolio de productos. Así como también sostener los mercados en los que somos líderes.
- 3 Es fundamental un reordenamiento de la macro y una normalización del abastecimiento de materias primas y bienes de capital. También, que las pymes tengan mayores incentivos.



**Facundo Aranguren**  
Director General Air Liquide de Argentina y Uruguay

**AIR LIQUIDE ARGENTINA**

**Empleados:** 550

- 1 Anticipamos un 2024 de transición tanto en lo político como en lo económico. Air Liquide continuará invirtiendo selectivamente y expandiendo su presencia en sectores clave para el desarrollo económico del país, brindando soluciones seguras y sostenibles en mercados industriales y de la salud.
- 2 Este año ha sido verdaderamente desafiante debido al contexto macroeconómico. A pesar de ello, y como líderes en la industria, continuamos consolidando nuestra visión de desarrollo sostenible y crecimiento a largo plazo, puesta de manifiesto en la ejecución de nuestro plan estratégico de inversiones locales. En 2023 hemos dado pasos fundamentales para reducir nuestra huella de carbono.
- 3 Como miembros del Consorcio H2Ar, estamos comprometidos en trabajar juntos por un futuro más sostenible. En ese sentido, consideramos clave la generación de políticas que promuevan el desarrollo de la economía del hidrógeno como vector fundamental de la transición energética. Estamos comprometidos a trabajar en conjunto para fortalecer el sistema de salud, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los pacientes.



**Renata Milanese**  
Directora General de BASF para Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay

**BASF ARGENTINA**

**Empleados:** 610

- 1 Junto a nuestros clientes, unidades de negocio y sites productivos, nuestro objetivo como compañía química líder a nivel mundial es continuar creciendo en Argentina y la región a través de nuestras soluciones innovadoras y sustentables. En 2024 esperamos aumentar el alcance de nuestras tecnologías, acercando la química, la innovación y la digitalización como una solución a las necesidades de hoy y del futuro, y seguir en el camino hacia la neutralidad climática para un futuro más sustentable.
- 2 Cada unidad de negocio tuvo distintas realidades por el contexto macroeconómico. Sin embargo, 2023 fue positivo. Concluimos inversiones en nuestra planta de bioproductos para el agro en Santo Tomé, hicimos una alianza estratégica con un toller local para la elaboración de productos intermedios y las ventas en nuestra plataforma de e-commerce siguen en alza.
- 3 En BASF creemos que el trabajo en conjunto entre el sector público y privado, junto con el incentivo de políticas que logren inversiones en el sector, contribuirán al éxito económico y al crecimiento sostenido de Argentina. Nuestro compromiso por el país es a largo plazo, atendiendo al mercado de manera

competitiva y acercando soluciones innovadoras y sustentables a nuestros clientes.



**Matías Campodónico**  
Presidente de Dow Argentina y Región Sur de América Latina

**DOW ARGENTINA**

**Empleados:** 800

- 1 Continuar abasteciendo el mercado interno y generar excedentes para la exportación, resultados que alcanzaremos produciendo de forma segura, eficiente y sustentable. Nuestra proyección es seguir incrementando el abastecimiento de energía limpia para nuestras operaciones. Nosotros, accionistas, clientes y consumidores tenemos un compromiso con el desempeño ESG y seguimos actuando para cumplir las metas de sustentabilidad y alcanzar la neutralidad en carbono en 2050.
- 2 Durante 2023, enfrentamos desafíos debido a la volatilidad económica y restricciones comerciales. A pesar de esto, adaptamos operaciones, optimizamos eficiencia y avanzamos en sostenibilidad. En este sentido es imprescindible lograr un ordenamiento macroeconómico que nos permita conseguir mayores inversiones para continuar expandiendo nuestra operación y traer nuevas tecnologías al mercado.
- 3 El desafío está en impulsar nuestra industria, por ello necesitamos políticas que fomenten la sustentabilidad, nuestra principal estrategia de

negocio, por ejemplo, generando incentivos para el plástico reciclado y para la descarbonización. Esto también debe ser acompañado por inversiones en infraestructura y una política energética que permita aprovechar los yacimientos no convencionales de Argentina, para así poder diversificar y agregar valor desde la petroquímica al gas de Vaca Muerta.



**Guillermo Petracchi**  
Director Industrial

**UNIPAR**

**Empleados:** 579

- 1 Continuaremos en el camino de duplicar nuestro tamaño para 2030, para lo que continuaremos las inversiones en mantenimiento de nuestras fábricas, tanto en Argentina como en Brasil. Esto se traduce en mejoras operativas, ganancias de productividad y aumento de la capacidad de producción. Seguiremos avanzando en nuestra trayectoria ascendente, siempre con eficiencia, sostenibilidad, seguridad y responsabilidad.
- 2 Tras un ciclo virtuoso donde logramos resultados sólidos, el mercado se está contrayendo y los precios han bajado. El aumento de la inflación a nivel mundial y de intereses de los bancos centrales, la hiperinflación y las medidas restrictivas de exportaciones en Argentina fueron un desafío. Sin embargo, somos un grupo que sabe operar en entornos complejos. Estamos cerrando el año





# Perdón por presumir, pero nuestros yogures tienen probióticos.

La alimentación contribuye a nuestra salud, incluso antes de nacer. Desde hace más de 100 años, Danone difunde la buena salud a través de yogures nutritivos y deliciosos, fuente de calcio y proteínas para todas las edades y etapas de la vida. Los fermentos Danone son los artesanos de nuestros yogures: transforman naturalmente nuestra leche y juegan un papel importante en tu bienestar diario favoreciendo la digestión de la lactosa y la asimilación de nutrientes. Por eso, nuestros investigadores los seleccionan para desarrollar



grandes yogures. Nuestro conocimiento sobre fermentación es ahora reconocido en todo el mundo con nuestro centro de investigación e innovación en Paris Saclay y tenemos una de las bibliotecas de fermentos más grandes del mundo. Y como lo que sabe rico también puede ser bueno, nuestros yogures se elaboran con leche de origen local de productores argentinos ubicados cerca de nuestras plantas de fabricación.

## Danone. Nutriendo cada momento

YOGUR CON PROBIÓTICOS ENTERO REDUCIDO EN LACTOSA FORTIFICADO SABOR NATURAL, LIBRE DE GLUTEN.

con un nuevo parque eólico inaugurado y dos proyectos de ampliación en marcha.

3 Aquellas que favorezcan la previsibilidad y la normalización de aspectos vinculados a las importaciones de insumos fundamentales para el normal funcionamiento de la producción industrial. También, la posibilidad de movimiento de divisas, así como una mayor estabilidad macro que permita planificar, potenciar y sostener la evolución de sectores estratégicos.

en el proceso de consolidación de posicionamiento de nuestras marcas y en nuestra ambiciosa estrategia de expansión regional. Consideramos que 2023 fue un buen año.

3 Siempre valoramos las políticas que buscan consolidar un país próspero, basado en la generación genuina de riqueza a través de la innovación y la búsqueda de la excelencia. Asimismo, consideramos crucial el cuidado de la industria y la promoción de las exportaciones.

### GASTRONOMÍA



#### Santiago Farinati

Director General Alsea Sudamérica

#### ALSEA

**Empleados:** 6007

1 Nuestro ADN es estar en constante crecimiento. En 2024 nuestro plan de inversión se destinará principalmente a la apertura y remodelación de tiendas e implementación de nuevas tecnologías. En Argentina planeamos abrir más de 5 tiendas de Burger King y Starbucks y renovar más de 20 locales, que representa el 50 o 60% de lo que significa una apertura. Planeamos seguir con el plan de expansión.

2 El principal desafío que enfrentamos es desarrollar la capacidad de respuesta frente a las aceleradas transformaciones impulsadas por las innovaciones tecnológicas, el dinamismo de los negocios y los escenarios inciertos que se viven día a día. La conformación de

la región Alsea Sudamérica, nos dio una ventaja competitiva ante esta dificultad, permitiéndonos compartir prácticas, realizar sinergias y generar más oportunidades.

3 En Alsea Sudamérica reconocemos la importancia de la articulación de iniciativas público-privadas para promover el desarrollo de la industria y creemos que tenemos mucho para aportar en programas que impulsen el empleo de calidad. Queremos seguir creciendo por lo que permanentemente revisamos las herramientas que brinda el Estado. Es un desafío y una oportunidad que debemos trabajar en conjunto considerando que los incentivos a la creación de empleo son mecanismos que estimulan las inversiones.



#### Eduardo Lopardo

Director General de Arcos Dorados Argentina

#### ARCOS DORADOS

**Empleados:** 18.000

1 Seguir creciendo sostenidamente como compañía en todo el país, profundizar nuestro plan de expansión y continuar con las remodelaciones de nuestros restaurantes para mejorar la experiencia de los clientes. Además, proyectamos seguir trabajando en la generación del primer empleo formal a jóvenes. Contamos con resultados concretos que demuestran el impacto social positivo que esto significa para las personas y seguiremos focalizados en ello.

2 El 2023 fue un año muy desafiante que supimos sobrellevar con nuestra mirada y planificación a largo plazo. El balance es positivo: con nuevas aperturas, acompañadas de un ambicioso plan de remodelación, reforzando nuestra reputación como marca empleadora y generando muchas propuestas alrededor de la sustentabilidad como pilar estratégico. Cerramos un año con muchísimos hitos y logros, como marca pero también como líderes del segmento.

3 Desde Arcos Dorados, estamos abocados a ser colaboradores y facilitadores de cualquier política pública que promueva el empleo formal, fomente la capacitación y brinde oportunidades a los jóvenes. Además, buscamos ser sostén de las políticas que apoyen la sustentabilidad y que puedan impulsar positivamente al sector. Creemos en la articulación entre la empresa y sindicato en pos de promover el primer empleo: esta es nuestra principal creencia y contribución al sector.

### MARKETPLACES



#### Rosana Espinosa

CEO

#### COMPRE AHORA

**Empleados:** 26

1 Compre Ahora nació con un objetivo claro: transformar la experiencia de compra de los comercios minoristas en Argentina y en 2024 continuaremos en esa línea evolucionando la industria retail de la mano de la transformación digital,

sumando usuarios que busquen una solución real para abastecerse 24/7; incorporando cada vez más industrias aliadas que nos permitan mejorar nuestra propuesta; e invirtiendo en tecnología para ofrecer la mejor experiencia de compra en línea.

2 Este año celebramos 4 años con un gran crecimiento, con más de 54.000 usuarios registrados, más de 190 millones de unidades comercializadas, y afianzamos nuestra posición como aliado estratégico de los comercios minoristas. No estuvimos exentos de las particularidades de la economía y la dinámica de precios que afecta a distribuidores y a usuarios.

3 Las políticas destinadas a mitigar y controlar los efectos de la inflación serían importantes para el sector ya que esto le permitiría a los comerciantes tener mayor previsibilidad a la hora de abastecerse. Así mismo, las que impulsan el consumo ya que genera crecimiento en la industria en general.



#### Juan Martín de la Serna

Presidente de Mercado Libre Argentina

#### MERCADO LIBRE

**Empleados:** 10.409

1 Nuestros desafíos y foco están puestos en seguir consolidando y haciendo crecer nuestro negocio en toda América Latina apoyados en el desarrollo tecnológico como el motor de la transformación de la vida de millones de personas. Ade-



### CONSUMO MASIVO



#### Martín Castelli

Presidente

#### BLUE STAR GROUP

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 24.891.692.794

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 40.573.459.253

**Inv. 2024:** \$ 380 millones

**Empleados:** 1836

1 Para el 2024 estamos enfocados en consolidar nuestra presencia en la región, crecimiento que nos permitirá llegar a cada vez más países. Una de las iniciativas más desafiantes es la próxima expansión en Europa, un paso clave hacia una nueva fase de crecimiento.

2 Gracias al esfuerzo de nuestro equipo de Argentina y la fábrica, hemos logrado seguir trabajando



# Líderes en tesorería digital



**MULTICANAL**

**MULTIBANCO**

**MULTIEMPRESA**

**Interbanking** es un servicio Multi.

Ofrecemos un ecosistema digital robusto, confiable, seguro y desarrollamos una plataforma que conecta a nuestros clientes con todos los bancos del país en tiempo real, desde cualquier lugar y dispositivo.

Somos un ecosistema digital que se adapta a las necesidades de cada negocio, mejorando la eficiencia, la seguridad y la agilidad en todas las operaciones.

Transformamos la gestión de las empresas con nuestras soluciones digitales financieras porque reducimos sus costos y tiempos.

**Probá nuestro servicio multi. Hay una opción para tu negocio.**



[www.interbanking.com.ar](http://www.interbanking.com.ar)

[X @interbanking](https://twitter.com/interbanking)

[in interbanking](https://www.linkedin.com/company/interbanking)

[@interbanking](https://www.instagram.com/interbanking)

más, seguimos confiando en la Argentina, contamos con un staff de más de 10.000 colaboradores que demuestra el gran compromiso que tenemos en lo que hacemos: democratizar el comercio electrónico y los servicios financieros.

2 Tenemos un desafío extra para poder atraer y retener a los mejores talentos. La brecha cambiaria fue un gran desafío este último tiempo pero la propuesta integral de Mercado Libre logró seguir siendo atractiva para capturar el mejor talento de la región. Del mismo modo, la industria fintech en general no ha podido desplegar todo su potencial por los crecientes obstáculos.

3 Como pilar estratégico, el mejor camino es generar las condiciones para que la economía del conocimiento se desarrolle naturalmente, sin encorsetar su potencial. Si bien aún no hay definiciones el concepto de moneda digital recientemente mencionado, entendido como la digitalización del dinero, podría ser un fuerte impulso al sector fintech que a pesar de todas las trabas ha demostrado una capacidad de innovación y crecimiento notables, mientras contribuye a la recaudación impositiva.

**RETAIL**

**ALOT**



**Germán Di Carlo**  
Presidente & CEO

**ALOT**

**Facturación (e.) 2023:**  
\$ 5000 millones  
**Facturación (p.) 2024:**  
\$ 13.000

**Inv. 2024:** \$ 60 millones  
**Empleados:** 155

1 Esperamos que el 2024 tenga un comportamiento similar al 2023, con un primer semestre marcado por una mayor tasa de inflación y un movimiento de las variables macroeconómicas más importantes. Dependiendo de las políticas económicas que se implementen desde diciembre, esperamos un segundo semestre que proyecte el crecimiento de la compañía a través del plan de franquicias y del desarrollo de marca propia.

2 El año 2023 estuvo marcado por cambios en la estrategia de producto, que es el resultado del cambio en la demanda de los clientes y nuevas prácticas ligadas al cuidado del medioambiente. Abastecer a las empresas con la gran cantidad de productos que vendemos fue el mayor desafío, ya que el año estuvo marcado por competencia de precios. La distorsión en los precios relativos y movimiento de precios mayoristas dificultaron los contratos de largo plazo

3 Mejorar las condiciones de intercambio regional, podría ayudar a bajar los costos de la industria. Por otro lado existen productos importados que no tienen sustitutos nacionales y podría incentivarse la inversión para la producción local.



**Silvana Bergonzi**  
CEO

**ARREDO**

**Empleados:** 661

1 Continuar trabajando en la consolidación de nuestra propuesta de Crear Hogar, en la diversificación de productos hacia otros espacios como la cocina, el baño y el living, y en ampliar nuestra oferta de deco. A su vez, queremos afianzar el despliegue de nuestra estrategia de sustentabilidad en sus 4 pilares: audiencias, planeta, productos y tribu; y continuar con la actualización de nuestra propuesta de valor.

2 Llevamos a cabo el plan de inversión previsto en la marca y en la tecnología orientado a seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes y anfitriones en las tiendas y la eficiencia operativa. Concretamos el lanzamiento de las cápsulas sustentables Orillos y Cáñamo y el crecimiento en otras apuestas de producto. Desplegamos el programa Cuidar Cuidando, que iguala las licencias por maternidad y paternidad en 180 días.

3 Es necesario fortalecer la colaboración público-privada para obtener políticas que permitan abordar los desafíos y promover el desarrollo del sector, teniendo mayor previsibilidad y planificación a largo plazo. También consideramos que es importante la promoción de políticas de desarrollo del empleo y de los oficios de costura, sobre todo de comunidades vulnerables, para generar oportunidades de inserción laboral y crecimiento concretas.

**bigbox**



**André Parisier**  
CEO

**BIGBOX**

**Facturación (e.) 2023:**  
u\$ 27 millones  
**Facturación (p.) 2024:**  
u\$ 40 millones  
**Inversiones 2024:**  
u\$ 6 millones  
**Empleados:** 150

1 Continuar con la regionalización de Bigbox apoyada en la incorporación de nuevas experiencias, desarrollo continuo de todos nuestros productos tecnológicos e iteración permanente en nuestras funcionalidades de producto. Lanzaremos un programa de fidelización llamado Bigbox Plus.

2 Argentina siempre fue un desafío. La inestabilidad económica y los cambios demandan la formación de un equipo resiliente y creativo. En los últimos años, la pandemia fue un enorme desafío siendo una empresa dedicada a la comercialización de experiencias. Supimos fortalecernos y sacar lo mejor de nuestro equipo. El balance consiste en que estamos convencidos de que en estos desafíos se presentan oportunidades.

3 El desarrollo de los servicios que definen la agenda cultural de las ciudades donde operamos siempre favorece el crecimiento del inventario que ofrecer Bigbox. Por otra parte, abrazar el talento en torno a la economía del conocimiento y continuar beneficiando ese sector es fundamental para el desarrollo del talento Argentino.

**Carrefour**



**Candela Arias y Néstor Sist**

Codirectores Ejecutivos

**CARREFOUR**

**Empleados:** 17000

1 Carrefour cuenta con 41 años de historia en el país y un compromiso sostenido a lo largo del tiempo con las y los clientes que nos eligen cada día. En función de esto, tenemos una mirada a largo plazo y proyectos muy importantes que queremos desarrollar, como el plan de expansión hacia 2026, tanto de sucursales Maxi como Express, que ya estamos implementando y que queremos profundizar en 2024 para acercar a más personas las tiendas.

2 En un contexto en que las familias buscan el mejor precio cuando hacen sus compras, buscamos sumar beneficios para mejorar la accesibilidad mientras impulsamos el empleo y la producción pyme con nuestros productos Carrefour. Este año fortalecimos nuestro compromiso con quienes nos eligen ampliando la oferta de productos Carrefour y con herramientas como el Ticket más Bajo. También nos desafiamos incluyendo financieramente a nuestros clientes y clientas con la nueva tarjeta Mi Carrefour Prepaga.

3 Las pymes son aliadas fundamentales para toda la línea de productos Carrefour y las medidas que las acompañen en la mejora de su productividad será celebrada desde nuestro lugar. De igual manera, continuaremos trabajando bajo nuestro propósito de brindar la mejor experiencia de compra en términos de precio, calidad, accesibilidad y sustentabilidad.



¿Sabés cuánto tarda  
nuestro planeta en generar  
**1 cm de suelo fértil?**

**MIL AÑOS.**

**#CuidemosElSuelo**



**PROFERTIL**

Vida para nuestra tierra

Dia



**Agustín Ibero**  
CEO

**DIA ARGENTINA**

**Empleados:** 3500

**1** El 2024 marcará una nueva fase de consolidación del negocio de Dia Argentina, apoyados en nuestra gran fortaleza, la proximidad. Por un lado, con la mirada puesta en la transformación digital de la compañía para ser un actor omnicanal que ofrezca un servicio de primer nivel a nuestros clientes. Y por el otro lado, el foco estará puesto en nuestro modelo operativo, para realizar una gestión logística entre tienda y almacén, que permita afianzar a Dia como la tienda de barrio y online preferida.

**2** Hacemos un balance positivo de este 2023. En un escenario complejo, logramos impulsar el negocio gracias al esfuerzo y compromiso de todos nuestros equipos. Alcanzamos un hito de gran relevancia en nuestra apuesta por la onmicanalidad: la nueva App Dia, que unifica ClubDia y Dia online. Mantuvimos el buen ritmo de renovaciones de tiendas y aperturas, concretando un hito histórico: nuestra tienda n°1000. Así, nos consolidamos como la cadena de distribución con más presencia en el país.

farmacity



**Sebastián Miranda**

CEO de Farmacity

**FARMACITY**

**Empleados:** 7800

**1** En Farmacity estamos transformando nuestra forma de hacer negocios: queremos ser una compañía sólida y sustentable que impacte positivamente en las comunidades y en el ambiente. De cara al 2024, tenemos previsto seguir creciendo y evolucionar nuestras 4 propuestas de valor, que son la red de farmacias, Simplicity, Get The Look y The Food Market, poniendo a la sustentabilidad como eje central del negocio.

**2** A pesar de las complejidades presentes este año, el balance que hacemos es positivo, ya que logramos mantener el foco en el crecimiento y la innovación. En 2023 llevamos a cabo nuestro plan de inversiones que abarcó reaperturas, remodelaciones y nuevas aperturas de nuestros 4 formatos, integrándolas con nuestros canales y servicios digitales para llegar cada vez a más personas.

**3** Desde ese lugar es que queremos evolucionar cocreando soluciones y articulando con actores públicos y privados que comparten y aportan a nuestro propósito. Sin dudas, mejorar la accesibilidad a los servicios de salud, apalancándonos en las nuevas tecnologías y trabajando en conjunto con todo el sector, permitirá potenciar y brindar un servicio integral a la comunidad.

FONTENLA



**Roberto Fontenla**

Presidente

**FONTENLA**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 2950 millones

**Inv. 2024:** \$ 700 millones

**Empleados:** 350

**1** En el próximo año, nos enfocaremos en consolidar la marca, expandir hacia nuevos segmentos y mejorar la fidelización de clientes. Además, impulsaremos la innovación y desarrollaremos nuevas colecciones para mantener nuestra competitividad. En el ámbito productivo, continuaremos invirtiendo en nuestra "escuela de oficios" para elevar las habilidades de nuestra mano de obra.

**2** El año 2023 nos enfrentó a desafíos significativos, como la inflación constante, la escasez de insumos y la falta de anuncios concretos por parte del Estado, lo que ha generado incertidumbre y riesgos en nuestro entorno empresarial. Por todo esto, nos vimos obligados a adaptarnos y desarrollar estrategias para mitigar estos desafíos en el futuro.

**3** Es importante que las políticas públicas del 2024 enfoquen el desarrollo de nuestra industria mediante la promoción de la educación técnica. Esto permitirá a los nuevos integrantes de la familia Fontenla iniciar su formación profesional con herramientas sólidas y, con el tiempo, perfeccionarse y adquirir nuevos conocimientos.

GDN



**Martín Lemos**

Gerente general

**GDN ARGENTINA**

**Empleados:** 8822

**1** Nuestro objetivo es expandir nuestra presencia a nivel nacional, incorporando tecnología para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la cadena de suministro. Además, estamos comprometidos con iniciativas de sostenibilidad y desarrollo de nuevos y pequeños proveedores para contribuir positivamente a la comunidad y el medioambiente.

**2** El 2023 fue un año importante para nosotros, donde logramos consolidar nuestro portafolio de marcas en Argentina, fortaleciendo cada uno de nuestros formatos y unidades de negocio. Por otro lado, fue un año donde nos enfrentamos a un contexto complejo en lo que respecta al consumo. Sin embargo, gracias al compromiso de nuestros equipos y estrategias de adaptación ágiles, pudimos mantener operaciones fluidas, satisfacer las necesidades de nuestros clientes y definir nuevas aperturas.

**3** Sin duda, la generación de espacios de articulación público-privado con el gobierno que asuma el 10 de diciembre es central con miras al desarrollo de políticas que promuevan el crecimiento del consumo, el desarrollo de inversiones, la formación de nuevos talentos y la formalización del comercio.

ABRIDOR



**Pedro Díaz Flores**

Socio y Director

**GRUPO ABRIDOR**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 3,8 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 12 millones

**Inv. 2024:** u\$s 6 millones

**Empleados:** 250

**1** Consideramos que es un año muy importante para continuar con el crecimiento del Grupo. Nos proponemos concretar las aperturas que tenemos proyectadas. Al mismo tiempo, queremos consolidar todas las que realizamos este año. Nuestro objetivo es colocarnos dentro de los 5 grupos gastronómicos más grandes del país, por lo que continuaremos por ese camino, atentos a las oportunidades que también aparecen.

**2** El principal obstáculo que tuvimos fue el recurso humano. Abrimos muchas propuestas gastronómicas en un periodo muy corto de tiempo y el armado de equipos fue complejo. En la ciudad de Buenos Aires, se multiplicó la oferta gastronómica, más rápido que la demanda, y se volvió muy difícil conseguir talento. El balance es súper positivo. Abrimos prácticamente la totalidad de las propuestas que teníamos proyectadas para el 2023. Estamos en un contexto en el que la gastronomía se ve muy beneficiada

**3** Todas las medidas que tengan como objetivo reducir la burocracia que conlleva llevar adelante este tipo de proyectos es siempre bienvenida. La constitución de sociedades, los trámites para las habilitaciones y ese tipo de cuestiones que muchas veces nos hace ir un poco más lento de lo que nos gustaría. Por supuesto, que una estabilidad macroeconómica

sería bueno para tener horizontes más claros y menor incertidumbre, pero somos optimistas de todo lo que viene.

LANDMARK



### Federico Arslanian

Gerente General

#### LANDMARK

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 40 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 50 millones

**Inv. 2024:** u\$s 10 millones

**Empleados:** 300

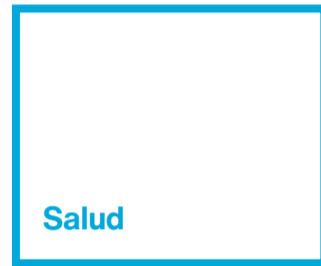
1 Estamos llevando adelante un ambicioso plan de expansión, que incluye tanto el desembarco en ciudades del Interior del

país (Rosario, Córdoba, Mendoza), como a otros países. Ya contamos con operaciones en México, esperamos crecer agresivamente en ese mercado durante los dos próximos años. Asimismo, el año próximo comenzaremos con operaciones propias en Uruguay, Perú y Colombia.

2 Como a tantos otros sectores, nos ha golpeado la dificultad para Importar, ya que requerimos de insumos de producción y bienes finales que no se producen en el país. Esto genera graves problemas en distintas líneas de productos. A pesar de ello, 2023 fue un gran año para nosotros. A los éxitos logrados en nuestra expansión en el exterior, se sumó el honor de ser reconocidos internacionalmente en los Premios

la propuesta de Tiendas Landmark, que en 2023 cumplió su primer año.

3 Sería importante avanzar hacia una baja de tasas, así como en financiamiento al consumo. Y, sobre todo, es indispensable brindar previsibilidad para el Comercio Exterior y flexibilizar y eliminar restricciones a las importaciones.



Salud



### Marco Antonio Musitano

Director General del Hub Cono Sur

#### BECTON DICKINSON

**Empleados:** 177

1 Nuestro propósito es Impulsar el mundo de la salud. Estamos comprometidos en continuar acompañando tanto a pacientes como profesionales, ofreciendo tecnologías innovadoras y de máxima calidad que permitan diagnósticos seguros, oportunos y consecuentemente contribuir en mejorar la calidad de vida de los pacientes.

2 El principal desafío, actual y de años anteriores es mantener el nivel de servicio y continuidad comercial. Nos encontramos en una etapa de muchos cambios macroeconómicos y políticos en Argentina, y como empre-

sa proveedora de soluciones integrales cumplimos un rol fundamental en el sistema de salud. Por ende, es nuestro deber satisfacer las necesidades de la sociedad e instituciones, acercando nuestras soluciones de diagnóstico y tratamiento de enfermedades infecciosas entre otras.

3 La pandemia puso en evidencia la realidad del sector salud, con sus fortalezas, debilidades y oportunidades. La salud debe ser una política de Estado que se sostenga en el tiempo. El crecimiento del país viene de la mano de la revolución tecnológica y del conocimiento. Tenemos grandes talentos humanos y debemos fortalecer el sistema invirtiendo en soluciones innovadoras y de calidad.



# Consultoría en Transformación Digital



**Hernán Bagliero**

CEO

**DROGUERÍA DEL SUD**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 347.191 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 974.308 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 2700 millones

**Empleados:** 1300

1 Iniciamos la construcción de un nuevo Centro de Distribución en la localidad Estación Juárez Celman, Córdoba, que se concretará en 2024. Contará con tecnología internacional de avanzada y abastecerá el NOA y centro del país. Con foco en la mejora continua, la productividad e innovación serán 2 metas troncales de nuestra estrategia interna. Seguiremos incorporando nuevas metodologías de trabajo y profundizando el proceso de evolución cultural que atravesamos.

2 Estamos migrando hacia una cultura de trabajo cada día más ágil, que rompa con el statu quo y nos permita seguir generando servicios innovadores con valor agregado para nuestros clientes, algo que siempre nos caracterizó como empresa. En este proceso, el cambio constante e incorporación de nuevas metodologías de trabajo siempre son un desafío. Coyunturalmente, encuentro como principal obstáculo 2023 la gran inestabilidad de precios del mercado.

3 Estabilizar la economía debe ser prioridad en la agenda pública 2024, no sólo para el sector sino para la industria en general. La toma de

decisiones a mediano y largo plazo son factores indispensables para toda empresa seria, pero se requiere cierta previsibilidad económica para ser efectivos. Y siguiendo esta misma línea, por supuesto la inflación es otro punto relevante y urgente por resolver.

**GALENO**



**Julio Fraomeni**

Presidente de Grupo Galeno

**GRUPO GALENO**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 350.000 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 500.000 millones

**Inversiones 2024:** \$ 2000 millones

**Empleados:** 11.000

1 Nuestra expectativa para el 2024 es que el país logre estabilizarse desde el punto vista económico, y que con esa nivelación podamos continuar en la consecución de todos los proyectos que tenemos en curso.

2 Claramente la Inflación es el mayor obstáculo del 2023, sumada a la diferencia en el tipo de cambio, ya que somos una empresa que tiene todos sus insumos dolarizados. De igual manera, la regulación actual del sector en que operamos, nos afecta significativamente.

3 Lo primero a considerar desde las políticas públicas es desregular el sector. Consideramos que con ello debería definirse también un menú prestacional básico a cumplir. Asimismo, que se acompañe con medidas que logren establecer la macroeconomía del país.



**Fernando Werlen**

Director General

**GRUPO SANCOR SALUD**

**Empleados:** 2237

**Facturación (e.) 2023:** \$ 264.032.895.147,54

**Facturación (p.) 2024:** \$ 585.039.251.272,24

**Inversiones 2024:** \$ 11.700.785.025,44

1 La compañía se ha consolidado como una empresa sólida, sustentable y reconocida por la calidad de su servicio. Nuestro plan estratégico se orienta a continuar consolidando la diversidad de negocios y sostener el liderazgo en el rubro de la medicina privada. Lo lograremos a través del valor de la cercanía que nos caracteriza, un concepto de salud basada en el bienestar integral, la personalización de los servicios, la escucha permanente, y la adopción de tecnología.

2 En un escenario económico inestable a nivel país, que dificulta la proyección a largo plazo, se vieron afectados directamente los costos y por ende, las planificaciones. El desafío fue lograr un equilibrio entre la inversión que debemos realizar como empresa para garantizar calidad en los servicios y las contribuciones de cada afiliado. Con respecto al resultado general del año somos positivos, ya que se logró un balance y un mantenimiento del liderazgo.

3 Consideramos primordial la articulación público-privada en un rubro como la salud. Debemos

profundizar mesas de diálogo para poner en discusión y establecer acuerdos sobre aquellos temas que nos conciernen y así poder tomar decisiones y medidas estructurales que aporten valor a todos los sectores involucrados. La clave es discutir la proyección del sistema de salud.



**Ivan Chillik**

Gerente General

**MATERCELL**

**Empleados:** 75

1 En MaterCell trabajamos para mejorar la calidad de vida de los argentinos a través de la medicina regenerativa, por eso nuestro objetivo es seguir concientizando a futuros papás y mamás, como a las más de 40.000 familias que hoy nos acompañan.

2 Nuestro mayor desafío es continuar brindando un servicio y producto de calidad pese a la alta inestabilidad y volatilidad tanto económica como operativa. En un país y un mundo cada vez más incierto, buscamos ofrecer la mayor certeza posible dándoles protección a aquellos papás y mamás que confían en nosotros.

3 Coparticipaciones entre el ámbito público y privado. Al pensar los modelos colaborativos entre las entidades públicas y privadas como modelos complementarios y no antagónicos, hace que podamos concentrarnos en todas las oportunidades de trabajo conjunto que tenemos. Hoy el 99% de los cordones umbilicales se terminan descartando

por falta de información.

**Omint**



**Juan Carlos Villa Larroudet**

Presidente Ejecutivo del Grupo Omint

**OMINT**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 147.219.880.912

**Facturación (p.) 2024:** \$ 365.105.304.662

**Inversiones 2024:** \$ 3.186.025.812

**Empleados:** 3411

1 El año próximo va a ser de grandes cambios macroeconómicos. El objetivo esencial es mantener la misma cobertura, calidad y servicios a los asociados. Además, queremos seguir mejorando la aplicación de la tecnología a la salud, que es fundamental para el desarrollo de nuestra organización. Continuaremos impulsando la telemedicina, acortando distancias y mejorando la eficiencia médica. Invertiremos en innovaciones para diagnóstico y tratamiento, manteniendo el enfoque en el bienestar del paciente

2 El gran desafío que afrontó el sector de la salud fue la devaluación e inflación que atraviesa Argentina, que trajo aparejado grandes aumentos en nuevos medicamentos de alto costo, servicios generales e insumos, faltante de materiales claves para la práctica médica y la crisis de financiamiento del sector, a nivel de ingresos de médicos y prestadores. Este año reforzó la importancia de la aplicación de la tecnología en la salud, que potencia el desarrollo para



# ELEGÍ UN SEGURO QUE TE ACOMPAÑE SIEMPRE



**lacaja.com.ar**  
**TODOS PARA VOS**



 **GENERALI**

LOS SEGUROS SON EMITIDOS POR CAJA DE SEGUROS S.A. FITZ ROY 957 (C1414CHI), C.A.B.A., CUIT: 30-66320562-1. LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE.

N° de inscripción SSN  
501

Departamento de Orientación  
y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)



**SSN**

SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

brindar un mejor servicio

3 Se requiere un progreso en la regulación de las políticas públicas del sector, a fin de fortalecer la labor de todos los actores, ya que el incremento del costo médico está por encima de la inflación. Además, hay que fortalecer iniciativas asociadas a la salud digital y al desarrollo de tecnologías de la información, como la Historia de Salud Integrada, la telesalud y la receta digital. Consideramos que sería muy importante la creación de una agencia de evaluación de nuevas tecnologías



**Luis Fontana**  
Director general

## OSDE

**Empleados:** 6071

1 Trabajamos en recomponer el honorario profesional, en la incorporación de nuevos prestadores a la cartilla y en la relocalización geográfica de prestadores de acuerdo a la demanda pospandemia. Nuestro foco como organización de salud está en promover la prevención y el bienestar, y para ello trabajamos en conjunto con otros actores sociales. Seguimos trabajando en la interoperabilidad de los sistemas con una articulación público-privada, para mejorar el acceso a nuestros servicios.

2 La falta de previsibilidad en materia económica afectó a todo el país, y en especial al sector de la salud. Teníamos un cronograma de aumentos de cuotas que a su vez alimentaba los incre-

mentos para nuestros prestadores, pero que fue suspendido. La inflación, la devaluación, la judicialización de la salud y el aumento del precio de los medicamentos nos afectaron especialmente, porque el sector de la salud tiene alta dependencia de insumos importados.

3 Está pendiente la creación de una agencia de evaluación de tecnologías sanitarias, independiente de la Anmat y del Ministerio, que asesore en la toma de decisiones correctas en materia de coberturas de medicamentos de alto precio. Un fondo para la cobertura de enfermedades catastróficas, como existe en muchos países, para que los actores del sistema de salud puedan gestionar los recursos sin desfinanciarse, brindando equidad en el acceso a tecnologías de alto precio para toda la población.



**Miguel Angel Restucci**  
Presidente

## OSDO

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 4500 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 10.700 millones

**Empleados:** 18

1 La fidelización de la cartera actual de afiliados, propendiendo a un crecimiento cualitativo y cuantitativo de la misma. A su vez, impulsar nuevas alianzas estratégicas en pos de obtener un mayor posicionamiento en el mercado y continuar los desarrollos tecnológicos internos para el perfeccionamiento de los

controles prestacionales y operativos.

2 La gran concentración de prestadores de salud. El incremento de la judicialización de la salud. El incremento constante de los insumos médico-asistenciales. La inclusión permanente de nuevas prestaciones de carácter obligatorio. La altísima reducción de partidas presupuestarias con destino SUR/Surge y la disminución cualitativa de los salarios de los afiliados a la entidad, producto de la cuasi hiper inflación que aqueja al país. Los constantes cambios de las reglas de juego.

3 Creemos que una profunda y profesional reforma del sub sistema del sector en general y en especial en cuanto al financiamiento por parte del Estado de todas aquellas prestaciones médico asistenciales denominadas de alto costo, harían posible la subsistencia real y equitativa del sector. Ello se torna imprescindible dada la insostenible situación económica general del país, siendo la salud una de las obligaciones prioritarias del Estado.



**Jorge De All**  
Presidente

## SANATORIO OTAMENDI

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 22.800 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 45.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 2400 millones

**Empleados:** 1500

1 El sector privado de salud está atravesado por

una profunda crisis. No es suficiente con el arreglo de la macro. Esperamos de las nuevas autoridades que puedan atender los problemas que ponen a todos los actores del sector privado en una situación de posible colapso.

2 Grave disociación entre aumentos de costos y aumentos permitidos de precios. Aumentos de insumos a valores astronómicos, falta de algunos insumos. Inflación mayor al IPC en nuestro sector.

3 Tenemos que lograr el reconocimiento de la salud como un eje central de las políticas de Estado siempre, no solamente cuando existen situaciones extraordinarias. El financiamiento de la salud no debe ser percibido como un gasto. En este sentido es elemental poder ajustar los precios a los costos y tener una base impositiva acorde al significado estratégico que tiene la salud.



**Claudio Belocoppitt**  
Presidente

## SWISS MEDICAL

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 729,2 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 765,7 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 35 millones

**Empleados:** 9117

1 Estimamos un comienzo de año con un reacomodamiento general de variables que esperamos gradualmente se estabilicen si el nuevo gobierno implementa un plan económico integral. A pesar de las dificultades imperantes en el sec-

tor salud, continuaremos invirtiendo en infraestructura en centros médicos y en tecnología para sostener y mejorar nuestro servicio diferencial.

2 La inflación, el difícil acceso a productos importados y a realizar pagos de servicios al exterior, las medidas del Gobierno para congelar precios frente al alza general de costos. Un año complejo para el sector salud, crecieron las dificultades estructurales del sistema, ya agravadas en la pandemia. La suba de costos, profundizó el desfinanciamiento del sector, lo que repercute en el servicio general a clientes y pacientes.

3 Se debe plantear una discusión profunda del funcionamiento del sistema de salud, su financiamiento y sus obligaciones: acotando la cobertura actual del PMO; con aumentos de precios proporcionales a los aumentos de costos de prestaciones; poniendo en funcionamiento una agencia de tecnología médica que determine la cobertura de enfermedades de altísimo costo; promoviendo un uso racional del servicio, con copagos.



**Fernando Neuspiller**  
Presidente

## WEFIV

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 2500 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 5500 millones

**Inv. 2024:** u\$s 100.000

**Empleados:** 65

1 Los proyectos que tenemos son de expansión



# Lollapalooza<sup>®</sup> ARGENTINA

15, 16 y 17 de Marzo 2024  
Hipódromo de San Isidro

**BLINK-182**  
**FEID • SZA**  
**SAM SMITH**  
**ARCADE FIRE**  
**LIMP Bizkit**

¡Y MUCHOS MÁS!

3 DÍAS, MÁS  
DE 100 BANDAS

PRESENTA  
**flow**

5 ESCENARIOS  
¡Y MUCHO MÁS!

Medio de pago:

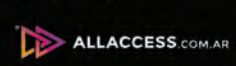
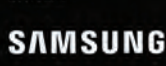
Invitan:

Auspician:

Colaboran:

Tickets a la venta en:

Producen:



CFTEA: 2,14% - 0%

DISPONIBLE PARA CARTERA DE CONSUMO Y COMERCIAL COSTO FINANCIERO TOTAL EFECTIVO ANUAL: C.F.T.E. A C.F.T.E.A. 2,14% (PARA CARTERA COMERCIAL POR "SEGURO DE VIDA E INVALIDEZ TOTAL O PERMANENTE") C.F.T.E.A. 0% (PARA CARTERA DE CONSUMO) TASA FIJA NOMINAL ANUAL: 0% TASA EFECTIVA ANUAL: 0% VIGENCIA DEL 04/07/23 HASTA EL 17/03/24. PROMOCIÓN VÁLIDA SÓLO PARA TARJETA SANTANDER AMERICAN EXPRESS. CUPO MÁXIMO DE 4 ENTRADAS POR CLIENTE. EJEMPLO: UNA COMPRA DE \$12.000 REALIZADA CON SU TARJETA SANTANDER AMERICAN EXPRESS PODRÁ SER FINANCIADA EN 6 CUOTAS DE \$2.000 CADA UNA. PROMOCIÓN VÁLIDA SOBRE EL VALOR DE ENTRADAS. NO INCLUYE SERVICE CHARGE. A LOS CLIENTES DE LA CARTERA COMERCIAL, SE LES DEBITARÁ COMO RUBRO "SEGURO DE VIDA E INVALIDEZ TOTAL Y PERMANENTE" LA SUMA DE \$22.56 QUE SERÁ DISTRIBUIDA EN LOS PRIMEROS 6 RESÚMENES CONFORME AL SALDO DE DEUDA QUE REGISTRE. LOS ACCIONISTAS DE BANCO SANTANDER ARGENTINA S.A. NO RESPONDEN EN EXCESO DE SU INTEGRACIÓN ACCIONARIA.

internacional, principalmente sobre una de nuestras unidades de negocio, el banco de gametos.

También proyectamos crecer en nuevos tratamientos de alta complejidad ahora posibles en Argentina, como la Subrogación de útero. En cuanto a las expectativas, de cara a un nuevo gobierno, tendremos que ver el impacto en el sistema de salud para no deprimir la demanda de servicios.

2 Los principales obstáculos por supuesto fueron la inflación y la devaluación, considerando que nuestros insumos son en dólares y teniendo en cuenta además que el 50% de nuestros tratamientos de alta complejidad vienen dados por los contratos con los financiadores de salud, lo que implica precios regulados que no continuaron las variaciones macroeconómicas del país. El cierre de importaciones hizo que nuestros proveedores demoraran la entrega de materiales complicando la logística y operaciones.

3 La principal política que considero que habría que implementar es la de un sistema libre de copago para todas las prácticas, que permita acompañar el atraso de los aranceles del sector de medicina prepaga y obras sociales y los prestadores podamos mantener la calidad de la prestación. Favorecer al sector de salud con quita o reducción de impuestos tanto de ganancias como contribuciones sociales.



**Marcelo Ploder**

Gerente General de ADT Región SOLA

**ADT**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 18.143.818.597

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 28.239.582.721

**Inversiones 2024:**

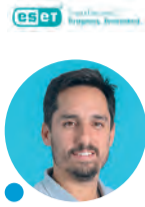
\$ 3.801.835.380

**Empleados:** 750

1 Nuestros 24 años en el país nos avalan y posicionan como líderes en el segmento de seguridad electrónica. Estamos enfocados en mejorar la satisfacción de nuestros clientes en cada oportunidad, transformando sus hogares o comercios, siendo más innovadores, inteligentes y potenciando la seguridad.

2 A pesar de las adversidades, logramos potenciar nuestra unidad de negocio gracias todos nuestros colaboradores que lo hicieron posible. Cada obstáculo nos dio la oportunidad de evolucionar a nuevas tecnologías, desarrollos, procesos y metodologías. El balance es positivo ya que a través del esfuerzo y responsabilidad pudimos llevar adelante períodos con múltiples desafíos.

3 ADT desde siempre ha sido un actor activo en el ambiente de asociaciones, formando parte de distintas Cámaras y Asociaciones, tal como Amcham, Casel, Cámara de Seguridad electrónica, además de la participación en foros de alto nivel, como IDEA, poniendo un especial interés en la homologación de la regulación en materia de seguridad electrónica en el país.



**Federico Pérez Acquisto**

Gerente general

**ESET LATINOAMÉRICA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 50,5 millones

**Facturación (p.) 2024:**

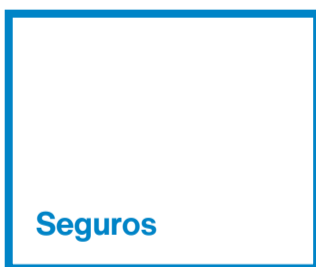
u\$s 53,8 millones

**Inversiones 2024:**

u\$s 35 millones

**Empleados:** 92

3 Consideremos muy importante continuar impulsando la industria vinculada a la Economía del Conocimiento ya que posibilita el desarrollo de la industria y es una política pública saludable. Por su parte, resulta fundamental trabajar en pos de minimizar la brecha cambiaria existente ya que impacta no solo en los negocios sino también en lo referente a recursos humanos. Creemos que la estabilidad económica es fundamental para potenciar esta industria y darle impulso al sector.



**Franco Di Lucca**

Head de South Cone

**AON**

**Empleados:** 535

1 Para el próximo año esperamos continuar brindando apoyo y soporte a los clientes en un escenario que sigue siendo de alta volatilidad y de esta forma acompañarlos para tomar las mejores decisiones para que sus negocios crezcan y se consoliden. Nuestro plan es consolidar la presencia de Aon en el Cono Sur, objetivo en el que se enmarcan las recientes adquisiciones de Benefits en Chile y de NGS en Uruguay, lo que nos permite ampliar la capacidad de oferta de soluciones en Risk y Human Capital.

2 La alta volatilidad fue condición general, sumada a la preocupación por una nueva recesión: de acuerdo a la Executive Risk Survey elaborada por Aon, el 79% de los líderes empresariales espera una retracción en 2024. La incertidumbre estuvo marcada por la inflación global, la inestabilidad geopolítica, los desafíos de la cadena de suministros y el cambio climático, que, según nuestro Reporte de Catástrofes Globales del primer semestre, generó pérdidas por alrededor de USD 194 mil millones.

3 De cara al 2024 será muy importante contar con políticas públicas que construyan un camino de previsibilidad y certeza en las condiciones del mercado en general y para esta industria en particular. Un rumbo claro y firme a largo plazo, con estabilidad macroeconómica, condiciones claras para poner en marcha negocios e inversiones y la reducción paulatina de la inflación es fundamental para que las empresas puedan tomar mejores decisiones y desarrollar sus proyectos.



**Sebastián Galletto**

CEO

**ASSEKURANSA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 14,5 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 16 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,5 millones

**Empleados:** 63

1 Consolidar nuestra presencia identidad como grupo internacional, iniciando actividades con una sucursal en una de las economías centrales de nuestra industria.

2 Fue un año de gran volatilidad local e internacional. El mercado reasegurador inició una corrección que es difícil trasladar. La volatilidad local dificulta el armado de un plan técnico, en el cual las variables son difíciles de predecir. Aun así, tuvimos un año muy positivo, donde se valoró mucho la experiencia que hemos logrado consolidar en las últimas décadas.

3 Un escenario macroeconómico más estable, con orientación a la exportación de servicios.



**Alberto Camel Chapur**

Presidente

**CARDINAL**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 20 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 25 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,5 millones

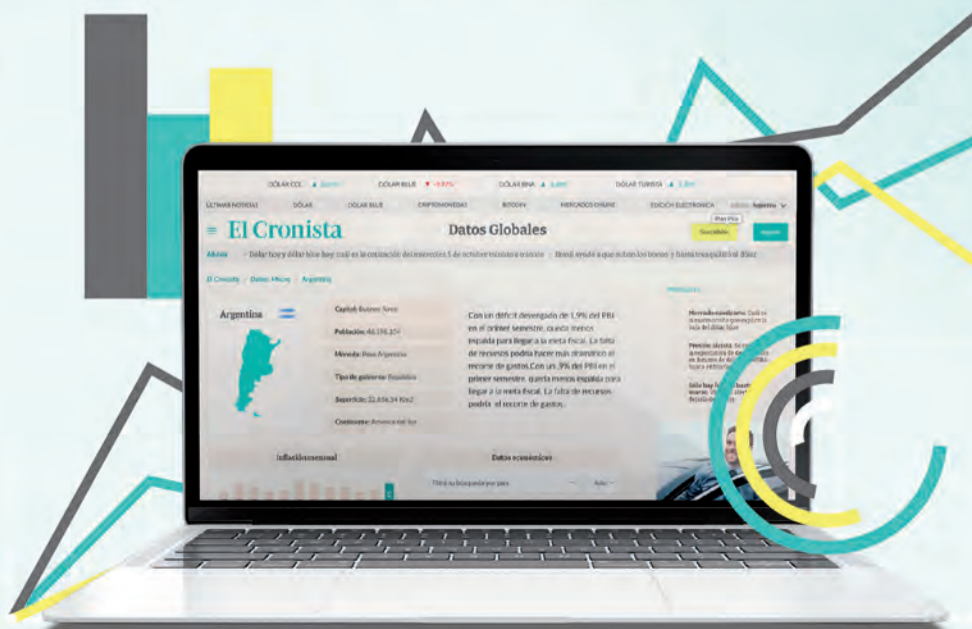
# Te abrimos las puertas **al mundo**

Accedé a los principales **rankings, índices económicos y demográficos** de los últimos 30 años.



TE PRESENTAMOS

## **DATOS GLOBALES**



EL NUEVO PRODUCTO DE **cronista.com**

**Empleados:** 60

1 Continuar con el plan de inversión en capital humano y tecnología, apostando como desde hace más de 24 años, a la innovación, desarrollo y el liderazgo en la oferta de servicios de Asistencia 7/24 todo el mundo, B2B, B2B2C y B2C. Mejorar la oferta tecnológica, ofreciendo soluciones transversales para comercialización y operación de servicios.

2 Los principales obstáculos fueron la falta de un Plan económico, la incertidumbre política, inflación, y el control y existencia de diferentes tipos de cambio. Estamos satisfechos con los resultados generales, y con la performance de los negocios en el exterior.

3 Definiciones claras del rumbo político, unificación del tipo de cambio, y una reforma laboral que se ajuste a los nuevos tiempos, con una legislación más flexible y amigable para los empresarios, redundaría en un crecimiento del empleo, una mayor previsibilidad y la reactivación de la economía.



**Juan Martín Devoto**  
Gerente General

**COMPAÑÍA DE SEGUROS INSUR**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 4100 millones  
**Facturación (p.) 2024:** \$ 8300 millones  
**Inversiones 2024:** \$ 8750 millones  
**Empleados:** 60

1 Las expectativas son grandes, pero sabemos que estamos frente a un

escenario incierto. Preferimos ver a 2024 como un período de transición y de generación de acuerdos duraderos. Hay un modelo que precisa reformularse. Hay definiciones en temas centrales que el próximo gobierno y oposición deben afrontar.

2 Los obstáculos fueron similares a todo el mercado de seguros: no poder acceder a pagar las cuentas de reaseguro, una inflación desbordada y la falta de certezas desde la macro. En un escenario global, el seguro es previsión y desacoplarse del mundo trae graves consecuencias. En lo particular fue muy bueno. Estuvimos cerca de nuestros clientes ofreciendo respaldo y certidumbre. Mantuvimos el resultado técnico positivo.

3 Acuerdos a largo plazo entre las fuerzas políticas sobre cuestiones que en muchas partes del mundo ya no se discuten: superávit fiscal, impulso a las empresas para generar trabajo y valor agregado, y principalmente, ofrecer orden y seriedad desde lo institucional para ser previsibles y responsables.



**Horacio Santcovsky**  
CEO

**EXPERTA SEGUROS**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 4.889.112.000  
**Facturación (p.) 2024:** \$ 12.340.446.000  
**Inversiones 2024:** \$ 5.795.604.000  
**Empleados:** 510

1 Acompañaremos a clientes, pymes y empresas poniendo el foco

en la innovación y en la prevención de siniestros, brindando un servicio de excelencia. Como líderes en el segmento de ART, seguiremos desarrollándonos en seguros generales, redoblando esfuerzos y servicios para que socios estratégicos, productores y brokers, cuenten con una cobertura pensada para su cartera de clientes.

2 Fue un año marcado por una fuerte volatilidad e inflación que apareja la falta de previsibilidad para las industrias, y no estamos ajenos. Al mercado automotor, se le suma la problemática de los siniestros con la escasez de repuestos y una fuerte tendencia al fraude.

3 Estamos en un contexto que todo el tiempo nos obliga a repensar el negocio y teniendo en cuenta la coyuntura, el desafío que tenemos es trabajar sobre la judicialidad creciente y el fraude. Los mismos inciden a largo plazo y se necesita un abordaje conjunto con los poderes del estado y las cámaras. Creemos que sería importante desarrollar una mirada jurídica completa en el tema ya que nos permite regular la industria, entendiendo que es necesario contar con una actualización de las leyes.



**Gonzalo Santos**  
Gerente general

**GALICIA SEGUROS**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 122.198 millones  
**Facturación (p.) 2024:** \$ 307.319 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 18.424 millones

**Empleados:** 826

1 Con la adquisición de Seguros Sura, iniciamos el camino para convertirnos en una de las principales compañías aseguradoras del país. La complementariedad de modelos de negocio permite ampliar nuestra propuesta de valor para clientes y canales de distribución. Queremos que el canal de PAS facilite la intermediación entre productos bancarios y financieros.

2 La aceleración del proceso inflacionario y la poca disponibilidad de dólares para el pago de reaseguros representaron un gran desafío para la industria. Los productos que comercializamos se guían por diferentes índices de actualización tarifaria lo que ofrece cierto grado de certidumbre. Pero, a la vez, representa un desafío poder mantener sumas aseguradas que sean lo más representativas posible.

3 Políticas macroeconómicas que tiendan a la estabilización monetaria y a una disminución de los altos niveles de inflación. Además, el desarrollo de un mercado de capitales y una mejora en los índices de solvencia de la actividad aseguradora en general ayudarían al desarrollo del sector. En conjunto con la Cámara seguiremos insistiendo por una actualización en los incentivos fiscales para los seguros de vida y retiro.



**Juan Manuel**

**Manganaro**

Presidente

**GRUPO GAMAN**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 62.000 millones  
**Facturación (p.) 2024:** \$ 250.000 millones  
**Inversiones 2024:** \$ 5000 millones  
**Empleados:** 430

1 Vamos a seguir consolidando nuestro modelo de expansión federal y regional. Nos vamos a enfocar en el negocio de salud, bienes raíces y continuar con fusiones y adquisiciones estratégicas que refuercen nuestro modelo de negocio.

2 Si bien el contexto económico y geopolítico presentó grandes desafíos, pudimos posicionar el modelo de asesor integral de riesgos en el mercado.

3 Aquellas que fomenten la conciencia aseguradora en la sociedad y que brinden incentivos que estimulen la prevención y gestión de riesgos en pymes y empresas.



**Sebastián Larrea**  
CEO

**GRUPO HAWK**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 7100 millones  
**Facturación (p.) 2024:** \$ 14.000 millones  
**Inv. 2024:** \$ 150 millones  
**Empleados:** 70

1 En 2024 potenciaremos nuestra propuesta tecnológica de comercialización de servicios de seguros y asistencias, en mercados corporativos y en el consumidor final, con una propuesta diferenciadora que genera valor agregado a

nuestros clientes. Continuaremos con nuestra estrategia de expansión: creciendo en mercados de productores a nivel federal, incrementando nuestra presencia en las principales provincias del país y en Iberoamérica

**2** El año 2023 nos centramos en asesorar a nuestros clientes en términos de gestión de riesgo para poder optimizar sus coberturas en las diferentes ramas de la industria. Nuestro balance es positivo, ya que logramos superar nuestros objetivos de crecimiento tanto en unidades como nuevos negocios, lo que nos afianza como un bróker líder en el mercado.

**3** La industria de seguros tiene pendiente en agenda, trabajar en una mejor propuesta para el mercado de seguros de vida, mejorando la oferta

de incentivos impositivos para la contratación de los mismos y poder incrementar la penetración de los mismos en la sociedad. A su vez, la reactivación económica de la producción.



**Alejandro Simón**  
CEO

### GRUPO SANCOR SEGUROS

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 830.129 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 2,2 billones

**Inversiones 2024:**

\$ 1,5 billones

**Empleados:** 2697

**1** Nuestro foco está

puesto en la calidad de las coberturas y del servicio. Apostamos a ampliar nuestra oferta de valor generando nuevos seguros a medida y potenciando los existentes a partir de la sinergia entre las diferentes empresas que componen nuestro Grupo (seguros, prepaga y banco), para brindar soluciones integrales e innovadoras.

**2** Los principales obstáculos fueron la elevada inflación, que requiere de un seguimiento permanente de las sumas aseguradas de todas las coberturas, y la falta de divisas, lo cual afecta el cumplimiento de los compromisos con reaseguradores. Este fue un año que demandó adaptarse a un contexto muy complejo sin sacrificar calidad de servicio.

**3** El sector se beneficia-

ría con políticas públicas orientadas a dotar al país de mayor previsibilidad, transparencia y estabilidad. En Riesgos del Trabajo, desde la reforma de la ley de ART en 2017 ha quedado pendiente la constitución de los Cuerpos Médicos Forenses en el ámbito judicial, lo cual impide revertir el problema de la alta litigiosidad.



**Flavia Núñez**  
Gerente General

### LIFE SEGUROS

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 28.900 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 80.029 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 1100 millones

**Empleados:** 438

**1** A pesar de un contexto macroeconómico muy ligado al político, y ambos complejos, en Life seguimos trabajando para continuar ampliando nuestra participación en el mercado de seguros, buscando siempre mejorar nuestra oferta de valor, diversificando y optimizando nuestra grilla de productos y servicios, e invirtiendo en tecnología para mejorar la experiencia del cliente, la gestión de riesgos y la eficiencia operativa.

**2** Aún con una coyuntura compleja para empresas y clientes, Life continuó reforzando su posición de liderazgo con la adquisición de la filial argentina de la aseguradora Cardif. También



# telecom



## Potenciamos tus ganas de avanzar

Evolucionamos impulsando la inclusión tecnológica y el talento digital.

nos enfocamos en crecer de manera inteligente, mejorar nuestras ofertas y hacernos más eficientes.

3 La regulación y la supervisión públicas son fundamentales para garantizar la solvencia y estabilidad de las compañías e impulsar la confianza de los consumidores e inversores, siempre que mantengan el foco en dicho objetivo. Es esperable la implementación de incentivos fiscales para impulsar la compra de seguros, así como la promoción para la innovación en productos y servicios y de acuerdos de colaboración con el sector privado para la creación de programas para desafíos específicos.



**Matías Rosales**

CEO Marsh McLennan Argentina y Uruguay

**MARSH**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 40 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 50 millones

**Inv. 2024:** u\$s 1 millones

**Empleados:** 390

1 Desde Marsh tenemos una visión clara para nuestro futuro en el país, queremos y trabajamos todos los días para seguir con innovaciones y soluciones sustentables para la gestión de riesgos de las empresas e individuos. Tras inaugurar nuestras nuevas oficinas en Buenos Aires concentramos nuestros esfuerzos en mejorar de manera significativa en tecnología y análisis de datos.

3 En líneas generales creo que la transparencia y la divulgación de infor-

mación financiera clara son esenciales.



**Juan Manuel Lladó**

Gerente General

**ORÍGENES SEGUROS DE RETIRO**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 3632 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 9744 millones

**Inv. 2024:** \$ 400 millones

**Empleados:** 54

1 Consolidarnos en la fusión con Genes II Seguros de Retiro, logrando mantener un liderazgo en el sector. Seguir trabajando en ofrecer a nuestros clientes nuevos productos con el mejor servicio.

2 El principal obstáculo fue, en un contexto complejo, poder seguir brindándole a nuestros clientes la seguridad de que nuestra prioridad es mantener los niveles de inversiones. Estamos enfocados en seguir creciendo en forma eficiente.

3 Desde la industria es un pendiente poder incrementar los incentivos fiscales principalmente en lo relacionado a seguros para empresas. La actualización de los montos deducibles podrían ser un factor de impulso muy importante para 2024.



**Fernando Zack**

Presidente

**PROVINCIA ART**

**Empleados:** 1043

1 En 2024 profundizaremos el proceso de innovación con un nuevo CRM y un datawarehouse, además de tecnología aplicada a la lucha contra el fraude y prevención de riesgos del trabajo. Así, consolidaremos el crecimiento que tuvimos con el foco en el segmento pyme y la federalización de nuestro servicio, para reducir los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y asegurar los derechos laborales.

2 En 2023, Provincia ART creció por encima del mercado, consolidándonos en el puesto n° 1 en términos de cápitas aseguradas y registrando una de las menores frecuencias siniestrales del mercado. Es decir, creció sin descuidar la salud y seguridad de las más de 2.5 millones de personas que cuentan con nuestra cobertura.

3 El sistema está directamente ligado al empleo registrado y, por lo tanto, son fundamentales todas las políticas públicas de mantenimiento y creación de trabajo genuino. Es igual de importante que este crecimiento garantice la protección de todos los trabajadores de la Argentina.



**Sergio Patrón Costas**

Presidente

**PROVINCIA SEGUROS**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 112.927.347.581

**Empleados:** 862

3 Consideramos que las políticas de desarrollo

productivo que lleva a cabo el gobierno provincial brindan un impulso importante para fomentar el crecimiento de nuestra industria. También es fundamental lograr una política activa que fomente la conciencia aseguradora.



**Mariela Ricciuti**

Presidenta

**PROVINCIA VIDA**

**Empleados:** 56

2 En el 2023 transitamos por un cambio tecnológico que implicó el compromiso y dedicación de todos los que formamos Provincia Vida. Desde el inicio de mi gestión en 2020, el cambio del core era uno de los principales objetivos, ya que el cambio tecnológico era necesario para avanzar en distintos proyectos y desarrollar nuevas oportunidades de negocio.

3 Si bien como empresa con capital público venimos trabajando en mejorar nuestras estrategias comerciales, hacer más cercano el seguro de vida a las personas, y estamos en proceso de vincular la tecnología con estrategias de venta consultiva, creo que aún se puede mejorar en políticas públicas que podrían contribuir a promover los microseguros.



**Juan Carlos Lucio Godoy**

Presidente Ejecutivo

**RÍO URUGUAY SEGUROS**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 60.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 150.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 10.000 millones

**Empleados:** 380

1 Las expectativas son favorables. Se ven mejor que el tiempo pasado porque se está apostando a un futuro mejor. El hecho de que se haya eliminado la sequía, parcialmente, y el haber posibilitado que tengamos energía como para no importar, genera un flujo favorable en la balanza comercial. Apostamos a un 2024 mejor.

2 La inflación fue uno de los principales obstáculos para todos los sectores de la sociedad. Al sector asegurador lo afectó profundamente porque uno vende una promesa de un pago de siniestros a un precio de hoy y lo paga a un precio de mañana que está inflacionado. Esto fue lo peor que sucedió y diría que fue peor que la hiperinflación del año 89/91 y peor que la crisis de 2001. Este goteo permanente inflacionario es irreplicable.

3 La principal política pública debería ser disminuir la inflación y esto tiene que ver con el punto anterior. Otra política importante es la educación para la prevención, como lo es la educación vial, y la educación en seguros para que la gente asegure patrimonios, vida y salud. En un momento de crisis en todos los aspectos, mala distribución del ingreso y pérdida de poder adquisitivo, la mejor defensa es estar asegurado para que la pérdida no sea mayor y se pueda mitigar a través del seguro.





© Members

# INVERTÍ Y GANÁ

**Tenemos beneficios exclusivos para vos:**

- Navegación ilimitada en **cronista.com**
- Contenidos premium especializados de **Economía, Finanzas & Negocios**
- **Newsletters** exclusivos
- Acceso a **El Cronista** impreso en formato digital
- Acceso al **Quién es quién** digital
- Acceso a nuestra sección **Financial Times**
- **El Cronista On Air:** Streaming exclusivo para suscriptores

Ingresa a **cronista.com**

© El Cronista



**Diego Guaita**  
CEO

**SAN CRISTÓBAL SEGUROS**

**Facturación (e.) 2023:**  
160.023 millones  
**Facturación (p.) 2024:**  
428.979 millones  
**Inversiones 2024:** \$  
4400 millones  
**Empleados:** 1885



**COMERCIO EXTERIOR**



**Santiago La Rosa Pedernera**  
CEO y Co-founder

**SIDOM**

**Empleados:** 197  
**1** El año próximo va a ser un año de crecimiento para Sidom apalancado en la continua apertura de nuevos mercados y la incorporación de nuevos productos a la suite, logrando acompañar la eficiencia de nuestros clientes a nivel global.  
**2** Las regulaciones sobre el comercio exterior y el aumento de costos consistente en Argentina, la localización de nuevos equipos y adquisición

de talento a nivel global. Fue un buen año porque pudimos, con gestión y creatividad, sostener el crecimiento.

**3** En Argentina, sería clave la corrección del desequilibrio fiscal, la unificación del tipo de cambio y la desregulación del sector importador, principalmente.

**CORREO, LOGÍSTICA Y TRANSPORTE**



**Oscar Andreani**  
Presidente

**ANDREANI**

**Facturación (e.) 2023:**  
133.000 millones  
**Empleados:** 5222  
**1** Nuestro negocio es sensible al indicador de consumo interno y esperamos una desaceleración. Atendemos diferentes verticales de negocio, lo que nos permite equilibrio ante estos escenarios. Lanzaremos nuestro spin off de tecnología, Wit Wot, para ofrecer soluciones de software aplicadas a la logística. En Real Estate seguiremos brindando opciones de almacenes para distintos tamaños de empresa, con especial foco en pymes.  
**2** Este año terminaremos procesando la misma cantidad de envíos que el 2022, pero con un primer semestre de crecimiento y un segundo en caída. Desarrollamos la plataforma Andreani.com, que ofrece soluciones logísticas a las pymes. La principal dificultad es el proceso inflacionario que vivimos y el aumento de los costos de financiación.

**3** La logística es el motor productivo que le permite funcionar al país. Nuestra ubicación y la extensión de nuestro territorio hacen la hacen un elemento vital para la competitividad. Es necesaria una mayor integración y coordinación entre gobiernos, sindicatos y empresas del sector para simplificar regímenes impositivos, adecuar el marco normativo del transporte y la actividad postal, readecuar convenios colectivos de trabajo e incentivar la inversión en movilidad sustentable.



**Santiago Castro Piccolo**  
CEO

**OCASA**

**Empleados:** 2100  
**1** Buscamos consolidar el crecimiento en nuestras divisiones Logística General y Life Sciences a nivel nacional e internacional, y continuar fortaleciéndonos como operador logístico integral en Argentina.  
**2** Durante el 2023 nos enfocamos en la gestión de las variables macroeconómicas de coyuntura, sin embargo, el balance anual es positivo, ya que nos impulsó a avanzar y fortalecer la organización interna.  
**3** Las políticas públicas que aseguran la estabilidad macroeconómica benefician al sector promoviendo un crecimiento sostenible con visión a largo plazo y protegiendo nuestra cadena de valor.



**Guillermo Minieri**  
General Manager

**CABIFY**  
**Empleados:** 88



**Alejandro Jasiukiewicz**  
Country Manager Argentina

**DHL EXPRESS**

**Empleados:** 623  
**1** Nuestro mayor desafío será el de conectar cada vez más y de manera más eficiente, las pequeñas y medianas empresas argentinas con el mercado global y continuar nuestra expansión en el país. Seguiremos trabajando en los servicios para envíos originados en Argentina.  
**2** Tuvimos un 2023 muy positivo. Inauguramos nuestra segunda sucursal en Córdoba, fortaleciendo nuestra presencia en el país con 20 puntos de venta propios. Además, hemos dado otro paso significativo con el primer vuelo directo entre Argentina y Estados Unidos, operado con nuestro propio avión Boeing 767-300. Esta inversión ha ampliado nuestras capacidades de carga.  
**3** Para dar impulso a nuestro sector, es importante la implementación y consolidación de políticas públicas que fomenten el crecimiento y la competitividad de las pymes a nivel local e internacional,

lo que permite garantizar la creación de empleo genuino e ingreso de divisas para el país.



**Eduardo Rodrigues**  
Country Manager

**DHL Global Forwarding**

**Empleados:** 250  
**1** Nuestro mayor desafío y foco para este año serán los proyectos de energías renovables que estamos llevando a cabo en distintas partes del país. Al ser Argentina uno de los principales productores de Litio en el mundo, es una combinación perfecta con nuestra expertise en el área de proyectos industriales y logística de proyectos importantes alrededor del mundo.  
**2** Tuvimos un positivo 2023. Gracias a nuestra visión centrada en la seguridad operativa y la satisfacción del cliente, este año hemos trabajado en diversos proyectos relacionados con el litio y con Vaca Muerta.  
**3** Para hacer crecer nuestro sector, es fundamental contar con políticas públicas que impulsen el desarrollo y expansión de industrias clave con grandes oportunidades para el país, como la minería y la energía, que permitan, a su vez, aumentar las exportaciones.



**Silvina Prette**

Gerente senior de Operaciones de FedEx Express

**FEDEX EXPRESS**

**Empleados:** 230

1 En 2024, desde FedEx, seguiremos apoyando a las pymes que tienen un papel vital en nuestra economía, sociedad y cultura. Reforzaremos nuestro compromiso con ellas ayudándolas a cumplir sus metas para que puedan llevar sus productos a más de 220 países y territorios de nuestra red global.

2 Buscamos ser un aliado de nuestros clientes, en especial las pequeñas empresas que impulsan la economía. La logística y cadenas de suministro globales se vieron afectadas como consecuencia de las tensiones comerciales y la postpandemia, los conflictos en Europa y

Medio Oriente y la presión inflacionaria. Sin embargo, adecuamos nuestras operaciones reorganizando las rutas y sus frecuencias para que sean eficientes, trabajando con nuestra cadena de valor, y optimizando los recursos.

3 Las pymes son un mercado fragmentado, lo que complica la distribución de los fondos de ayuda. Aquí es donde el sector privado tiene un rol que desempeñar, asociándose con otras organizaciones para distribuir fondos, educarlas sobre cómo crear modelos operativos resistentes e impulsar una mentalidad empresarial. Desde FedEx, queremos conectar a personas con posibilidades y seguiremos trabajando de la mano de este segmento fundamental de la economía para impulsar su crecimiento.



**Facundo Casillas**

Gerente general

**GRUPO TASA LOGÍSTICA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$ 130 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$ 145 millones

**Inversiones 2024:** u\$ 10 millones

**Empleados:** 1400

1 Profundizar el camino de la regionalización apostando a seguir creciendo en Uruguay, Paraguay y Chile. En Argentina crecer con el negocio logístico relacionado a E-Commerce a partir de DPD y continuar diversificando los

negocios del grupo.

2 El entorno cambiante que hemos tenido en la economía mundial y en el aspecto macroeconómico en nuestro país donde hemos tenido que trabajar y adaptarnos con distintos escenarios a partir de la dinámica que fue transcurriendo a lo largo del año.

3 Somos un grupo argentino que hace más de 85 años viene apostando ininterrumpidamente en el país, continuaremos haciéndolo y cualquier política que favorezca las inversiones va a ser bienvenida. A nivel macro, mejoras en la infraestructura, rutas y medidas que puedan facilitar el comercio exterior creo que son muy buenos impulsos para la logística en general.



**Sebastián Presumido**

Gerente General

**GRUPO METROPOL**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 70.000 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 210.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 15.000 millones

**Empleados:** 4000

1 Ser sustentables. Administrar de manera eficiente nuestros recursos y nuestros ingresos en un contexto de inflación creciente. Terminar de recuperar los niveles de pasajeros pre-pandemia. Mejorar nuestros servicios teniendo a la seguridad vial como prioridad.

2 La inflación y el atraso

# Experiencia internacional, tranquilidad garantizada



**SALUD**



**VIAJERO**



**MOVILIDAD**



**VIDA COTIDIANA**



**Líder Mundial Asistiendo a Personas**

[www.europ-assistance.com.ar](http://www.europ-assistance.com.ar) |

de los precios reales de la estructura de costos con la que el Estado calcula las compensaciones. Los ingresos de las empresas de transporte dependen en un 85% de los subsidios, que no fijan tarifa ni precios de insumos. Con gran esfuerzo en la administración de recursos, el balance es positivo.

**3** En lo macro, todas aquellas que generen estabilidad y previsibilidad. En lo sectorial, un sinceramiento de la tarifa. Buscamos dejar de ser intermediarios entre el Estado y los pasajeros, quienes podrían recibir los subsidios directamente, segmentados según las necesidades de cada uno. Además, se necesitará financiamiento para renovar unidades para brindar un servicio seguro y de calidad.



**Lucas Bianchi**

CEO & Founder

**INTERBORDERS**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 11.501.879.523

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 14.377.349.403

**Inversiones 2024:**

\$ 2.156.602.395

**Empleados:** 45

**1** Para el 2024, Interborders prevé una expansión comercial y operativa en ciudades clave de Centroamérica y Europa, proyecto respaldado por nuestro know-how para brindar soluciones flexibles para cada tipo de industria en todo el globo. En Argentina, nos enfocamos en la creación de una unidad de gestión de depósitos para atender la creciente

demanda de nuestros clientes y fortalecer los servicios de transporte de nuestra División Logística Nacional.

**2** El 2023 fue un año desafiante para Interborders. La política restrictiva con respecto a las importaciones, redujo el volumen y aplazo gravemente las entregas, esto resultó en un menor volumen, y poca previsibilidad mensual de operaciones. A pesar de ello, gracias a una sólida gestión del recurso humano, consideramos que fue un año positivo, pero esperamos condiciones más favorables que acompañen la estrategia de crecimiento de la empresa en el 2024.

**3** Para impulsar el comercio exterior en Argentina es necesario eliminar restricciones no arancelarias, simplificar aprobaciones, y reducir impuestos y tasas a las exportaciones, estimulando la expansión de mercados para las empresas regionales. En conjunto, estas políticas impulsarían el crecimiento económico y la creación de empleo en el sector, beneficiando a la industria y la economía en general.



**Ramiro Molina**

CEO Plaza Logística

**PLAZA LOGÍSTICA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 41.785.300

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 42.074.520

**Inversiones 2024:**

u\$s 8.437.924

**Empleados:** 46

**1** Seguir implementando el plan de inversión iniciado en 2022, que

involucra el desarrollo de 118.000 metros cuadrados de naves logísticas, de los cuales un tercio ya fue entregado, y los otros dos, se completarán de aquí a febrero de 2024. Nuestro objetivo es aumentar en un 50% la superficie alquilable en los próximos 5 años.

**2** El año representó para Plaza Logística un año decrecimiento y de celebración de contratos con nuevos clientes. Buscamos dar respuesta a la demanda creciente de espacios de almacenamiento, ampliando la capacidad existente en tres de nuestros seis parques logísticos. A partir del segundo trimestre de 2024 tendremos más de 520.000 metros cuadrados de naves logísticas, siendo el principal desarrollador independiente de infraestructura logística triple A en Argentina, por área alquilable.

**3** En Plaza Logística entendemos que todas las iniciativas que promuevan el crecimiento económico, la confianza y la estabilidad de la economía argentina, contribuyen a dar impulso a los sectores en los que la compañía y sus clientes desarrollan sus actividades.

**GIMNASIOS**



**Sebastián Doherty**

Presidente SportClub

**SPORTCLUB**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 7700 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 15.000 millones

**Inversiones 2024:**

\$ 2000 millones

**Empleados:** 120

**1** Consolidar la federalización de SportClub, a través del formato de franquicias y Familia SportClub, incrementando nuestra presencia a nivel nacional, tanto en lo que hace a prestaciones, como así también en acuerdos corporativos. Llevamos más de 30 años desarrollando nuestra marca en Argentina y consolidándonos como líderes en el sector; el nuevo año no será la excepción en cuanto a nuestra expectativa de crecimiento a lo largo y a lo ancho del país.

**2** Los principales obstáculos que enfrentamos en 2023 fueron la falta de insumos para la realización de nuevas aperturas y las constantes modificaciones de precios. Así y todo el balance es positivo. Logramos expandir nuestro negocio en Argentina a través de diferentes tipos de alianzas y evolucionar nuestra propuesta de valor a los socios, incorporando espacios de co-working dentro de las sedes, plataformas online de entrenamiento y asesoramiento en nutrición y un club de beneficios.

**3** Difusión y promoción del deporte como herramienta fundamental en la prevención de enfermedades, tanto físicas como emocionales, concientizando sobre la importancia de llevar una vida saludable y activa.

**SERVICIOS DE ASISTENCIA**



**Fernando García Ruiz**

CEO, Universal Assistance

**UNIVERSAL**

**ASSISTANCE**

**Empleados:** 369

**1** Seguiremos trabajando en ser la compañía líder en la prestación de servicios al viajero, con la más alta calidad y con el firme propósito de que su experiencia con nosotros sea verdaderamente memorable. Los pasajeros demandan cada vez más soluciones ágiles y efectivas, por ello trabajamos para incorporar actualizaciones permanentes a nuestra App y generamos productos para atender las necesidades del nuevo viajero.

**2** El principal obstáculo fue y es la incertidumbre política-económica generada por la inflación y las elecciones presidenciales. A pesar de ello este año hemos tenido un recupero en las ventas, generado por un aumento de conciencia en la importancia de viajar protegido.

**3** Por un lado, siempre son importantes las políticas públicas que busquen incentivar la industria turismo. Son necesarias estas políticas para estimular y promocionar al sector y proyectar a mediano y largo plazo.



**Alejandro Caballero**

CEO Latam y Presidente

Europ Assistance

**EUROP ASSISTANCE**

**Empleados:** 305

**1** Una vez más, nuestras proyecciones para el próximo año son ambiciosas. El contexto actual que estamos viviendo a nivel local, regional y

mundial, nos exige una agresiva innovación, una constante optimización de la operación y una exhaustiva gestión de control integral. Para el Grupo Europ Assistance, desde su casa matriz en Francia, la apuesta en estos mercados y el desarrollo de las filiales de Latinoamérica es uno de sus pilares estratégicos.

2 En este escenario particular, por el dinamismo político, el tipo de cambio, las tasas, la inflación y la incertidumbre en algunas proyecciones, debimos readaptar nuestros modelos de negocios y alianzas, con una velocidad y creatividad inimaginada. No obstante, pudimos mantener el plan estratégico y el balance es positivo.

3 Nuestra industria contempla, dentro de la estructura de costos, un gran porcentaje de dotación que es lógicamente muy sensible a la inflación. A raíz de esto, políticas que nos permitan proyectar ratios de manera más predecible, colaborarían a contemplar diversos escenarios. A esto se le suma la incertidumbre global, en donde la resultante que tengamos de variables como nivel de consumo, inflación y balanza comercial, determinarán gran parte el escenario que tengamos para los próximos tiempos.

**SERVICIOS DE CONTACTO**

**Konecta**



**Iván Morero**  
CEO

**KONECTA**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 38.000 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 80.000 millones

**Inv. 2024:** u\$s 5 millones

**Empleados:** 9300

1 Hace un año, desde Konecta Argentina iniciamos el desafío de potenciar las operaciones de los países del Cono Sur, abarcando Chile, Paraguay, Uruguay y Bolivia. Este año integramos los dos primeros países mencionados con una dotación de 13 mil colaboradores. En 2024 sumaremos a Uruguay y Bolivia. Además, asumimos la responsabilidad de liderar el desarrollo y transformación de nuestra industria en la región, orientada a los servicios de Analítica, Inteligencia Artificial y Data Science.

2 Inflación y restricciones cambiarias son el principal obstáculo a sortear. Con una inflación que se ubicará por encima del 120%, se intensificó el alza de precios internos, costos operati-

vos y depreciación del capital de trabajo. Además, la devaluación de junio encareció los insumos tecnológicos. El balance es de un año difícil, con fuerte seguimiento de la gestión financiera y operativa.

3 En lo económico, combatir la inflación y mitigar su correlato sobre las variables empresariales. Junto a políticas de incentivo a la inversión, con tipo de cambio real y competitivo, un contexto de certidumbre fiscal y condiciones laborales razonables, que permitan trazar crecimiento sostenido, con mejores condiciones para la inversión y la generación de empleo.

**SERVICIOS DE EVALUACIÓN**



**Nicolás Eliçabe**  
Director general

**IRAM**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 5.027.978.588

**Empleados:** 256

1 Nuestra prioridad es seguir trabajando para hacer más segura la vida de las personas, agregando valor a las organizaciones en materia de competitividad,

sostenibilidad y acceso a mercados. En ese camino, en 2019 iniciamos un proceso de planificación estratégica con proyectos clave para nuestro desarrollo.

2 La inestabilidad y las variables económicas son nuestros principales obstáculos. Los altos índices de inflación distorsionan el mercado, y la volatilidad cambiaria y la falta de dólares impactan directamente sobre nuestra actividad comercial. A pesar de estas dificultades, y con una economía argentina que no crece (y que calculamos caerá un 2%), estamos pudiendo cumplir con la pauta presupuestaria de actividad en cada uno de nuestros servicios.

3 Es crucial una macroeconomía ordenada: controlar la inflación y lograr estabilidad cambiaria. Y, puntualmente, necesitamos una política de comercio inteligente y reglamentos técnicos basados en normas para aumentar la competitividad. Además, es preciso fortalecer el sistema nacional de calidad del que formamos parte con una política pública de estado que nos involucre no solo como organismo nacional de normalización, sino también en lo relativo a certificación y formación.

**SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS**



**Pablo Adaniya**

Director General - Gerente General Compressor Technique

**ATLAS COPCO ARGENTINA**

**Empleados:** 125

3 Apoyar a la industria argentina, promover la eficiencia energética y reforzar la diversidad para generar un crecimiento sustentable. Nuestros clientes están demandando créditos e incentivos para mejorar su productividad, eficiencia y rentabilidad, incorporando las tecnologías más avanzadas para competir globalmente.



**Cecilia Peluso**

CEO

**LIMPIOLUX**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 12.672,6 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 29.462,4 millones

**Inv. 2024:** u\$s 250.000

**Empleados:** 2700



# ABRIDOR®

HACEMOS COMUNIDAD, DESARROLLAMOS PROYECTOS, CONCRETAMOS IDEAS





**Germán Gambini**

CEO Argentina y Chile

**SMURFIT KAPPA**

**Empleados:** 1300

1 El próximo año vamos a continuar implementando nuestro plan estratégico con foco en el desarrollo de nuestros talentos y en maximizar la propuesta de valor para nuestros clientes.

2 Durante 2023 evitamos cierta incertidumbre en la demanda, al tiempo que la situación macroeconómica local generó inconvenientes en los procesos de importación y pago de compromisos asumidos en el exterior. En 2023, como aspecto positivo, pudimos avanzar en la integración de adquisiciones recientes. Nuestros equipos trabajaron con mucho esfuerzo debido a regulaciones que no aportan al desarrollo del sector.

3 Consideramos que las políticas públicas deberían estimular la formalidad para potenciar el mercado de empaques a base de papel y cartón corrugado, así como proteger al medio ambiente frente a las visibles consecuencias del cambio climático.



**Alejandro Chan**

Gerente General para Tetra Pak Cono Sur

**TETRA PAK**

**Empleados:** 500

1 Para 2024 seguiremos apostando por el desarrollo industrial local e invirtiendo en nuestra planta de producción en La Rioja, sosteniendo nuestra presencia ininterrumpida de más de 40 años en Argentina y acompañando a nuestros clientes en el crecimiento de sus operaciones. Seguiremos apoyando integralmente los desafíos estratégicos de la industria de alimentos y bebidas.

2 Asumir la dirección de Tetra Pak Cono Sur y volver a la región donde inicié mi carrera en un contexto complejo ha sido el principal desafío. El balance entre el desarrollo proactivo de negocios y el manejo de la situación económica ha requerido extremar la flexibilidad a través del equipo local. Nuestro foco es mantener relaciones de largo plazo con nuestros clientes.

3 Es fundamental para la industria de alimentos y bebidas que las políticas públicas locales impulsen la fluidez del comercio exterior y aseguren el acceso a insumos, materia prima y maquinaria necesarios para la producción. Al mismo tiempo, es fundamental para nuestra operación que se brinden incentivos y apoyo a las empresas exportadoras, que no solo son generadoras de divisas para el país, sino que también contribuyen a la creación de empleos y al desarrollo económico de la Argentina.



**Andrés Belinsky**

CEO

**VINVENTIONS**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 11 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 11 millones

**Inv. 2024:** u\$s 500.000

**Empleados:** 75

1 Luego de un 2023 con caída en el negocio del vino fraccionado en todo el mundo, lo vemos muy desafiante. Argentina tendrá una recesión para poder ajustar sus variables y proyectarse con mejoras a mediano plazo. Esto llevará al consumo a un nivel igual o menor que el 2023. Esperamos balancear esto con exportaciones a otros mercados como Chile y Perú, sumando además una línea de productos a base de corcho natural para lo cual estamos invirtiendo en una planta de marcado y terminación en San Juan.

2 La caída del consumo de vino localmente; por otro, la caída de las exportaciones de vinos fraccionados, junto con problemas e incertidumbre para importar las materias primas y repuestos, extra costos por la imposición de pago de las importaciones a plazos de hasta 180 días, falta de capital de trabajo por retención de crédito fiscal sin poder usarlo por 9 meses al importar. Sumado a un cuarto año sin poder girar dividendos al exterior. El balance es muy negativo.

3 Bajar la inflación, terminar con el déficit fiscal, achicar el Estado, desburocratizar la relación empresa-Estado, reforma laboral; así como también, permitir el giro de dividendos, que es un gran escollo para motivar nuevas inversiones extranjeras.



**Rocío Robledo**

Country Manager

**WEWORK**

**Empleados:** 70

2 En un presente dinámico, la flexibilidad y la adaptación son requisitos indispensables para el desarrollo de las empresas. Los números reflejan la creciente demanda de espacios de trabajo flexibles en el mercado local. En la primera mitad del año, WeWork Argentina logró un crecimiento del 10% en su tasa de ocupación en comparación con el mismo período del año anterior. Además, anunciamos por primera vez en Argentina la ocupación al 100% de nuestra sede ubicada en Retiro.

**SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS**



**Fauze Villatoro**

Presidente de Ball Corporation para Sudamérica

**BALL CORPORATION**

**Empleados:** 300

1 Nuestra prioridad para 2024 se resume en tres pilares: bajo costo, bajo carbono y cercanía con los clientes. Mediante estrategias innovadoras y junto a los clientes, potenciaremos la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente, impulsando a la lata de aluminio como el envase ideal para el consumo de bebidas y

la opción más sustentable para los consumidores. También seguiremos trabajando en el Plan de Transición Climática, que plantea nuestro camino de descarbonización transparente.

2 Tuvimos que seguir operando en medio de un contexto macroeconómico complejo, de alta inflación y volatilidad de la demanda. Sin embargo, a través de nuestra disciplina de capital, mentalidad de dueño, footprint y cartera de productos innovadores, logramos navegar en el entorno económico actual y crear valor para nuestros clientes y consumidores, que se benefician de los envases más sostenibles que hay.

3 Considerando que el aluminio es un material 100% reciclable y muy amigable con el medioambiente, creemos que la reducción impositiva dinamizaría mucho al sector, y provocaría impactos en la industria del reciclaje: generación de empleo, reducción en la huella de carbono, de los costos logísticos, y estimulando la economía circular. También contar con políticas que eduquen a la población en el correcto desecho selectivo.

**SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCESIONES**



**Martín Eurnekian**

Presidente

**AEROPUERTOS ARGENTINA 2000**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 49.693 millones

**Empleados:** 2665

1 Aspiramos a fortalecer el crecimiento de

pasajeros registrado este año y a consolidar la tendencia de los últimos dos. Uno de los grandes desafíos es seguir sumando nuevos servicios para que los pasajeros puedan vivir una gran experiencia en nuestros aeropuertos.

**2** Fue desafiante por la cantidad de obras que impulsamos junto al Orsna. Inauguramos la Nueva Terminal de Partidas de Ezeiza; la obra más importante de los 25 años de la compañía. También, estamos haciendo importantes obras en Aeroparque y estamos renovando pistas y terminales en todo el país contribuyendo con las economías locales, lo que luego se traduce en crecimiento del turismo. Fue un año muy bueno atravesado por la incertidumbre que produce un año electoral.

**3** Este es un sector

clave para el crecimiento y desarrollo económico, entre otras razones por su gran capacidad de rápida recuperación, como se comprobó tras la pandemia. Las reglas claras desde el Estado son fundamentales para que esta industria continúe creciendo y las políticas públicas que promuevan el turismo, impactan positivamente en el sector.



**Francesc Sánchez Farré**  
CEO

**AUTOPISTAS DEL OESTE**

**Empleados:** 808

**1** Con el nuevo gobierno esperamos tener un diálogo abierto que nos permita resolver los cuestionamientos infundados a nuestro contrato de concesión. Confiamos que este diálogo nos permitirá seguir focalizados en continuar invirtiendo en nuestras autopistas en innovación tecnológica, seguridad vial (cartelería variable) y contribuyendo a la reducción de las emisiones de carbono.

**2** Este año, debimos continuar operando con un bajo ajuste tarifario, que lleva años de retraso y en un contexto de alta inflación, y en el marco de una causa judicial iniciada por el Gobierno nacional para cuestionar la legitimidad del acuerdo integral de renegociación del contrato de concesión. De todos modos, es-

tamos abiertos al diálogo con las nuevas autoridades a los fines de poder alcanzar una solución.

**3** La Argentina necesita ampliar y modernizar su red de infraestructuras viales para impulsar el desarrollo económico del país y la movilidad de las personas. Este objetivo es de tal envergadura que no puede abordarse únicamente desde el sector público y será necesario el involucramiento de inversiones privadas, tanto nacionales como extranjeras, por lo que resulta imperativo hacer frente a esta necesidad de forma urgente.

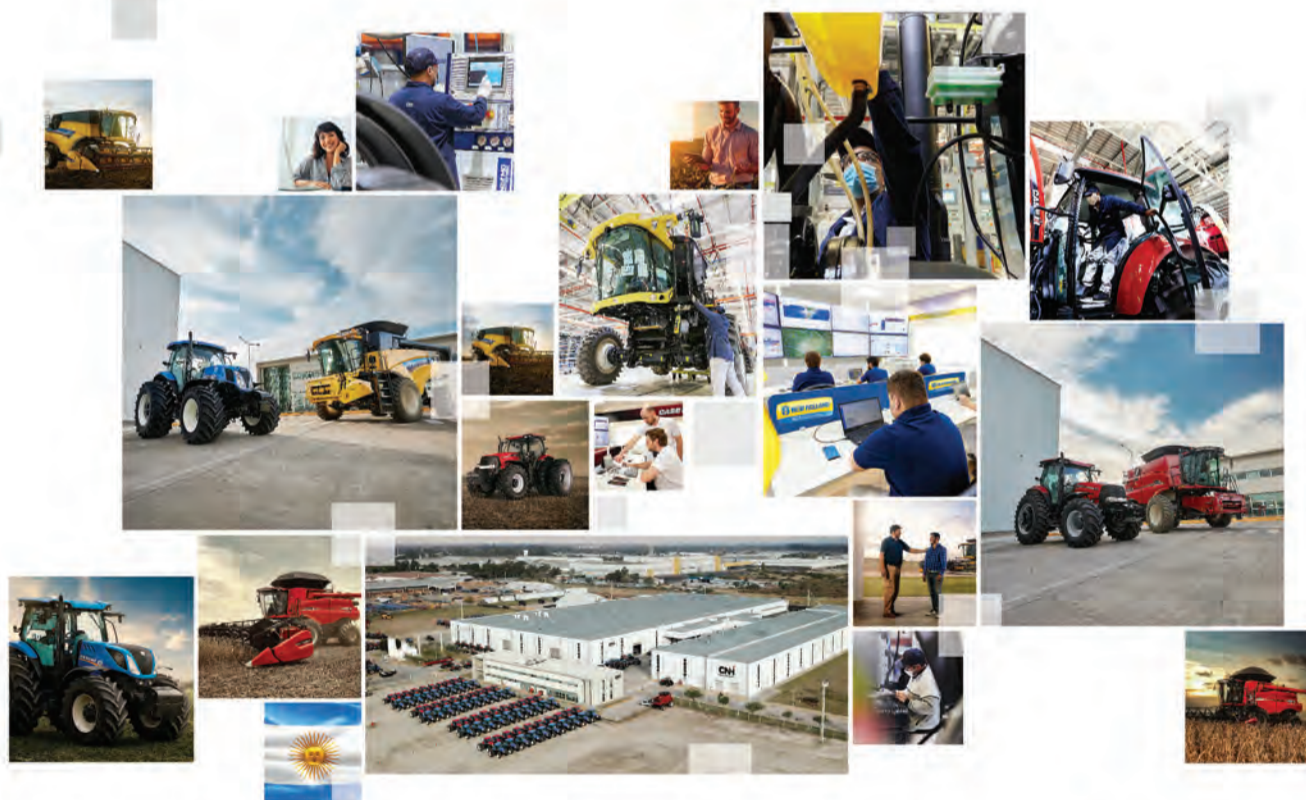


**Francesc Sánchez Farré**  
CEO

**AUTOPISTAS DEL SOL**  
**Empleados:** 1068

**1** Con el nuevo gobierno esperamos tener un diálogo abierto que nos permita resolver los cuestionamientos infundados a nuestro contrato de concesión. Confiamos que este diálogo nos permitirá seguir focalizados en continuar invirtiendo en nuestras autopistas en innovación tecnológica, seguridad vial (cartelería variable) y contribuyendo a la reducción de las emisiones de carbono.

**2** Este año, debimos continuar operando con un bajo ajuste tarifario, que lleva años de retraso y en un contexto de alta inflación, y en el marco de una causa judicial iniciada por el Gobierno



**Hace 10 años que producimos en el país para el campo Argentino.**

En CNH Industrial celebramos 10 años de producción en Argentina.

Desde tractores de baja potencia hasta cosechadoras con inteligencia artificial. Siempre a la vanguardia de la tecnología para darle al productor los equipos y servicios que su campo necesita, con innovación, productividad y sustentabilidad.

10 años son mucho más que tiempo, son campos argentinos preparados hoy para lo que viene.



nacional para cuestionar la legitimidad del acuerdo integral de renegociación del contrato de concesión. De todos modos, estamos abiertos al diálogo con las nuevas autoridades a los fines de poder alcanzar una solución.

3 La Argentina necesita ampliar y modernizar su red de infraestructuras viales para impulsar el desarrollo económico del país y la movilidad de las personas. Este objetivo es de tal envergadura que no puede abordarse únicamente desde el sector público y será necesario el involucramiento de inversiones privadas, tanto nacionales como extranjeras, por lo que resulta imperativo para el bien del país que las diferentes Administraciones hagan frente a esta necesidad de forma urgente.

de insumos necesarios para realizar la operación del Subte. También durante 2023 continuamos trabajando en la relación con los gremios para resolver los conflictos que se plantean. Estamos consolidando un segundo año de gestión de Emova muy productivo.

3 Es imprescindible alcanzar la estabilidad macroeconómica, que promueva un contexto de certidumbre para la operación privada. Asimismo, es necesario generar las condiciones para contar con crédito que permita realizar inversiones, y en simultáneo, implementar programas que impulsen el uso del transporte público en general y el subte en particular, una alternativa más económica, eficiente y sustentable.

En ese marco la compañía apunta a consolidar su liderazgo en el mercado siderúrgico a nivel nacional y regional, con un fuerte énfasis en la sustentabilidad. Daremos continuidad a nuestro plan de inversiones.

2 Los obstáculos fueron la aceleración inflacionaria, la incertidumbre cambiaria y las restricciones al acceso a materias primas. Pese al contexto, el balance del año es bueno. Destacamos con orgullo un importante hito en la historia de la compañía: la puesta en marcha del Parque Eólico y Solar San Luis Norte, un proyecto conjunto con PCR que nos permite reducir la huella de carbón en un 30% y que nos distingue como pioneros en la siderurgia argentina en el abastecimiento de energías renovables.

3 En general, todas aquellas políticas que contribuyan a brindar mayor estabilidad macroeconómica y en consecuencia un mayor grado de certidumbre para que las empresas puedan proyectar. En particular, pero ligado a lo anterior, políticas que incentiven la inversión, la obra pública y la construcción civil.

energética, con condiciones para ampliar la producción e infraestructura. Tenaris viene acompañando el crecimiento del mercado energético argentino. Además, para fines de 2023 arranca la operación de nuestro parque eólico para abastecer el 50% del consumo de energía eléctrica del Centro Industrial de Campana y un nuevo horno de arco eléctrico más sustentable y eficiente.

2 La inestabilidad de la macro dificultó la importación de insumos para la actividad industrial. En 2023, Argentina pagó el costo de sostener problemas económicos estructurales como el déficit fiscal y la emisión monetaria. Esto es un condicionante si queremos aprovechar la oportunidad de Vaca Muerta. Aún así, el balance es positivo gracias al músculo industrial regional del Grupo Techint que produjo en tiempo récord los tubos para el GPNK.

3 La industria energética necesita previsibilidad y reglas de juego claras. Hoy nadie duda del potencial de Vaca Muerta y el mundo demanda energía segura y competitiva: esto abre la oportunidad de acuerdos a largo plazo con países estables que potencien el desarrollo, las inversiones y el empleo. A su vez, a la energía que producimos hoy, hay que agregarle valor para que el círculo sea virtuoso y podamos potenciar al máximo los recursos naturales.

### Martín Berardi

Presidente Ejecutivo de Ternium Argentina

### TERNIUM

**Empleados:** 5224

1 El desafío serán los cambios de nivel de actividad que surjan por la corrección macroeconómica que el nuevo gobierno encarará. Será crucial la articulación público-privada para lanzar fuertes inversiones en los sectores dinámicos: agro, minería y energía, que traccionan la actividad en la cadena siderometalúrgica. El 2024 traerá vaivenes, pero seguiremos adelante con nuestras inversiones y con el plan de descarbonización, trabajando en conjunto con la cadena de valor y con nuestras comunidades.

2 La falta de divisas es uno de los principales obstáculos para la importación y el sostenimiento del ritmo productivo. Hubo que reprogramar tareas de reparaciones y mantenimiento, operar con stocks más bajos de lo habitual y disminuir el ritmo productivo.

3 Necesitamos un sistema tributario que potencie la industria y el desarrollo. Un nuevo marco impositivo como herramienta poderosa que incida en la competitividad, fomente la inversión, la generación de empleo formal y el crecimiento sostenible. Esperamos que los costos iniciales de equilibrar la macro se compensen con inversiones que vengan de los sectores más dinámicos.



### Joaquín Acuña

Presidente

### EMOVA

**Empleados:** 4900

1 Continuaremos avanzando en la implementación de nuevas tecnologías que permitan seguir mejorando la experiencia del usuario, como hicimos recientemente con la implementación de la carga de tarjeta Sube mediante código QR. También consolidaremos nuestras políticas de seguridad operacional y calidad de servicio.

2 La empresa está inmersa en las problemáticas que afectan al país, como el incremento de costos y la dificultad en materia de importación



### Federico Amos

CEO

### ARCELORMITTAL

#### ACINDAR

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1247 millones

**Inversiones 2024:** u\$s

155 millones

**Empleados:** 3000

1 Nuestra expectativa es que una vez pasado el proceso electoral se avance en la generación de condiciones macro que nos permitan potenciar nuestra capacidad productiva y exportadora.



### Javier Martínez Álvarez

Presidente de Tenaris para

Cono Sur

### TENARIS EN

#### ARGENTINA

**Empleados:** 8300

1 El país tiene una oportunidad en el desarrollo de sus recursos naturales y la transición







**Diego Carbone**

CEO

**BRITISH AMERICAN TOBACCO ARGENTINA**

**Empleados:** 470

3 En el mercado de cigarrillos es crucial contar con un marco regulatorio transparente, con igualdad de condiciones para todos los jugadores y que elimine las distorsiones que actualmente existen. En cuanto a las nuevas categorías (vapeadores/ cigarrillo electrónico) es necesario generar una legislación clara, robusta y acorde al nivel de riesgo de estos productos, que en lugar de prohibir el comercio lo regule.

bajando para consolidar nuestro liderazgo en el mercado, con eje en la sustentabilidad como columna vertebral del negocio. Nuestro foco está puesto en avanzar hacia un futuro libre de humo, por lo que a nivel internacional hemos desembolsado más de u\$s 10.700 millones para desarrollar productos sin combustión, los cuales esperamos poder lanzar en el país. Hoy estas alternativas sin combustión, que ya están en 80 mercados, están prohibidas localmente.

2 Como primer obstáculo, el Ministerio de Salud publicó una resolución prohibiendo los productos de tabaco calentado en el país. Esto implica un freno a la innovación y coarta la posibilidad de los 7 millones de argentinos de acceder a alternativas libres de humo basadas en la ciencia. Creemos que es necesario un marco regulatorio que permita la innovación en la industria y fomente el desarrollo tecnológico de nuevas alternativas al cigarrillo.

**CONSULTORÍA**



**Andrea Mandelbaum**

CEO

**MC LUHAN CONSULTING**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 300 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 500 millones

**Inv. 2024:** \$ 10 millones

**Empleados:** 150

1 Estamos enfocados en la expansión de Sannare, nuestra empresa de Healthech, un desarrollo basado en IA que abarca todas las etapas de la vida de un paciente y colabora con los médicos con sugerencias de estudios o derivaciones. Para el prestador genera eficiencias en el staff, optimiza tiempos, mejora la experiencia, brinda información de trazabilidad y genera ahorros.

2 En términos de delivery de soluciones y expansión de Sannare y Replikante, estamos muy satisfechos. Hemos cubierto nuevos países, contamos con nuevos clientes en el mundo de la salud, seguros y banca. La situación del país nos afecta a todos, por los tipos de cambio, modificaciones de las reglas y la carga

impositiva para quienes brindamos empleos.

3 En primer lugar, sería importante generar promoción de la colaboración que puede aportar inteligencia artificial dentro de una empresa y no combatirla como una amenaza. Tipo de cambio claro y estable. Reglas de contratación y despido justas y equitativas para empleadores y empleados, y no con un desbalance para un solo sector

nuestro alcance a nuevas industrias acercando a nuestros usuarios de todas las categorías nuevas soluciones y productos para responder a sus necesidades actuales y a las futuras.

3 En la era de la digitalización y la innovación será fundamental el crecimiento y desarrollo de otros sectores clave y, sobre todo, de la economía, que debe acompañar este escenario para que los usuarios puedan adquirir nuevos productos innovadores que faciliten el avance de nuestra comunidad. Idealmente, buscamos el impulso de políticas económicas estables, para favorecer la llegada de la tecnología, el acceso a la información y a los datos, y la conectividad.

**HARDWARE**



**Nicolás Cánovas**

Director General de AMD para América del Sur de habla hispana

**AMD ARGENTINA**

**Empleados:** 27.000

1 Con el lema "Together We Advance" y enfocados en staff, clientes y socios, lideramos la innovación e impulsamos el avance de soluciones de cómputo de alto desempeño para resolver los principales desafíos. Con tecnología robusta y confiable satisfacemos capacidades data centers, aportando a la implementación de data science, IA y cloud.

2 Durante 2023 continuamos expandiendo



**Beto Serrano**

Managing Director Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay

**MASSALIN PARTICULARES**

**Empleados:** 2000

1 Continuaremos tra-



**Marcelo A. César**

CEO

**APEXAR TECHNOLOGIES**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 300 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 600 millones

**Inv. 2024:** u\$s 100.000

**Empleados:** 15

Naturgy

LA ENERGÍA QUE NOS LLEVA  
1843 · 2023

Cumplimos 30 años con vos

Celebramos 180 años de historia y 30 años de Naturgy en Argentina



**1** En el 2023 iniciamos la creación de una filial en España con un plan a tres o cuatro años con el objetivo de tener una filial espejo que nos permita potenciar desarrollos de nuevos negocios y expandir la empresa. Al final de nuestro plan de aterrizaje en España esperamos contar con un plantel de Ingeniería de Desarrollo, un sector administrativo y comercial, y una planta de ensamblado de componentes electrónicos similar a la que tenemos en Argentina.

**2** Las restricciones económicas afectaron directamente a nuestra empresa tecnológica. Con el 90% de insumos importados y una diversidad de componentes, las medidas nos impactaron directamente, generando demoras y extensiones en plazos de fabricación. Enfrentamos dificultades a lo largo de dos años, exacerbadas por devaluaciones y alta inflación.

**3** Para abordar los desafíos de nuestro sector, políticas públicas efectivas podrían incluir: 1- La simplificación de importaciones de insumos de producción. 2 - Estabilidad económica. 3 - Incentivos a la innovación. 4 - Mejora de infraestructura tecnológica y políticas sostenibles. Estas medidas entiendo que fortalecerían el sector y fomentarían la innovación y el crecimiento.



**Ernesto Blanco**  
Country Manager HP Argentina

**HP INC**

**2** Las nuevas modalidades de trabajo que se instalaron y el crecimiento exponencial de industrias como el gaming y el streaming requirieron adaptación, cambios e innovaciones y plantearon desafíos que hemos podido sortear al mantenernos en constante evolución y, sobre todo, cerca de nuestros usuarios.

**3** La digitalización de muchos ámbitos es una realidad, por lo que será fundamental que las políticas públicas acompañen la transición, facilitando básicamente el acceso a la tecnología y la conectividad. Además, uno de los principales pilares que se debe seguir fortaleciendo es la protección de los datos y la información. En esta era que transitamos, es esencial reforzar con políticas que mantengan seguros a los usuarios, ya sea particulares como empresas, que deben moverse en ecosistemas seguros.



**Adrián De Grazia**  
Director de Ventas digitales para las Américas y Country Lead de Intel en Argentina

**INTEL**

**Empleados:** 60

**1** En Intel proyectamos una gran inversión para que todos tengan acceso a tecnologías disruptivas. Queremos democratizar la inteligencia artificial y generar un ecosistema abierto que satisfaga las necesidades informáticas actuales. Con soluciones

concretas desde el borde, la PC, el Datacenter y la nube, donde la inteligencia artificial juega un papel fundamental en el desarrollo de soluciones para mejorar la vida de las personas.

**2** El gran desafío latinoamericano es la conectividad, existe una brecha digital importante. Nuestra principal prioridad en 2023 fue avanzar en la transformación digital y en la democratización de la tecnología. Continuaremos firmes en nuestro compromiso de apostar a Argentina y la región.

**3** Para impulsar el sector, es necesario implementar políticas que fomenten la inversión en tecnología, promuevan la innovación y regulen de manera flexible para facilitar la adopción de soluciones. La colaboración público-privada, el desarrollo de infraestructuras digitales y la formación de talento son fundamentales para el crecimiento sostenible del sector.



**Juan Andrés Martín**  
Gerente General de Lenovo Argentina, Centroamérica y el Caribe.

**LENOVO**

**Empleados:** 490

**1** Desde Lenovo seguiremos apostando al crecimiento de la industria y el mercado en el país. Tenemos como objetivo contribuir a lograr la inclusión tecnológica, con soluciones, servicios y productos innovadores de manera sustentable y consciente. Somos el único grupo

capaz de producir desde un teléfono hasta una supercomputadora, con una capa de servicios y software robusta.

**2** La situación macroeconómica local impactó en nuestra capacidad para cumplir los plazos de entrega que nuestros clientes requieren. Por eso, trabajamos día a día para satisfacer y cumplir estas necesidades, reafirmando nuestro compromiso con clientes y socios estratégicos. Asimismo, una de nuestras preocupaciones como marca es poder mantener el abastecimiento de nuestra red de distribución para acercar la tecnología a todos y seguir impulsando la transformación digital en el sector comercial.

**3** Creemos que el acceso a la tecnología debería ser un eje clave de las políticas públicas. La tecnología es una herramienta para el crecimiento económico. Nuestros productos y servicios son una parte fundamental en el crecimiento del sector pyme para el desarrollo económico que el Gobierno busca impulsar. Consideramos que una política de flexibilización en los procesos de importación serviría para impulsar aún más el desarrollo industrial, el crecimiento y la generación de empleo.



**Germán Greco**  
ED& gerente general de Motorola Mobility Argentina, Uruguay, Paraguay & Bolivia.

**MOTOROLA MOBILITY**  
**Empleados:** 60

**Inversiones 2024:** u\$s 11 millones

**1** Continuar impulsando la democratización de la tecnología. Ofreciendo smartphones con características innovadoras, a precios más accesibles. Además, seguiremos apostando al segmento premium y manteniendo al consumidor en el centro de nuestra estrategia.

**2** El principal obstáculo que se presentó durante este 2023 fue más que nada la coyuntura económica marcada por la inflación, pero nuestro principal trabajo es minimizar el impacto que pueda tener sobre la operación. Motorola se adapta a los cambios, y por supuesto que si cambian las reglas también lo haremos. Así, nos fortalecemos año a año y logramos consolidar nuestro market share, creciendo de un 12% en 2017 hasta un casi 40% en la primera mitad del 2023, el más alto del mundo para Motorola.

**3** Los dispositivos móviles tienen mucho que aportar en el escenario actual, ya que son una herramienta esencial para millones de personas. Durante este último año, tratamos de buscar alternativas con el objetivo de seguir trayendo las últimas tecnologías al país y que nuestros consumidores pudieran acceder a ellas.

**SAMSUNG**



**Ricardo Chang**  
Presidente y CEO

**SAMSUNG ARGENTINA**  
**Empleados:** 160

1 Como empresa líder en tecnología seguiremos enfocados en brindar a los consumidores argentinos la tecnología más innovadora, asegurando el acceso al mismo tiempo que al resto del mundo. Continuaremos expandiendo nuestro portfolio de productos de producción local para brindar a los consumidores el ecosistema más completo.

2 Somos conscientes de que los desafíos que hemos enfrentado este año en términos de suministro de productos y piezas de servicio han afectado las experiencias de nuestros clientes con la marca. Los consumidores son nuestra máxima prioridad, por lo tanto, concentraremos todos nuestros recursos y experiencia mundial en seguir mejorando nuestro funcionamiento y ofrecer siempre el mejor ecosistema de productos y servicios postventa.

3 Contar con iniciativas logísticas competitivas mejorará el canal de comercio electrónico y todo el funcionamiento del mercado. De esta manera, podremos enfocarnos en llegar al 100% de producción local, dado que estamos comprometidos a lanzar en Argentina los últimos productos al mismo tiempo que lo hacemos en EE.UU. e incluso Europa.



### Paula Altavilla

Country President Argentina, Paraguay & Uruguay

### SCHNEIDER ELECTRIC

**Empleados:** 509

1 En 2024 continuaremos impulsando la digitalización de procesos y de la gestión de la energía de nuestros clientes aportando nuevos desarrollos tecnológicos en materia de automatización, gestión y análisis de datos y servicios diseñados especialmente para la descarbonización de las operaciones de edificios, data centers, infraestructuras e industrias 4.0.

2 La sustentabilidad fue un generador de oportunidades en 2023. Crecimos por el desempeño de sectores muy dinámicos, como la energía, la minería, la construcción, las obras de infraestructura, centros de datos, y la agroindustria, entre otros. También evolucionamos trasladando nuestras oficinas al Centro Empresarial Libertador, un edificio energéticamente eficiente con certificación Leed Gold. Los principales desafíos estuvieron

vinculados al contexto macroeconómico y a la atracción del talento.

3 Estamos en un momento crítico marcado por una crisis energética que ha afectado las economías del mundo mientras se acelera la transición energética vinculada a la mitigación de la crisis climática, cuyos efectos se empiezan a evidenciar. Por eso resulta clave abordar el diseño y la implementación de propuestas que se enfoquen en la configuración de una matriz energética con componentes renovables gestionada digitalmente para potenciar un uso eficiente y lograr su sustentabilidad en el tiempo.

### SEGURIDAD



### Rodrigo de Salas

CEO

### ADDOC

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 26 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 29 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,5 millones

**Empleados:** 538

1 Durante 2024, en Addoc implementaremos tecnologías emergentes como el OCR inteligente

en la digitalización de documentos. También buscaremos fortalecer alianzas estratégicas para brindar soluciones IT y continuar ofreciendo a nuestros clientes un servicio confiable y personalizado en la gestión documental.

2 El principal obstáculo fue la escasez de talento en tecnología, hay poca oferta disponible, que trabaja para compañías del exterior con salarios en dólares. También los desafíos de ciberseguridad en un entorno digital en constante cambio. Asimismo, las condiciones económicas fueron un gran reto para el mantenimiento de la rentabilidad del negocio. A pesar de esto, logramos expandir nuestras operaciones.

3 Políticas públicas centradas en la promoción y adopción de tecnologías por parte de organizaciones públicas y privadas a través de incentivos fiscales. Ante todo, se debería ampliar la oferta de formación académica en Tecnología y Ciencia de Datos para mitigar la escasez de talento en el sector.



### Carlos Mackinlay

CEO

### STRIX BY LOJACK

**Facturación (e.) 2023:**

14.000 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 4 millones

**Empleados:** 420

1 Siempre hay oportunidades para crecer y expandirnos. En 2024 nos enfocaremos en seguir desarrollando tecnología de punta para nuestras plataformas para seguir brindando servicios innovadores y potencialmente expandir el perímetro de nuestros servicios.

2 Sin lugar a dudas la inflación creciente ha sido un gran problema y en líneas generales la incertidumbre reinante ha afectado el clima de negocios.

3 Mas que a nuestro sector, las políticas publicas tienen que estar orientadas a bajar sustancialmente la inflación, a generar equilibrio fiscal y bajar así este nivel de incertidumbre.

### SERVICIOS



### Ezequiel Braun

Pellegrini

CEO



# AGREGAMOS VALOR A LA ENERGÍA

Impulsamos el Desarrollo Energético Argentino y de la Región



Compañía Mega S.A.



www.ciamega.com.ar



**BREVITY**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 150 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 950 millones

**Inversiones 2024:**

**Empleados:** 10

2 A nivel económico, el financiamiento de startups por parte de VC se redujo sustancialmente, lo cual implicó un desafío y un esfuerzo. Pero más allá de ese punto, la transformación digital sigue siendo un desafío en distintos países, sobre todo cuando de legaltech se trata. Son cada vez más las compañías que entienden que reinventarse no es una opción sino una necesidad.

3 Teniendo en cuenta que la tecnología continuará en auge, es importante como industria atender todo lo relativo a seguridad y privacidad. Frente al crecimiento y adopción de este tipo de tecnologías, se presentó un proyecto de ley que busca regular el funcionamiento ético para proteger a quienes se puedan sentir amenazados por este desarrollo tecnológico.

capacidad de otros en la región, entre ellos el de Buenos Aires. Los nuevos estarán conectados con los existentes y estarán entre los más eficientes en consumo de energía.

2 Hemos tenido un año con muchos hitos. Por un lado, fue nuestro primer año como Cirion, con importantes anuncios de inversiones. De hecho, en la región durante este año estamos invirtiendo más de 250 millones de dólares para ampliar nuestra infraestructura y servicios de conectividad, seguridad y soluciones en la nube para contribuir al desarrollo de las economías de los países.

3 Estamos convencidos de que América Latina puede acelerar su crecimiento y progreso a través del uso de la tecnología. Las políticas e iniciativas que brinden un marco de estabilidad y previsibilidad que permitan planificar y atraer más inversiones se constituyen como un elemento clave.



**Adrián Anacleto**

CEO Fundador

**EPIDATA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 27 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 40 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 4 millones

**Empleados:** 503

1 En 2023 continuamos la internacionalización de Epidata, consolidando operaciones en plazas importantes en LATAM como Colombia, Perú y Uruguay; y creciendo de

manera sólida en proyectos y clientes en USA.

En 2024 vamos a profundizar este proceso, y en Brasil, donde abrimos recientemente. Tenemos proyectado abordar México y otros países como España donde ya tenemos clientes. Estamos evaluando la compra de compañías.

2 Entendemos que la complejidad de nuestro crecimiento en diferentes regiones, demandó alineamientos de culturas y adaptaciones a mercados locales, abordadas siempre con gestión colaborativa, modalidad laboral flexible y a distancia, con foco en el conocimiento. A ello se sumó la problemática, tanto país como internacional, con cambios económicos de impacto. Así y todo, nuestro balance es positivo y nos deja bien preparados para 2024.

3 Epidata es una empresa que brinda Outsourcing de Innovación, por lo tanto, el conocimiento es nuestra base de crecimiento, y la de nuestro sector en general. Consideramos que todas las propuestas y aportes desde las políticas públicas que generen y fomenten el desarrollo de conocimiento, desde su creación hasta su implementación y uso, son fundamentales para el desarrollo del sector.



**Franco Taraborrelli**

Gerente General

**ITURAN**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 4750 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 11.850 millones

**Inversiones 2024:** \$ 1650 millones

**Empleados:** 200

1 Seguiremos trabajando para continuar brindando servicios que, basados en la tecnología de última generación, permitan a nuestros clientes ya sean particulares, compañías de seguro, logística o automotrices, resguardar su patrimonio, optimizar su negocio y cuidar a las personas.

2 Nuevamente el año ha transcurrido con una situación inflacionaria por encima de toda predicción. En Ituran, a pesar de esta realidad hemos continuado trabajando para seguir brindando el mejor servicio a nuestros clientes, optimizando los procesos basados en tecnología de vanguardia.

3 Este año no se ha avanzado en ningún aspecto, por lo tanto, se debería orientar las políticas a una estabilidad regulatoria, un marco jurídico previsible e incentivar las inversiones, el desarrollo e innovación tecnológica en las distintas industrias y especialmente bajando la presión impositiva sobre estos sectores.



**Pablo Pereira**

CEO y Presidente

**NTT DATA**

**Empleados:** 1000

1 Continuar con el sendero de crecimiento y especialización en tecnologías innovadoras, creando valor para nuestros clientes, y a la sociedad. Acompañando

al talento en su desarrollo y ser éticos todos y cada uno de los días.

2 La Inflación. Es muy difícil poder planificar y dedicar tiempo a actividades de valor, desarrollando talento y superando las expectativas de exportación con estos niveles de inflación.

3 Disminuir la inflación, incentivar el primer empleo, desaparición de la brecha cambiaria, reducir impuestos.



**Nicolás Baccigalupo**

CEO y Founder

**OCTOPUS PROPTech**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 1,2 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 1,5 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,2 millones

**Empleados:** 53

1 Para 2024 vamos a continuar apostando al crecimiento y desarrollo de nuestra tecnología, buscando profundizar y ampliar nuestro ecosistema sobre todo en la construcción de nuestra capa fintech, permitiendo que el flujo de pagos dentro de los consorcios tenga acceso al mundo digital.

2 Fue un año muy desafiante, tanto en la economía local, como en la economía global y también, como una novedad, fue un año complejo para la industria de tecnología, eso ciertamente presenta grandes adversidades para todos. Considerando todo esto, nuestro balance es muy positivo.

3 En Argentina, podrían implementarse políticas como reduc-

ción de impuestos para empresas tecnológicas, seguir trabajando sobre la Ley de Economía del Conocimiento. Continúa habiendo escasez de recursos en el mercado y desarrollo de parques tecnológicos.

**P PedidosYa**



**Esteban Gutiérrez**

CEO

**PEDIDOSYA**

**Empleados:** 2200

1 Para 2024 esperamos continuar con nuestra estrategia de crecimiento. Para ello vamos a centrar nuestros esfuerzos en ampliar la oferta dispo-

nible en todas nuestras verticales de negocio, para que los usuarios dispongan de la variedad más amplia de productos, de manera cómoda, ágil y segura en el menor tiempo posible.

2 Este fue un año con un balance realmente positivo. A principios de año nuestro principal objetivo era continuar por la senda de crecimiento, pero con el desafío de hacerlo de manera sostenible y hoy, a dos meses de finalizar el año, estamos muy orgullosos de haberlo cumplido.

3 Operamos en 15 países de la región que tienen desafíos y oportunidades distintas, sin embargo existe un común denominador en la mayoría de ellos, que es la falta de una regulación que entienda la realidad de la industria y le de un

marco jurídico claro que favorezca su crecimiento. Estamos convencidos del potencial de la industria y de la región.

**POWERFLEET**  
People Powered by IT



**Pablo G. Porto**

VP & Gerente General

**POWERFLEET**

**Empleados:** 45

1 Las expectativas son las de seguir incrementando nuestra base instalada, reafirmando el compromiso constante con el éxito de nuestros clientes, al mismo tiempo que colaboramos en la promoción de prácticas más sostenibles.

2 Fue un año desafiante marcado por la devaluación de la moneda y la alta inflación en nuestro país. Sin embargo, crecimos nuestro negocio, logramos ampliar nuestra base instalada, demostrando la confianza continua de nuestros clientes en nuestras soluciones y servicios.

3 Es fundamental promover políticas que brinden estabilidad económica y un ambiente propicio para el desarrollo empresarial y la inversión. También es esencial la expansión de infraestructuras clave.

**Provincia NET**



**Juan Ignacio Balasini**

Presidente

**PROVINCIA NET**

**Empleados:** 1615

1 En 2024 continuaremos con el desarrollo de nuestras soluciones digitales de pago para la cobranza de impuestos y servicios, y ampliaremos nuestras propuestas de servicios de contact center.

2 Durante 2023 pusimos el foco en el lanzamiento del marketplace de Banco Provincia, Provincia Compras, el cual logró un enorme éxito entre las y los clientes del banco.

3 Es importante que se continúen desarrollando marcos normativos que garanticen canales seguros para los pagos digitales y la atención de posventa en ecommerce, para impulsar así el



UNA TRAYECTORIA DE MÁS DE 94 AÑOS  
LIGADA AL DESARROLLO DEL PAÍS  
Y DE LA GENTE, OFRECIENDO  
PRODUCTOS FRESCOS  
DE MÁXIMA CALIDAD EN CADA  
RINCÓN DEL PAÍS.

**LA SERENÍSIMA.**  
**LA CALIDAD DE SIEMPRE.**



consumo y proteger la experiencia de usuario de nuestros clientes.



**Fernando Manjarín**  
CEO

**QUALES GROUP**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 4 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 6 millones

**Inv. 2024:** u\$s 835.000

**Empleados:** 150

1 Profundizar la internacionalización, con principal foco en España y México. Crecer e invertir en el desarrollo de nuestros Data Products que permitan complementar nuestros servicios en el punta a punta de la estrategia de datos y de la IA.

2 A nivel volumen de negocio crecimos en base a los objetivos que teníamos. En ese aspecto el 2023 fue un muy buen año para Quales. Conseguimos consolidarnos dentro de toda nuestra base instalada de clientes tanto en Argentina como en LATAM y España.

3 Mejoras en el tipo de cambio para exportar. Incentivos para que las grandes empresas mejoren los plazos de pagos a las pymes.

**SERVICIOS FINANCIEROS**



**Pablo Carretino**  
CEO de Interbanking

**INTERBANKING**

**Empleados:** 350

1 Tenemos el desafío de llevar la transformación digital a todas las empresas para potenciar su productividad y enriquecer su cadena de valor. Hoy si una empresa no invierte en tecnología, no puede competir en el mercado.

2 El 2023 fue un gran año para Interbanking. Lanzamos dos nuevas ediciones de nuestro índice semestral, habilitamos nuestra nueva página web y desarrollamos API, una herramienta clave para integrar nuestra plataforma con los sistemas de gestión de cada empresa.

3 En Argentina tenemos el talento para desarrollar un ecosistema financiero transparente e integrado. Las políticas tienen que apuntar a seguir formando profesionales en carreras IT, y generar las oportunidades laborales para retener ese talento. Además, tenemos que ir rumbo a un ecosistema abierto, donde los datos no sean de los bancos sino de los usuarios.

**SOFTWARE**



**Daniel Jejcic**  
CEO

**AVENIDA+**

**Facturación (e.) 2023:**

25.000 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$

50.000 millones

**Inv. 2024:** \$ 30 millones

**Empleados:** 50

1 Esperamos un 2024 con alguna retracción en el consumo, propiciado por la política macroeconómica que nos espera

poselecciones. En 2024 continuaremos creciendo en el país y en nuestra regionalización.

2 El aumento de los precios generados mayormente por la fluctuación de los distintos tipos de cambio, la escasez de inventario importado o producido con materia prima importada y la administración de los equipos en un ecosistema tan volátil.

3 Políticas enfocadas en la producción, apertura de importaciones y simplificación de los distintos tipos de cambio actuales.



**Mariano Oriozabala**  
CEO Infracommerce para Latinoamérica

**BRANDLIVE**

**Fact. (e.) 2023:** u\$s 75.000 millones (global)

**Fact. (p.) 2024:** u\$s 101.000 millones (global)

**Inversiones 2024:** u\$s 6000 millones (global)

**Empleados:** 306

1 En 2024 tenemos expectativas de crecimiento sostenido del 20% en toda Latinoamérica. Impulsando la innovación del eCommerce mediante la implementación de IA en todas las áreas de la compañía para impactar la experiencia de los consumidores. Planificamos dar un fuerte impulso en el desarrollo de nuestros productos de Digital Commerce Omnichannel Suite.

3 1. Mejorar el acceso a internet en áreas rurales y urbanas. 2. Implementar políticas fiscales favorables para las empresas de comercio electrónico,

como reducciones de impuestos o incentivos para la inversión en tecnología y logística. 3. Promover programas de educación y capacitación en eCommerce para emprendedores y pequeñas empresas, con el fin de fomentar su participación en el sector y mejorar sus habilidades digitales.



**Ricardo Hernández**  
CEO

**EDISON**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 1700 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 3000 millones

**Inv. 2024:** u\$s 600.000

**Empleados:** 100

1 Las expectativas están centradas en la inversión y desarrollo en el exterior del país y expandir las operaciones en la región. En la Argentina, seguir creciendo en nuestra base instalada, concentrando los esfuerzos en renovar los contratos vigentes.

2 Los principales obstáculos fueron la inflación y la restricción de pago de importaciones de licencias de software, pero lo más complicado fue acompañar la suba de salarios con la inflación.

3 Lo fundamental es bajar la inflación, para dar previsibilidad al mercado. Necesitamos volver a planificar sobre bases sólidas, es muy difícil cubrirse en posiciones en dólares, con matrices cruzadas de que pasa si compras instrumentos financieros y las restricciones impositivas.



**Wanda Weigert**  
Directora Ejecutiva de Globant Argentina y Chief Brand Officer Global

**GLOBANT**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 2094 millones

**Empleados:** 5500

2 Vamos a seguir trabajando con nuestros clientes para asegurar que se mantengan relevantes frente a sus consumidores, aprovechando lo último en IA y otras tecnologías. También vamos a seguir acercando oportunidades laborales en todo el país, generando nuevos ecosistemas de manera federal, como lo que ocurrió en Tandil.

3 Creo que es muy importante fortalecer las políticas públicas que impulsen y fomenten la educación tecnológica, las habilidades matemáticas, lógicas y de creatividad en todos los rincones de nuestro país. Esto contribuirá a potenciar nuestro talento y hacerlo aún más competitivo en el mercado global.



**Sergio Angelini**  
Presidente

**GRUPO MSA**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 40 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 45 millones

**Inversiones 2024:** u\$s

4,5 millones

**Empleados:** 90

1 A nivel local dependerán los resultados de las políticas de estabilización monetaria. Internacionalmente concretaremos proyectos en el plano electoral y de producción industrial. Nos enfocamos en 3 proyectos: uno de entretenimiento, otro en la generación de sustentabilidad ambiental y el último en una línea de producción para la industrialización de equipos UAV.

2 Un año desafiante, de crecimiento y diversificación. Brindamos tecnología en más de 18 procesos electorales de LATAM, en elecciones presidenciales y provinciales, con grandes avances de I+D y desarrollo de nuevos negocios. Sufrimos inestabilidad económica, inseguridad jurídica y dificultades para contener talentos frente a las asimetrías de un mundo globalizado.

3 Resulta imprescindible una adecuación de la macroeconomía y un marco de estabilidad monetaria. Con ello, velar por el comercio exterior, que permita competir en igualdad de condiciones, facilitando el acceso a bienes y servicios externos sin comprometer la credibilidad de nuestras empresas. Promover un marco regulatorio laboral que facilite la retención del capital humano.



**Alejandro Bianchi**  
Presidente y CEO

**LIVEWARE**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 370 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 518 millones

**Inv. 2024:** \$ 15 millones

**Empleados:** 50

1 Los objetivos para 2024 son: - Incrementar consultoría y desarrollo en el Estado en contexto de Transformación Digital y en nuestros mercados tradicionales - Incrementar venta de productos y servicios de nuestros partners Atlassian y Mega - Posicionar en nuestra cartera de clientes nuestros servicios de datos potenciados por Inteligencia Artificial - Posicionar nuestra oferta de desarrollo de IA, (ML IAG) - Consolidar un proyecto de exportación de nuestros servicios a LATAM

2 La coyuntura política y económica ha sido, tal vez, el mayor escollo al que debimos enfrentarnos, caracterizados por el proceso inflacionario y las limitaciones para importar y poder girar divisas al exterior.

3 Hay que potenciar más la formación de profesionales. Acceso al

crédito para planes de exportación de productos y servicios. Redefinir el sistema tributario y apuntalar la transformación digital.



**Luis Lombardi**  
VP & Country Manager LATAM

**MICROSTRATEGY**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 613 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 735 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 45 millones

**Empleados:** 110

1 Seguiremos acompañando a nuestros clientes en su transición hacia la nube, potenciando la inteligencia analítica de las organizaciones sin requerir inversiones en hardware y reduciendo los costos operativos. Gracias a nuestra innovadora plataforma MicroStrategy One, fusionamos lo mejor de dos mundos: Business Intelligence e Inteligencia Artificial.

2 Supimos convertir los desafíos globales en oportunidades, expandimos nuestro centro de servicios compartidos de Argentina al mundo. A

pesar de la inflación, las limitaciones en el acceso a divisas y las restricciones presupuestarias en las empresas, logramos superar estas dificultades mediante contratos en pesos.

3 Creemos firmemente en el potencial de los jóvenes y estamos profundamente comprometidos con su desarrollo profesional. El 10 % de nuestra nómina se compone de pasantes que están realizando su primera incursión en el mundo laboral mientras se forman en tecnología.



**Fernando López Iervasi**  
Presidente de Microsoft Sudamérica Hispana

**MICROSOFT**

**Empleados:** 192

1 Estamos en medio de un cambio masivo y de enorme impacto en la computación que conlleva inmensas oportunidades para las personas y las organizaciones. La IA es el amplificador definitivo de lo que podemos hacer, por eso es nuestro copiloto. Nos ayudará a resolver problemas, crear

nuevos conocimientos y mejorar nuestras vidas.

2 Definitivamente ha sido el año de la Inteligencia Artificial. Vivimos en un mundo de complejidad económica, y la IA tiene el poder de revolucionar todas las industrias, brindando a las personas una mayor satisfacción, con menos tareas repetitivas y proporcionando productividad a las organizaciones. En todas las industrias lo central son los datos.

3 El camino para transformar el país es el aprendizaje constante. La Argentina tiene una oportunidad enorme en tecnología. Este año avanzamos en la capacitación con diferentes gobiernos y ONG en todo el país para impulsar capacitaciones gratuitas en habilidades digitales.



**Antonio Rivero**  
Director General de Napse

**NAPSE**

**Empleados:** 250

1 Queremos seguir avanzando en el desarrollo de soluciones que acompañen la transformación digital de la indus-



**EN MONDELÉZ INTERNATIONAL QUEREMOS LIDERAR EL FUTURO DE LOS SNACKS OFRECIENDO:**

- EL PRODUCTO CORRECTO
- PARA EL MOMENTO CORRECTO
- HECHO DE LA MANERA CORRECTA

Esto significa ofrecer una gama más amplia de snacks deliciosos y de alta calidad, elaborados con ingredientes y envases sostenibles con los que los consumidores y nuestras comunidades se sienten bien.

**ESTAMOS TRABAJANDO PARA QUE NUESTRO MUNDO SEA NO SOLO DELICIOSO SINO TAMBIÉN RESPONSABLE**



tria del retail omnicanal, para que los minoristas puedan administrar sus operaciones de manera simple y eficiente, lo cual tiene un impacto directo en la experiencia del consumidor y en la rentabilidad de los negocios.

2 Nos enfrentamos a un panorama dinámico, caracterizado por transformaciones rápidas y la aparición constante de nuevas tecnologías. Como empresa, nuestro desafío radica en entender las cambiantes necesidades y prioridades del sector minorista.

3 En toda América latina, la cuestión tributaria es fundamental, especialmente para las empresas que desean exportar software; es necesario contar con políticas que fomenten este tipo de actividad. Además, hay numerosas complicaciones para contratar personal, ya sea a tiempo completo o temporal. El trabajo remoto se consolidó en la región, pero las leyes laborales deben ser más flexibles y adaptarse.



**Marcelo Carbone**  
Founder y CEO

**PERTIX TECH**

**Empleados:** 22

1 Desarrollo de alianzas comerciales con partners internacionales.

2 Dado que Pertix es una empresa radicada en el exterior (USA), y desde allí se administra la facturación de los servicios, la movilidad de los fondos con el estado actual de la legislación argentina es un escollo mayúsculo.

3 Eliminación de las barreras de ingreso de divisas. Estabilización y unificación del mercado cambiario.



**Carlos Pinto**  
Presidente

**PLANEXWARE**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 1055 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 2500 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 200.000

**Empleados:** 88

1 Seguiremos invirtiendo en nuevas soluciones complementarias para el mercado de Retail, potenciando las prestaciones de nuestro Portal de Proveedores y continuando nuestra expansión latinoamericana. En cuanto

a la situación del mercado local vislumbramos un entorno conflictivo y enrarecido por el cambio de gobierno y el sinceramiento de múltiples variables económicas.

2 Sin dudas la inflación no solo en la moneda corriente sino también en el cambio de modalidad de liquidación de servicios del exterior, que pasaron de ser liquidados en dólar oficial pasando al dólar MEP o directamente al dolar blue. Además, la competencia por los profesionales informáticos ha aumentado la rotación y complicado la incorporación de personal.

3 Indudablemente la drástica reducción de la inflación, el establecimiento de reglas claras y previsibles de comercio internacional y la generación de políticas educativas tendientes a generar más profesionales de informática.



**Jorge Lucero**  
CEO

**REDBEE STUDIOS SA**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 14 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 17 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 750.000

**Empleados:** 200

1 Nuestra expectativa para 2024 se basan, por un lado, en la consolidación del proceso de expansión hacia la región Latam, tanto en el trabajo con clientes como en la detección del talentos. Y, asimismo, proyectamos seguir creciendo en el mercado de Estados Unidos.

2 Los principales desafíos en 2023 estuvieron dados por la macroeconomía argentina, que ha marcado parte de la agenda, sumado a la complejidad e incertidumbre que supone un año electoral.

3 Teniendo en cuenta que el sector tecnológico requiere de una alta demanda de talento calificado, sería bueno contar con una agenda más profunda en términos de formación de personas con habilidades técnicas digitales.



**Jorge Payró**  
Country Manager de Red Hat en Argentina

**RED HAT**

**Empleados:** 170

1 Las expectativas de Red Hat son reforzar nuestro rol como socios estratégicos para las organizaciones en sus estrategias de transformación digital, principalmente en la nube. Nos enfocaremos en la automatización de la infraestructura y en el ciclo de vida de las aplicaciones ya que entendemos que esto va a seguir evolucionando muchísimo. Proporcionaremos las plataformas habilitadas de IA para los clientes.

2 Pese a los diferentes escenarios en el ecosistema empresarial, principal desafío para Red Hat al igual que para todo el mercado, el balance del año es positivo. Enfrentamos tiempos inciertos e imprevisibles, pero nuestras soluciones abiertas y colaborativas siguen impulsado el desarrollo de los negocios y la innovación de nuestros clientes.



**Claudia Boeri**  
Presidente de SAP Región Sur

# ENERGÍA RENOVABLE PARA DESCARBONIZAR LA INDUSTRIA

- 6 parques eólicos en operación
- 130 aerogeneradores
- 720 mil hogares abastecidos
- 527 MW potencia instalada





**SAP**

**Empleados:** 1200

1 Vemos que los próximos meses serán intensos en términos de proyectos vinculados a la transformación de los negocios, producto de una madurez mayor del mercado para la adopción de soluciones en la nube para el desarrollo de nuevos modelos comerciales y operativos. La inclusión acelerada de la inteligencia artificial generativa en procesos de negocio tradicionales será uno de los puntos fuertes del próximo año.

2 El año que termina fue muy importante: vimos cómo las organizaciones fueron más allá del contexto electoral y continuaron con sus inversiones para transformar sus negocios, llevando a sus organizaciones hacia la

nube. De hecho, Argentina lidera las migraciones en la nube en la región con SAP.

3 Argentina tiene mucho para crecer. Y en SAP sabemos que parte de ese crecimiento se podrá dar a partir del fomento y desarrollo de la formación de más y nuevos profesionales. En este sentido, la educación, como política pública, será un punto clave para que Argentina pueda alcanzar en 2033 exportaciones por más de u\$s 33.259 millones de la industria del conocimiento.



**Guido Ipszman**

Director general de Salesforce Argentina y Perú

**SALESFORCE**

**Empleados:** 972

1 Nuestro objetivo es democratizar el uso de la IA Generativa de forma confiable en empresas de cualquier tamaño e industria. Somos pioneros en incorporar IA al CRM y creemos que ofreciendo más de este tipo de herramientas nuestros clientes notarán impactos muy positivos en su organización.

2 Siempre apostamos al país en el largo plazo y esa visión nos trae buenos resultados. Este año GPTW y Mejores Empleadores nos reconoció como una de las mejores empresas para trabajar en el país. En 2023 la gran innovación para la compañía fue la integra-

ción de la IA generativa a todas nuestras soluciones, junto a Einstein Trust Layer, la capa de confianza que brinda seguridad en uso para que las empresas puedan disfrutar de los beneficios sin sacrificar la confianza de sus datos.

3 La escasez de talento en el sector IT nos afecta directamente. Creemos que el desafío del futuro del trabajo requiere la acción inmediata y en conjunto de las empresas IT, gobiernos, instituciones educativas y sociedad. Pero sin limitarse solo al uso estas herramientas, sino que haciéndolo de manera ética y responsable para no dañar a la sociedad. Es importante contar con un marco de referencia ético en torno a los derechos humanos, la privacidad, seguridad, honestidad e inclusión.



**Darío Stern**

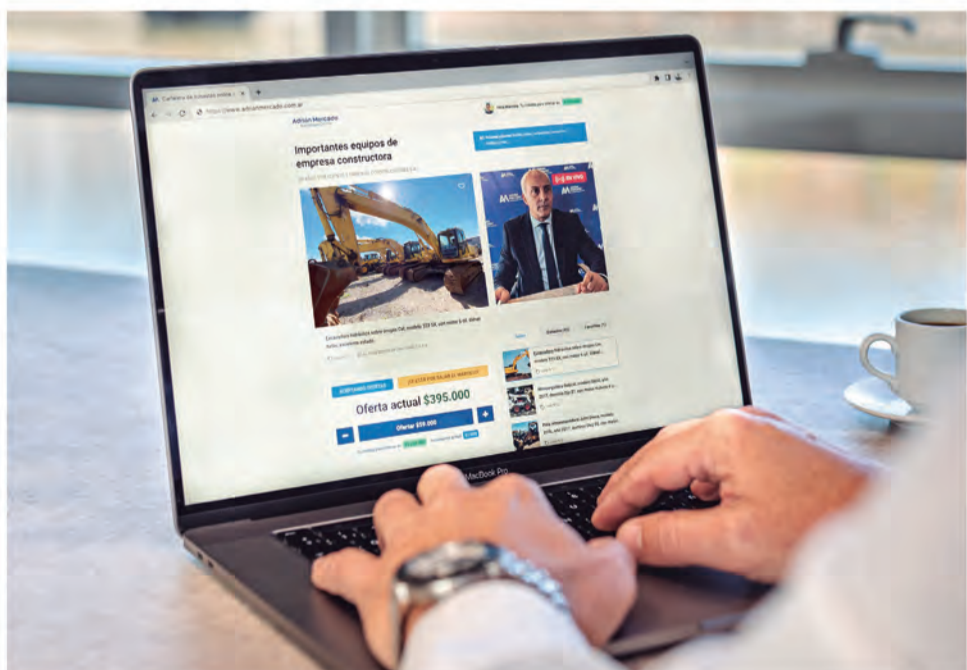
Director general

**SEIDOR**

**Empleados:** 500

1 El ADN de Seidor y el carácter de nuestra industria es siempre de crecimiento; en cualquier caso auguramos un 2024 con fuerte demanda de servicios de consultoría relacionados con la eficiencia en gestión empresarial y, a la vez, seguimos sumando nuevas líneas de negocio relacionadas con la tecnología, la ciberseguridad y el desarrollo de soluciones propias

# Una empresa líder, dos unidades de negocio: Subastas Online | Real Estate



**Adrián Mercado®**

Potenciando negocios



**2** La coyuntura de un escenario 2023 muy inestable ha sido un desafío, especialmente acompañando una cartera muy amplia de clientes, muchos de ellos pymes que demandaron de la tecnología, soluciones a sus propios desafíos. El que viene será otro buen año para nuestro negocio más allá de las incertidumbres

**3** Como integrantes del ecosistema de los servicios basados en el conocimiento, apoyamos políticas públicas que alienten el desarrollo de talento local y la exportación de esos servicios a la mayor cantidad de mercados internacionales y, a la vez, que favorezcan el emprendedurismo en nuestras empresas



### **Jorge Pablo Dobrusky D'Andrea**

*Socio-Gerente*

#### **TESTER**

**Facturación (e.) 2023:**

\$ 171,5 millones

**Facturación (p.) 2024:**

\$ 259,3 millones

**Inv. 2024:** \$ 48 millones

**Empleados:** 21

**1** Nuestra expectativa

es que se establezca la economía, baje la inflación en forma sostenida, consecutiva y predecible para poder empezar los proyectos que se pausaron este año debido a la falta de inversión y financiación de los mismos por la situación económica del país.

**2** El principal desafío fue que tuvimos que predecir ante la continua incertidumbre, el contexto de los meses siguientes para poder presupuestar servicios manteniendo los recursos y generando además valor como venimos haciendo hace más de 8 años. Nuestro balance fue muy bueno porque invertimos más tiempo en compartir y consensuar con nuestros clientes la situación del país en un año electoral, con muchos cambios diarios que nos hacían repensar para a mantener el modelo de constante evolución.

**3** Luego de años con ofrecimientos de aportes no reembolsables, créditos, financiamientos, etc. por parte del gobierno que terminan no prosperando para todas las empresas que se inscriben a los mismos, se necesitan políticas públicas de shock donde se pueda posdatar el pago de impuestos a tasas internacionales, lo que obligará a tener un estado más eficiente empezando por una restricción propia,

aunque sea minimamente lo equivalente a lo que se piensa o se haya calculado ofrecer.



### **Lautaro Carmona**

*CEO*

#### **UNITECH**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 7 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$s 9 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 1,5 millones

**Empleados:** 140

**1** Seguimos avanzando en nuestro plan de inversión global con excelentes resultados en América latina y Europa. En Argentina sumamos clientes del sector público y privado con foco en la digitalización de los sistemas judiciales y soluciones contra el fraude y la delincuencia organizada. Para 2024 esperamos seguir creciendo con la renovación de Cloud Native de Iurix y Tramix y con la última incorporación: IURIX Mind, el primer asistente cognitivo judicial con avanzadas capacidades de IA generativa

**2** El gran desafío es la falta de profesionales en la industria del software,

además de la inflación. Sin embargo, estamos orgullosos de nuestra estrategia de gestión de talento: nuevamente obtuvimos la certificación de Great Place to Work que nos posiciona como una gran organización para trabajar. Seguimos apostando a los beneficios de trabajar completamente en remoto, comprometidos con nuestra misión que, aunque ha sido un año muy desafiante, nos demuestra que estamos en el camino correcto

**3** Subrayamos una vez más la importancia de implementar programas de formación a gran escala para la industria del software y adoptar políticas cambiarias más favorables para el sector. Estas medidas facilitan notablemente la capacidad de incrementar las exportaciones de la industria, sin dejar de lado, por discrepancias de precios, la transformación digital de Argentina



### **Marcelo González**

*CEO y Cofundador*

#### **VERTITRAN**

**Facturación (e.) 2023:**

u\$s 85 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 19 millones

**Empleados:** 250

**1** Para el 2024 tenemos el objetivo de seguir desarrollando proyectos exitosos de billeteras, banca omnicanal para individuos y empresas, y soluciones de redes de comercios. Estas soluciones permiten escalar los proyectos de la banca y el segmento retail, rentabilizando su transformación digital. Internacionalmente continuamos consolidando y ampliando nuestra presencia en Hispanoamérica, Brasil, Estados Unidos y Europa.

**2** La brecha cambiaria es el principal impedimento para desarrollar nuestro negocio. La mayoría de nuestra estructura de costos está dolarizada a valor no oficial y nuestros ingresos están a valor oficial. Independientemente de estas dificultades fue un muy buen año para Veritran, en el que pudimos sumar nuevos clientes y consolidar mercados externos, logrando que más de 50 millones de personas autogestionen sus finanzas de forma exitosa

**3** Según el último informe del Opssi, en los últimos dos años el empleo en el sector tecnológico en Argentina creció un 21,5%. La industria emplea a un total de 142 mil personas, aunque aún



**Enviá dinero al exterior.**  
**Es fácil, rápido y confiable.**

no logra satisfacer la demanda interna y externa. Es fundamental fomentar la educación de calidad e informar la enorme oportunidad de progreso social que tienen las carreras de IT.

**Telecomunicaciones**



**Jerónimo Serafini**  
Presidente

ANURA

**Facturación (e.) 2023:** \$ 1000 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 2500 millones

**Inv. 2024:** \$ 500 millones

**Empleados:** 30

- 1 Continuar creciendo tanto en AMBA como en las grandes ciudades del Interior
- 2 La inflación y la carga impositiva
- 3 La estabilización de la macroeconomía, bajando la inflación y sin restricciones cambiarias.



**Ariel S. Levensohn**  
Gerente Comercial Cono Sur

**FURUKAWA SOLUTIONS**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 45 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 53 millones

**Empleados:** 91

- 1 Desde el punto de vista macroeconómico el 2024 nos debería encontrar en proceso de recuperación con inversiones controladas, pero en cuanto a lo tecnológico y de las Telecomunicaciones en el país hay grandes necesidades y a su vez oportunidades de crecimiento. Esto nos motiva a seguir apostando por el incremento de nuestra capacidad de producción local y portfolio de soluciones. Las decisiones políticoeconómicas que se tomen serán determinantes para ejecutar estas importantes inversiones.
- 2 Las principales dificultades

que enfrentamos estuvieron relacionadas con la inestabilidad económica que atravesó el país, afectando tanto el nivel de consumo como el comercio internacional. Estos obstáculos dejaron por delante grandes desafíos y oportunidades de crecimiento. A pesar de esto, Furukawa pudo sortear este complejo escenario logrando mantener la operación y equilibrar y mejorar el resultado en la región.

- 3 La carga impositiva que recae sobre los productores nacionales es mayor que la de las importaciones. Un balanceo en este sentido, sumado a políticas que regulen de forma sólida el ingreso de materiales con un estándar mínimo de calidad, impulsará el desarrollo tecnológico e inversiones en materia de investiga-

ción, lo que naturalmente elevará la calidad del Sistema de Telecomunicaciones del país.



**Carlos Granzotto**  
Gerente General

**GIGARED**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 46 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 48 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 18 millones

**Empleados:** 387

- 1 En 2024 seguiremos incorporando tecnología de última generación en todas las localidades donde actualmente operamos.



**MEJOR VINO TINTO ARGENTINO**



**TRIVENTO**  
Golden Reserve  
12 MONTHS OAK BARREL  
— 2020 —  
**MALBEC**  
LUJÁN DE CUYO - MENDOZA  
ARGENTINA



Ampliamos la cobertura con extensión de nuestra red y apertura de nuevas sucursales. Además, Gigared ya es pionero en el país por trabajar con inteligencia artificial, con el fin de asistir al cliente de forma personalizada.

2 Este año la devaluación y la constante inflación prolongaron el golpe arrastrado de las importaciones de equipos e insumos, lo que dificultó un crecimiento mayor, no obstante, hemos podido equilibrar progresivamente el costo del servicio a nuestros clientes para seguir expandiéndonos. Nuestra firme intención es seguir innovando pese a la situación que ha surgido en el ámbito económico.

3 Hemos aprendido en años anteriores a trabajar sobre cada uno de los proyectos a pesar de que existe una situación en Argentina que incrementa progresivamente los costos y dificulta la ejecución de lo que hemos planificado. La liberación de cuotas a la importación sería una medida adecuada, para una industria que prácticamente no cuenta con proveedores nacionales de insumos y equipos, importar es más que indispensable para el sostenimiento de la actividad en el ámbito de las telecomunicaciones.



**Sebastián Bardengo**  
CEO

**METROTEL**

- 1 Esperamos poder mantener el posicionamiento de liderazgo que Metrotel tiene en el mundo de las telecomunicaciones B2B. Asimismo, seguiremos impulsando el crecimiento de soluciones innovadoras en el ámbito de IoT, Cloud y SD-WAN. En paralelo, buscaremos escalar nuestro negocio de Red neutral FTTH el que aún es incipiente en nuestro país y tiene muchísimo potencial.
- 2 Mantenemos una fuerte inversión en red, equipamiento y software, los cuales son importados. La volatilidad del dólar y las restricciones a la importación fueron factores que complicaron sobremanera el desarrollo de nuestra actividad. Además, el actual contexto de incertidumbre genera un desafío mayúsculo para poder proyectar los niveles de actividad para 2024. A pesar de esto, tuvimos un año positivo donde acompañamos a nuestros clientes, manteniendo servicios de alta calidad y performance.
- 3 Un contexto económi-

co más estable y predecible implicaría un impulso importante para nuestra actividad. Así, se evaluarían múltiples políticas que aceleren nuestro ritmo de inversiones en redes neutras de fibra óptica. Dos pilares serían: incentivar el tendido de la red mediante acuerdos de uso de infraestructura pública (municipal, provincial, nacional) y generar una regulación uniforme para la obtención de los permisos.



**Roberto Nobile**  
CEO (Chief Executive Officer)

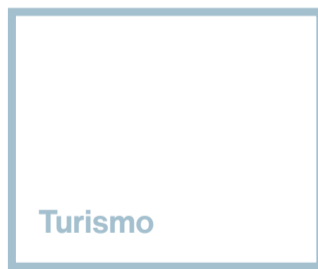
**TELECOM ARGENTINA**

- Empleados:** 21.729
- 1 Con el compromiso de ofrecer un ecosistema integral de servicios digitales, conectividad y entretenimiento, a través de sus marcas Personal, Flow y Telecom, la empresa va a continuar desarrollando soluciones IoT, Fintech, ciberseguridad, y smarthome. Para lograrlo seguiremos invirtiendo en infraestructura para seguir evolucionando las redes fijas y móviles y los sistemas; manteniendo el

foco en la satisfacción y el vínculo con los clientes.

2 Mantener un plan de inversiones sólido y constante, acorde a la actualización tecnológica, la ampliación de la conectividad y el desarrollo de nuevos servicios digitales, es un gran desafío en un año atravesado por dificultades macroeconómicas. Telecom se enfocó en sostener la sustentabilidad de sus operaciones, profundizando la optimización de procesos y eficiencias, para afrontar el escenario coyuntural complejo.

3 El desarrollo de la economía digital para que cada vez más argentinos accedan a las posibilidades que brinda la tecnología requiere del compromiso de todo el ecosistema TIC, y un fuerte impulso por parte del sector estatal. Es imprescindible contar con regulaciones claras, estables y modernas, que faciliten y promuevan las inversiones intensivas necesarias para desplegar infraestructura ya existente, así como las nuevas redes 5G.



**ASISTENCIA AL VIAJERO**



**Amalia Lagomarsino**  
CEO

**ASSISTO TU VIAJE**

- Empleados:** 41
- 1 Confiamos en que, a nivel mundial, el turismo continúe su senda de crecimiento, y superando ya los niveles prepandémicos. En lo interno, tenemos proyectado continuar nuestro desarrollo, fortaleciendo la presencia en toda la Región. Actualmente estamos presentes en más de diez países, y nuestra intención es seguir abriendo nuevos mercados.
  - 2 Ha sido un año de mucha incertidumbre lo cual ha repercutido en nuestro sector, lo positivo es que se ha compensado por el crecimiento y expansión logrado en nuevos mercados.
  - 3 Todas las políticas que incentiven los viajes y el turismo son positivas para nuestra industria. Iniciativas como el Pre-Viaje, por ejemplo, han sido sumamente positivas para las coberturas nacionales.

**HOTELES**



**Tenemos el talento que tu empresa necesita**



**Arturo Navaro Ithuralde**  
CEO

### AADESA HOTEL MANAGEMENT

**Facturación (e.) 2023:**

u\$ 15 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$ 17 millones

**Inversiones 2024:** u\$ 1 millón

**Empleados:** 100

- 1 Para el 2024 buscamos consolidar el crecimiento que estamos generando en términos de negocio. También apuntamos a concretar los proyectos confirmados para nuevos hoteles que comienzan su etapa de construcción en Gral. Rodríguez, Valle de Uco Mendoza, en la selva de Iguazú y en Miami.
- 2 El 2023 fue un año de crecimiento del consumo en turismo, con alta ocupación en nuestros hoteles, pese a los obstáculos con los que hemos lidiado: en primer lugar, la variación constante de los costos y precios a causa de la inflación y la dificultad para poder mantener equipos de trabajo operativos y capacitados, debido a la alta rotación del personal.
- 3 El próximo gobier-

no, deberá implementar mecanismos que reduzcan la litigiosidad laboral, desincentivar los planes sociales sin contraprestación laboral. Además de activar políticas serias para bajar la inflación y las tasas de interés.



**Ramiro Rodríguez Sperat**  
Director

### AZUR HOTEL BOUTIQUE

**Empleados:** 28

- 1 Actualmente estamos en proceso de ampliación del hotel, con más habitaciones, y nuevas propuestas de gastronomía y bienestar. Por otro lado, invertimos en una hermosa propiedad en Capital Federal donde construiremos un hotel similar al hotel de Córdoba, orientado a la búsqueda de la esencia de la identidad argentina. Estamos avanzando en el proyecto y plan de negocio, y en breve pasaremos a la búsqueda activa de socios.
- 2 Sin dudas que la economía fue el principal obstáculo. Es complejo planificar y proyectar con

tanta incertidumbre. Sin embargo para nosotros fue un buen año, donde destaco el equipo humano que hemos conformado, mantener el primer puesto en trip advisor en la región por 12° año consecutivo y el premio que obtuvimos como uno de los mejores SPA del mundo. Considero que estas son caricias al alma y nos muestran que estamos trabajando en un buen camino

- 3 Fundamentalmente la política aerocomercial. A nivel doméstico necesitamos una mayor conectividad interna. A nivel internacional, además de mejor conectividad, una mayor federalización en la distribución de los vuelos internacionales que arriban al país. Tenemos que aprovechar mejor los excelentes aeropuertos que tenemos en el interior del país que, además, cuentan con una importante capacidad ociosa.



**Pablo Oscar Asef**  
Socio Fundador

### LA MATILDE

**Empleados:** 20

- 1 Estamos abocados fundamentalmente a con-

solidarnos en el mercado de turismo extranjero. Un turismo sustentable, de hospitalidad y posicionando Posada Rural La Matilde como un destino alta gama en sí mismo. Instaurar nuestra Bodega Finca La Matilde para turismo enológico local y de países limítrofes dentro del camino del vino de Córdoba.

- 2 La situación económica general del país, es un obstáculo para el turismo interno. Para el mercado nacional, la volatilidad de precios, la inflación etc ha sido un obstáculo todo el año. Hay dificultad para conseguir mano de obra calificada para todas las áreas de hotelería.
- 3 En primer lugar mejorar la conectividad interna y externa aumentando frecuencia en los vuelos y mejorando los servicios que prestan los aeropuertos. A su vez, tener políticas de mantener planes de fomento del turismo interno como Previaje que funcionó muy bien, flexibilización de las leyes laborales, reducción impositiva al turismo, liberar del Iva al turismo y la gastronomía.



**Sebastian Tuvio**  
General Manager

### LAS BALSAS RELAIS & CHÂTEAUX

**Facturación (e.) 2023:**

u\$ 1,2 millones

**Facturación (p.) 2024:**

u\$ 1,4 millones

**Empleados:** 35

- 1 2024 (post elecciones) será un año de mucha incertidumbre para la industria del turismo en Argentina.
- 2 En 2023 invertimos en infraestructura, aumentando al doble el número de habitaciones disponibles en el hotel. Fue un año de cambios positivos para la empresa. Al mismo tiempo, la falta de personal capacitado en hotelería y gastronomía, que se arrastra desde hace varios años ya en el país, causan preocupación en el sector ya que no hay solución a la vista.
- 3 Una reforma laboral es necesidad urgente para esta industria. Necesitamos flexibilizar las condiciones existentes.



**Jorge Sánchez**

Complex General Manager:



**BIOSIDUS**

CIENCIA Y TECNOLOGÍA CON IMPACTO GLOBAL



*Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center – Park Tower, a Luxury Collection Hotel, Buenos Aires.*

### **PARK TOWER BUENOS AIRES THE LUXURY COLLECTION**

1 En lo que respecta a nuestros hoteles, seguiremos trabajando en diferentes fases de transformación para continuar a la altura de las exigencias de nuestros huéspedes, que buscan combinar confort con tecnología, en una creciente tendencia hacia un turismo de negocios o de placer, cada vez más responsable con el cuidado del medio ambiente y fomentando la inclusión desde distintos ámbitos.

2 El gran desafío que nos tocó enfrentar este año fue la inflación y la suba periódica de insumos y materia prima. En nuestro caso y dado el mercado competitivo en el que estamos inmersos, la suba de costos no se refleja en los precios de venta. Buscamos siempre lograr un balance que nos permita seguir brindando servicios con estándares internacionales sin perder rentabilidad.

3 Sin duda, todo lo relacionado a créditos para mejoras edilicias y para iniciativas de sustentabilidad impulsarían al sector. No sólo queremos recibir al huésped en instalacio-

nes modernas y confortables, sino también seguir implementando prácticas sustentables que permitan incentivar la participación en estas acciones.



#### **Jorge Sánchez**

*Complex General Manager: Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center – Park Tower, a Luxury Collection Hotel, Buenos Aires.*

### **SHERATON BUENOS AIRES HOTEL & CONVENTION CENTER**

1 En lo que respecta a nuestros hoteles, seguiremos trabajando en diferentes fases de transformación para continuar a la altura de las exigencias de nuestros huéspedes, que buscan combinar confort con tecnología, en una creciente tendencia hacia un turismo de negocios o de placer, cada vez más responsable con el cuidado del medio ambiente y fomentando la inclusión desde distintos ámbitos.

2 El gran desafío que nos tocó enfrentar este año fue la inflación y la suba periódica de insumos y materia prima. En

nuestro caso y dado el mercado competitivo en el que estamos inmersos, la suba de costos no se refleja en los precios de venta. Buscamos siempre lograr un balance que nos permita seguir brindando servicios con estándares internacionales sin perder rentabilidad.

3 Sin duda, todo lo relacionado a créditos para mejoras edilicias y para iniciativas de sustentabilidad impulsarían al sector. No sólo queremos recibir al huésped en instalaciones modernas y confortables, sino también seguir implementando prácticas sustentables que permitan incentivar la participación en estas acciones.

### **LÍNEAS AÉREAS**



#### **Pablo Ceriani**

*Gerente General*

### **AEROLÍNEAS ARGENTINAS**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 2124,9 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 2443,8 millones

**Empleados:** 11.900

1 Será el año de la expansión y modernización: ingresarán 7 Boeing 737 MAX, 2 A330 – NEO y comenzarán

a ingresar los primeros Embraer 195 – E2 para reemplazar a los actuales E190. Estas incorporaciones nos permitirán incrementar la oferta de asientos, frecuencias, ingresos y alcanzar cifras históricas de pasajeros transportados.

2 Los principales desafíos estuvieron relacionados con avanzar en la reducción del déficit, cuestión que hemos conseguido: Aerolíneas Argentinas cerrará el año con la pérdida más baja desde que fue reestativada.

3 Continuaremos dándole impulso al turismo receptivo, al crecimiento de los mercados de la región tal como lo venimos haciendo con Brasil, Colombia, Chile o Uruguay. Para ello es necesario contar con el apoyo de todo el sector: agencias, operadores, organismos, secretarías, ministerios.

Una mayor cantidad de frecuencias, destinos y servicios sumado a la modernización de la flota se traduce en poner a disponibilidad de los clientes un mejor producto.

### **flybondi**



#### **Mauricio Sana**

*CEO*

### **FLYBONDI**

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 327.221.050

**Empleados:** 1440

1 Tenemos como objetivo continuar con nuestro crecimiento tal como lo venimos haciendo desde 2021. Este desarrollo viene de la mano del aumento de flota, de incrementar nuestras frecuencias en toda la red de conectividad, de sumar nuevas rutas e incorporar colaboradores. Queremos afianzar nuestro lugar como la low cost número 1 del país.

2 Como casi todas las industrias, el gran obstáculo fue el acceso a las divisas. De todas maneras, logramos sumar 4 aviones y hoy contamos con una flota de 15 lo que nos convierte en una de las aerolíneas que más creció en Argentina en los últimos 20 años. Además, somos la segunda aerolínea más grande del país con una ocupación sostenida durante 2 años de más del 90% en todos nuestros vuelos.

3 Creemos que las políticas públicas deberían incentivar la inversión local y extranjera, facilitar el acceso a capital y brindar garantías razonables para el desarrollo de infraestructura aeroportuaria y de transporte. Para todo esto, es esencial traba-

# KIA RECOMIENDA PUMA LUBRICANTS.



TECNOLOGÍA  
**SMARTMOTION**

LA IMAGEN PUEDE DIFERIR EN EQUIPAMIENTO DE LA VERSIÓN COMERCIALIZADA.



jar de la mano con los gobiernos, las aerolíneas y otras partes interesadas para forjar un entorno regulador que fomente la innovación, la inversión y la conectividad en el país y la región.

**JetSMART**



### Gonzalo Pérez Corral

Gerente General para Argentina

#### JETSMART AIRLINES

**Empleados:** 360

1 JetSMART es, según SkyTrax, la mejor línea aérea ultra low cost regional de 2023 que, con 7 años de trayectoria, ha transportado más de 20 millones de pasajeros, 5 millones de ellos sólo en Argentina. Para 2024 esperamos continuar con el crecimiento que hoy se refleja en cerca de 80 rutas que conectan la región y de las cuales 17 son dentro de Argentina y 5 internacionales.

2 Fueron varios los obstáculos. La inflación e incertidumbre económica fueron los puntos más recurrentes en una agenda muy cargada tanto a nivel local como internacional. Aun así, fuimos reconocidos como la mejor ultra

low cost de Sudamérica por SkyTrax y agregamos nuevos destinos como Chapelco, en el Sur de Neuquén, y Florianópolis, en Brasil. En Argentina superamos los 5 millones de pasajeros, incrementamos el número de colaboradores y certificaciones para nuestro equipo de profesionales.

3 La industria aerocomercial demostró sobrepasar a muchos de los desafíos que surgieron en estos años. Hoy el sector debe seguir trabajando para ampliar el mercado aeronáutico, incrementar la conectividad doméstica y regional y seguir sumando empleo de calidad. Por eso es clave continuar abiertos al diálogo transparente y al ejercicio de la actividad con reglas claras, para poder invertir en infraestructura aeroportuaria, simplificar el régimen impositivo y modernizar la normativa existente.

**RoyalClass**



### Miguel Livi

Accionista

#### ROYAL CLASS

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 10 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 11 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 2 millones

**Empleados:** 40

1 Incorporación de nueva tecnología, comienzo de las actividades de rutas aéreas regulares, nuevas aeronaves.

2 Los permanentes cambios en las normativas regulatorias dado que la industria aerocomercial no posee el aporte de proveedores locales argentinos.

3 Un mercado abierto y competitivo.

#### SERVICIOS

**colonia express**



### Sebastian Planas

CEO

#### COLONIA EXPRESS

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 80 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 120 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 20 millones

**Empleados:** 400

3 Retomar el control integrado de Migraciones lo que agiliza los tramites migratorios al ingreso a Buenos Aires. Eliminar la tasa de U\$S6 por pasajero que es injusta porque solo la pagan los barcos, representando un por-

centaje importante en el valor del pasaje.

**travel services**



### Pablo Aperió

Director Ejecutivo

#### TRAVEL SERVICES

**Facturación (e.) 2023:** u\$s 20 millones

**Facturación (p.) 2024:** u\$s 25 millones

**Inversiones 2024:** u\$s 2 millones

**Empleados:** 450

2 La ausencia de las cuotas sin interés continúa siendo un factor limitante que impide el desarrollo del negocio para todos. La carga impositiva sigue muy fuerte a pesar de haber sufrido mucho todo el negocio durante la pandemia que llevó al cierre de varias agencias de viaje. Respecto a lo que se puede rescatar de positivo, los resultados de los programas Pre Viaje ayudaron mucho a impulsar el turismo local, que también necesita incentivos para activarse.

3 Mejora en la red aerocomercial e infraestructura de los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque. Mayor conexión entre las provincias. Mayor oferta

de vuelos nacionales. Reducción de impuestos distorsivos que incrementan el costo de la operación. Por otra parte, lo ideal sería que los programas Pre Viaje continúen para fortalecer regiones del país que pueden obtener del turismo buenos recursos para su desarrollo. Y sumar los subsidios para la inversión en IT ayudaría a innovar más en servicios.

Universidades

**IAE**



### Carolina Dams

Decana

#### IAE BUSINESS SCHOOL

**Empleados:** 178

1 La economía seguirá desafiándonos, pero los años recesivos suelen ser aprovechados para invertir en formación. El IAE brindará una amplia oferta de programas de educación ejecutiva, con diversos formatos y alcance regional: el MiM

**UN SEGURO QUE TE PROTEGE A VOS Y TAMBIÉN A TODO LO QUE TE RODEA**

Por cada seguro de Life, hacemos un aporte que protege a la naturaleza.

**Life SEGUROS**  
Tu forma de vivir

(Master in Management), para recién graduados; los MBAs; los programas de desarrollo directivo; los programas de dirección de pymes y los de alta dirección. Además, ofreceremos programas abiertos cortos sobre más de 60 temáticas y cerrados, a medida de cada empresa.

2 Los principales obstáculos de 2023 estuvieron asociados a la incertidumbre política del año electoral, especialmente luego de las PASO, y sus consecuencias macroeconómicas. De todos modos, 2023 ha sido un buen año para el IAE, apalancado por el crecimiento de sus programas en la región, incluyendo el relanzamiento de programas dictados en Paraguay.

3 Urge una estabilización macroeconómica para impulsar a todos los sectores, incluido el de la educación ejecutiva. En particular, una desaceleración de la inflación y una reducción de la volatilidad cambiaría son cuestiones críticas para el desarrollo de proyectos de inversión.

**ITBA**



**Andrés Basilio Agres**

Rector

**ITBA**

**Empleados:** 1162

1 Ser una Universidad conectada, comprometida con el desarrollo del país y la región, un reconocido líder en tecnología, ingeniería y negocios. Contar con una oferta académica interdisciplinaria, en una plataforma de trabajo flexible, integrada y transparente que impulse la educación. Ser una Universidad sin fronteras, en cooperación con otras instituciones del mundo. Tener una comunidad científica pujante, que derrame sus conocimientos con innovación en la sociedad.

2 Sumamos Ingeniería Civil y la Maestría en Fintech que, junto a la Escuela de Innovación, responden a las necesidades del mercado y nos impulsan en investigación. Avanzamos con el plan de la sede definitiva para renovar nuestra infraestructura edilicia. Nos planteamos salir de la dicotomía alumno-profesor e integrarnos colaborativamente para generar espacios que impulsen el conocimiento. Desarrollamos el Programa de Becas para seguir financiando la formación de talentos.

3 Argentina requiere políticas para acompañar desafíos de crecimiento

y modernización, impulsando transformaciones en línea con los mejores centros de educación del mundo. Las demandas de formación de profesionales podrían ser satisfechas con una mayor modularidad y flexibilidad de los trayectos curriculares como existe en otros países. Como sociedad nos debemos un debate sobre reconocimientos e incentivos a docentes e investigadores, donde los distingamos en función de logros, calidad y compromiso.



**Antonio Marin**

Vicerrector y Director de la Escuela de Negocios

**UCEMA**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 5400 millones

**Facturación (p.) 2024:** \$ 5800 millones

**Inversiones 2024:** \$ 2000 millones

**Empleados:** 630

1 Seguir consolidando el crecimiento exponencial que hemos logrado en los últimos 5 años tanto en Argentina como en la región y seguir desarrollando propuestas de valor que el mercado tan-

to nos está demandando. Gracias a la compra del nuevo edificio Maple, tendremos un nuevo Campus que triplicará nuestra capacidad de alumnos

2 Sin dudas la inflación fue nuevamente nuestro principal obstáculo, que nos obligó a aumentar no solo los precios sino la frecuencia de los incrementos. A pesar de esto, nos siguen eligiendo y procuramos acompañar a nuestros alumnos de forma personalizada y a cada uno en sus necesidades puntuales.

3 Que la educación sea una política de estado y que nuestros legisladores contemplen dar beneficios para poder ayudar a los argentinos que quieran estudiar y progresar. No hay derecho más grande para el ser humano que poder elegir quién ser. Esa es nuestra mayor prioridad.



**Julián Rodríguez**

Rector

**UNIVERSIDAD AUSTRAL**

**Facturación (e.) 2023:** \$ 64.809 millones

**Empleados:** 3536

1 Continuar a una ma-

yor velocidad con el proceso de transformación digital de la organización ya iniciado este año, que nos permita gestionar con más y mejor información, que potencie la innovación en los servicios que ofrecemos y nos permita, a la vez, ser más eficientes en términos operativos.

2 Gestionar el humor social, particularmente en nuestra comunidad. Hacemos mucho para acompañar a nuestra gente y atender adecuadamente a nuestros alumnos. Sin embargo, el contexto socio-económico hace que esto sea difícil, y nos lleva a poner gran parte del foco en ocuparnos del impacto de una coyuntura cuyas variables no dependen de nosotros. Esa energía puesta en el desarrollo de nuevos proyectos y la innovación de nuestros programas nos permitiría alcanzar ciertos objetivos con más rapidez.

3 Contar con una ley de mecenazgo que incentive a las empresas a invertir en I+D a través de las Universidades, lo que potenciaría enormemente la función de la investigación. También contar con los incentivos adecuados que fomenten el emprendedurismo para la creación de empresas de base tecnológica desarrolladas en los ecosistemas universitarios.



Operamos y Mantenemos el Gasoducto Presidente Néstor Kirchner

Ampliamos la capacidad de acondicionamiento de Planta Tratayén

Extendimos el Gasoducto Vaca Muerta Norte



# Protagonistas del desarrollo energético argentino

Brindamos servicios en toda la cadena de valor del gas natural, integrando la producción con los centros de consumo.





**Alberto A. Allemand**

Rector

#### UNIVERSIDAD CAECE

1 Estamos convencidos de la importancia que tienen la educación y la formación Universitaria, en el desarrollo de las sociedades y en el crecimiento de los países. Es por esto que durante el año próximo seguiremos creciendo en proyectos y concretando los cambios que se vienen desarrollando en nuestra actividad. Además, seguiremos apostando a la incorporación de la tecnología, como herramienta para potenciar las posibilidades de expandir el conocimiento, y facilitando su acceso.

2 El año 2023 ha sido un año de consolidación de los cambios que venía experimentando la educación, y que se manifestaron fuertemente con la incorporación de la virtualidad en la actividad diaria. Adicionalmente, el desarrollo de la tecnología, en todas sus facetas, incorporando además la Inteligencia artificial como un elemento potenciador para el desarrollo de

todas las actividades, ha requerido la necesidad de formar capacidades en esta área y adaptar nuevas herramientas en el día a día.

3 El crecimiento de las sociedades es consecuencia del conocimiento que esas comunidades desarrollen. Las Universidades tienen un rol trascendente en esto, tanto en la generación de conocimiento como en la adaptación del mismo a las necesidades de la sociedad y su aplicación a la generación de trabajo. La priorización de políticas que permitan y faciliten el desarrollo del conocimiento en nuestras Universidades, será un tema imprescindible para el desarrollo de nuestro país.



**Lucas S. Grosman**

Rector

#### UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS

Empleados: 460

1 Planeamos seguir creciendo y ampliando nuestra infraestructura. Abriremos una nueva sede en Nordelta, que permitirá a nuestros estudiantes de grado

optar por una cursada mixta Nordelta-Campus Victoria. Inauguraremos en el Campus, el Edificio de la Innovación Sullair Argentina, que albergará entre otras cosas los laboratorios de inteligencia artificial y robótica, mecatrónica y neurociencia, así como aulas, oficinas y el Centro de Entrepreneurship. Será un edificio innovador y sustentable.

2 En 2023, la inestabilidad política y económica nos obligó a tomar decisiones en un contexto de incertidumbre.

3 Una regulación de la actividad educativa más ágil que permita simplificar los procedimientos y acortar los tiempos de autorización para el lanzamiento de nuevos programas. Además, un tratamiento impositivo preferencial (con programas de mecenazgo) para que las empresas tengan mayores incentivos para financiar programas de becas y de investigación, lo cual reforzaría la igualdad de oportunidades educativas y permitiría encontrar mecanismos alternativos para financiar el desarrollo científico.



**Juan José Cruces**

Rector

#### UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

1 La igualdad de oportunidades es un pilar fundamental de la Universidad Torcuato Di Tella. En 2024, con el objetivo de fortalecer la presencia federal y variada en nuestras aulas, nos proponemos fortalecer nuestros programas de becas, en especial la beca de residencia, que el costo de una residencia universitaria en Buenos Aires a los mejores estudiantes de escuelas públicas del interior. Y con el objetivo de ampliar el campus en el barrio de Belgrano, comenzaremos la construcción de un nuevo edificio.

2 Seguimos ampliando el proyecto de investigación de vanguardia con educación de excelencia y pluralista. Este año tendremos los primeros graduados de la Licenciatura en Diseño, que entronca con una tradición que se remonta al Instituto Di Tella de los años 60. Además, incorporamos profesores de tiempo completo con expertise en una pluralidad de disciplinas y enfoques que enriquecerán la circulación de ideas en nuestra universidad, así como también la experiencia educativa de los alumnos.

3 Es fundamental generar condiciones para desarrollo de un proceso de crecimiento en el país, lo que permitirá incrementar las oportunidades de desarrollo de nuevos proyectos educativos, de investigación y de innovación.



**Juan Carlos Rabbat**

Presidente y Fundador

#### UNIVERSIDAD SIGLO 21

Empleados: 750

1 Prevemos un crecimiento moderado. Entendemos que el ajuste inevitable post elecciones producirá retracciones en la demanda.

2 El principal obstáculo ha sido la inflación y las restricciones al comercio exterior que han impedido avanzar con nuestros planes de modernización tecnológica a la velocidad que hubiéramos querido.

3 Acceso al crédito para que las familias puedan invertir en la educación universitaria. Combatir la inflación con equilibrio fiscal como prioridad de las políticas del gobierno que asuma.

Vendaval Independent Advertising Agency

(X)

SIN  
HACER  
RETRO  
PLANNING

→ DESDE  
2019

20





**P**revisibilidad, unificación del tipo de cambio, menor presión tributaria, fin de las restricciones para importar, pero sobre todo controlar la inflación que este año, por primera vez desde 1990, llegará a las tres cifras. Esos son los reclamos que hicieron, en forma prácticamente unánime, los casi 400 CEO, gerentes generales y empresarios que respondieron a la convocatoria de *El Cronista* para esta edición especial de *La visión de los líderes*. Son las condiciones mínimas que necesitan para poder llevar a cabo sus negocios, hacer crecer sus empresas, lograr ganancias y generar empleo. Desde que la inflación se instaló hace casi 80 años en la Argentina, solo pudo ser controlada en el decenio que duró la Ley de Convertibilidad, entre 1991 y 2001. Entre 1945 y 1975, la tasa promedio anual fue de dos dígitos. Después del Rodrigazo se mantuvo en tres cifras hasta los picos hiperinflacionarios de 1989 y 1990, de 3079% y 2314%, respectivamente. En 2002, tras la salida de la convertibilidad llegó al 40,9%, con una abrupta caída al 3,7% en 2003.

## Una tarea titánica y urgente

**El próximo gobierno tendrá que encarar reformas que permitan bajar la inflación y darles mayor previsibilidad a los negocios**

Por Ricardo Quesada

A partir de allí, el índice de precios comenzó a escalar y se instaló cómodamente en los dos dígitos anuales. “Hace ya doce años que estamos en un cuadro de estancamiento estructural e inflación que se ha ido profundizando en los últimos años. Esto explica por qué la pobreza subió de 25% a 40% y todos los indicadores socioeconómicos siguen en franco deterioro”, dice en estas páginas el economista Esteban Domecq. La Argentina sigue sin poder resolver un problema que el mundo y prácticamente toda la región parecen haber dejado atrás. Basta mirar qué hicieron

los países vecinos para encontrar un camino que lleve a una reducción del índice de precios al consumidor. En el momento del cierre de esta edición todavía faltan cinco días para el balotaje que decidirá el próximo presidente. Ya sea el actual ministro de Economía, Sergio Massa, o el líder libertario Javier Milei, el Gobierno que asuma el 10 de diciembre tendrá que atacar la inflación como primera medida. A partir de allí, se podrá empezar a construir una economía que otorgue mayor previsibilidad. Se trata, sin embargo, de una condición necesaria,

pero no suficiente, porque también el país debe aprender a respetar las reglas de juego y no cambiarlas sobre la marcha, una y otra vez. La seguridad jurídica fue otro de los pedidos que se repitieron entre las respuestas a las preguntas que contestaron los líderes para esta edición.

Hoy los empresarios ocupan una gran parte de su tiempo a apagar los focos de incendio que genera la coyuntura. Poco espacio les queda para planificar expansiones, incrementar las ventas y hacer crecer el negocio.

En la última década, según cifras de la Cámara Argentina de la Mediana Empresa, cerraron más de 50.000 pymes, la mitad de ellas durante lo peor de la pandemia de Covid-19. Son miles de personas que pasaron a la informalidad y que el sistema no logra incluir. Los desafíos que plantea la Argentina de hoy son innumerables y el tiempo para dar respuestas es cada vez menor. El próximo gobierno tendrá que actuar rápido y avanzar en la dirección correcta. Es una tarea titánica, no solo por el número de reformas que deberá encarar, sino por la urgencia que tiene para actuar. **VL**

# +500 SEDES +30 AÑOS ← EN ARGENTINA

CADA VEZ  
+ CERCA TUYO



¡Escaneá el  
QR y asociate!



Martin E. Zarich BBVA	Guillermo A. Laje Banco Ciudad	Fabián Kon Banco Galicia	Manuel Herrera Banco Hipotecario	Gustavo Manriquez Banco Macro	José Luis Pardo Banco Mariva	Juan Cuattromo Banco Provincia	S. Gonzalez Pini bST	Juan Ignacio Nápoli Banco de Valores	Andrés P. Meta Grupo BIND	A. Ledesma Padilla ICBC	Alejandro Butti Santander
Alejandro Stengel Supervielle	Julián Colombo Bitso	Leo Salovich Getnet	Rafael Soto MODO	Martín Kaplan Prisma Medios de Pago	Miguel Schweizer Quantia	Julio Merlini Balanz Capital	J.M. Monge Varela Consultatio	Anna Cohen Grupo Cohen	Ignacio Sagués Inviu	Federico Díez MegaQM	Alejandro Asrín Naranja X
Claudio Ariganello Provincia Bursátil	Nadia Giardina Prov. Fideicomisos	Valeria Dallera Provincia Leasing	Federico Tomasevich Puente	Henry Seeber American Express	Federico Cofman Mastercard	María José Fosati John Foss	Gustavo Marques Puma	Ivana Dip BMW Group	Martin Galdeano Ford Argentina	José Camilleri General Motors	Takashi Fujisaki Honda Motor
Santos D. Jones Iveco Group	Manuel Mantilla Mercedes-Benz	Raúl Barcesat Mercedes-Benz Camiones	Ricardo Flammioni Nissan	Oscar Jaern Scania Argentina	Marcellus Puig Volkswagen	Eliana Banchik Michelin	Mauricio Canineo Pirelli Neumáticos	Juan Farinati Bayer	Mariano de Elizalde Biosidul	Silvana Kurkdjian Bristol Meyers Squibb	Alfredo Weber Gador
Edgardo Vázquez Laboratorios Bagó	F. Hideto Ikejiri MSD Salud Animal	Marcelo Ponte Merck S.A.	Sweta Ghelani Novartis	© El Cronista				A. Ruiz Villamil Pfizer	María Pia Orihuela Roche	Mariano Schlotmann Sanofi	Marcelo Argüelles Sidus
Ben Kubik Takeda	Christian Findling El Cronista	Gustavo Isaack Torneos	Renata Milanese BASF Argentina	VTL				Matías Campodónico Dow Argentina	Santiago Farinati Asea	Eduardo Lopardo Arcos Dorados	Juan M. de la Serna Mercado Libre
Silvana Bergonzi Arredo	André Parisier Bigbox	Candela Arias Carrefour	Agustín Ibero DIA Argentina	115º Aniversario				Sebastián Miranda Farmacity	Martín Lemos GDN Argentina	Julio Fraomeni Grupo Galeno	Fernando Werlen Grupo SanCor Salud
Luis Fontana Osde	Jorge De All Sanatorio Otamendi	Franco Di Lucca AON	A. Camel Chapur Cardinal	9 992864 000009 00017				Juan Martín Devoto Insur	Gonzalo Santos Galicia Seguros	Alejandro Simón Sancor Seguros	Flavia Núñez Life Seguros
Juan Manuel Liadó Origenes Seguros	Fernando Zack Provincia ART	Sergio Patrón Costas Provincia Seguros	Mariela Ricciuti Provincia Vida	J. C. Lucio Godoy Rio Uruguay Seguros	Diego Guaita San Cristóbal Seguros	Oscar Andreani Andreani	Guillermo Minieri Cabify	A. Jasukiewicz DHL Express	Silvina Prette FedEx Express	Facundo Casillas Grupo Tasa Logística	Ramiro Molina Plaza Logística
Sebastián Doherty Sportclub	Fernando García Ruiz Universal Assistance	Germán Gambini Smurfit Kappa	Alejandro Chan Tetra Pak	Martín Eurnekian AA 2000	Federico Amos ArcelorMittal Acindar	J. Martínez Álvarez Tenaris en Argentina	Martín Berardi Terium	Diego Carbone British American	Beto Serrano Massalin Particulares	Juan Andrés Martín Lenovo	Germán Greco Motorola Mobility
Ricardo Chang Samsung Argentina	Paula Altavilla Schneider Electric	Franco Taraborrelli Ituran	Pablo Pereira NTT Data	Juan Ignacio Balasini Provincia NET	Pablo Carretino Interbanking	Luis Lombardi MicroStrategy	F. López Iervasi Microsoft	Jorge Payró Red Hat	Guido Ipsznan Salesforce	Marcelo González Veritrans	Carlos Granzotto Gigared
Sebastián Barendse Metrotel	Roberto Nobile Telecom Argentina	Sebastian Tuvio Las Balsas Relais	Jorge Sánchez Sheraton	Pablo Ceriani Aerolíneas Argentinas	Mauricio Sana Flybondi	G. Pérez Corral JetSMART Airlines	Sebastian Planas Colonia Express	Pablo Aperio Travel Services	Carolina Dams IAE Business School	Antonio Marín UCEMA	Juan Carlos Rabbat Universidad Siglo 21