

Mercado

Protagonistas de 2024

Casos sobresalientes en un año incierto

Directorios,
mucho techo,
pocas mujeres

Auditoría, pilar
estratégico en
tiempos de
incertidumbre



Edición enero-febrero |

Director

Eduardo Bianco | ebianco@mercado.com.ar

Directora editorial-Editora

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Juan Martínez Ruiz

Viviana Lupi

Diagramación

Diego Gorzalczany

Productos digitales

María Martínez

Gerencia de Administración

Alejandra Sánchez | asanchez@mercado.com.ar

Gerencia de Publicidad

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

Línea WhatsApp: +54911 5012 3314

Suscripciones

suscripciones@mercado.com.ar

Línea WhatsApp: +54911 6435 9400

3 Contenidos

4 Carta

Líderes de 2024, la (in) equidad en la cima y el rol de la auditoría.

8 INFORME

Participación de las mujeres en los directorios de "Las 1.000 empresas que más venden".

38 TENDENCIAS

La representación de las mujeres en las películas de los Oscar 2025.



40 PORTADA

Protagonistas 2024, casos sobresalientes en un año intenso.

93 TALENTO

8M, brecha salarial de género en un sector clave.



97 DOSSIER

Auditoría: un pilar estratégico en tiempos de incertidumbre.

109 TECNOLOGÍA

109 | El futuro de la relación entre el ser humano y la máquina.

110 | Se acelera la digitalización de las empresas.



112 COLOFÓN

La cobertura mediática del 8M baja el 86% en Latam.



Participación de las mujeres en los directorios de “Las 1.000 empresas que más venden”

Mucho techo, pocas mujeres

8 El acceso de las mujeres a los directorios de las empresas sigue siendo tan lento que, por momentos, se vuelve imperceptible. Si bien las empresas de mayor envergadura han incorporado la equidad de género como un pilar estratégico, la realidad aún está lejos de reflejar un cambio estructural. Los múltiples desafíos globales –cambio climático,

inflación, conflictos bélicos– no colaboran en absoluto. Tampoco los nuevos discursos que cuestionan las acciones en pos de la equidad. En esta séptima edición de “Mujeres en los directorios de las 1000 empresas que más venden”, que realiza Mercado en alianza con KPMG, los datos evidencian que los avances siguen siendo limitados.



Protagonistas 2024

Casos sobresalientes en un año intenso

40 El 2024 puso a prueba a las empresas en Argentina; una vez más. Acostumbradas a sortear la incertidumbre, las compañías enfrentaron un año especialmente complejo, que las llevó a redoblar esfuerzos, ajustar estrategias y encontrar nuevas formas de crecer y consolidarse. En esta edición de “Protagonistas del Año”, Mercado da cuenta de las organizaciones

que lograron avanzar a pesar de las dificultades. La selección, sin ser exhaustiva, reúne referentes de distintos sectores y tamaños, desde grandes empresas hasta firmas emergentes. Inversiones, expansión, sostenibilidad, lanzamientos, premios y aniversarios destacados dan cuenta de un ecosistema que sigue en movimiento, y suman optimismo en un escenario incierto.



Auditoría: un pilar estratégico en tiempos de incertidumbre



97 El sector de auditoría enfrenta una transformación profunda en un contexto global marcado por la volatilidad económica, la competitividad creciente y la aceleración tecnológica. En Argentina, estos factores se combinan con dinámicas locales que imponen nuevos desafíos a las empresas y profesionales del sector.

8M

A pesar de los nuevos discursos que relativizan la necesidad de avanzar hacia la equidad de género, el Día Internacional de la Mujer vuelve a poner el tema sobre la mesa. Especialistas de distintos ámbitos analizan el contexto desde diversas perspectivas, y los datos refuerzan la urgencia del debate. En la sección Talento, dos estudios revelan la magnitud del desafío. En la página 63, un informe expone la brecha salarial en el sector tecnológico, clave para el futuro. En la 94, un relevamiento de Randstad señala que, en Argentina, el 65% de las personas empleadas tiene un jefe varón, un reflejo de la desigualdad en el acceso a posiciones de liderazgo.

Esta inequidad se manifiesta en múltiples ámbitos, incluso en el cine. En la sección Tendencias (página 38), un análisis sobre las películas nominadas al Oscar 2025 muestra cómo la industria cinematográfica sigue arrastrando profundas asimetrías. Por último, en Colofón, un informe de GlobalNews en colaboración con el Consejo de RR.PP. revela un dato preocupante: desde 2023, la cobertura mediática del 8M en América Latina cayó un 85%. Un retroceso que deja en evidencia la peligrosa tendencia a minimizar la agenda de equidad de género en este nuevo escenario global.



Te ayudamos a impulsar la innovación
a través de las personas, los procesos
y las tecnologías disruptivas.

Be transformative

Conocé más en pwc.com.ar



 @PwC_Argentina  /PwCArentina  /PwCArentina  /PwCArentina  /pwcargentina  @pwc_argentina

© 2025 Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., PwC Legal S.R.L. y PwC Servicios de Argentina S.R.L. Todos los derechos reservados.



CARTA DE LA DIRECTORA |

Tres informes relevantes

Líderes de 2024, la (in) equidad en la cima y el rol de la auditoría

En un año incierto como 2024, algunas compañías lograron destacarse con innovación, crecimiento y resultados sólidos. Parte de ellas integran nuestro informe anual Los protagonistas del año y aportan optimismo a un contexto complejo. Además, en esta edición, revisamos la evolución de la participación femenina en los directorios de las empresas con mayor facturación, con datos que invitan a la reflexión. También, indagamos sobre el sector de auditoría y su rol estratégico en un escenario cada vez más complejo.

Casos sobresalientes en un año intenso. El título que elegimos para la portada de esta primera edición de 2025 no podría ser más acertado. Que 2024 ha sido un año intenso es innegable. El contexto global y local han impuesto múltiples desafíos, y sortearlos no ha sido tarea fácil. "Si bien algunos sectores, como el financiero y de la energía, tuvieron un contexto favorable, la caída del consumo golpeó a múltiples sectores e impactó directamente en las ventas y en toda la cadena de valor". En este marco, como cada inicio de año, Mercado realiza su clásico informe de apertura, que busca destacar a aquellas compañías que lograron destacar, podríamos decir, "a pesar de todo". Innovación, crecimiento, nuevas inversiones, cumplimiento de objetivos, resultados sólidos y negocios exitosos suman también cierto optimismo en un contexto aún frágil.

"Mucho techo, pocas mujeres"

En esta edición también publicamos un clásico que llega con cierto *delay*: *La participación de mujeres en los directorios de las 1000 empresas que más venden*. Esta investigación anual – realizada en alianza con KPMG– aporta datos concretos a la discusión sobre equidad de género en las más altas esferas –los directorios– de las compañías que más facturan en el país. Como particularidad, este año, los datos sorprenden, aunque no por buenos motivos. A diferencia de ediciones anteriores, en que la presencia femenina mostró avances siquiera modestos (1% o incluso más de 2% según el año), esta vez el crecimiento es prácticamente imperceptible: apenas 0,3 puntos porcen-



tuales respecto de la medición anterior. En un contexto en el que el discurso sobre la equidad parece entrar en pausa, estas cifras invitan a reflexionar sobre la solidez de los avances logrados y, claro está, sobre cómo seguirá el proceso, de aquí en adelante.

El rol estratégico de la auditoría

Por último, un tercer informe especial Enriquece esta primera edición del año: la visita al sector de auditoría. En un mundo signado por la incertidumbre y la volatilidad, el rol del auditor ha cobrado un peso estratégico en la competitividad de las organizaciones. Ya no se trata solo de verificar estados contables o garantizar el cumplimiento

normativo. La auditoría se ha convertido en un aliado imprescindible para gestionar riesgos y proporcionar información vital para la toma de decisiones. En este contexto de veloz e impredecible, la transparencia y el control se vuelven activos fundamentales para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad empresarial.

Así comenzamos el año 2025; con un repaso de lo más destacado del año que terminó y una mirada puesta en todo lo que queda por construir. Un recorrido por temáticas relevantes para la agenda corporativa que, desde Mercado, seguimos de cerca a través de todas nuestras plataformas. **M**



Energía para el desarrollo sustentable

Desarrollamos operaciones de **upstream**, **midstream**, **downstream** y **generación eléctrica** de fuentes renovables y tradicionales. Nos enfocamos en la innovación, la transición energética y la provisión de energía sustentable y accesible.

Estamos presentes en **Argentina, México, Bolivia, Brasil, Uruguay y Paraguay.**

En Argentina somos el principal productor, exportador, empleador e inversor privado del sector energético. Recientemente, ingresamos en la cadena de valor del litio en el noroeste argentino. A través de AXION energy, operamos una moderna red de más de 600 estaciones de servicio que provee combustibles y lubricantes a distintas industrias y al consumidor final.

DESDE HACE MÁS DE 25 AÑOS, INVERTIMOS, TRABAJAMOS Y CRECEMOS EN EL PAÍS Y EN LA REGIÓN.

Séptima edición de una investigación indispensable

Participación de las mujeres en los directorios de “Las 1.000 empresas que más venden”



El acceso de las mujeres a los directorios de las empresas sigue siendo tan lento que, por momentos, se vuelve imperceptible. Aunque en los cargos ejecutivos –alta gerencia– es más habitual encontrar mujeres, no sucede lo mismo en las juntas directivas, el máximo órgano de decisiones de las compañías. Si bien las empresas de mayor envergadura han incorporado la equidad de género como un pilar estratégico, la realidad aún está lejos de reflejar un cambio estructural. Los múltiples desafíos globales –cambio climático, inflación, conflictos bélicos– no colaboran en absoluto. Tampoco los nuevos discursos que cuestionan las acciones en pos de la equidad. A pesar de todo, la presión sigue existiendo. La exigencia de un modelo inclusivo y diverso, impulsada por amplios sectores de la so-

ciudad y la innegable importancia estratégica que esto representa para las empresas obligan a las organizaciones a replantear sus estructuras y a eliminar los sesgos que impiden este avance.

En esta séptima edición de “Mujeres en los directorios de las 1000 empresas que más venden”, que realiza Mercado en alianza con KPMG, los datos evidencian que los avances siguen siendo limitados. Este estudio, único en su tipo en el país, ofrece un análisis exhaustivo, resultados reveladores y perspectivas destacadas que buscan enriquecer un debate siempre vigente.

Por Carina Martínez

Período de estancamiento

Mucho techo, pocas mujeres

Los datos de esta séptima edición del estudio anual que Mercado lleva adelante, en alianza con KPMG, revelan que de los 6.114 integrantes que conforman los directorios de las 1.000 empresas con mayor facturación en Argentina, según los balances de 2023, 5.029 son hombres y solo 1.087 son mujeres (17,8%). Esto implica que la participación de mujeres creció apenas 0,3 puntos respecto de la medición anterior. Las presidencias están ocupadas por hombres en el 94,6% de las juntas relevadas.

“Como aguja en un pajar” y “Nada por aquí, poco por allá” han sido algunos de los títulos que encabezaron este informe, años anteriores. Hoy, siete años después de la primera edición de esta investigación única en su tipo, siguen definiendo el panorama que describe el –escaso– acceso de las mujeres a los directorios corporativos, dominios predominantemente masculinos. Claro que la foto no sorprende y es moneda corriente en los distintos ámbitos de la sociedad. Alcanzar los puestos de máximo liderazgo y poder en la toma de decisiones continúa siendo arduo para las mujeres. Para complicar aún más el panorama, los discursos actuales, que ponen en cuestión la necesidad de fomentar la equidad de género, se convierten en una amenaza

para los logros conquistados y suman otro frente a tener en cuenta.

Como sea, el debate sobre la equidad ha ganado fuerza y visibilidad en los últimos años, aunque la transformación efectiva poco se refleje en la práctica. Sobran ejemplos que lo demuestran. Uno de ellos es el que registra ONU Mujeres, cuando advierte sobre la baja representación femenina en los Estados. En su publicación de junio de 2024 el organismo alertaba: “En 2024 acudirán a las urnas más personas que nunca, mientras que 113 países jamás han tenido una mujer al frente, y solo 26 países están liderados por una mujer en la actualidad”. Al ritmo actual, haría falta más de un siglo para lograr la equidad.

A escala global, la subrepresentación femeni-

na en los niveles jerárquicos más altos, tanto en el ámbito público como en el privado, sigue siendo motivo de alarma. A pesar de que en las compañías los discursos sobre equidad han proliferado, y el tema constituye un eje central en las estrategias ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), así como en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, los datos revelan que la brecha de género permanece prácticamente intacta en los órganos con mayor poder de decisión, como son las juntas directivas.

A lo largo de los años, las nuevas generaciones, en general más propensas a valorar la diversidad, han impulsado avances. Además, los inversores –y en algunos casos los Gobiernos– también han exigido dar pasos concre-

Metodología y datos claves

La recolección de la información estuvo encomendada a Lucas Giotta y Alexis Ferreyra (“el equipo del ranking”, de *Mercado*) y analizados por Carina Martínez, directora editorial de *Mercado*. El relevamiento da cuenta de la conformación de los directorios de las empresas que integran el producto anual de *Mercado*, *Las 1.000 que más venden* (de acuerdo a los balances 2023). Para ello, el equipo del ranking se valió de la última información disponible en boletines oficiales de Nación y provincias, CNV, Bolsar, Superintendencia de Seguros de la Nación, BCRA y páginas web de las propias empresas u organizaciones. Además, consultoras y empresas colaboraron en la entrega de la información necesaria. Cabe destacar que las designaciones surgen de las asambleas de directorios y pueden ser anuales o plurianuales (dos o más años) o no especificar el período de duración del directorio electo. En

algunos casos, las actas correspondientes se publican en los boletines oficiales con una demora de más de dos años. Es posible que los datos relevados de una empresa se repitan uno o más años o que no se encuentren actualizados.

El relevamiento comenzó el 11 de noviembre de 2024. Por este motivo es posible que posteriormente se hayan producido cambios en la conformación de los directorios que no se encuentren reflejados en el listado de las empresas involucradas.

Principales resultados:

- Los 1.000 directorios relevados suman 6.114 miembros designados entre presidentes, vicepresidentes y directores titulares y suplentes. Se consideraron cargos equivalentes según el tipo de empresa u organización.
- De los 1.000 directorios solamente 566 tienen

al menos la presencia de una mujer en su integración.

- De los 6.114 (100%) miembros designados, solamente 1.087 son mujeres (17,8%); el resto, 5.027 miembros (82,2%) son hombres.
- Como resultado del relevamiento se registran 50 mujeres (5,4%) sobre 920 cargos, cumpliendo el rol de presidente del directorio. En el caso de vicepresidentes, suman 116 mujeres (14%) designadas en 827 puestos cubiertos y como directores titulares, 505 mujeres (19,5%) sobre 2.597 nombrados.
- De los 1.000 directorios analizados, hay 20 cargos cubiertos con signatarios designados (presidente, CEO, gerente general, etc.) por empresas extranjeras con filiales en el país, de los cuales tres están ocupados por mujeres.

Resumen de los datos obtenidos

Directorios 2024					
Empresas Relevadas: 1000					
Cargo / género	Total	Mujeres	%	Hombres	%
Miembros titulares:	4.344	671	15,45	3.673	84,55
Presidentes:	920	50	5,43	870	94,57
Vicepresidentes:	827	116	14,03	711	85,97
Directores titulares	2.597	505	19,45	2.092	80,55
Directores suplentes	1.770	416	23,50	1.354	76,50
Totales generales:	6.114	1.087	17,78	5.027	82,22

tos en este ámbito. Todo esto ha motorizado cierta transformación. Claro que estas demandas no se limitan a consideraciones éticas o altruistas, sino que tienen un carácter profundamente estratégico. Por un lado, se ha demostrado con creces que la diversidad, entendida en su sentido más amplio, es un impulsor de rentabilidad: los equipos diversos ofrecen perspectivas enriquecedoras, fortalecen el compromiso, estimulan la innovación y potencian el desempeño empresarial. Por otro lado, la diversidad se vuelve clave para enfrentar los retos actuales, como la escasez de talentos y la competitividad en un mercado laboral globalizado.

Pasito a pasito

A pesar de lo antedicho, la realidad muestra un panorama desigual. La sobrerrepresentación masculina en los directorios es aún la norma, y las mujeres que logran acceder a esas posiciones suelen ser la excepción. Transformar esta situación requiere un cambio cultural profundo, que implica repensar las relaciones, eliminar sesgos profundamente arraigados y franquear barreras, de unos y otras. Como si fuera poco, el progreso en equidad de género ha demostrado estancarse en contextos de crisis. La pandemia fue un claro ejemplo de esto y, según el Foro Económico Mundial, hizo retroceder unos 30 años el camino hacia la igualdad. Y si de crisis hablamos, el cambio climático, la inflación generalizada, la incertidumbre económica y los recurrentes conflictos bélicos, entre otros desafíos, no parecen ser pájaros de buen agüero.

Para acelerar el cambio, en varios países se han adoptado medidas concretas. Un ejemplo de tantos es la directiva de la Unión Europea, que exige al menos un 40% de mujeres en los Consejos de Administración de empresas que cotizan en bolsa para 2026. En Argentina, en cambio, iniciativas similares han

tenido corta vida: la resolución 34/2020, que obligaba a las sociedades inscriptas en la Inspección General de Justicia a garantizar una composición equitativa entre hombres y mujeres, fue anulada a los pocos meses por un fallo de la Sala C de la Cámara Comercial.

Mientras tanto, con cupo o sin él, las mujeres siguen abriéndose camino en un terreno que continúa siendo mayoritariamente masculino. En esta carrera de obstáculos, las redes y organizaciones como Women Corporate Directors (WCD) o Women20 son esenciales, al impulsar y respaldar el crecimiento de ejecutivas y profesionales dentro de las empresas. Es con este mismo objetivo que *Mercado*, junto a KPMG, lleva adelante este estudio anual: una herramienta que no solo enriquece el debate con datos concretos, sino que también ofrece insumos valiosos para análisis y reflexiones futuras.

Se desacelera la tendencia

En 2018, *Mercado*, en alianza con KPMG, lanzó un estudio pionero para analizar la presencia de mujeres en los directorios de las empresas que lideran las ventas en Argentina. La primera edición incluyó el relevamiento de 500 juntas directivas de las 1.000 compañías con mayor facturación, según los balances de 2017, y los resultados fueron contundentes: apenas un 8,4% de participación femenina. Desde entonces, la representación de mujeres en los directorios ha crecido, aunque a un ritmo extremadamente lento. En 2019, el análisis se extendió al total de las 1.000 empresas que conforman el ranking de ventas anual de *Mercado*, y como resultado se registró un leve avance de +2%, que llevó la cifra a 10,3%. En 2020, el porcentaje de mujeres en los directorios alcanzó el 12,8%; en 2021, creció al 13,7%; y en 2022, subió al 16%, tras un incremento significativo de 2,3 puntos porcentuales. En la medición de 2023, se registró cierta desaceleración, ya que

Alta gerencia versus directorios

En los últimos años, se ha vuelto más común ver a mujeres desempeñándose en puestos de alta dirección, ya sea en posiciones de CEO o gerente general, como liderando áreas específicas, de Marketing, Relaciones Institucionales, Talento, entre otras. Sin embargo, la situación cambia drásticamente cuando se trata de los directorios, el nivel más alto de decisión dentro de las empresas. Es en este espacio donde se definen los objetivos estratégicos, se aprueban inversiones y balances, y se delimitan las grandes decisiones corporativas que los equipos ejecutivos llevarán adelante. La ausencia de mujeres en este ámbito no solo es evidente, sino preocupante.

el crecimiento se redujo a solo 1,5 puntos. En esta séptima edición, el freno se hizo aún más palpable: la representación femenina en los directorios pasó del 17,5% al 17,8% y creció apenas 0,3 puntos porcentuales. Las mujeres ocupan el 15,4% de las posiciones titulares y el 23,5% de las suplentes

Los datos muestran que, en total, hay aproximadamente 1,8 mujeres por cada 10 posiciones disponibles.

Hoy, menos presidentas que ayer

El nuevo relevamiento refleja que de 6.114 integrantes que conforman los directorios de las 1.000 empresas con mayor facturación en Argentina, según los balances de 2023, 5.029 son hombres y solo 1.087 son mujeres. Esto equivale a que apenas el 17,8% de las posiciones en los máximos órganos de decisión de las compañías más relevantes de Argentina están ocupadas por mujeres.

Como ocurre en diversos ámbitos, la representación femenina es mayor en roles con menor nivel de responsabilidad y poder de decisión. Así, en los cargos de directoras suplentes, la proporción de mujeres alcanza el 23,5%, pero cae al 15,45% entre los miembros titulares. Dentro de este segmento, la participación disminuye a medida que crece la jerarquía: las mujeres ocupan el 19,5% de las posiciones de directora titular, solo el 14% de las vicepresidencias y un mínimo 5,4% de las presidencias. Este último dato implica que, respecto de la medición anterior, se registró un descenso de 1 punto porcentual en la participación de mujeres como líderes de directorios.

LA SEGURIDAD DE TENER UN BUEN SEGURO

**AUTOS - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - CAUCIÓN
TRO - AGRO - TÉCNICO - RC - INCENDIO - ROBO**

VIDA COLECTIVO - AP - VIDA SALDO DEUDOR - SEPELIO

**Conocé más en:
Galenoseguros.com.ar - Portal PAS / APP Galeno PAS**

Participación de las mujeres en los directorios de Las 1000 empresas que más venden

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
1	Banco de la Nación Argentina			1		1	10	Bancaria
2	YPF			1	5	6	21	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
3	Banco Galicia			1	1	2	10	Bancaria
4	Banco Santander			3	1	4	10	Bancaria
5	Louis Dreyfus Argentina						6	Venta mayorista de granos
6	Viterra Argentina						6	Elaboración de aceites
7	Toyota Argentina			1		1	5	Fabricación de vehículos automotores
8	Banco BBVA Argentina			1		1	10	Bancaria
9	Banco Provincia de Buenos Aires			1		1	8	Bancaria
10	Cencosud Argentina						3	Hipermercados y supermercados
11	Mercado Libre			3		3	16	Venta minorista
12	Banco Macro			1		1	15	Bancaria
13	Banco Credicoop			11	21	32	110	Bancaria
14	Energía Argentina (ENARSA)						6	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
15	Banco de la Ciudad de Bs. As.			1		1	6	Bancaria
16	Banco Patagonia						12	Bancaria
17	Telecom Argentina				4	4	22	Servicios de correos y telecomunic.
18	Grupo Carrefour Argentina			1		1	2	Hiper Mercados y super Mercados
19	Siderca				1	1	6	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
20	Tenaris						1	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
21	Asociación de Cooperativas Arg.			1		1	8	Venta mayorista de granos
22	Aceitera General Deheza				1	1	6	Elaboración de aceites
23	ICBC			3		3	7	Bancaria
24	HSBC Bank Argentina			2	1	3	7	Bancaria
25	Coto		1		1	2	4	Hipermercados y supermercados
26	Pan American Energy Suc. Arg.						1	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
27	Ford Argentina			1		1	9	Fabricación de vehículos automotores
28	Banco de Córdoba						6	Bancaria
29	Citibank						1	Bancaria
30	Banco Supervielle		1	1		2	5	Bancaria
31	Cargill				1	1	6	Elaboración de aceites
32	Telefónica de Argentina			1	1	2	5	Servicios de correos y telecomunic.
33	Aerolíneas Argentinas						5	Servicios de transporte
34	Bunge Argentina			1		1	4	Elaboración de aceites
35	Volkswagen Argentina		1			1	5	Fabricación de vehículos automotores
36	Acindar (Grupo ArcelorMittal)			1		1	7	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
37	Raízen Argentina			1		1	7	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
38	Aguas Danone de Argentina				2	2	10	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
39	Ternium Argentina			1	2	3	16	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
40	Syngenta Agro						4	Fabr. de nutrientes agrícolas
41	FCA Automóviles						4	Fabricación de vehículos automotores
42	Claro Argentina (AMX Argentina)						4	Servicios de correos y telecomunic.
43	Osde						1	Servicios sociales y de salud
44	Supermercados Día Argentina						3	Hipermercados y supermercados
45	Industria Austral de Tecnología (latec)						4	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
46	Swiss Medical						10	Servicios sociales y de salud
47	Renault Argentina		1	1		2	4	Fabricación de vehículos automotores
48	Unilever de Argentina	1		1		2	4	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
49	Cervecería y Maltería Quilmes			1	1	2	9	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
50	Cirion Technologies Argentina						6	Servicios de correos y telecomunic.
51	Mercedes Benz			1		1	5	Fabricación de vehículos automotores
52	Banco Comafi			1	1	2	9	Bancaria
53	Edenor			1	6	7	23	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
54	PSA Peugeot Citroën Arg.						3	Fabricación de vehículos automotores
55	Johnson & Johnson de Arg.			1		1	3	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
56	Molfino Hermanos			1	1	2	6	Elaboración de productos lácteos
57	Arcor			4	2	6	13	Elab. de otros prod. alimenticios
58	Caja Jub. Pen. y Ret. Córdoba						1	Servicios sociales y de salud
59	Farmacity			1		1	8	Venta minorista
60	Mondelez International	1				1	2	Elab. de otros prod. alimenticios
61	Tarjeta Naranja			1		1	14	Serv. de intermediación financiera y aux.
62	Newsan			1		1	8	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
63	Scania Argentina						4	Autopartes y carrocerías
64	Halliburton Argentina			1		1	2	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
65	CMPC Inversiones de Arg.		1			1	3	Fabricación de papel y cartón
66	Mastellone Hermanos			1	3	4	18	Elaboración de productos lácteos
67	Minera Andina del Sol						12	Minera
68	A-Evangelista		1		2	3	9	Construcción
69	Banco Hipotecario			2	1	3	20	Bancaria
70	Techint Inversiones						4	Servicios empresariales
71	CamIn		1	1		2	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
72	Coop. Obrera Ltda. de Cons. y Vivie.		1	2	1	4	12	Hipermercados y supermercados
73	Trafigura Argentina						3	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
74	Arcos Dorados Argentina			1	1	2	8	Venta minorista
75	Techint Cía Técnica Internacional						6	Construcción
76	Aeropuertos Argentina 2000						7	Servicios de transporte
77	Importadora y Expor. de la Patagonia			3		3	7	Hipermercados y supermercados
78	Fidei. ProCrear (Banco Hipotecario)			2	1	3	20	Serv. de intermediación financiera y aux.
79	Pampa Energía			3	7	10	20	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
80	Distrilec Inversora			1	3	4	20	Serv. de intermediación financiera y aux.
81	Nuevo Banco de Santa Fe						10	Bancaria
82	Banco BMA						4	Bancaria
83	General Motors de Argentina		1			1	5	Fabricación de vehículos automotores
84	Natura Cosméticos	1				1	4	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
85	Transportadora de Gas del Sur			1	1	2	18	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
86	Gador			5	1	6	12	Fabricación de prod. farmacéuticos
87	Industrias John Deere Argentina						5	Fabricación de maquinaria agrícola
88	Bind Banco Industrial				1	1	11	Bancaria
89	Compañía Industrial Cervecera						9	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
90	Bayer				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
91	L'Oréal Argentina			1		1	5	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
92	Pecom Servicios de Energía						6	Servicios petroleros
93	Embotelladora del Atlántico						4	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
94	Edesur			2	2	4	18	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
95	Molino Cañuelas						3	Elab. de prod. alimenticios de molinería
96	Argenfundis						5	Serv. de intermediación financiera y aux.
97	Loma Negra			1		1	9	Elaboración de cemento
98	Banco de Valores			4	1	5	11	Bancaria
99	Nissan Argentina			1		1	3	Fabricación de vehículos automotores
100	Banco de Santiago del Estero			2		2	5	Bancaria
101	Molinos Río de la Plata			2		2	8	Elaboración de aceites
102	Siat				1	1	5	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
103	Emp. Prov. de Ener. de Cba. (EPEC)						3	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
104	Banco de La Pampa		1		1	2	6	Bancaria
105	London Supply Group						3	Serv. de intermediación financiera y aux.
106	Tecpetrol						8	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
107	Unipar Indupa						6	Fabr. de sus. químicas básicas
108	Monroe Americana			1		1	3	Venta mayorista
109	Vista Energy Argentina				2	2	5	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
110	Swift Argentina						3	Procesam. de carnes (incl. pescados)
111	Instituto de Seg. Social del Neuquén			1		1	9	Servicios sociales y de salud
112	Droguería del Sud			4	1	5	10	Venta mayorista
113	Supermercados Mayoristas Makro						6	Venta mayorista
114	Adeco Agropecuaria						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
115	Ins. Obra Soc. de FF.AA. y de Seg. (IOSFA)			1		1	11	Servicios sociales y de salud
116	Banco Provincia del Neuquén			1	1	2	5	Bancaria
117	Suizo Argentina						6	Venta mayorista
118	Directv Argentina						9	Servicios de correos y telecomunic.
119	First Data Cono Sur			1		1	3	Serv. de intermediación financiera y aux.
120	Bagley Argentina			1	1	2	6	Elab. de otros prod. alimenticios
121	Aluar Aluminio Argentino				2	2	19	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
122	Basf Argentina	1				1	3	Fabr. de sus. químicas básicas
123	Coca Cola Femsá		1	3		4	8	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
124	Cartocor				1	1	7	Fabricación de papel y cartón
125	Prisma Medios de Pago						13	Serv. de intermediación financiera y aux.
126	Grupo Savencia (Milkaut)				1	1	8	Elaboración de productos lácteos

N° Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
127						4	Servicios de correos y telecomunic.
128						1	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
129						2	Fabr. de sus. químicas básicas
130						3	Venta mayorista
131				1	1	8	Servicios de seguros
132			1	1	2	8	Serv. de intermediación financiera y aux.
133			1		1	3	Servicios empresariales
134	1				1	5	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
135			1		1	3	Elaboración de aceites
136						3	Elaboración de productos de tabaco
137			1		1	3	Fab. de prod. textiles e indumentaria
138			1	2	3	12	Bancaria
139						4	Venta minorista
140						6	Servicios petroleros
141			1		1	4	Elaboración de productos lácteos
142						6	Serv. de intermediación financiera y aux.
143						4	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
144			1	2	3	16	Servicios de seguros
145				1	1	12	Serv. de intermediación financiera y aux.
146						7	Elaboración de cemento
147	1				1	6	Bancaria
148						5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
149			1	2	3	10	Elaboración de cemento
150	1				1	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
151		1		2	3	12	Fabr. de nutrientes agrícolas
152	1		2	1	4	7	Soft., consultoría y hard. de oficina
153				1	1	6	Venta minorista
154						3	Fabricación de prod. farmacéuticos
155						6	Hipermercados y supermercados
156			1		1	7	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
157						8	Bancaria
158						15	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
159			1	2	3	11	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
160			1		1	8	Minera
161			1		1	6	Procesam. de carnes (incl. pescados)
162						4	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
163						14	Venta mayorista de granos
164						3	Minera
165		1	3	3	7	19	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tubería
166						4	Servicios de transporte
167						9	Bancaria
168			1		1	6	Servicios sociales y de salud
169						4	Fabr. de nutrientes agrícolas
170						9	Procesam. de carnes (incl. pescados)
171			1		1	11	Venta mayorista de granos
172			2		2	11	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
173			1		1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
174						3	Servicios petroleros
175			2	2	4	10	Servicios de transporte
176			2	2	4	8	Servicios de seguros
177						3	Construcción
178	1				1	6	Venta minorista de combustible
179			2	1	3	18	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
180						11	Servicios sociales y de salud
181						3	Fabricación de papel y cartón
182			1	1	2	11	ART
183			2	2	4	14	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
184		2		1	3	6	Venta minorista
185		1			1	4	Servicios de transporte
186		1		1	2	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
187		1			1	3	Fab. de prod. textiles e indumentaria
188		1	1		2	3	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
189						1	Bancaria

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
190	Nutricia Bagó			2	2	4	10	Elaboración de productos lácteos
191	Honda Motor de Argentina						5	Fabricación de vehículos automotores
192	Emova Movilidad						5	Servicios de transporte
193	Compañía Mega			2		2	21	Venta mayorista
194	Grupo Randstad (Sesa Intern.)	1				1	1	Servicios empresariales
195	Provincia ART			2	1	3	10	ART
196	Automóvil Club Argentino			2	2	4	22	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
197	IBM Argentina		1		1	2	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
198	Ardion (Ingredion Argentina)						1	Elab. de otros prod. alimenticios
199	Establecimiento Las Marias			1		1	7	Elab. de otros prod. alimenticios
200	Obra Social Pers. Construc.						1	Servicios sociales y de salud
201	Robert Bosch Arg. Industrial						3	Autopartes y carrocerías
202	Ledesma						13	Elab. de otros prod. alimenticios
203	Colgate-Palmolive Holding Arg.				1	1	3	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. químicos
204	Destilería Arg. de Petróleo						5	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
205	Massalin Particulares			2	1	3	6	Elaboración de productos de tabaco
206	Bridgestone Argentina						3	Fab. de neumáticos y prod. de caucho
207	Dass Argentina						1	Venta mayorista
208	Aysa						5	Captación, depur. y distr. de agua
209	Petrolil Petróleo y Derivados			1		1	4	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
210	Banco de San Juan				1	1	13	Bancaria
211	Petroquímica Com. Rivadavia		1	1	2	4	17	Elaboración de cemento
212	Empresa Dis. de Elec. de Mendoza		1		1	2	18	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
213	The Walt Disney Company Arg.						4	Servicios empresariales
214	Petrolera El Trébol			1		1	3	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
215	Grupo Fecovita		1			1	3	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
216	Topper Argentina			1	1	2	6	Fab. de prod. textiles e indumentaria
217	Sap Argentina	1				1	3	Soft., consultoría y hard. de oficina
218	La Segunda Coop. Lda de Seg. Gen.				1	1	20	Servicios de seguros
219	Banco de Formosa			1		1	5	Bancaria
220	Aes Argentina Generación				2	2	10	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
221	Air Liquide Argentina			1		1	5	Fabr. de sus. químicas básicas
222	Philips Argentina			1		1	4	Venta mayorista
223	Los Grobo Agropecuaria				1	1	5	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
224	Pfizer			1		1	2	Fabricación de prod. farmacéuticos
225	Seguros Ver. Rivadavia Coop. Lda						8	Servicios de seguros
226	Refinor						8	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
227	YPF Energía Eléctrica			1	2	3	16	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
228	Camuzzi Gas Pampeana				1	1	20	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
229	Benito Roggio e Hijos						4	Construcción
230	Banco CMF						4	Bancaria
231	San Cristóbal Seguros						7	Servicios de seguros
232	Enap Sipetrol Argentina		1		1	2	6	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
233	Smurfit Kappa Argentina						1	Fabricación de papel y cartón
234	Yara Argentina	1		1		2	3	Fabr. de nutrientes agrícolas
235	Camuzzi Gas del Sur						12	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
236	Exolgan				1	1	7	Servicios empresariales
237	Bequem (ex Fresenius Medical Care)			1		1	4	Servicios sociales y de salud
238	Fate		1			1	13	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
239	Red Link		1		5	6	30	Serv. de intermediación financiera y aux.
240	Frimetal						4	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
241	Mina Pirquitas				1	1	3	Minera
242	World Fuel Services Arg.						1	Venta mayorista
243	Nación Seguros						3	Servicios de seguros
244	Industrias Lear de Arg.						3	Autopartes y carrocerías
245	Banco Columbia						6	Bancaria
246	Akzo Nobel Argentina						5	Fabricación de pinturas
247	YPF Gas				2	2	10	Venta mayorista
248	Mirgor				2	2	8	Autopartes y carrocerías
249	Minera del Aльтиplano			1	2	3	11	Minera
250	Rural Ceres			1		1	5	Venta mayorista de granos
251	Santander Tecnología Arg.			1		1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
252	Cepas Argentinas			2	2	4	8	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
253	Grimoldi						5	Fabricación de calzado
254	AGCO Argentina						3	Fabricación de maquinaria agrícola
255	Ricardo Nini		1	1	1	3	4	Venta mayorista
256	Sistemas Globales AR20			1		1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
257	Imagen Satelital		1		1	2	5	Servicios de esparcimiento
258	Tecsan Ingeniería Ambiental						4	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
259	Cía de Seg. La Mercantil Andina	1		1		2	9	Servicios de seguros
260	American Express Arg.			1		1	7	Serv. de intermediación financiera y aux.
261	Zurich International Life Ld Arg						1	Servicios de seguros
262	Praxair Argentina			1		1	5	Fabr. de sus. químicas básicas
263	Dabra			1		1	6	Venta minorista
264	Dreamco				1	1	4	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
265	Blue Star Group (BSG)						2	Venta minorista
266	Schneider Electric Arg.	1	1			2	3	Servicios empresariales
267	Banco Piano						4	Bancaria
268	DHL Global Forwarding (Arg.)			1		1	3	Servicios de correos y telecomunic.
269	Pepsico de Argentina		1			1	5	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
270	Empresa Dis. de Energía Atlántica						14	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
271	Banco de Corrientes	1		1		2	4	Bancaria
272	ESPN Sur						2	Servicios de esparcimiento
273	Molinos Agro			1		1	4	Elab. de prod. alimenticios de molinería
274	Transpor. de Gas del Norte			1	2	3	26	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
275	Aperam Stainless Services & Solutions Arg.						3	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
276	Beiersdorf		1	1	1	3	4	Venta mayorista
277	Provincia Seguros		1	1	1	3	11	Servicios de seguros
278	Banco Municipal de Rosario			1		1	4	Bancaria
279	Lotería de Santa Fe						2	Servicios de esparcimiento
280	Backfin (consolidado)						3	Serv. de intermediación financiera y aux.
281	Baliarda		1	3		4	7	Fabricación de prod. farmacéuticos
282	Georgalos Hermanos				1	1	5	Elab. de otros prod. alimenticios
283	Cetrogar		1	2		3	5	Venta minorista
284	Despegar.com.ar						2	Venta minorista
285	Televisión Federal -Telefe				2	2	7	Servicios de esparcimiento
286	Friar			1		1	6	Procesam. de carnes (incl. pescados)
287	Provincia Servicios Financieros			2		2	4	Servicios empresariales
288	Signify				1	1	4	Venta mayorista
289	Sika Argentina						3	Fabr. de sus. químicas básicas
290	Allianz Arg. Cía de Seguros			3		3	7	Servicios de seguros
291	FMC Química				1	1	4	Fabr. de sus. químicas básicas
292	Takeda Argentina				2	2	6	Fabricación de prod. farmacéuticos
293	Capex			1		1	8	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
294	Transener			2	1	3	17	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
295	Offal Exp				1	1	3	Procesam. de carnes (incl. pescados)
296	Vitopel Argentina						4	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
297	Experta ART						8	ART
298	Empresa Dis. de Electric. de Salta						12	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
299	Egger Argentina				1	1	4	Elaboración de prod. de madera y muebles
300	Royal Canin Argentina		1			1	3	Elab. de alim. para animales
301	Adama Argentina						3	Fabr. de nutrientes agrícolas
302	Zurich Arg. Cía de Seguros			3		3	8	Servicios de seguros
303	Antares Naviera						4	Servicios de transporte
304	Galeno ART			1		1	4	ART
305	Juleriaque				1	1	2	Venta minorista
306	Terminales Río de la Plata			1		1	10	Terminal portuaria
307	Oilfield Services						4	Servicios petroleros
308	Rovella Carranza		1			1	4	Construcción
309	Autopistas Urbanas (AUSA)			2		2	11	Concesionaria vial
310	Torneos y Competencias				1	1	9	Servicios de esparcimiento
311	Whirlpool Argentina				1	1	4	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
312	Banco Pcia. Tierra del Fuego						5	Bancaria
313	Ampaced						2	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
314	Frimsa						6	Procesam. de carnes (incl. pescados)
315	Ingrecor				1	1	12	Elab. de otros prod. alimenticios
316	Asociart ART						15	ART

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
317	Summit-Agro Argentina						6	Fabr. de nutrientes agrícolas
318	Cotecsud			1		1	4	Servicios empresariales
319	Sudamericana Seg. Galicia (Sura)				1	1	7	Servicios de seguros
320	Haleon Arg. (Glaxosmithkline Arg.)			1	1	2	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
321	Givaudan Argentina				1	1	4	Fabr. de sus. químicas básicas
322	Boehringer Ingelheim						3	Fabricación de prod. farmacéuticos
323	Fundación Univ. Emp. Siglo 21		1			1	2	Servicios sociales y de salud
324	UPL Argentina						3	Fabr. de nutrientes agrícolas
325	GDM Argentina						4	Venta mayorista de granos
326	Merck		1	2		3	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
327	Volkswagen Financial Services Cía Fin.		1			1	7	Serv. de intermediación financiera y aux.
328	Tecnomyl		1		1	2	4	Fabr. de nutrientes agrícolas
329	Arte Radiotelevisivo Argentino						4	Servicios de esparcimiento
330	Iberconsa Argentina						3	Procesam. de carnes (incl. pescados)
331	Papel Prensa						7	Fabricación de papel y cartón
332	Biogénesis Bagó						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
333	Canteras Cerro Negro						5	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
334	Astrazeneca	1		1		2	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
335	La Segunda ART						10	ART
336	Aca Bio Cooperativa				1	1	10	Fabr. de sus. químicas básicas
337	Bodegas Salentein						3	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
338	DLS Archer Ltd.						2	Servicios petroleros
339	Scrapservice Argentina		1			1	4	Servicios empresariales
340	Huawei Tech Investment						1	Venta mayorista
341	Banco de Crédito y Secur.				1	1	10	Bancaria
342	Tecnología y Servicios Amb. (Tysa)			1		1	4	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
343	Simplot			1		1	6	Elab. de otros prod. alimenticios
344	Banco de Santa Cruz				1	1	8	Bancaria
345	Chevron Argentina						7	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
346	Distribuidora de Gas del Centro		1	3	4	8	18	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
347	Grupo Peñaflor			1	3	4	14	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
348	Supercemento						5	Construcción
349	Laboratorios Bagó						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
350	Genneia			1		1	16	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
351	CFN			1	2	3	8	Serv. de intermediación financiera y aux.
352	ABB	1		1		2	4	Fabricación de maquinaria de uso gral.
353	Obra Social del Personal Asoc. a As. Mutual SanCor			2		2	4	Servicios sociales y de salud
354	Distribuidora de Gas Cuyana				3	3	16	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
355	Celulosa Argentina						11	Fabricación de papel y cartón
356	Black & Decker Argentina						4	Fab. otras maq. espec. e instr. precisión
357	Seaboard Ener. Renovables y Alim.						5	Elab. de otros prod. alimenticios
358	Arte Gráfico Editorial Arg. (diario Clarín)						4	Activ. de edición e impresión
359	Dell América Latina Corp.						1	Venta mayorista
360	Nordelta			1	1	2	10	Construcción
361	Refi Pampa				1	1	9	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
362	Banco de Servicios y Transacciones						6	Bancaria
363	Assist Card Argentina						5	Servicios de seguros
364	Lorenzati Ruetsch		1	2		3	6	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
365	Ferrero Argentina		1			1	5	Elab. de otros prod. alimenticios
366	Papel Misionero						7	Fabricación de papel y cartón
367	Tigre Argentina			1		1	3	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
368	La Meridional Cía Arg. de Seguros			3		3	9	Servicios de seguros
369	Banco Mariva						9	Bancaria
370	Baterías Moura Argentina						6	Autopartes y carrocerías
371	Edesal Holding		1	2	2	5	8	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
372	Evonik Argentina						3	Venta mayorista
373	Brinks Argentina		1	1		2	3	Servicios de transporte
374	Southbay			1		1	4	Venta mayorista
375	Banco Rioja						2	Bancaria
376	Milicic			2		2	4	Minera
377	Sherwin Williams Arg.			1		1	6	Fabricación de pinturas
378	MSU Energy						5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
379	Teylem						2	Servicios empresariales
380	Rigolleau						11	Otras industrias manufactureras

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
381	Servicios Atlántico						5	Servicios empresariales
382	Lipsa						2	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
383	Yacopini Inversora				1	1	2	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
384	Oleoductos del Valle				2	2	14	Servicios petroleros
385	Obra Social Luis Pasteur			2		2	11	Servicios sociales y de salud
386	Club Atlético River Plate			5	2	7	33	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
387	Santista Argentina						7	Fab. de prod. textiles e indumentaria
388	Bristol Myers Squibb Arg.			2		2	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
389	Terminal Zárate						4	Terminal portuaria
390	RCI Banque Sucursal Arg.			1		1	1	Bancaria
391	Wade						9	Procesam. de carnes (incl. pescados)
392	Irsa Inversiones y Repres.			2		2	14	Servicios inmobiliarios
393	Vestas		1			1	4	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
394	Unimaco		1		2	3	7	Venta minorista
395	3M Argentina		1			1	4	Venta mayorista
396	CNH Industrial Capital Arg.	1				1	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
397	Invap				2	2	12	Fab. otras maq. espec. e instr. precisión
398	Transfármaco						5	Servicios de transporte
399	Entec Argentina			1		1	3	Venta mayorista
400	Unión Obrera de la Cons.						1	Servicios sociales y de salud
401	Talleres Metalúrgicos Crucianelli			2	1	3	5	Fabricación de maquinaria agrícola
402	GCDI			1		1	14	Construcción
403	Generación Mediterránea			2	1	3	11	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
404	Cliba Ingeniería Urbana						4	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
405	Interbanking				1	1	18	Serv. de intermediación financiera y aux.
406	Río Uruguay Coop. de Seg.			2		2	11	Servicios de seguros
407	Cleanergy Argentina			1		1	3	Serv. de intermediación financiera y aux.
408	Vicentín						4	Elaboración de aceites
409	Mapfre Argentina Seg. Gen.			1	1	2	6	Servicios de seguros
410	Rombo Cía Financiera	1				1	7	Serv. de intermediación financiera y aux.
411	Compañía Financiera Arg.				1	1	5	Serv. de intermediación financiera y aux.
412	Metroenergía				1	1	6	Venta mayorista
413	PSA Finance Arg. Cía Financiera	1			1	2	9	Serv. de intermediación financiera y aux.
414	Banco BICA						12	Bancaria
415	Petrobras Operaciones			1		1	2	Extrac. petróleo crudo y gas nat. Refin.
416	Inversora Juramento				1	1	10	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
417	Gire						8	Servicios empresariales
418	Durlock						3	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
419	NCR Argentina						3	Venta mayorista
420	Toyota Boshoku Arg.						3	Autopartes y carrocerías
421	Austin Powder Argentina						2	Fabr. de sus. químicas básicas
422	Grúas San Blas			2		2	3	Venta mayorista
423	Solbayres				1	1	4	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
424	Almundo.Com			2		2	3	Venta minorista
425	Arsat			1		1	6	Servicios de correos y telecomunic.
426	Insieme Holding			4		4	6	Serv. de intermediación financiera y aux.
427	Swiss Medical ART						9	ART
428	Max Capital						6	Serv. de intermediación financiera y aux.
429	Ricardo Venturino						6	Venta mayorista
430	Brubank			1	1	2	16	Bancaria
431	Metalfor			1		1	4	Fabricación de maquinaria agrícola
432	Kalcayan Tecnol. del Vidrio		1			1	3	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
433	Rizobacter Argentina						4	Fabr. de nutrientes agrícolas
434	Central Costanera			1	1	2	12	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
435	Sealed Air Argentina			1	1	2	4	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
436	Empresa Jujeña de Energía			1	2	3	14	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
437	Galicia Asset Management						5	Serv. de intermediación financiera y aux.
438	Ace American Insurance Company (Suc. Arg.)			1		1	4	Servicios de seguros
439	Roca Argentina						6	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
440	Autopistas de Bs. As.			2		2	11	Concesionaria vial
441	Flowserve						3	Fab. otras maq. espec. e instr. precisión
442	Eco de Los Andes			2		2	8	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
443	Cabot Argentina		1	1		2	5	Fabr. de sus. químicas básicas
444	Garovaglio y Zorraquín						5	Serv. de intermediación financiera y aux.

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
445	Empresa Dis. de Elec. de la Rioja				1	1	5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
446	Surcos						4	Fabr. de nutrientes agrícolas
447	Siderco						4	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
448	Ivax Argentina	1				1	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
449	Vía Bariloche						3	Servicios de transporte
450	Havana						6	Elab. de otros prod. alimenticios
451	La Nueva Metropól						3	Servicios de transporte
452	Metalsur Carrocerías						6	Autopartes y carrocerías
453	Patagonian Fruits Trade						4	Venta mayorista
454	International Flavors & Fragrances			1	1	2	4	Elab. de otros prod. alimenticios
455	Transbasa			4	1	5	13	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
456	Agronorte						1	Venta mayorista
457	Banco Roela				2	2	10	Bancaria
458	Rogiro Aceros		1			1	5	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
459	Constructora Sudamericana						4	Construcción
460	Cargo Servicios Industriales			2	1	3	6	Servicios de transporte
461	Fresenius Kabi						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
462	Zurich Aseguradora Arg.	1		2		3	7	Servicios de seguros
463	CT Barragán			1	1	2	11	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
464	Cliba Ingeniería Ambiental						4	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
465	Banco Coinag			1		1	6	Bancaria
466	Hillside (New Media Malta) PLC Suc. Arg.			1		1	1	Servicios de esparcimiento
467	Nación Servicios	1		2		3	6	Serv. de intermediación financiera y aux.
468	John Deere Credit			2		2	8	Serv. de intermediación financiera y aux.
469	Consultatio			1	1	2	8	Construcción
470	Michelin Argentina	1			1	2	5	Venta mayorista
471	PB Leiner Argentina				1	1	4	Elab. de otros prod. alimenticios
472	San Atanasio Energía						5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
473	BMW de Argentina	1	1			2	3	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
474	Plan Óvalo			1	1	2	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
475	Toyota Material Handling						1	Venta mayorista
476	Life Seguros			3		3	9	Servicios de seguros
477	Clariant Argentina			2		2	3	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
478	Tadicor				1	1	4	Venta mayorista
479	Frigorífico Bermejo						5	Procesam. de carnes (incl. pescados)
480	SanCor Cooperativas Unidas						6	Elaboración de productos lácteos
481	Disal			2		2	7	Fabricación de pinturas
482	Australtex						2	Fab. de prod. textiles e indumentaria
483	Sogefi Suspensión Arg.						3	Autopartes y carrocerías
484	Weatherford International de Arg.			1		1	3	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
485	SAF Argentina						5	Elab. de prod. alimenticios de molinería
486	Banco de Servicios Financieros	1	1	1		3	4	Bancaria
487	Ilva						4	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
488	Droguería Ros Far				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
489	Ferrum			2	1	3	12	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
490	Zurich Cía de Reaseguros		1	2		3	7	Servicios de seguros
491	Boart LongYear Arg.						3	Construcción
492	Petrolera Aconcagua Energía			2		2	5	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
493	Seidor Consulting						5	Soft., consultoría y hard. de oficina
494	Hidrotec			1	1	2	6	Construcción
495	Laboratorios Richmond			2		2	12	Fabricación de prod. farmacéuticos
496	Food Service America						2	Servicios empresariales
497	Grupo Publicis			1		1	1	Servicios empresariales
498	Banco BNP Paribas						1	Bancaria
499	Sumitomo Chemical Arg.						5	Fabr. de nutrientes agrícolas
500	Autopistas del Sol						10	Concesionaria vial
501	Ferroexpreso Pampeano			2	2	4	13	Servicios de transporte
502	Leuru			1		1	4	Fab. de prod. textiles e indumentaria
503	CMC Hospital Privado Centro Médico Córdoba			1	1	2	7	Servicios sociales y de salud
504	Later-Cer						4	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
505	Las Blondas			1	1	2	4	Venta minorista
506	Banco Sáenz						4	Bancaria
507	Terminales Marítimas Patagónicas				1	1	3	Terminal portuaria
508	Aguas Cordobesas				2	2	14	Captación, depur. y distr. de agua

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
509	Avex						6	Procesam. de carnes (incl. pescados)
510	Winners Productos Deportivos				1	1	3	Venta minorista
511	Rehau Argentina						3	Venta mayorista
512	Galicia Seguros			2		2	7	Servicios de seguros
513	Citrusvil						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
514	Longvie						7	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
515	TRB Pharma			1		1	5	Fabricación de prod. farmacéuticos
516	Solalban Energía						9	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
517	Pasteko						7	Servicios de esparcimiento
518	Oben Argentina (Oppfilm)						2	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
519	Bolsas y Mercados Arg. (BYMA)			1		1	12	Servicios empresariales
520	Estrella Servicios Petroleros						2	Servicios petroleros
521	Cofesur				1	1	6	Serv. de intermediación financiera y aux.
522	Tolvas				1	1	5	Venta mayorista de granos
523	Liliana			2		2	5	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
524	Brightstar Fuegoína		1	1		2	3	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
525	Compañía TSB						4	Servicios de transporte
526	Vestiditos	1		2		3	6	Fab. de prod. textiles e indumentaria
527	Distribuidora Cummins			1		1	3	Venta mayorista
528	Ontec Fortinox						4	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
529	SMG Cía Argentina de Seguros						9	Servicios de seguros
530	Argenova						3	Procesam. de carnes (incl. pescados)
531	FGC Fuels Marketing						3	Venta mayorista
532	Goldmund			1		1	4	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléct.
533	Boxmark Leather						3	Curtiembres / marroquinería
534	Danisco Argentina	1		1		2	3	Fabr. de sus. químicas básicas
535	Resinas Concordia				1	1	2	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
536	Ins. Arg. de Diagnóstico y Tratamiento		1	1	1	3	5	Servicios sociales y de salud
537	Greif Argentina						1	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
538	London Supply						3	Venta minorista
539	Trivento Bodegas y Viñedos						3	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
540	Bioetanol Río Cuarto						12	Fabr. de sus. químicas básicas
541	Caminos de las Sierras						5	Concesionaria vial
542	Balanz Capital Valores			1		1	4	Servicios empresariales
543	Scor Global P&C						1	Servicios de seguros
544	Chubb Seguros Argentina						5	Servicios de seguros
545	Minera Don Nicolás						3	Minera
546	Bodegas Chandon						7	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
547	Codimat				1	1	10	Venta minorista
548	Carsa				2	2	4	Venta minorista
549	Latitud 45 Petróleo y Gas	1				1	4	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
550	MSU						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
551	Foraco Argentina						2	Construcción
552	Banco del Sol						7	Bancaria
553	Starr Indemnity & Liability Company, S. Arg., de Seguros						3	Servicios de seguros
554	Sideco Americana			1	1	2	6	Construcción
555	Industrias Sica						5	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléc.
556	Valmont Industries de Arg.				4	4	10	Fabricación de maquinaria agrícola
557	Empresa de Tran, de Energía Eléctrica por Dis. Troncal de Cuyo				1	1	16	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
558	Golden Peanut and Tree Nuts						4	Venta mayorista de granos
559	Lenovo Argentina						1	Venta mayorista
560	Nutri Home						4	Servicios sociales y de salud
561	Gas y Petróleo del Neuquén						6	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
562	Expro Argentina			1		1	3	Servicios petroleros
563	Orbis Cía Arg. de Seguros						4	Servicios de seguros
564	Cresud			3		3	18	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
565	Envases Tinplate						3	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
566	Gestam Argentina			1		1	7	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
567	Estrella Patagónica						5	Procesam. de carnes (incl. pescados)
568	Worley Argentina			2		2	4	Construcción
569	Sidus		1	2		3	10	Fabricación de prod. farmacéuticos
570	Instituto Cardiovascular Bs. As.						11	Servicios sociales y de salud
571	Mercedes Benz Cía. Financ.			1		1	5	Serv. de intermediación financiera y aux.

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
572	London Free Zone						3	Venta minorista
573	Metrovías						15	Servicios de transporte
574	Pelayo Agronomía			1	1	2	4	Venta mayorista
575	Savant Pharm						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
576	TGS Nopec Sucursal Arg.						1	Servicios empresariales
577	Centrales de la Costa Atlántica				1	1	7	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
578	Advanta Semillas						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
579	Nouryon Chemicals Arg.		1			1	2	Fabr. de sus. químicas básicas
580	FCA Compañía Financiera			2		2	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
581	Alcon Laboratorios Arg.			1		1	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
582	Diesel Lange						3	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
583	ADT Security Services	1	1			2	4	Servicios de seguridad
584	La Cumbre San Luis (Hileret)						3	Elab. de otros prod. alimenticios
585	Gente de la Pampa						3	Elaboración de aceites
586	Liag Argentina						5	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
587	Agrofina				1	1	5	Fabr. de nutrientes agrícolas
588	Envases Food Solutions						2	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
589	Paolini Hnos.			1	1	2	4	Construcción
590	Grupo Concesionario del Oeste			1		1	14	Concesionaria vial
591	Axa Assistance Argentina						4	Servicios de seguros
592	La Holando Sudamericana Cía de Seg.			3		3	9	Servicios de seguros
593	Pluscargo						2	Servicios de transporte
594	Petronas E&P Arg.			1		1	5	Extrac. petró. crudo y gas nat. Refin.
595	Agrotecnología Sala		1			1	4	Venta mayorista
596	Pinturerías Rex						4	Venta minorista
597	Futuros y Opciones. Com				1	1	10	Venta mayorista de granos
598	Santiago Sáenz				1	1	4	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
599	Mercado Abierto Electrónico (MAE)						5	Servicios empresariales
600	Club Atlético Boca Juniors			1	1	2	27	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
601	Emerger Fertilizantes						3	Fabr. de nutrientes agrícolas
602	Under Armour Argentina						4	Venta mayorista
603	Henry Hirschen			1		1	6	Fabr. de sus. químicas básicas
604	Coop. Mutual Patronal Soc. Mutual Seg.			3		3	6	Servicios de seguros
605	Agro Corteva Argentina				1	1	5	Venta mayorista
606	Tradelog						4	Servicios de transporte
607	Allianz RE Argentina			3		3	8	Servicios de seguros
608	Life Group Cía de Seguros (Prudential Seg.)			1	1	2	9	Servicios de seguros
609	Tasa Logística		1	1	2	4	7	Servicios de correos y telecomunic.
610	Toyota Cía Financiera de Arg.						7	Serv. de intermediación financiera y aux.
611	Oiltanking Ebytem						11	Extrac. petró. crudo y gas nat. Refin.
612	Zurich Santander Seg. Arg.			4	1	5	17	Servicios de seguros
613	Mapfre RE Cía de Reaseg. Suc. Arg.			1		1	13	Servicios de seguros
614	Citromax	1				1	5	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
615	Indunor		1			1	8	Fabr. de sus. químicas básicas
616	Desdelsur			1		1	10	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
617	Expreso Gral. Sarmiento			1		1	4	Servicios de transporte
618	D'arc Libertador			1	1	2	6	Venta minorista
619	Eternit Argentina						3	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
620	SCC Power Argentina						4	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
621	HDI Seguros						7	Servicios de seguros
622	CAT Technologies Arg.						2	Soft., consultoría y hard. de oficina
623	Cheek				1	1	2	Fab. de prod. textiles e indumentaria
624	Betsson Malta Holding Ltd. Suc. Arg.			1		1	2	Servicios de esparcimiento
625	Fondomonte South America			1		1	5	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
626	Pernod Ricard Argentina	1		1		2	5	Elab. otras beb. alcohol. y no alcohol.
627	Cosan Lubricantes						3	Venta mayorista
628	Santander Consumer						4	Serv. de intermediación financiera y aux.
629	Vial Agro				1	1	4	Construcción
630	Penguin Random House Grupo Ed.				1	1	7	Activ. de edición e impresión
631	Southamerican Trendy			1	1	2	4	Venta mayorista
632	DVS Construcciones						4	Construcción
633	Mazalosa			1	1	2	3	Fab. de prod. textiles e indumentaria
634	Alfavinil	1	1	2		4	5	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
635	La Estrella Cía de Seg. de Retiro			2	4	6	14	Servicios de seguros
636	Ovobrand			1		1	5	Elab. de otros prod. alimenticios

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
637	Emerson Argentina				1	1	2	Soft., consultoría y hard. de oficina
638	Garruchos				1	1	4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
639	Hydro Extrusion Arg.						3	Construcción
640	Jockey Club A.C.						20	Servicios de esparcimiento
641	Ins. Autárquico Prov. del Seguro						3	Servicios de seguros
642	Cembrass						5	Fabr. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
643	Meranol		1			1	8	Fabr. de sus. químicas básicas
644	Lanxess						5	Fabr. de sus. químicas básicas
645	Nova						3	Fabr. de nutrientes agrícolas
646	Giorno						5	Procesam. de carnes (incl. pescados)
647	Maniagro Arg. (Arg de Graaf)		1	1	1	3	4	Elab. de otros prod. alimenticios
648	Laboratorio Cuenca				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
649	Morixe Hermanos						9	Elab. de otros prod. alimenticios
650	BMI						2	Construcción
651	Consultoría en Tec. de Inform.				1	1	3	Soft., consultoría y hard. de oficina
652	Agrometal	1		1	1	3	8	Fabr. otras maq. espec. e instr. precisión
653	BBVA Asset Management Arg.						3	Serv. de intermediación financiera y aux.
654	Lufthansa						1	Servicios de transporte
655	Casino Puerto Santa Fe				1	1	6	Servicios de esparcimiento
656	Berkley International Seg.						7	Servicios de seguros
657	Syneos Health Arg.	1				1	2	Servicios empresariales
658	Banco Dino		1			1	4	Bancaria
659	B-Gaming		1	1		2	12	Soft., consultoría y hard. de oficina
660	Caja de Valores						12	Serv. de intermediación financiera y aux.
661	Aguas Santafesinas						5	Captación, depur. y distr. de agua
662	Sony Argentina						4	Venta mayorista
663	Ferroglobe Argentina			1		1	3	Fabr. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
664	Coop. de Tabacaleros de Jujuy			2		2	16	Elaboración de productos de tabaco
665	Furukawa Electric Latam Suc. Arg.						1	Otras industrias manufactureras
666	Plaza Logística						6	Construcción
667	San Miguel				1	1	11	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
668	Club Atlético Talleres de Córdoba				1	1	20	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
669	Enel Generación El Chocón			3	1	4	16	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
670	Dycasa						8	Construcción
671	Oracle Argentina						5	Soft., consultoría y hard. de oficina
672	Coteminas Argentina		1	1	1	3	4	Fabr. de prod. textiles e indumentaria
673	Yacimientos Mineros de Agua de Dionisio (Ymad)						5	Minera
674	Ramón Carrillo		1			1	2	Servicios sociales y de salud
675	Cabrales			1		1	5	Elab. de otros prod. alimenticios
676	Simmons de Argentina			2	1	3	9	Venta mayorista
677	Indra SI		1			1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
678	Gastaldi Hnos.						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
679	BBVA Seguros Argentina						5	Servicios de seguros
680	Stoller Argentina		1		1	2	4	Fabr. de nutrientes agrícolas
681	Arimex Importadora			1		1	6	Venta mayorista
682	Compañía de Seguros El Norte		1		2	3	8	Servicios de seguros
683	Braskem Argentina		1			1	4	Fabr. prod. plástico y otros prod. de caucho
684	Ledvance Argentina						1	Venta mayorista
685	Hoerbiger de Arg.						4	Fabr. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
686	Válvulas Worcester de Arg.						3	Fabr. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
687	Andina Empaques						4	Fabr. prod. plástico y otros prod. de caucho
688	IGT - Argentina			1		1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
689	Ruralco Soluciones						5	Fabr. de nutrientes agrícolas
690	The Chemours Company			1		1	2	Venta mayorista
691	Central Dock Sud				2	2	9	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
692	Prometeon Tyre Group						4	Venta mayorista
693	American Tower Arg.						1	Servicios de correos y telecomunic.
694	Paraná Seguros						3	Servicios de seguros
695	Ratto Hermanos			2		2	4	Venta mayorista
696	Consultatio Argentina			1	1	2	8	Construcción
697	Atos Argentina						2	Soft., consultoría y hard. de oficina
698	Editorial Planeta		1			1	3	Activ. de edición e impresión
699	NTT Data Argentina		1	1	1	3	4	Soft., consultoría y hard. de oficina

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
700	Petróleos Sudamericanos						5	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
701	Norauto						4	Venta minorista
702	Lotería de la Ciudad de Bs. As.						5	Servicios de esparcimiento
703	Sun Chemical Ink				1	1	4	Fabr. de sus. químicas básicas
704	Aceros Coco		2			2	5	Venta mayorista
705	Milicic Minería			2		2	4	Minera
706	Nec Argentina						5	Soft., consultoría y hard. de oficina
707	Consejo Prof. de Ciencias Económ. CABA	1	1	8	11	21	46	Servicios empresariales
708	Prear Pretensados Argentinos						4	Construcción
709	Consultatio Renta Local FCI						5	Serv. de intermediación financiera y aux.
710	Luz de Tres Picos			1	1	2	5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
711	Finma				1	1	8	Servicios empresariales
712	Bellamar Estancias			1		1	10	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
713	Delfino Llobet						3	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
714	Credicutas Consumo						5	Serv. de intermediación financiera y aux.
715	Nexco				1	1	4	Elab. de otros prod. alimenticios
716	Multijacto			1		1	4	Fabricación de maquinaria agrícola
717	Fischer Argentina						2	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
718	Zitro Argentina	1				1	2	Venta mayorista
719	YPF Tecnología			2	2	4	11	Servicios empresariales
720	Agrality			1	2	3	9	Venta mayorista de granos
721	Boston Compañía Arg. de Seg.						5	Servicios de seguros
722	Qualia Compañía de Seguros						5	Servicios de seguros
723	Telearte		1			1	3	Servicios de esparcimiento
724	Escandinavian Outdoors						2	Venta mayorista
725	Demibell				1	1	2	Venta minorista
726	Agencia Marítima Multimar						4	Servicios de transporte
727	Operadora Argentina de Cines		1			1	4	Servicios de esparcimiento
728	BiBank			1		1	8	Bancaria
729	Brent Energía y Servicios						7	Servicios petroleros
730	Plastic Omnium POAIA						7	Autopartes y carrocerías
731	Teradata de Argentina		1			1	3	Soft., consultoría y hard. de oficina
732	Palmar						4	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
733	lflow						5	Servicios de transporte
734	Punto Sur Soc. Arg. de Reaseguros		1			1	8	Servicios de seguros
735	José Cartellone Cons. Civiles						5	Construcción
736	Asegu. Total Motovehicular-ATM						5	Servicios de seguros
737	Assurant Arg. Cía de Seguros			2		2	6	Servicios de seguros
738	Regis. Nac. de Trab. Rurales y Empleadores - RENATRE						6	Servicios sociales y de salud
739	Albanesi Energía			1	1	2	9	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
740	Banco Voií				2	2	8	Bancaria
741	Energizer Argentina	1				1	4	Venta mayorista
742	Packall						3	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
743	Automotores Russoniello						2	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
744	Orazul Energy Generating			1	2	3	7	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
745	Tesur Prestaciones Globales						3	Servicios petroleros
746	Victorio Podestá						4	Servicios de transporte
747	Terminal Puerto Rosario			1		1	10	Terminal portuaria
748	Bodega Norton						5	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
749	Gemabiotech		1			1	3	Fabricación de prod. farmacéuticos
750	Triunfo Cooperativa de Seg. Lda.				1	1	5	Servicios de seguros
751	Stefanini Soluciones						1	Soft., consultoría y hard. de oficina
752	Romikin						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
753	Promedon				1	1	6	Serv. de intermediación financiera y aux.
754	Gates Argentina				1	1	4	Venta mayorista
755	Unifarma				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
756	Oleoducto Loma Campana-Lago Pellegrini						4	Servicios petroleros
757	Limp Ar Rosario						9	Elim. desper. y aguas resid., saneam. y serv. sim.
758	lTrials		1	1		2	6	Servicios sociales y de salud
759	Cristacol				1	1	3	Fabricación de pinturas
760	Rowing						4	Construcción
761	Bio Ramallo			1		1	4	Fabr. de sus. químicas básicas
762	Tecsesi (Techint Servicios Sider.)						5	Servicios empresariales
763	Petrosurco			1		1	4	Venta minorista

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
764	Aseguradores Arg. Cía. de Reaseg.						4	Servicios de seguros
765	Héctor A. Bertone			1		1	6	Venta mayorista de granos
766	InvertirOnline			1		1	5	Serv. de intermediación financiera y aux.
767	Biocorba						2	Fabr. de sus. químicas básicas
768	Dupont Specialty Products Arg.						3	Venta mayorista
769	Pet Supplies International						4	Venta minorista
770	Isringhausen Argentina						2	Autopartes y carrocerías
771	Murchison Estibajes y Cargas I y C						5	Servicios de transporte
772	BICE Fideicomisos			1		1	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
773	Cet						6	Servicios de esparcimiento
774	Laboratorio Kemex				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
775	Envases del Plata						3	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
776	Mabxience				1	1	4	Fabricación de prod. farmacéuticos
777	Laminados Industriales						4	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
778	Ostilio Bocci-Baterías Wao Finan.						6	Autopartes y carrocerías
779	President Petroleum						3	Extrac. petrol. crudo y gas nat. Refin.
780	Macro Fondos Soc. Gerente de FCI		1			1	3	Serv. de intermediación financiera y aux.
781	Depósito Fiscal Buenos Aires			1	1	2	4	Servicios empresariales
782	Remolcadores Artug						8	Servicios empresariales
783	Crédito Directo			1	1	2	6	Serv. de intermediación financiera y aux.
784	Astori Estructuras						3	Construcción
785	MATba Rofex (consolidado)			1	3	4	21	Servicios empresariales
786	Tubos Trans Electric		1	2		3	7	Fabricación de maquinaria de uso gral.
787	Pellegrini S.A. Gerente FCI		1			1	4	Serv. de intermediación financiera y aux.
788	Ladislao Berkes						5	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
789	Telcom Ventures de Arg.				1	1	4	Servicios de esparcimiento
790	SoEnergy Argentina				1	1	4	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
791	Synthon Argentina						3	Fabricación de prod. farmacéuticos
792	Eskabe			1	2	3	5	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléc.
793	Agroempresa Colón	1				1	4	Venta mayorista
794	Elta Transportes						1	Servicios de transporte
795	Instituto de Estadística y Registro de la Ind. de la Construcción		1			1	9	Servicios empresariales
796	Puratos Argentina						5	Elab. de otros prod. alimenticios
797	Limpiolux		1		1	2	3	Servicios empresariales
798	Argensun				4	4	8	Elab. de otros prod. alimenticios
799	Ángel Estrada & Cía.				1	1	7	Activ. de edición e impresión
800	GPAT Cía. Financiera						4	Serv. de intermediación financiera y aux.
801	Hierros Lider	1	1	1	1	4	6	Venta mayorista
802	Epta Argentina						6	Fabricación de maquinaria de uso gral.
803	IMPISA						11	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
804	Gas Meridional						3	Venta mayorista
805	Lindal Argentina						2	Otras industrias manufactureras
806	Gasoducto Gasandes Arg.				3	3	18	Construcción
807	Carraro Argentina						5	Autopartes y carrocerías
808	Neoris			1		1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
809	Novozymes Bioag		1		1	2	4	Fabr. de nutrientes agrícolas
810	Caruso Cía Arg. de Seguros	1		1		2	8	Servicios de seguros
811	Trace Groupe				2	2	6	Servicios Petroleros
812	Repas		1		1	2	3	Venta mayorista
813	Minera Exar						7	Minera
814	Cartellone Oil & Gas						5	Construcción
815	LNW Gaming Argentina			1		1	3	Servicios de esparcimiento
816	Kia Argentina				1	1	4	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
817	Lestar Química						8	Fabr. de sus. químicas básicas
818	Lawter Argentina						3	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
819	Sehos						4	Construcción
820	Voestalpine High Performace Metals Arg.						3	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
821	PTP Argentina (PTP Warrant)				1	1	5	Serv. de intermediación financiera y aux.
822	AdCap Securities Argentina						5	Serv. de intermediación financiera y aux.
823	KSB Argentina						3	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
824	BioMérieux	1			1	2	4	Servicios sociales y de salud
825	Hijos de Salvador Muñoz				2	2	7	Elab. de otros prod. alimenticios
826	Tassaroli				1	1	2	Fab. otras maq. espec. e instr. precisión

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
827	Molinos Fénix		1			1	6	Elab. de prod. alimenticios de molinería
828	Umicore Argentina						2	Fabr. de sus. químicas básicas
829	Iscar Tools Argentina						6	Fabricación de maquinaria de uso gral.
830	Logistical						3	Servicios empresariales
831	Estremar						3	Procesam. de carnes (incl. pescados)
832	Grupo Gamma		1			1	7	Servicios sociales y de salud
833	Archroma						3	Fabr. de sus. químicas básicas
834	Industrias Rotor Pump						4	Fab. otras maq. espec. e instr. precisión
835	Terragene						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
836	Peri						3	Servicios empresariales
837	Transpor. de Gas del Mercosur				1	1	10	Fab. gas y dis. de comb. gas. por tuber.
838	Benefits			1		1	4	Servicios empresariales
839	Just International Latam						4	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
840	Agrana Fruit Argentina						4	Elab. de otros prod. alimenticios
841	Hendel Hogar	1	1		2	4	6	Venta minorista
842	Equis Quince						3	Venta mayorista
843	Molinos Juan Semino			4		4	11	Venta mayorista de granos
844	Diferoil						2	Fabr. de sus. químicas básicas
845	Del Fabro Hermanos y Cía		1	2		3	6	Venta mayorista
846	Innovate Pharma						4	Fabricación de prod. farmacéuticos
847	Omint A.R.T.						6	ART
848	Reba Compañía Financiera			1		1	5	Serv. de intermediación financiera y aux.
849	Bio Ledesma						5	Fabr. de sus. químicas básicas
850	Vtex Argentina						3	Soft., consultoría y hard. de oficina
851	Regional Trade						7	Venta mayorista
852	La Perseverancia Seguros			1		1	7	Servicios de seguros
853	Coop. Popular de Electricidad, Obras y Servicios Púb. de Sta. Rosa			2	3	5	13	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
854	Tecnovax			1		1	6	Fabricación de prod. farmacéuticos
855	Esferomatic						4	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
856	Sol Naciente Seguros				3	3	7	Servicios de seguros
857	Contract Rent			2		2	8	Construcción
858	Unionbat			1	3	4	14	Autopartes y carrocerías
859	Argenmar						7	Servicios de transporte
860	Centro Privado de Tomografía Computada Córdoba			1		1	7	Servicios sociales y de salud
861	Química True			1		1	5	Fabr. de sus. químicas básicas
862	Coop. de Electricidad y Serv. Anexos Lda de Zárate			2	2	4	14	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
863	Maynar				1	1	4	Venta minorista
864	Red Hat de Argentina						4	Soft., consultoría y hard. de oficina
865	Officenet						3	Venta mayorista
866	Radio Mitre						4	Servicios de esparcimiento
867	Berkley International A.R.T.			2		2	5	ART
868	Liderar Cía General de Seguros				2	2	6	Servicios de seguros
869	Dragados y Obras Portuarias						5	Construcción
870	Reckitt Benckiser Argentina						4	Fabr. de sus. químicas básicas
871	Socorro Médico Privado	1		1		2	4	Servicios sociales y de salud
872	Runfo						2	Procesam. de carnes (incl. pescados)
873	Pickit Argentina						8	Servicios de transporte
874	GD Energy Products						3	Venta mayorista
875	Soc. Arg. de Autores y Compositores de Música (Sadaic)			1		1	7	Servicios empresariales
876	Hanesbrands Argentina			1	1	2	5	Fab. de prod. textiles e indumentaria
877	Intégrity Seguros Argentina				2	2	6	Servicios de seguros
878	Biobal Energy						2	Fabr. de sus. químicas básicas
879	Achernar	1	1			2	5	Fabricación de papel y cartón
880	Banco de Comercio		1			1	6	Bancaria
881	Garfín Agro				1	1	4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
882	Galeno Seguros		1	1		2	5	Servicios de seguros
883	Pfisterer Argentina				2	2	7	Otras industrias manufactureras
884	Aguas de Corrientes						2	Captación, depur. y distr. de agua
885	Constructora San José Arg.						4	Construcción
886	CG Gestión Compartida						4	Servicios empresariales
887	Froneri Argentina	1				1	3	Elab. de otros prod. alimenticios

Nº Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
888						4	Autopartes y carrocerías
889			1		1	5	Venta mayorista de granos
890						5	Venta mayorista
891						2	Servicios de seguros
892						2	Venta mayorista
893	1	1		1	3	4	Venta mayorista
894			1	3	4	16	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
895						3	Activ. de edición e impresión
896						3	Venta mayorista
897						2	Fabricación de prod. farmacéuticos
898			1	1	2	7	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
899	1				1	2	Servicios de seguros
900				1	1	2	Servicios de transporte
901			3		3	9	Serv. de intermediación financiera y aux.
902				1	1	3	Elab. de prod. alimenticios de molinería
903			3		3	12	Activ. de edición e impresión
904						2	Construcción
905						3	Fabr. de sus. químicas básicas
906						3	Autopartes y carrocerías
907		1			1	3	Construcción
908				1	1	4	Procesam. de carnes (incl. pescados)
909			1		1	3	Servicios petroleros
910						1	Fab. prod. perf., lim. y otros pr. quím.
911		1			1	4	Fabr. de nutrientes agrícolas
912						2	Construcción
913				1	1	4	Bancaria
914	1				1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
915				1	1	5	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
916			1		1	4	Venta mayorista
917						1	Fabricación de prod. farmacéuticos
918			1		1	5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
919				1	1	5	Servicios de seguros
920			1		1	3	Autopartes y carrocerías
921						2	Fabr. de sus. químicas básicas
922			1	1	2	6	Bancaria
923						6	Elab. de otros prod. alimenticios
924		1			1	4	Fab. elec., ap. rad., tv., com. y otros eléc.
925						2	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
926				1	1	4	Servicios empresariales
927						4	Autopartes y carrocerías
928						2	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
929						2	Venta mayorista
930			3	5	8	23	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
931		1	1	1	3	5	Venta minorista
932			1		1	4	Venta mayorista
933				1	1	4	Soft., consultoría y hard. de oficina
934			1		1	4	Servicios de transporte
935			1		1	8	Fab. prod. plástico y otros prod. de caucho
936						12	Servicios de seguros
937						5	Fabricación de prod. farmacéuticos
938				1	1	4	Construcción
939						8	Fab. otros art. de constr. (vid., cer., horm., etc.)
940						6	Venta mayorista
941			1		1	5	Ind. bás. hierro, acero y met. no ferr.
942		1	1		2	7	Servicios inmobiliarios
943			1	1	2	11	Fabr. de nutrientes agrícolas
944						4	Elaboración de prod. de madera y muebles
945						2	Soft., consultoría y hard. de oficina
946		1		1	2	6	Venta vehíc. autom. y serv. al autom.
947						2	Servicios empresariales
948				1	1	4	Bancaria
949		1	2	1	4	11	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
950			1		1	2	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
951		1	2		3	11	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica

Nº	Empresa	Presid.	Vices	Direct.	Suplentes	Total mujeres	Total miembros	Actividad
952	Gaes						4	Venta minorista
953	Xeitosiño		1			1	4	Procesam. de carnes (incl. pescados)
954	Ozog Vial						2	Construcción
955	Laboratorios IMA						2	Fabricación de prod. farmacéuticos
956	AMC Networks Argentina						5	Servicios de esparcimiento
957	Panamerican Mall			1		1	6	Servicios inmobiliarios
958	M.S. Technologies Arg.				1	1	2	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
959	Mathiesen Argentina						4	Venta mayorista
960	La Ley				1	1	4	Activ. de edición e impresión
961	Stine Seed Argentina						2	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
962	Compañía Minera Aguilar			1		1	4	Minera
963	Special Grains		1			1	4	Venta mayorista de granos
964	Marítima Heinlein						4	Servicios de transporte
965	Cladan				1	1	5	Elab. de alim. para animales
966	Sargento Cabral						4	Servicios de transporte
967	FYO Acopio			1		1	5	Venta mayorista
968	AGM Argentina						3	Fabr. de nutrientes agrícolas
969	Asoc. Mutual Israelita Arg. (AMIA)			1		1	14	Servicios sociales y de salud
970	Grupo Serial de la Torre						3	Servicios empresariales
971	Boldt Impresores			2		2	7	Activ. de edición e impresión
972	Genneia Vientos del Sudoeste						8	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
973	La Segunda Cia Seg. de Personas						9	Servicios de seguros
974	Viña Cobos				1	1	6	Elab. vinos (y beb. ferm. a partir de fruta)
975	Depósito Fiscal Norte						4	Servicios empresariales
976	Vientos de Arauco Renovables			1	1	2	8	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
977	Club Atlético Rosario Central		1	1	1	3	18	Serv. de org., dir. y ges. de prác. depor. en clubes
978	Roto Frank Latina						3	Venta mayorista
979	Garro Fabril	1	1	1		3	4	Fab. de prod. elab. de metal (exc. maq. y eq.)
980	Elden			1		1	4	Venta minorista
981	Supervielle Seguros			2		2	5	Servicios de seguros
982	RDA Renting						4	Servicios empresariales
983	Blue Catering						2	Servicios empresariales
984	Edisur						4	Construcción
985	Fibercord						2	Fab. de prod. textiles e indumentaria
986	New Revlon Argentina			1	1	2	4	Venta mayorista
987	Fiplasto			2	1	3	9	Elaboración de prod. de madera y muebles
988	Alz Nutrientes						3	Venta mayorista
989	Ilko Argentina		1			1	4	Venta mayorista
990	AEB Argentina			1		1	5	Venta mayorista
991	Crown Point Energía		1			1	5	Extrac. petróleo. crudo y gas nat. Refin.
992	SMG Life Seguros de Vida			1		1	10	Servicios de seguros
993	Fuhrmann			1	1	2	7	Fab. de prod. textiles e indumentaria
994	Nuseed Argentina						4	Emp. agrícolas/ganaderas/madereras
995	Visa International Arg.			1		1	1	Serv. de intermediación financiera y aux.
996	GEA Farm Technologies Arg.						3	Venta mayorista
997	Cordillera Solar I						3	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
998	Clave Intelectual (Capital Intelectual)						4	Activ. de edición e impresión
999	Coop. Ltda. de Prov. Serv. Púb. y Vivien. de Pto. Madryn		1			1	5	Gener., trans. y dist. de energía eléctrica
1000	Compañía Arg. de Seguros Victoria						4	Servicios de seguros
TOTALES:		50	116	505	416	1.087	6114	
		5,43%	14,03%	19,45%	23,50%	17,78%		



Bayton

Uniendo con Pasión a Personas y Organizaciones en el Mundo del Trabajo.

BStaffing

BProfessional

BStrategy

El ascenso se ralentiza

Ellas, ausentes en la cúpula

De los 1.000 directorios de las compañías que más venden en la Argentina, según balances 2023, 435 están integrados solamente por hombres y no existe ninguno conformado exclusivamente por mujeres. En solo 11 juntas directivas, son mujeres quienes ocupan tanto los cargos de presidente como de vice. Y en casi 9 de cada 10 directorios de dos o más miembros, la proporción de mujeres es menor de 40%.

Por Carina Martínez

El análisis de la composición de los directorios que conforman el ranking *Las 1000 empresas que más venden* en la Argentina (balances 2023) muestra que de las 920 posiciones de presidente solo 50 están ocupadas por mujeres (5,4%). Esta cifra representa un punto porcentual menos que en la edición pasada.

En 11 de ellos, también son mujeres quienes ocupan la vicepresidencia. El directorio de Consejo Profesional de Ciencias Económicas de CABA tiene presidenta y vicepresidenta, además de ocho directoras titulares y 11 suplentes, esto es, 21 mujeres de un total de 46 miembros. Con seis miembros en sus directorios, Hendel Hogar posee presidenta y vice, mientras que Hierro Líder suma, además, una directora titular y una suplente. En la junta de cinco integrantes de Alfavinil, cuatro posiciones están ocupadas por mujeres: presidenta, vice y dos directoras titulares. También con cinco miembros, la de Achermar cuenta con presidenta y vice. En directorios de cuatro personas, ADT Security Services tiene presidenta y vice, mientras que Banco de Servicios Financieros y Garro Fabril poseen, además, una directora titular, y Nynas Argentina, una directora suplente. Por su parte, Schneider Electric Argentina y BMW Argentina tienen presidenta y vice, en juntas de tres miembros. Entre los restantes 39 directorios presididos por mujeres, se encuentra, por ejemplo, el de Accenture, con cuatro mujeres en una junta de seis integrantes, y el de Nación Seguros, con tres mujeres entre los seis miembros que lo componen. Las juntas directivas de Unilever Argentina, Banco de Corrientes y ABB cuentan con dos mujeres en órganos de cuatro integrantes. La de Zurich tiene tres mujeres de un total de siete miembros, y las

Empresas de Las 1000 que más venden, con directorios presididos por mujeres

Pos.	Empresa	Titulares			Supl.	Total	Total Miembros
		Presid.	Vice	Direct.			
48	Unilever de Argentina	1		1		2	4
60	Mondelez Internacional	1				1	2
84	Natura Cosméticos	1				1	4
122	Basf Argentina	1				1	3
134	Wintershall Dea Argentina	1				1	5
147	Banco Inversión y Com. Exterior	1				1	6
150	Productos Roche	1				1	3
152	Accenture	1		2	1	4	7
178	Oper. de Estaciones de Servicio	1				1	6
194	Grupo Randstad (Sesa Intern.)	1				1	1
217	Sap Argentina	1				1	3
234	Yara Argentina	1		1		2	3
259	Cía de Seg. La Mercantil Andina	1		1		2	9
266	Schneider Electric Arg.	1	1			2	3
271	Banco de Corrientes	1		1		2	4
334	Astrazeneca	1		1		2	3
352	ABB	1		1		2	4
396	CNH Industrial Capital Arg.	1				1	4
410	Rombo Cía Financiera	1				1	7
413	PSA Finance Arg. Cía Financiera	1			1	2	9
448	Ivax Argentina	1				1	3
462	Zurich Aseguradora Arg.	1		2		3	7
467	Nación Servicios	1		2		3	6
470	Michelin Argentina	1			1	2	5
473	BMW de Argentina	1	1			2	3
486	Banco de Servicios Financieros	1	1	1		3	4
526	Vestiditos	1		2		3	6
534	Danisco Argentina	1		1		2	3
549	Latitud 45 Petróleo y Gas	1				1	4
583	ADT Security Services	1	1			2	4
614	Citromax	1				1	5
626	Pernod Ricard Argentina	1		1		2	5
634	Alfavinil	1	1	2		4	5
652	Agrometal	1		1	1	3	8
657	Syneos Health Arg.	1				1	2
707	Consejo Prof. de Ciencias Económ. CABA	1	1	8	11	21	46
718	Zitro Argentina	1				1	2
741	Energizer Argentina	1				1	4
793	Agroempresa Colón	1				1	4
801	Hierros Líder	1	1	1	1	4	6
810	Caruso Cía Arg. de Seguros	1		1		2	8
824	BioMérieux	1			1	2	4

INVESTIGACIÓN |

Pos.	Empresa	Titulares			Supl.	Total	Total Miembros
		Presid.	Vice	Direct.			
841	Hendel Hogar	1	1		2	4	6
871	Socorro Médico Privado	1		1		2	4
879	Achernar	1	1			2	5
887	Froneri Argentina	1				1	3
893	Nynas Argentina	1	1		1	3	4
899	Horizonte Cía Arg. de Seg. Grales.	1				1	2
914	Datxer (Xerox Argentina)	1				1	4
979	Garro Fabril	1	1	1		3	4
TOTALES:		50	116	505	416	1.087	6114

Compañías con presidenta + vicepresidenta

Empresas de Las 1000 que más venden, con 40% o más de participación de mujeres en directorios de dos o más miembros

Pos.	Empresa	Titulares			Supl.	Total M	Total Miem.	% Mujeres
		Pres.	Vice	Dir.				
4	Banco Santander			3	1	4	10	40
18	Grupo Carrefour Argentina			1		1	2	50
23	ICBC			3		3	7	43
24	HSBC Bank Argentina			2	1	3	7	43
25	Coto		1		1	2	4	50
30	Banco Supervielle		1	1		2	5	40
32	Telefónica de Argentina			1	1	2	5	40
47	Renault Argentina		1	1		2	4	50
48	Unilever de Argentina	1		1		2	4	50
57	Arcor			4	2	6	13	46
60	Mondelez International	1				1	2	50
64	Halliburton Argentina			1		1	2	50
71	Camlín		1	1		2	4	50
77	Importadora y Expor. de la Patagonia			3		3	7	43
79	Pampa Energía			3	7	10	20	50
86	Gador			5	1	6	12	50
98	Banco de Valores			4	1	5	11	45
100	Banco de Santiago del Estero			2		2	5	40
109	Vista Energy Argentina				2	2	5	40
112	Droguería del Sud			4	1	5	10	50
116	Banco Provincia del Neuquén			1	1	2	5	40
123	Coca Cola Femsa		1	3		4	8	50
152	Accenture	1		2	1	4	7	57
175	Logística La Serenísima			2	2	4	10	40
176	Caja de Seguros			2	2	4	8	50
184	Dietrich		2		1	3	6	50
186	Novartis Argentina		1		1	2	4	50
188	Pluspetrol		1	1		2	3	67
190	Nutricia Bagó			2	2	4	10	40
197	IBM Argentina		1		1	2	4	50
205	Massalín Particulares			2	1	3	6	50
224	Pfizer			1		1	2	50
234	Yara Argentina	1		1		2	3	67
252	Cepas Argentinas			2	2	4	8	50
255	Ricardo Nini		1	1	1	3	4	75
257	Imagen Satelital		1		1	2	5	40
266	Schneider Electric Arg.	1	1			2	3	67
271	Banco de Corrientes	1		1		2	4	50
276	Beiersdorf		1	1	1	3	4	75
281	Baliarda		1	3		4	7	57
283	Cetrogar		1	2		3	5	60

de Michelin y Pernod Ricard, dos mujeres en cuerpos de cinco integrantes. La junta de la compañía de indumentaria Vestiditos (Mimo) tiene tres mujeres entre sus seis miembros, y las de Sap y Danisco tienen dos mujeres cada uno, en directorios de tres integrantes. Otras compañías que cuentan con directorios presididos por mujeres son Natura, Mondelez, Basf, Astrazeneca, Productos Roche y Randstad, entre otras.

La participación en sectores claves

Los directorios de las 57 entidades bancarias presentes en el ranking *Las 1000 empresas que más venden* suman 515 miembros en total, de los cuales 97 son mujeres. Esto representa el 18,8%, idéntico porcentaje que en la medición anterior. En tres directorios, son mujeres quienes presiden. Banco de Servicios Financieros cuenta con tres mujeres en su junta directiva de cuatro integrantes (75%), quienes ejercen como presidenta, vicepresidenta y directora titular. En una junta de cuatro miembros, Banco de Corrientes tiene presidenta y una directora titular (una participación equitativa de 50%). Por su parte, en el Banco de Inversión y Comercio Exterior, la presidenta es la única mujer que forma parte del directorio, compuesto por seis integrantes.

En 10 de las 57 entidades relevadas (esto es, en el 17,5% de los casos) la proporción de mujeres es igual o mayor a 40%. Aunque aún el porcentaje es bajísimo, representa una mejora respecto de la medición anterior. En aquel momento, en los directorios de las 52 entidades incluidas en el ranking, solo el 6% contaba con una participación femenina igual o mayor a 40%.

En 27 juntas directivas, no hay mujeres en cargos titulares, en tanto, los directorios de 19 empresas están conformados exclusivamente por hombres, incluso en algunos que cuentan con 10 o más miembros.

Por su parte, el sector *Servicios de intermediación financiera* cuenta con 50 compañías en el ranking *Las 1000 que más venden* de 2024. De los 357 integrantes que conforman los directorios de estas firmas, 60 son mujeres (17%). Cuatro directorios están liderados por mujeres. En el caso de Nación Seguros, su presidenta encabeza una junta de seis integrantes, que incluye además a dos directoras. PSA Finance cuenta con una presidenta y una directora suplente en un órgano compuesto por nueve integrantes. En tanto en las

juntas de CNH Industrial y Rombo Compañía Financiera, las presidentas lideran equipos de cuatro y siete integrantes, respectivamente, y son ellas las únicas mujeres en ambos directorios.

Solo en seis de los 50 directorios (12%) la participación de mujeres es de 40% o más.

En 22 directorios no hay mujeres en cargos titulares y 17 (34%) están conformados solo por hombres.

El cuantioso sector *Seguros* incluye a 62 compañías integrantes del ranking de ventas de 2024. En total suman 439 miembros de directorio: 352 hombres y 87 mujeres (20%). Cuatro de ellas encabezan sus respectivas juntas directivas. En La Mercantil Andina y en Caruso, las presidentas lideran órganos de nueve y ocho integrantes, respectivamente, que también cuentan con una directora titular. El directorio de Zurich tiene, además de presidenta, dos directoras titulares, en un órgano de siete integrantes, lo cual representa una participación femenina de 43%. Por último, en Horizonte, el directorio está conformado por solo dos miembros.

Solamente en 10 directorios (16%) la proporción de mujeres es igual o mayor a 40%.

En casi la mitad de los 62 directorios de estas compañías, no hay mujeres en cargos titulares y en 24 no las hay, en ninguna posición.

El sector *Fabricación de productos farmacéuticos* está representado por 37 compañías incluidas en el ranking de *Las 1000*. Entre todas suman 161 miembros de directorio, de los cuales 41 son mujeres (25%). Tres juntas directivas cuentan con presidentas, que lideran cuerpos de tres integrantes cada uno: la de Productos Roche, la de Ivax Argentina y la de Astrazeneca que, además, tiene una directora titular.

En ocho de las 37 (21,6%) la participación de las mujeres es de 40% o más.

En 14 juntas (38%), no hay mujeres en ninguna posición y en 21 (57%) no las hay en cargos titulares.

En los directorios de las 44 compañías del sector *Generación, transporte y distribución de energía eléctrica* presentes en el ranking de 2024, hay 92 mujeres entre los 442 miembros que conforman el total. Esto representa el 21%. Ninguna de ellas ocupa la máxima posición de responsabilidad. En 25 de las 44 compañías, no hay mujeres titulares en sus juntas directivas y 12 están conformadas ex-

Pos.	Empresa	Titulares			Supl.	Total M	Total Miem.	% Mujeres
		Pres.	Vice	Dir.				
287	Provincia Servicios Financieros			2		2	4	50
290	Allianz Arg. Cía de Seguros			3		3	7	43
305	Juleriaque				1	1	2	50
320	Haleon Arg. (Glaxosmithkline Arg.)			1	1	2	4	50
323	Fundación Univ. Emp. Siglo 21		1			1	2	50
326	Merck		1	2		3	4	75
328	Tecnomyl		1		1	2	4	50
334	Astrazeneca	1		1		2	3	67
346	Distribuidora de Gas del Centro		1	3	4	8	18	45
352	ABB	1		1		2	4	50
353	Obra Social del Personal Asoc. a As. Mutual SanCor			2		2	4	50
364	Lorenzati Ruetsch		1	2		3	6	50
371	Edesal Holding		1	2	2	5	8	62
373	Brinks Argentina		1	1		2	3	67
376	Milicic			2		2	4	50
383	Yacopini Inversora				1	1	2	50
388	Bristol Myers Squibb Arg.			2		2	3	67
390	Unimaco		1		2	3	7	43
394	Talleres Metalúrgicos Crucianelli			2	1	3	5	60
401	Petrobras Operaciones			1		1	2	50
415	Grúas San Blas			2		2	3	67
422	Almundo.Com			2		2	3	67
424	Insieme Holding			4		4	6	67
426	Sealed Air Argentina			1	1	2	4	50
435	Cabot Argentina		1	1		2	5	40
443	International Flavors & Fragrances			1	1	2	4	50
454	Cargo Servicios Industriales			2	1	3	6	50
460	Zurich Aseguradora Arg.	1		2		3	7	43
462	Nación Servicios	1		2		3	6	50
466	Michelin Argentina	1			1	2	5	40
467	BMW de Argentina	1	1			2	3	67
470	Plan Óvalo			1	1	2	4	50
473	Clariant Argentina			2		2	3	67
474	Banco de Servicios Financieros	1	1	1		3	4	75
477	Zurich Cía de Reaseguros		1	2		3	7	43
486	Petrolera Aconcagua Energía			2		2	5	40
490	Las Blondas			1	1	2	4	50
492	Liliana			2		2	5	40
497	Brightstar Fuegoína		1	1		2	3	67
505	Vestiditos	1		2		3	6	50
523	Danisco Argentina	1		1		2	3	67
524	Resinas Concordia				1	1	2	50
526	Ins. Arg. de Diagnóstico y Tratamiento		1	1	1	3	5	60
534	Carsa				2	2	4	50
535	Valmont Industries de Arg.				4	4	10	40
536	Worley Argentina			2		2	4	50
548	Pelayo Agronomía			1	1	2	4	50
556	Nouryon Chemicals Arg.		1			1	2	50
568	FCA Compañía Financiera			2		2	4	50
574	ADT Security Services	1	1			2	4	50
579	Paolini Hnos.			1	1	2	4	50
583	Coop. Mutual Patronal Soc. Mutual Seg.			3		3	6	50
589	Tasa Logística		1	1	2	4	7	57
604	Cheek				1	1	2	50

INFORME |

clusivamente por hombres (27%).

Solo cuatro de los 44 directorios relevados (9%) cuentan con una representación femenina del 40% o más.

En el caso de *Extracción de petróleo crudo y gas natural*, los directorios de las 30 compañías incluidas en el ranking de las 1000 empresas que más venden suman 202 integrantes, de los cuales 37 son mujeres (18%). Dos de estas compañías cuentan con mujeres en la presidencia quienes son, en ambos casos, las únicas representantes femeninas en sus respectivos directorios. En el de Wintershall Dea, su presidenta encabeza una junta de cinco miembros, y en el Latitud 45, su presidenta lidera un órgano de cuatro integrantes. En 11 compañías (37%) los directorios están constituidos únicamente por hombres, incluso algunos conformados por más de 10 miembros. En seis de los 30 directorios (20%), la participación de mujeres es de 40% o más.

Directorios con mayor participación de mujeres

Al analizar detalladamente los datos de la composición de los directorios de las 1.000 empresas que más facturan en el país, se observa que 963 de ellos están integrados por dos o más miembros. Solo en 144 de estos (15%) las mujeres ocupan 40% o más de los cargos disponibles. Esto significa que en 8,5 de cada 10 directorios de dos o más miembros, la participación de mujeres es menor al 40%. Ninguno de estos 963 directorios está compuesto íntegramente por mujeres.

En nueve directorios, las mujeres constituyen entre 75 y 80% de los miembros. Ocho de ellos tienen un total de tres miembros, de los cuales dos son mujeres, mientras que el de Alfavinil, tiene cuatro mujeres en una junta de cinco integrantes (presidenta, vice y dos directoras).

En 24 directorios, la representación de mujeres se ubica entre 60% y 67%. Entre otros, se encuentran los laboratorios Bristol Myers Squibb y Astrazeneca, el Instituto Argentino de Diagnóstico y Tratamiento, la automotriz BMW de Argentina, la compañía de venta de electrodomésticos Cetrogar y la firma de venta online de servicios de turismo Al-mundo.com.

En cuatro directorios, la participación de mujeres alcanza al 57%. Estos son los de Accen-

Pos.	Empresa	Titulares			Supl.	Total M	Total Miem.	% Mujeres
		Pres.	Vice	Dir.				
609	Betsson Malta Holding Ltd. Suc. Arg.			1		1	2	50
623	Pernod Ricard Argentina	1		1		2	5	40
624	Southamerican Trendy			1	1	2	4	50
626	Mazalosa			1	1	2	3	67
631	Alfavinil	1	1	2		4	5	80
633	La Estrella Cía de Seg. de Retiro			2	4	6	14	43
634	Emerson Argentina				1	1	2	50
635	Maniagro Arg. (Arg de Graaf)		1	1	1	3	4	75
637	Syneos Health Arg.	1				1	2	50
647	Coteminas Argentina		1	1	1	3	4	75
657	Ramón Carrillo		1			1	2	50
672	Stoller Argentina		1		1	2	4	50
674	The Chemours Company			1		1	2	50
680	Ratto Hermanos			2		2	4	50
690	NTT Data Argentina		1	1	1	3	4	75
695	Aceros Coco		2			2	5	40
699	Milicic Minería			2		2	4	50
704	Consejo Prof. de Ciencias Económ. CABA	1	1	8	11	21	46	47
705	Luz de Tres Picos			1	1	2	5	40
707	Zitro Argentina	1				1	2	50
710	Demibell				1	1	2	50
718	Orazul Energy Generating			1	2	3	7	43
725	Depósito Fiscal Buenos Aires			1	1	2	4	50
744	Tubos Trans Electric		1	2		3	7	43
781	Eskabe			1	2	3	5	60
786	Limpiolux		1		1	2	3	67
792	Argensun				4	4	8	50
797	Hierros Lider	1	1	1	1	4	6	67
798	Novozymes Bioag		1		1	2	4	50
801	Repas		1		1	2	3	67
809	BioMérieux	1			1	2	4	50
812	Tassaroli				1	1	2	50
824	Hendel Hogar	1	1		2	4	6	67
826	Del Fabro Hermanos y Cía		1	2		3	6	50
841	Sol Naciente Seguros				3	3	7	43
845	Berkley International A.R.T.			2		2	5	40
856	Socorro Médico Privado	1		1		2	4	50
867	Hanesbrands Argentina			1	1	2	5	40
871	Achernar	1	1			2	5	40
876	Galeno Seguros		1	1		2	5	40
879	Nynas Argentina	1	1		1	3	4	57
882	Horizonte Cía Arg. de Seg. Grales.	1				1	2	50
893	Hellmann Worldwide Logistics				1	1	2	50
899	Casa Luis Chemes		1	1	1	3	5	60
900	Gatto Hermanos			1		1	2	50
931	M.S. Technologies Arg.				1	1	2	50
950	Garro Fabril	1	1	1		3	4	75
958	Supervielle Seguros			2		2	5	40
979	New Revlon Argentina			1	1	2	4	50

ture, el laboratorio Baliarda, Tasa Logística y la compañía Nynas Argentina, cuyo directorio tiene mujeres en los dos roles de máxima jerarquía.

En solo 70 directorios de los 953 los cargos dis-

ponibles se distribuyen equitativamente entre mujeres y hombres (50% y 50%). El ya mencionado de Pampa Energía tiene 20 miembros, 10 de los cuales son mujeres (tres directoras titulares y siete suplentes). El laboratorio Gador tiene una junta directiva de 12 miembros,

con dos directoras titulares y una suplente. En tanto, Droguerías del Sud tiene cuatro directoras titulares y una suplente en un directorio de 10 integrantes. En juntas de ocho miembros, Coca-Cola Femsa cuenta con una vice y dos directoras titulares, mientras que tanto Caja de Seguros como Cepas Argentinas, con cuatro directoras, dos titulares y dos suplentes. Además, el directorio de seis integrantes de Massalin Particulares cuenta

Con una participación femenina de entre 43% y 47% se registran 15 directorios. El ya mencionado del Consejo Profesional de Ciencias Económicas tiene presidenta, vice ocho directoras titulares y 11 suplentes entre sus 46 miembros (47%). También muy cerca de la paridad figura el directorio de Arcor, con seis directoras –cuatro titulares y dos suplentes–, de un total de 13 integrantes (46%). Por su parte, en los consejos directivos de dos com-

pañía de Seguros de Retiro tiene seis mujeres entre sus 14 miembros y en los otros 10 casos hay tres mujeres en directorios de siete personas.

Por último, en 23 directorios la participación de las mujeres es de 40%. Cuatro de ellos, registran cuatro mujeres entre sus 10 integrantes: Banco Santander, Logística La Serenísima, Nutricia Bagó (*joint venture* entre Danone y

{Los directorios de las 57 entidades bancarias presentes en el ranking Las 1000 empresas que más venden suman 515 miembros en total, de los cuales 97 son mujeres. Esto representa el 18,8%.}

con dos directoras titulares y una suplente, mientras que el de Renault Argentina tiene una vice y una directora en una junta de cuatro integrantes. En directorios de dos miembros, IBM Argentina y Novartis cuentan con mujeres en el rol de vice y Grupo Carrefour y Pfizer tienen una directora, por mencionar algunos ejemplos.

pañías la participación de mujeres es de 45%. Uno es el de Distribuidora de Gas del Centro, que tiene ocho mujeres (vice, tres directoras titulares y cuatro suplentes) de un total de 18 integrantes, y el de Banco de Valores, que cuenta con cinco directoras, una de ellas suplente, en un directorio de 11 miembros. En 11 juntas directivas, la representación de mujeres alcanza el 43%. La de La Estrella Com-

Bagó) y Valmont Industries. Los otros 19 casos corresponden a directorios de cinco posiciones, de las cuales dos están ocupadas por mujeres. Algunos ejemplos son Supervielle (tanto el banco como la aseguradora), la fabricante de electrodomésticos Liliana, Vista Energy, Telefónica de Argentina, Pernod Ricard y Michelin; estas dos últimas con mujeres en posición de máximo liderazgo.

IMPRENTA
Impresiones Bs.As.
Rivadavia 751
Ciudad de Buenos Aires
Tel 4343 3982 • 4342 2964
ventas@impresionesbsas.com.ar



encuadernación:
cosido a mano
rústica y fina
armado de tesis
álbum de foto
cuaderno de viaje

tipografía
offset
duplicación
timbrados

tarjetas
casamiento
papelería comercial

Mujeres en el sector de petróleo y gas

El compromiso con la diversidad como foco de gestión

En un mundo donde la diversidad y la equidad se han consolidado como prioridades estratégicas, aún enfrentamos desafíos significativos en la representación femenina en el ámbito laboral. Estos desafíos se acentúan cuando miramos sectores tradicionalmente masculinizados, como el industrial, y aún más dentro de roles operativos o de liderazgo.

Por Dolores Brizuela (*)

Sin embargo, las cifras, aunque desalentadoras, no son inmutables. La clave está en entender que la diversidad no es solo una cuestión de justicia social, sino una herramienta estratégica que potencia el desempeño y la innovación en las organizaciones.

Según el informe *"Untapped Reserves 2.0: Impulsando el equilibrio de género en la industria de petróleo y gas"*, elaborado por Boston Consulting Group (BCG) y el World Petroleum Council (WPC), para 2022 las mujeres representaban apenas el 21% de la fuerza laboral en empresas latinoamericanas de energía. A escala global, el porcentaje era prácticamente igual, un 22%. Lo más alarmante es que esta subrepresentación es aún más marcada en los niveles de decisión: solo el 9% de los puestos ejecutivos están ocupados por mujeres.

El panorama en Argentina no es más alentador. Según datos del Instituto Argentino de Petróleo y Gas (IAPG), solo 2 de cada 10 empleos en el sector energético son ocupados por mujeres, y en los roles operativos la proporción es de apenas una mujer por cada 23 posiciones. Este desequilibrio no solo limita el potencial de miles de trabajadoras, sino que priva a las organizaciones de una perspectiva diversa que es esencial para enfrentar los desafíos actuales del sector.

Ante este panorama, resulta imperativo que las empresas asumamos un compromiso proactivo con la diversidad y la inclusión como parte integral de nuestra estrategia de negocio. En Dow, tenemos claro que los cambios no ocurren por inercia, sino como resultado de una gestión intencionada y sostenida en el tiempo.



Políticas que generan impacto

Uno de los pilares de nuestra estrategia ha sido la implementación de políticas inclusivas que buscan derribar barreras estructurales y culturales. En Argentina, ofrecemos opciones de trabajo flexible, programas de guardería, horarios reducidos y capacitaciones especializadas para mujeres en roles técnicos. Estas acciones no solo favorecen la conciliación entre la vida laboral y personal, sino que también generan un entorno en que las mujeres sienten que tienen un lugar y pueden crecer profesionalmente.

Además, nuestras redes de diversidad, como WIN (Women's Innovation Network), tienen un impacto directo en la promoción y retención del talento femenino. A través de iniciativas basadas en cuatro pilares -inclusión, re-

presentación externa, desarrollo profesional y captación de adhesiones-, hemos logrado resultados concretos: en América Latina, la representación femenina en nuestras líneas de operación aumentó del 28% al 33% en solo tres años, mientras que en roles de liderazgo pasamos del 37% al 43%.

Liderazgo femenino: el camino a seguir

El liderazgo femenino no debe ser visto como un caso excepcional, sino como una práctica habitual y estratégica. Mi propio nombramiento como presidente de Dow Argentina y Región Sur de América Latina es una muestra del compromiso de nuestra compañía con este objetivo. Pero no se trata solo de mí: en Dow, las mujeres lideramos áreas claves en Argentina y en toda la región. En Bahía Blanca, nuestra líder de operaciones es una mujer con un equipo mayoritariamente femenino. Las líderes de Brasil, Colombia y México también son mujeres, al igual que la responsable global del negocio de plásticos.

Este año, en nuestro *site* de Bahía Blanca las contrataciones de niveles técnicos y operativos fueron en un 43% para mujeres. Además, implementamos un programa de becas para mujeres en la Tecnicatura Universitaria en Operaciones Industriales. La equidad es una prioridad en todos los niveles.

Esto no sucede por casualidad. La diversidad de género en el liderazgo es el resultado de años de políticas inclusivas, programas de mentoría y un compromiso claro de toda la organización. Cuando las mujeres ven que otras mujeres ocupan posiciones de influencia, se sienten inspiradas y motivadas a avanzar en sus propias carreras.

(*) Presidenta de Dow Argentina y directora de Hidrocarburos para América Latina

Abordar las barreras

El espejo en el que se miran las futuras líderes

Durante mucho tiempo el liderazgo se dibujó con rasgos masculinos. Esta representación sesgada limitó las oportunidades de incontables mujeres talentosas y privó a las nuevas generaciones de referentes femeninos en quienes inspirarse. Si bien en la actualidad hemos avanzado, la necesidad de visibilizar a las mujeres líderes sigue siendo urgente.

Por Astrid Mirkin (*)

Sin lugar a dudas, no se trata de una moda pasajera, sino de equidad, eficiencia y de la posibilidad de construir un futuro donde sea el talento la única condición que determine el acceso a posiciones de liderazgo.

En pleno siglo 21, no hay razón para que las mujeres no ocupen el 50% de los puestos de liderazgo. Las capacidades y la visión estratégica no son patrimonio exclusivo de un género. Sin embargo, la realidad nos muestra que la brecha persiste. Para cerrarla, debemos abordar las barreras que impiden el ascenso, incluyendo los sesgos inconscientes que nos llevan a evaluar de forma diferente el desempeño de hombres y mujeres.

Por ejemplo, la asertividad y la ambición en los hombres pueden ser percibidas negativamente en las mujeres, ya que de ellas se espera que sean más conciliadoras y maternas. Estos sesgos, a veces presentes en las propias mujeres, perpetúan un círculo vicioso que limita las posibilidades de crecimiento. Debemos tomar conciencia y desterrarlos, tanto en la selección y promoción como en la evaluación del desempeño. Es crucial valorar las habilidades de liderazgo en todas sus expresiones, sin importar el género.

En este contexto, plataformas como TikTok se convierten en herramientas poderosas para el cambio. Por su naturaleza inclusiva y diversa, permiten que mujeres de diferentes industrias compartan sus historias, logros y desafíos, inspirando a la comunidad. La representación es clave: ver a otras mujeres liderando empodera a las futuras generaciones.

Una necesaria visibilización

La falta de referentes femeninos en puestos de decisión ha sido un obstáculo significati-



vo para las generaciones anteriores. Muchas mujeres talentosas no contaron con modelos a seguir, con ejemplos que les mostraran que era posible romper el techo de cristal. Hoy en día, ver a otras mujeres ocupando espacios de poder, tomando decisiones estratégicas y liderando equipos, genera un efecto multiplicador y construye confianza para empoderar a las futuras generaciones.

Sin embargo, la visibilización por sí sola no es suficiente; necesitamos construir bases sólidas para que el liderazgo femenino se expanda y se consolide. Apoyar el emprendimiento femenino es una forma de construir estas bases. Las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos que van desde el acceso al financiamiento hasta la conciliación entre la vida profesional y personal. Mentorear, acom-

pañar y brindar recursos a estos proyectos es una inversión a futuro, una forma de sembrar las semillas del liderazgo femenino del mañana. TikTok apoya estos proyectos a través de su plataforma, brindándoles visibilidad y recursos para que sus ideas florezcan y lleguen a una audiencia amplia. Ver a mujeres exitosas impulsando sus propios negocios genera inspiración y un ecosistema más diverso, innovador y representativo de la sociedad en su conjunto.

Cada vez contamos con más plataformas que promueven el empoderamiento femenino, derribando barreras y ofreciendo herramientas para que compartan su talento. La creación de comunidades online conecta a mujeres de diversas geografías, generando un espacio de colaboración y crecimiento mutuo. He visto de primera mano cómo la plataforma amplifica las voces de mujeres líderes, creando un impacto positivo en la sociedad. El camino hacia la igualdad de género en el liderazgo es un proceso continuo que requiere el compromiso de todos. Debemos desmantelar los estereotipos, cuestionar los sesgos inconscientes y promover activamente el desarrollo del talento femenino. Visibilizar a las líderes de hoy, apoyar a las emprendedoras del mañana y construir una cultura organizacional inclusiva son pasos esenciales para lograr un futuro en el que el liderazgo sea, finalmente, un reflejo de la diversidad y el talento que existe en nuestra sociedad. TikTok, como impulsor de nuevas voces y talentos, contribuye a esta visión, ayudando a construir un futuro donde las mujeres puedan llegar tan lejos como sus sueños les permitan.

(*) Gerenta general de TikTok Cono Sur

Equidad de género entre paréntesis

¿Qué sucederá con las políticas de fomento del liderazgo de las mujeres en el contexto actual?

La apuesta por la equidad de género se ha consolidado como un pilar de la estrategia corporativa de los últimos años. Sin embargo, en un contexto de cambios radicales y discursos que ponen en jaque esta tendencia, surgen interrogantes. Por ejemplo, ¿continuarán las empresas impulsando una verdadera integración de las mujeres en sus altos cargos o relegarán este compromiso a un segundo plano?

En los últimos años, la equidad de género y la promoción del acceso de las mujeres a los cargos de máxima responsabilidad se han convertido en prioridades estratégicas para las empresas. Las políticas DEI (diversidad, equidad e inclusión) se han integrado en sus estrategias de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, ocupando un lugar central en el discurso empresarial. Organismos internacionales han impulsado marcos regulatorios y políticas que favorecen una mayor participación femenina en la toma de decisiones, y algunas intervenciones gubernamentales –e incluso el sector inversor– han impulsado este proceso.

Sin embargo, hoy proliferan discursos que cuestionan esta tendencia. Tanto a escala global como local se han producido cambios radicales, y las acciones concretas para crear entornos equitativos se ponen en entredicho. Ante este panorama, surge la pregunta: ¿continuarán las organizaciones apostando por este compromiso estratégico? ¿Seguirán manteniendo el tema en el centro de su agenda corporativa o será relegado a un segundo plano?

Con esto en mente, María José Van Morlegan, directora Asuntos Jurídicos y Regulatorios de Edenor, y Alejandra Naughton, directora de Grupo Supervielle, fueron convocadas para reflexionar al respecto.

–¿Cuál considera que será la postura que tomarán las compañías, ante este cambio global y local de discurso respecto de las temáticas de género?



María José Van Morlegan. Un recorrido que continuará.

María José Van Morlegan, directora de Asuntos Jurídicos y Regulatorios de Edenor:

Creo que para las compañías ha sido un largo recorrido en pos de incorporar la diversidad en sus organizaciones, y en este proceso han aprendido cómo la diversidad nutre a la organización. Por esto, en el mediano plazo, no veo que las principales compañías abandonen una política de contratación que les demuestra las bonanzas de las incorporaciones de más mujeres en puestos directivos.

Alejandra Naughton, directora de Grupo Supervielle:

En Grupo Supervielle, creemos que la equidad de género es un principio fundamental que va más allá de cualquier contexto puntual. Desde el inicio, nuestro programa de DEI siguió auténticamente los valores y la cultura que nos definen. La primera medida que implementamos fue realizar una autoevaluación para identificar las áreas claves en las que debíamos trabajar. Ofrecemos servicios financieros y no financieros a toda la so-

ciudad, y la sociedad es diversa. Estamos convencidos de que solo podremos interpretar a nuestros clientes con equipos que puedan empatizar y diseñar, en consecuencia, mejores soluciones para ellos. Vemos la equidad de género como un factor clave no solo para el desarrollo y crecimiento de nuestros colaboradores, sino también para la sostenibilidad a largo plazo de nuestra organización.

–¿Se mantendrá la equidad de género como un objetivo estratégico clave de las organizaciones o pasará a un segundo plano?

María José Van Morlegan: Quizás quedará más claro aún cuáles incorporan la equidad de género convencidas de su decisión –y que han detectado su talento interno o han incorporado talento externo clave para el desarrollo de la organización– de las que solo la han incorporado porque “luce bien”. Hoy tenemos una oportunidad para retener talento diverso, y no para contratar *pour la galerie*.

Alejandra Naughton: En Grupo Supervielle, seguimos reafirmando nuestro compromiso con la equidad de género. En un entorno cada vez más complejo, estamos convenci-



Alejandra Naughton. Una cultura de equidad.

En Grupo Supervielle, desde el principio, nos propusimos el seguimiento sistemático del progreso de nuestro programa mediante indicadores que nos permiten evaluar la efectividad de nuestras acciones. Identificar

que tanto políticas internas formales como el desarrollo y la planificación de un cambio cultural en cada organización. Primero, el Directorio y la Alta Gerencia deben estar convencidos de que dicho cambio es necesario y le hace bien a la empresa. Sin ello, es imposible radiar a la organización las estrategias para lograrlo. Dichas estrategias claves parten del compromiso del liderazgo y la responsabilidad corporativa para garantizar que las decisiones de alto nivel promuevan la equidad. Asimismo, la implementación y el seguimiento de políticas inclusivas, como esquemas de trabajos con igualdad de trato para padres y madres, transparencia salarial y procesos de selección y promoción basados en competencias, son herramientas útiles para seguir avanzando en esta agenda. Y, por último, es esencial hacer un seguimiento de cuáles de ellas dan mayor resultado.

Alejandra Naughton: El contexto nos indica que la promoción del ahorro y la generación crediticia serán fundamentales para impulsar el crecimiento de la economía argentina. Además, debemos tener en cuenta que la sociedad argentina está compuesta en un 52% por mujeres, muchas de las cuales enfren-

{Naughton: “Las organizaciones que trabajan por convicción y propósito genuino tienen una ventaja competitiva. Para nosotros, la equidad no es una tendencia ni una estrategia de marketing, sino una creencia profunda”.}

dos de que las organizaciones que trabajan por convicción y propósito genuino tienen una ventaja competitiva. Para nosotros, la equidad no es una tendencia ni una estrategia de marketing, sino una creencia profunda de que una mayor inclusión genera dinámicas más creativas e innovadoras. Esto, a su vez, se traduce en mejores productos y servicios, que benefician tanto a nuestros colaboradores como a nuestros clientes y a la comunidad en general.

–¿Será este un momento de decantación, en el cual quedará expuesto qué compañías trabajan en la equidad por convicción y cuáles solo como estrategia de marketing?

Alejandra Naughton: Las organizaciones realmente comprometidas lo demuestran a través de acciones concretas y medibles.

brechas, diseñar planes para cerrarlas, monitorear la gestión y rediseñar estrategias es una tarea continua que nos mantiene enfocados en alcanzar los objetivos. El trabajo sistemático es fundamental. Por ejemplo, estamos iniciando la tercera edición del programa de *mentoring* para mujeres, que aspira a brindar herramientas para promover el ascenso de talento femenino en cargos de liderazgo. Es un caso claro que atiende el eje de género: identificar nuestro talento y generar espacios para su desarrollo.

–Entre las organizaciones que trabajan en la equidad por convicción, ¿qué estrategias podrían ser las más adecuadas para seguir avanzando en la agenda de género, a pesar del contexto?

María José Van Morlegan: Resulta esencial adoptar un enfoque integral, que abar-

tan bajos niveles de inclusión financiera. En este escenario, nos proponemos conectar la agenda con nuestro propósito. Queremos ser protagonistas en este momento y estamos convencidos de que, con nuestros equipos y amalgamando sus diferentes miradas, seremos capaces de cumplirlo. El núcleo central de nuestro enfoque es la educación financiera. Abarca tanto a aquellas que aspiran a financiamiento como a quienes buscan optimizar sus ahorros para contar con fondos que les permitan atender situaciones inesperadas o bien conformar un fondo de pensión. Por lo tanto, tenemos buenas razones para mantener nuestra estrategia. En Grupo Supervielle, creemos que una cultura de equidad, vinculada con el desempeño y el mérito, no solo beneficia a las personas que la componen, sino también a los resultados organizacionales y a quienes nos eligen. **M**

TENDENCIAS |

Sondeo en el cine

La representación de las mujeres en las películas de los Oscar 2025

Grow- género y trabajo, desde el año 2017, analiza las nominaciones a mejor película a partir del Test de Bechdel, una herramienta que permite observar la representación de las mujeres en la industria del cine. Los números de la edición 2025 van en línea con el análisis histórico, sin mostrar grandes avances.

Como todos los años, la entrega de los premios Oscar se lleva la atención de gran parte de la discusión mediática. El test surgió en 1985, en el marco de un cómic que, a modo de broma, planteaba si las películas pueden pasar las siguientes preguntas: ¿Hay dos personajes femeninos con nombre? ¿Hablan entre sí? ¿De algo que no sea un hombre? Por supuesto que responder esas preguntas no alcanza para analizar una película desde una perspectiva de género, pero sirve como termómetro para observar el nivel de representación de las mujeres.

Desde Grow-género y trabajo, para complejizar este análisis, se sumaron dos preguntas: si esa conversación dura más de un minuto, y si en la película hay personajes LGBTQI+. Y lo hace con las nominadas a mejor película en los Oscar por la repercusión que tiene el premio y las películas que allí compiten.

Qué sucede este año

Las 10 nominaciones a mejor película este año fueron: *Anora*, *El brutalista*, *La sustancia*, *Nickel boys*, *Aún estoy aquí*, *Un completo desconocido*, *Cónclave*, *Duna: parte dos*, *Emilia Pérez*, *Wicked*. Todas pasan la primera pregunta: tienen dos personajes femeninos con nombre. Pero en 8 de las 10, esos personajes hablan entre sí, y nada más que en cinco esas conversaciones son sobre algún tema que no sea un hombre.

Respecto a las preguntas que sumaron desde Grow-género y trabajo, en cuatro las conversaciones entre mujeres sobre un tema que no sea un hombre duran más de un minuto, y solo hay dos personajes LGBTQI+.

El análisis histórico

Según lo que pudo relevarse desde 2017 (con un total de 84 películas analizadas), no



hay una tendencia clara de cambio (los valores varían en los distintos años), pero lo que sí es evidente es que a medida que se avanza en el test, los resultados bajan de forma sostenida: en el 90% de las películas aparecen dos personajes femeninos con nombre, en el 77% hablan entre sí, en el 58% de algo que no sea un varón, en el 40% por más de un minuto, y solo en el 21% hay personajes LGBTQI+. Lo que puede observarse es que los números de la edición 2025 van en línea con el histórico, sin mostrar grandes avances.

Quién cuenta las historias

En definitiva, lo que demuestran estos datos es que el test no es tan sencillo de superar como en principio –por la simpleza de sus preguntas– parece. Y la reflexión que se presenta de forma obligada es qué pasaría si se invirtieran los roles: ¿Tan difícil sería encontrar películas en que aparezcan personajes masculinos con nombre y que hablan de temas que no sean mujeres? Evidentemente no, en el transcurso de lo que dura una película, mientras las mujeres utilizan 1' para hablar entre sí, los hombres lo hacen el resto del tiempo.

Tal como plantea Georgina Sticco, directora y co-fundadora de Grow-género y trabajo, “las mujeres, en el cine masivo, ocupan un segundo lugar, relegadas a ser quien acompaña al hombre, a ser funcional a su propia historia. En los últimos años hemos visto otras historias que se han animado a narrar a las mujeres desde otro lugar, siendo ellas las protagonistas”.

Podríamos considerar que esta falta de otras historias se refleja en quienes escriben y dirigen estas películas: entre las 10 nominadas a mejor película este año, solo una es dirigida por una mujer: Coralie Fargeat dirige *La sustancia*, un film que propone una fuerte crítica a los estereotipos de género, a los mandatos de belleza y juventud, y cómo estos se viven en la industria audiovisual.

Algunos avances

La edición 2024 de los Oscar fue la primera en que las películas nominadas debían cumplir ciertos estándares que tienen el objetivo de fomentar una mayor representación de la diversidad (de género, grupos étnicos, personas con discapacidad). Evidentemente hay que seguir apostando a eso, y el contexto de época demuestra que en cualquier momento se puede retroceder en lo que se creían espacios conquistados.

“Lo interesante de los últimos años es que comenzaron a llegar a este nivel de exposición historias que tienen que ver con estereotipos y mandatos sobre las mujeres (*La sustancia*, *Pobres criaturas*), el patriarcado (*Barbie*), así como el abordaje de la discriminación (*Wicked*, *Nickel boys*, *Ficción estadounidense*), entre otras. Este nivel de exposición permite que un conjunto de historias diversas llegue a un público masivo, habilitando conversaciones que estaban completamente invisibilizadas”, plantea Georgina Sticco. **M**

A man with a beard and tattoos, wearing a blue and black t-shirt and black pants, is sitting in a wheelchair in a gym. He is holding a blue circular object in his right hand. The background shows gym equipment like treadmills and blue exercise balls.

“ Gracias a
los médicos
soy medallista
paralímpico ”



Mirá la historia
de Mauro Depergola.

En el momento de la verdad.

osde

PORTADA |

Protagonistas de 2024

Casos sobresalientes en un año intenso



El 2024 puso a prueba a las empresas en Argentina; una vez más. Si bien algunos sectores, como el financiero y de la energía, tuvieron un contexto favorable, la caída del consumo golpeó a múltiples sectores e impactó directamente en las ventas y en toda la cadena de valor. Como si fuera poco, el contexto global, marcado por graves conflictos que se prolongan en el tiempo y cambios económicos globales, sumó nuevos desafíos.

Acostumbradas a sortear la incertidumbre, las compañías enfrentaron un año especialmente complejo, que las llevó a redoblar esfuerzos, ajustar estrategias y encontrar nue-

vas formas de crecer y consolidarse.

En esta edición de "Protagonistas del Año", *Mercado* da cuenta de las organizaciones que lograron avanzar a pesar de las dificultades. La selección, sin ser exhaustiva, reúne referentes de distintos sectores y tamaños, desde grandes empresas hasta firmas emergentes. Inversiones, expansión, sostenibilidad, lanzamientos, premios y aniversarios destacados dan cuenta de un ecosistema que sigue en movimiento, y suman optimismo en un escenario incierto.

Por Carina Martínez y Juan Pablo Martínez

Biogénesis Bagó

Un año de expansión y certificaciones claves

La compañía biotecnológica Biogénesis Bagó cierra el año 2024 con avances en su estrategia de expansión global, incluyendo la inauguración de nuevas oficinas en Vietnam e hitos claves en América Latina, Asia, Medio Oriente y el Norte de África.

En los últimos cinco años, esta estrategia trajo como resultado siete adquisiciones, la apertura de cinco nuevas oficinas y la incorporación de más de 80 productos y la expansión a más de 60 mercados.

En 2024, Biogénesis Bagó fortaleció su presencia en mercados claves para ofrecer soluciones innovadoras para la industria de la salud animal a escala mundial. En América Latina, inauguró una planta en Campo Largo, Brasil, diseñada para producir más de 10 millones de dosis de vacunas al año además de otras soluciones biotecnológicas, que consolida la posición de Biogénesis Bagó como el principal productor de vacunas veterinarias en América Latina.

También realizó importantes inversiones para mejorar la capacidad productiva de sus instalaciones a escala mundial. Estas mejoras elevan la excelencia operativa y vuelven más eficiente la elaboración de solucio-



nes que responden a las demandas de los mercados más exigentes del mundo.

Tras años de ofrecer soluciones biotecnológicas al mercado asiático, la firma amplió en 2025 su presencia en esta región con la inauguración de nuevas oficinas en Vietnam. Este espacio le permitirá ampliar su equipo y fomentar relaciones más cercanas con clientes y socios. Además, la compañía inauguró una planta en Shanghai, China, en colaboración con un socio local.

A estos logros se suma un hito destacado: su vacuna contra la fiebre aftosa llegó a nuevos mercados como Tailandia, Indonesia y a Arabia Saudita. También respondió a la emergencia sanitaria causada por brotes en Arge-

lia y Libia, asegurando vacunas para contener la propagación del virus.

La llegada de la vacuna contra la fiebre aftosa a Arabia Saudita fue uno de los hitos principales de Biogénesis Bagó en 2024, ya que se produjo tras la obtención de una de las certificaciones de calidad más exigentes del mundo, la GMP/BPM, otorgada por la Saudi Food & Drug Agency. Esta certificación se suma a las ya obtenidas de organismos de países como Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur y Brasil. Esta es la primera certificación que obtiene la compañía por parte de un miembro de PICS (*Pharmaceutical Inspection Cooperation Scheme*), un programa de cooperación internacional compuesto por 56

PAE

Encabeza el proyecto de GNL en Golfo San Matías

Pan American Energy (PAE) lanzó un proyecto de gas natural licuado, mediante un buque de licuefacción en el Golfo San Matías, Río Negro, a 35 kilómetros al sur de Las Grutas. En julio, la empresa que lidera la familia Bulgheroni y la noruega Golar firmaron un acuerdo por 20 años para la instalación en Argentina del buque Hilli Epiceyo, que se estima llegará al país en 2026/2027. Según el acuerdo, PAE suministrará el gas natural al barco flotante de licuefacción de GNL, mientras que Golar proveerá el servicio de licuefacción mediante el alquiler del buque con una estructura de tarifa base y un beneficio adicional sujeto a los precios internacionales del *commodity*, tal como indicaron desde PAE.

El buque tiene una capacidad de producción de 2,45 millones de toneladas (aproximadamente el 8% de la producción total del país). Inicialmente, el barco flotante se abastecerá de gas natural utilizando la infraestructura y capacidad existente en el sistema en los meses del año con menor demanda local. Posteriormente, el objetivo es que pueda operar todo el año.

Para llevar adelante el proyecto, PAE (90%) y Golar LNG (10%) crearon una *joint venture*, Southern Energy. En noviembre, PAE inscribió al RIGI este proyecto de exportación de GNL. A partir de ese mes, se fueron sumando a la sociedad otros actores claves. En noviembre de 2024, se incorporó Pampa Energía, en

diciembre, la británica Harbour Energy y, en enero de 2025, YPF. Así, a enero la participación accionaria de Southern Energy estaba conformada por: PAE (40%), Pampa Energía (20%), YPF (15%), la británica Harbour Energy (15%) y la noruega Golar LNG (10%).

El proyecto de exportación de GNL prevé una inversión superior a los US\$ 1.650 millones durante la primera fase (2025–2031). En una segunda etapa (2032–2035), la inversión estimada es de US\$ 1.250 millones. Así, los desembolsos totales suman unos US\$ 2.900 millones, en 10 años, aunque en las dos décadas en que estará en operación, la inversión total prevista es de aproximadamente US\$ 7.000 millones

PORTADA |

autoridades regulatorias en el campo de buenas prácticas de fabricación de medicamentos tanto para uso humano como veterinario. La certificación GMP implica procesos de habilitación que constan del envío de documentación, una auditoría in situ de las instalaciones y del sistema de gestión de calidad que se aplica en procesos de producción. Esta nueva certificación, sumada a las ya recibidas de otras entidades, abre nuevos mercados para la exportación de vacunas argentinas. Además, Biogénesis Bagó fue la primera compañía en obtener la licencia de su vacuna antiaftosa, lo que representa un gran hito para el desarrollo de la biotecnología argentina.

Gracias a su *expertise* en biotecnología para la salud animal, la firma también avanzó en proyectos de transferencia de tecnología en Corea del Sur y el Reino de Arabia Saudita, donde se están desarrollando dos plantas de producción de vacunas contra la fiebre aftosa. Asimismo, la compañía inició su primer proyecto de transferencia de tecnología para la producción de vacunas antirrábicas en Brasil, en colaboración con TECPAR.

“La constante inversión en investigación y desarrollo refuerza nuestro compromiso de

ofrecer soluciones de clase mundial para la industria de la salud animal. Los avances logrados en 2024 nos posicionan para satisfacer la creciente demanda de distintos mercados en múltiples regiones, al mismo tiempo que continuamos trabajando alineados con el concepto de Una Sola Salud”, señaló Esteban Turic, CEO de Biogénesis Bagó.

Para el segmento de animales de compañía, a lo largo del año, la compañía biotecnológica trabajó en la prevención de las zoonosis a través de acciones de concientización. Así, en colaboración con Fundación Mundo Sano y autoridades locales, Biogénesis Bagó llevó a cabo campañas de vacunación contra la rabia en municipios de Argentina.

BBVA

Compra el 50% de la financiera de la automotriz Stellantis

A finales de 2024, BBVA anunció su ingreso en FCA Compañía Financiera, la firma de Stellantis especializada en financiamiento auto-

motor en Argentina. La transacción, que establece una nueva empresa conjunta (*joint venture*).

Según el acuerdo estratégico, BBVA adquirirá el 50% de FCA Compañía Financiera (FCA CF), hasta ahora en manos de Stellantis, con el objetivo de fortalecer la oferta de financiación para clientes minoristas y concesionarios de las marcas Fiat, Jeep y RAM en el país. La operación, valuada en aproximadamente \$14.823 millones según el balance de la compañía a septiembre de 2024, requiere la aprobación de los organismos supervisores en Argentina y la Unión Europea, además de las autoridades de competencia.

Stellantis, grupo automotor surgido en 2021 de la fusión entre PSA y Fiat Chrysler Automóviles, ya mantiene otra alianza con BBVA en Argentina para la financiación de vehículos de Peugeot, Citroën y DS Automóviles. “Este nuevo acuerdo representa una oportunidad clave para ampliar la base de clientes, tanto de particulares como de pymes”, señalaron desde la entidad.

El sector automotor en Argentina cerró noviembre de 2024 con 370.000 unidades vendidas, una cifra por debajo de su potencial, aunque con perspectivas de recuperación a

Grupo Bagó

Fortalece su presencia en Asia



BF Biosciences Limited, la primera compañía en fabricar productos biotecnológicos en Pakistán y *joint venture* entre Grupo Bagó de Argentina y Ferozons Biociences de ese país, salió en octubre a la Bolsa de valores, con su Oferta Pública Inicial (IPO). Este paso representó un hito trascendental tanto para la empresa como para la industria biotecnológica de la región.

Fundada en 2006, BF Biosciences Limited se convirtió en pionera no solo en el campo de la biotecnología, sino también en las relaciones diplomáticas y comerciales entre Argentina y Pakistán. El proyecto, encabezado por Rallys Pliauzer en representación de Grupo Bagó y Osman Khalid Waheed en representación de Ferozons, marcó el primer acuerdo de este tipo entre ambas naciones.

“Este hito nos permite fortalecer el desarrollo biotecnológico y refuerza nuestro compromiso con la innovación y el liderazgo en el sector”, destacó Rallys Pliauzer, director del grupo Bagó y fundador de BF Biosciences. “Además, nos impulsa a seguir ofreciendo productos de alta calidad para mejorar la salud y el bienestar de las personas, y contribuir de manera significativa al avance de la ciencia y al desarrollo sostenible tanto en el mercado local como en la región de Asia”, agregó. La salida a la Bolsa de valores de BF Biosciences Limited facilitará la llegada de inversores interesados en apoyar el desarrollo de esta industria en Pakistán y aprovechar las oportunidades de crecimiento en uno de los sectores más dinámicos, como es el biotecnológico. Los fondos recaudados se destinarán a la expansión de la capacidad de producción, la investigación y desarrollo de nuevos productos, y la mejora de la infraestructura tecnológica.



mediano y largo plazo. De acuerdo con estimaciones de BBVA Research, el PBI del país podría crecer un 5,5% en 2025, impulsado por la inversión, la reactivación del consumo privado y una menor inflación.

Por otra parte, con foco en el desarrollo sustentable, en 2024, BBVA avanzó en la modernización de sus sucursales bajo criterios de sostenibilidad, que ya suma una inversión de más de \$3.500 millones en 10 oficinas. Esta transformación incluyó ampliaciones, mejoras tecnológicas y refuerzos en seguridad, además de la instalación de *lobbies* 24 horas con mayor capacidad operativa.

Las nuevas sucursales incorporaron soluciones para reducir el consumo de agua, optimizar la gestión de residuos reciclables e implementar energía solar para electricidad y calefacción. Además, se instalaron fachadas textiles microperforadas y carpinterías de alta eficiencia energética, junto con la plantación de vegetación autóctona para fomentar un entorno más sostenible.

Como parte de esta estrategia, en febrero de 2024, BBVA inauguró en Mar del Plata su primera sucursal diseñada bajo estándares LEED, ubicada en la intersección de Patagones y Av. Constitución. Este edificio, concebido con un enfoque de eficiencia ambiental, marca un hito en la transformación sustentable de la red bancaria de la entidad.

Andreani

Pacheco: el hub logístico más automatizado del país

A finales de 2024, Grupo Logístico Andreani adquirió tres clasificadores de mercadería (*sorter*) de alta tecnología de origen chino

para su nueva planta. Con una matriz de inducción inteligente, que define por tamaño y peso a qué *sorter* debe dirigirse cada paquete, una capacidad total de procesamiento de 26.000 bultos por hora, estas nuevas herramientas le permitirán a la empresa potenciar el crecimiento de sus negocios tanto a escala nacional como internacional, con una mayor capacidad operativa y una mayor eficiencia y rapidez en sus envíos.

La planta de Pacheco, en donde se instalará el *sorter*, tiene una superficie total de 70.000 m² y fue recientemente adquirida por el grupo para ampliar su capacidad operativa, de cara a una demanda en aumento. Esta planta, junto a la Central Inteligente de Transferencias (CIT), que procesa de manera automática 8.000 paquetes por hora, conforman el centro integral de procesamiento más importante y automatizado en la Argentina.

“Entendemos que la logística es clave en la nueva economía, y el futuro está en la automatización y la tecnología. La capacitación de nuestros equipos es un pilar fundamental de nuestra estrategia, asegurando que este crecimiento no solo impulse nuestros servicios, sino que también genere valor para los

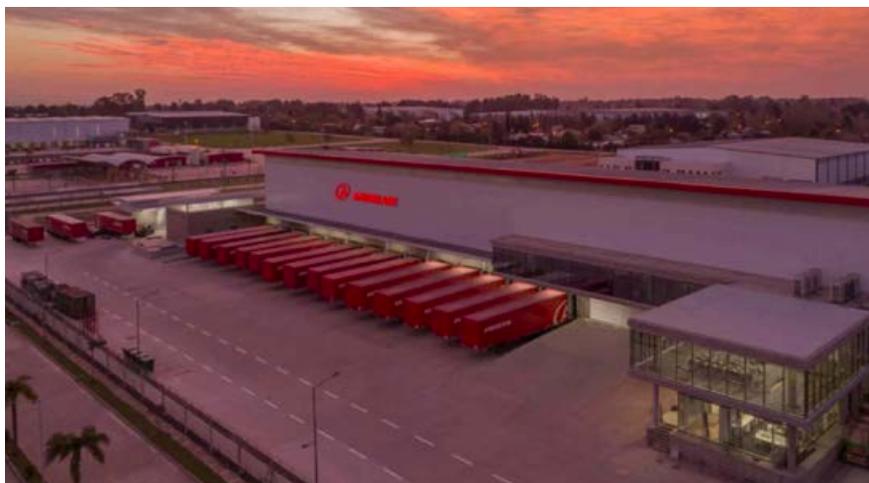
negocios de nuestros clientes y los nuevos mercados en los que estamos ingresando”, destacó Carlos Cirimelo, CEO de Andreani.

Los tres clasificadores están diseñados para adaptarse a diferentes tipos de productos y necesidades de volumen. Uno de ellos es de doble piso, lo que optimiza el espacio y aumenta la capacidad de procesamiento en la planta.

El primer *sorter* cuenta con una avanzada matriz de inducción, que determina de manera automática –según el tamaño y peso de cada paquete– la zona de procesamiento a la que debe ser asignado. Esta es una de las principales innovaciones de la planta, ya que permite clasificar los bultos con precisión y velocidad. Este proceso se destaca por la incorporación de inteligencia artificial (IA), que analiza datos en tiempo real.

El segundo clasificador es para el procesamiento de paquetes irregulares y frágiles de hasta 1,2 metros y 50 kg. Para estos, la planta dispone de dos máquinas *narrow belt sorter*, que tienen una capacidad total de hasta 8.000 paquetes por hora (4.000 por máquina). Por último, el tercer *sorter* está destinado al procesamiento de paquetes regulares. Los de tamaño estándar (hasta 600 mm x 600 mm x 450 mm) se van a procesar mediante un sofisticado sistema *cross belt* de dos pisos. Este *sorter* tiene una capacidad de 18.000 paquetes por hora y cuenta con 200 salidas, lo que permite un flujo continuo y eficiente de paquetes, optimizando la velocidad de clasificación y distribución.

Con la integración de estos tres sistemas, la capacidad total de procesamiento de la planta alcanzará los 26.000 paquetes por hora, lo que representa un avance significativo en la capacidad operativa de Andreani. Este sistema no solo optimiza el tiempo de procesa-



PORTADA |

miento, sino que también mejora la trazabilidad de los paquetes y reduce los márgenes de error.

Telecom

Finaliza el año con anuncios estratégicos

Telecom cerró 2024 con novedades que destacan en áreas estratégicas. Uno de los más relevantes es el lanzamiento de Openxpan, una empresa digital creada en conjunto con Intraway, que fue presentada en octubre. Esta nueva compañía mejorará a los operadores de telecomunicaciones la posibilidad de la monetización de sus redes al facilitar su exposición como código mediante APIs estandarizadas, seguras, ágiles y escalables. Además, ofrecerá una plataforma *cloud native* para que los desarrolladores puedan crear y mejorar aplicaciones innovadoras.

El objetivo de Openxpan es posicionarse como el *partner* principal de los operadores en América Latina, acelerando la monetización de servicios de red y datos a través de APIs, al facilitar la integración y codificación de servicios de red para los desarrolladores que diseñan apps. Su desarrollo se basa en el estándar global Open Gateway de la GSMA, que convierte las redes de telecomunicaciones en servicios programables mediante interfaces seguras y estandarizadas. La plataforma integra soluciones de gestión de consentimiento, autenticación, acceso, y un portal de fácil integración para desarrolladores, además de herramientas avanzadas de reportes y facturación. También brinda servicios de consultoría para la integración de APIs.

“Con Openxpan estamos dando un paso clave en la digitalización de la región”, destacó Roberto Nobile, CEO de Telecom. “Esta plataforma lleva las aplicaciones al siguiente nivel, ofreciendo servicios más personalizados y seguros, lo que abre la puerta a soluciones innovadoras. Además, queremos que otros operadores de Latinoamérica aprovechen nuestra experiencia con APIs para acelerar sus propias transformaciones”.

Por su parte, Lucas Lodeiro, CEO de Openxpan, agregó: “Nuestra meta es democratizar el acceso a redes móviles programables para que desarrolladores, proveedores de servicios en la nube y *startups* puedan ge-



nerar nuevos modelos de negocio. Con esta plataforma, vamos a acelerar la innovación en sectores clave como *fintech*, *e-commerce*, transporte y Gobiernos, entre otros”.

Por otra parte, a finales de 2024, Telecom inauguró el primer *cluster* de conectividad rural en la zona núcleo de los partidos de Pergamino y Rojas, en la provincia de Buenos Aires. Este proyecto colaborativo, desarrollado junto a socios estratégicos del sector agroindustrial y municipios, abarca más de 500 mil hectáreas y garantiza una cobertura continua en áreas rurales.

Con la instalación de ocho nuevos sitios, Telecom amplió su alcance a más de 134.000 personas, beneficiando a 21 localidades con soluciones para desafíos sociales y productivos. La cobertura impacta en 228 establecimientos educativos, 28 centros de salud, 213 km de rutas nacionales, 194 km de rutas provinciales y 3.600 km de caminos rurales.

El crecimiento del ecosistema AgTech ha impulsado el desarrollo económico local en los últimos años, consolidando a estos *clusters* colaborativos como una iniciativa fundamental. Las empresas que forman parte del *cluster* colaborativo son AGCO, Allaria Agro, Bayer, Case IH, Chacra Servicios, CNH, Corteva, Crucianelli, Banco Galicia, Gear, New Holland, Strix, Rizobacter y RUS Seguros.

En términos de sustentabilidad, en mayo, Telecom anunció un avance en su estrategia de sustentabilidad al incorporar fuentes de energía renovable en su matriz energética. Como parte de su compromiso de reducir su huella de carbono, la compañía se fijó el objetivo de alcanzar un 50% de abastecimiento con energías limpias para 2030 y lograr la neutralidad de carbono para 2050, a través

de iniciativas de eficiencia energética, virtualización, renovación tecnológica y optimización de procesos. El primer paso en esta transición fue la firma de acuerdos con Genneia e YPF Luz, empresas líderes en energía sustentable. Estos contratos, con una duración de 10 años, permitirán a Telecom abastecerse con 159.700 MWh anuales de energía renovable, lo que representa aproximadamente el 22% de su consumo total. Actualmente, esta energía cubre el consumo de todas sus oficinas comerciales, un tercio de sus sitios móviles y el *Data Center* de Pacheco, uno de los más importantes de la región.

/q99

Una de las 7 compañías “que nos cambiarán la vida”

/q99 es una *startup* argentina de investigación y desarrollo aplicada, especializada en la convergencia entre la inteligencia artificial (IA) y la computación cuántica (QC). Su tecnología propietaria se centra en transformar la gestión de datos, creando organizaciones hiperinteligentes (*Hypersmart*) capaces de tomar decisiones estratégicas basadas en *insights* profundos y en tiempo real.

El distintivo de /q99 radica en su capacidad para integrar y transformar datos complejos – tanto internos como externos – en un ecosistema interconectado que combina modelos avanzados de IA y algoritmos cuánticos. Este enfoque no solo maximiza el valor de los datos existentes, sino que también permite optimizar operaciones críticas, mejorar la toma

de decisiones estratégicas y construir una infraestructura tecnológica preparada para los avances futuros en computación cuántica e inteligencia artificial.

En 2024, la *startup* argentina fue seleccionada por el Quantum World Congress como una de las siete compañías más importantes del mundo en su área de *expertise*, "que van a modificar la forma en que vivimos", gracias a la aplicación de la computación cuántica y su convergencia con la inteligencia artificial. Además, la empresa fundada y liderada por el argentino Facundo Díaz fue reconocida por Nvidia para integrar un selecto programa que apoya y promueve a *startups* con proyectos disruptivos a escala mundial.

Actualmente, la compañía es un referente en innovación que redefine el futuro de la tecnología y que posiciona a América Latina como un actor cuántico relevante en el escenario mundial con impacto directo en múltiples industrias, como finanzas, salud, *retail* y energía.

Sanofi

Fomenta científicas mediante el un premio franco-argentino

A finales de 2024, se hizo la entrega de premios Científicas Que Cuentan, organizado en articulación público-privada por la Embajada de Francia, el Instituto Francés de Argentina de la Embajada de Francia, el Conicet y el laboratorio Sanofi. En la tercera edición llevó el nombre "Christiane Dosne Pasqualini" en honor a la científica francesa nacionalizada argentina, investigadora del Conicet y la primera mujer en ser incorporada como miembro de la Academia Nacional de Medicina de Buenos Aires.

El premio propone distinguir anualmente a mujeres que, dentro del sector científico y tecnológico, llevan adelante una labor destacada en la comunicación pública de la

ciencia, la tecnología, la salud y la innovación. En esta edición se recibieron un total de 183 proyectos de Argentina. Un jurado de 15 expertos tuvo en cuenta para su selección la relevancia de los logros obtenidos por cada postulante, su alcance o potencial impacto, la originalidad e innovación de sus propuestas y la experiencia en el ámbito de la comunicación pública de la ciencia, la salud, la tecnología y la innovación. Se presentaron en tres categorías: Trayectoria, Estímulo y Comunicación en Salud – Sanofi. También se entregaron seis menciones.

En este contexto, la gerenta general de Sanofi Cono Sur, Carolina López Camelo, señaló: "Nos llena de orgullo reconocer e impulsar el trabajo de las mujeres en la comunicación pública de la ciencia, la tecnología, la innovación y la salud. Este premio refleja nuestro compromiso para promover la diversidad y la equidad, al dar visibilidad a quienes, con su esfuerzo y dedicación, contribuyen a acercar el conocimiento científico a la sociedad. Confiamos en que estas iniciativas además de va-

EY

65 años en la Argentina y 1.000 nuevos puestos de trabajo

En el marco de su 65° aniversario en el país, la consultora EY presentó en noviembre su visión y proyectos para los próximos años en la Argentina. En ese marco, anunció que invertirá en sectores estratégicos de la economía, transformación de negocios, aplicación de nuevas tecnologías y el ecosistema emprendedor.

En la actualidad, EY Argentina cuenta con 4.000 colaboradores que brindan servicios a más de 2.000 clientes. A través de su programa *Entrepreneur of the Year*, la firma ha reconocido los proyectos de más de 100 emprendedores argentinos, muchos de los cuales hoy se han convertido en empresas de primer nivel.

"Con una visión global, y un fuerte enfoque local, ahora somos parte de EY Latinoamérica, lo que nos permite aprovechar toda la potencia y diversidad de capacidades de nuestra organización regional para impulsar la innovación y la transformación de nuestros clientes, las personas y las comunidades", afirmó Fernando Pací, *Country Managing Partner* de EY Argentina.

En el marco de su festejo, EY Argentina anunció las principales líneas de su nueva estrate-



gia ("*Shape the Future with Confidence*"), que implicará 1.000 nuevos puestos de trabajo en dos años y una inversión significativa en nuevas soluciones para sectores estratégicos de la economía, como la energía (con su Centro de Excelencia de Petróleo y Gas), la minería, el área de consumo masivo, la cadena de agonegocios (con su Centro de Excelencia en *Agribusiness*), las telecomunicaciones y los servicios financieros, entre otras.

Estas nuevas inversiones están orientadas a soluciones relacionadas a la transformación

y creación de negocios, la evolución digital a través de la aplicación de nuevas tecnologías, a mejorar el cumplimiento frente a cambios regulatorios, impulsar la agenda de sustentabilidad, a nuevos servicios para promover el desarrollo del mercado de capitales, a fortalecer la ciberseguridad y a potenciar el ecosistema emprendedor.

La firma también invertirá en la expansión de sus exportaciones de servicios de valor agregado tanto a la Latinoamérica como a otros mercados del mundo.

"El talento en el mundo corporativo hoy no solo está compuesto por auditores, fiscalistas y contadores y abogados, sino por ingenieros de las más diversas ramas, ambientalistas, mercadólogos, sociólogos y programadores y una variedad de profesiones que veremos nacer para responder a las nuevas demandas de un mercado innovador y cambiante. Pero fundamentalmente, lo que nos ocupa es el integrar estas capacidades al servicio de las necesidades de nuestros clientes y el de contribuir a un mundo de trabajo", comentó Pací.

PORTADA |

lorar su labor, también motivan e inspiran a más mujeres a desempeñar roles protagónicos en estos ámbitos. Este premio contribuye a fortalecer los lazos de cooperación científica entre Argentina y Francia, entre público y privado”.

Ganadora Categoría Estímulo: Camila Perenchena, profesora investigadora asistente en el Departamento de Estudios Históricos y Sociales de la Universidad Torcuato Di Tella. Menciones en esta categoría: Luciana Peirone Cappri, becaria doctoral en Temas Estratégicos del Conicet en el Instituto Multidisciplinario de Biología Vegetal (IMBIV, Conicet-UNC); Celeste Aguirre Pranzoni, investigadora del Conicet en el Instituto de Investigaciones en Tecnología Química (INTEQUI, Conicet-UNSL).

Ganadora Categoría Trayectoria: Valeria Edelsztejn, doctora en Química Orgánica por la Universidad de Buenos Aires quien se desempeña como investigadora del Conicet en el Centro de Formación e Investigación en Enseñanza de las Ciencias (CEFIEC) de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la UBA. Menciones en esta categoría: Valeria Abusamra, investigadora Conicet en el Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Psicología Matemática y Experimental Dr. Horacio J.A Rimoldi (CIIPME Conicet); Marina Sardi, investigadora del Consejo en el Departamento Científico de Antropología de la Facultad de Ciencias Naturales y Museo de la Universidad Nacional De La Plata.

Ganadora Categoría Comunicación en Salud – Sanofi: Lucía Crivelli, investigadora del Consejo en el Instituto de Neurociencias (INEU, Conicet-FLENI). Es doctora en Psicología con orientación en Neurociencia Cognitiva Apli-



cada por la Universidad Maimonides y científica del Conicet. Menciones en esta categoría: Stella Maris Cuevas, médica especialista en Otorrinolaringología y alergista; Mariana Sanmartino, investigadora del CONICET en el Instituto de Física de Líquidos y Sistemas Biológicos (IFLYSIB, Conicet, UNLP).

Sancor Seguros

Impulsa la investigación y el desarrollo

Tal como ha sucedido en años anteriores, Sancor Seguros se ha destacado en 2024 por su apoyo a la investigación y el desarrollo. Uno de los anuncios más importantes se dio en octubre cuando, en el marco de la Expo Oil & Gas Patagonia, en Neuquén, inauguró

ENE (Entender Neuquén es Emprender), el primer edificio del Polo Científico Tecnológico Neuquén Capital. Esta obra, que exigió una inversión de más de US\$ 4 millones para su construcción, es una iniciativa que ofrece un entorno de trabajo óptimo para el desarrollo y la colaboración. ENE es un *coworking* que cuenta con espacios comunes, salas de reuniones, auditorio, oficinas privadas áreas exclusivas para empresas. Toda esta sinergia genera nuevas oportunidades para la industria de la energía y colabora así con el crecimiento de la ciudad y la región.

ENE se desarrolla gracias a dos empresas. Por un lado, Ingeniería Sima, destacada en la producción de hidrocarburos y generación de energía, con sede en Neuquén. Por otro, Sancor Seguros, aseguradora con casi 80 años de trayectoria. Además, se destaca el importante rol de la Municipalidad de Neuquén. “Apostamos al país, al desarrollo real de la economía, y creemos que desde el interior se puede ayudar a nuestra nación. Estamos convencidos de que es así. Esto que logramos hoy en la ciudad de Neuquén es un hito, y creemos que es posible que proyectos así puedan suceder en otros lugares de nuestro país”, afirmó Carlos Casto, presidente de Sancor Seguros, en aquel momento.

En mayo, Sancor Seguros había destacado por el lanzamiento de Impulsa Cooperativas, su programa de incubación destinado a cooperativas de Argentina. El objetivo principal del programa es potenciar a las cooperativas del país a través de tres pilares fundamentales: mentorías especializadas, conexiones de valor para escalar negocios y el acceso a la red de proveedores y clientes de Grupo Sancor Seguros. Esta combinación de recursos y apoyo busca no solo fortalecer las capacidades internas de las cooperativas, sino también facilitar su crecimiento y su capacidad para generar un impacto positivo en sus comunidades. Los destinatarios de este programa son las cooperativas de trabajo formalmente constituidas, con matrícula vigente. Esto asegura que el apoyo y los recursos proporcionados estén dirigidos a aquellas organizaciones que están comprometidas y legalmente establecidas en el ámbito cooperativo. Este programa representa una oportunidad para el crecimiento y la fortaleza del movimiento cooperativo en el país, al proporcionar herramientas, conocimientos y conexiones claves para el desarrollo sostenible de las cooperativas participantes.

Además, en junio, el fondo de Venture Capi-

Mirgor

Acuerda con Meliá e ingresa al negocio de la hotelería

Mirgor, empresa argentina especializada en electrónica y movilidad, anunció en diciembre la construcción de un hotel 5 estrellas en Ushuaia, Tierra del Fuego, en alianza con Meliá Hotels International.

José Luis Alonso, CEO de Mirgor, destacó que el proyecto surge desde una visión colaborativa y representa un hito en la diversificación de la economía fueguina.

Con una inversión estimada en más de US\$ 50 millones, se estima que el hotel abrirá sus

puertas en 2028, convirtiéndose en el complejo más austral operado por Meliá. Contará con 200 habitaciones, dos restaurantes, bar, lobby bar, auditorio para 800 personas, piscinas interiores y exteriores, spa, gimnasio, mirador y jardín de invierno.

El proyecto busca fortalecer la infraestructura turística local, con foco en turismo corporativo y cultural. Además, generará 200 nuevos empleos y dinamizará la red de proveedores locales.

tal Cites, de Grupo Sancor Seguros, primer inversor en la compañía, comunicó que decidió reinvertir en la misma en el marco de una ronda total de US\$ 6 millones, junto a otros fondos como Solum Capital de Brasil; iThink de Paraguay; Zentynel, de Chile; Verge HealthTech y R3i Ventures, ambos de Singapur; Wealthing VC, con base en el Silicon Valley, y RPV de Seattle, Estados Unidos.

ViewMind es una *healthtech* que desarrolla Biomarcadores Digitales Cognitivos. Esta herramienta permite diagnosticar enfermedades y trastornos que afectan al cerebro. En una evaluación de 20 minutos y de manera no invasiva, efectiva y más económica (en tiempos y costos) que otros métodos, ViewMind es capaz de detectar enfermedades como el Alzheimer o esclerosis múltiple con hasta 10 años de anticipación y más de un 95% de certeza. Utilizando un equipo de realidad virtual y tecnología de *eye-tracking*, los algoritmos inteligentes de ViewMind pueden medir el desempeño cognitivo en personas sanas y enfermas, ayudando a diagnosticar y tratar enfermedades como el Alzheimer, esclerosis múltiple, o los efectos cognitivos del Covid-19, entre otros.



Hoy está presente en hospitales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos y algunos países de Asia y Europa. Además de ofrecer soluciones a instituciones sanitarias públicas y privadas, también lo hace a em-

presas farmacéuticas, mejorando la precisión en la detección de ensayos clínicos, lo cual reduce tiempos y costos. En Argentina, está vinculada con INECO y el Hospital Ramos Mejía de Buenos Aires.

Farmacity

Evoluciona el ecosistema de bienestar

Farmacity es un ecosistema de negocios que abarca, además, otros tres formatos complementarios: Simplicity (belleza, moda, hogar y entretenimiento), Get The Look (belleza), y The Food Market (productos saludables y sustentables). "Esta evolución responde a un enfoque holístico de la salud, entendida como un equilibrio entre bienestar físico y emocional", sostienen desde la compañía. El crecimiento se reflejó en cada una de las propuestas de negocios de la compañía. En el caso de Simplicity tuvo inauguraciones en Tigre, Chivilcoy, Chacabuco, la ciudad de Mendoza, Concepción del Uruguay y Puerto Madryn, mientras que Get The Look extendió su presencia en centros comerciales estratégicos, como Paseo Aldrey en Mar del Plata (su primera tienda en la ciudad balnearia) y Patio Olmos, en Córdoba.

En un contexto en que la transformación digital es clave, la compañía lanzó "Farmacity Connect", una plataforma de *retail media* omnicanal que optimiza la conexión entre marcas y consumidores. "Esta herramienta no



solo mejora el retorno de inversión en publicidad digital, sino que también enriquece la experiencia del cliente con soluciones personalizadas", explican desde Farmacity. La integración de canales físicos y digitales también fue un eje central de la estrategia en 2024. Se fortaleció la presencia *online* y se

mejoró la eficiencia de las plataformas, generando una experiencia de compra sin fricciones. El programa "Tu Farmacity", con más de 2,7 millones de usuarios adheridos, se convirtió en una herramienta clave para personalizar ofertas y fortalecer el vínculo con los clientes.



Russell Bedford

taking you further



- AUDITORÍA
- CONSULTORÍA
- IMPUESTOS
- OUTSOURCING
- PAYROLL
- SERVICIOS ACTUARIALES



CABA: Juana Manso 555 6° piso • Av. Dorrego 1940 • Lima 287 5° piso
TANDIL: Constitución 43

www.russellbedford.com.ar

Grupo Galicia

Compra HSBC y cumple su objetivo de ser carbono neutral

En abril, Grupo Financiero Galicia anunció la compra de la filial argentina del HSBC por US\$ 550 millones. La operación se concretó con el aval del Banco Central de la República Argentina, que se dio en septiembre, y en diciembre, finalizó la adquisición.

Según la empresa, este hecho posiciona a Galicia como el banco privado más grande del país tanto en depósitos como en préstamos, con más de 750.000 clientes, 3.000 empleados y 100 sucursales.

La operación comprende el banco, la Administradora de Fondos Comunes de Inversión y las compañías de seguros de retiro y de vida. El grupo, que cotiza en Wall Street y tiene más de un siglo de trayectoria en el mercado nacional, registró un incremento de más del 240% en el precio de sus acciones durante 2024. HSBC, por su parte, abandonó casi todos sus negocios en la región y orientó sus actividades hacia Asia.

En el marco del proceso de fusión, las sucursales de HSBC Argentina pasaron a llamarse Galicia Más.

En cuanto a su estrategia de sostenibilidad, Grupo Galicia anunció en octubre la neutralidad en carbono de su huella organizacional de todas sus empresas: Banco Galicia, Naranja X, Galicia Seguros, Inviu y Nera.

“Desde hace varios años en Banco Galicia medimos la huella de carbono de la organización minimizamos el impacto de los recursos críticos, compensamos las emisiones no evitadas y realizando análisis de Riesgo Ambiental y Social de nuestra cartera. En 2022 nos convertimos en una empresa carbono neutral, ya que reducimos y compensamos el 100% nuestra huella de carbono y, en 2024, todas las compañías del grupo pasan a ser neutras en carbono”, explica Constanza Gorleri, gerenta de Sustentabilidad de Grupo Galicia.

Este es un avance más a la hora de alinear su actividad a la Agenda 2030 y al Acuerdo de París, junto a los objetivos establecidos en la última Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Glasgow. La estrategia del grupo para alcanzar la neutralidad de emisiones está basada en su me-

dicación, su reducción y la compensación de aquellas que no puede evitar. “En este marco, se definieron equipos transversales para abordar los diferentes programas y liderar las estrategias de implementación. De esta manera que el grupo ha compensado 22.523,3 toneladas de CO₂e”, completa Gorleri.

Banco Galicia dispone de un marco de actuación ESG (*Environmental, Social and Governance*), que está alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. En ese marco, la entidad financiera mide su huella de carbono con una metodología alineada a los requisitos de la ISO 14064:2015 y el *Green House Gas Protocol* (GHG), identificando las emisiones que generan sus operaciones, tanto en las sucursales como en los edificios corporativos. Para esto cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) que permite medir, planificar y plantear objetivos en torno al uso racional de la energía, agua y gas; la optimización de recursos y gestión de residuos; la concientización ambiental; y los riesgos ambientales indirectos.

Desde 2021, suma las emisiones provenientes de los camiones de caudales propios, las



camionetas de logística, gases refrigerantes y las bolsas de polietileno de uso comercial. En materia de riesgos ambientales directos de su operatoria, identificó que el consumo de energía eléctrica genera más del 50% de sus emisiones de carbono, por lo que se enfocó en la eficiencia energética y la incorporación de energías renovables para mitigarlas. Así, desde 2021 tiene un acuerdo de energía renovable con el Parque Eólico Los Olivos y el Parque Eólico La Castellana II, que permite abastecer sus edificios centrales y sucursales con energía renovable.

Además, realiza la compensación de su huella operacional a través del apoyo a diferentes organizaciones y proyectos destinados a la captura de carbono.

Finalmente, compensa su huella con la reciente ampliación del Bosque Galicia, proyecto que lleva adelante junto a Bayka y Eco House.

A su vez, Galicia adquirió certificados de mitigación I-Rec Standard del Plan BIOREC+, como un mecanismo flexible de reducción del alcance 2 de la huella de carbono basados en

el cálculo de consumo de energía eléctrica y el factor de emisión de Cammesa por una cantidad de 3.249 MWh provenientes de una planta de biogás en Río Cuarto, Córdoba.

También, mediante la gestión de riesgos indirectos, analiza potenciales riesgos ambientales y sociales que puedan devenir de la asistencia crediticia. Este análisis se realiza a partir del monto de cartera de consumo BCRA, y se aplica el Estándar de la Corporación Financiera Internacional (IFC) para proyectos mayores a US\$ millones y los Principios de Ecuador para préstamos corporativos desde los US\$ 20 millones y desde los US\$ 10 millones para *Project Finance*.

Para responder a todos estos compromisos, en 2023 Galicia inició un proyecto, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el objetivo de construir un plan estratégico de finanzas sustentables para transitar la descarbonización de la cartera.

Unilever y Knorr

Avances en agricultura regenerativa

La agricultura regenerativa se presenta como una oportunidad para generar un impacto positivo en la salud del suelo, la biodiversidad, la calidad del agua, la resiliencia climática y la rentabilidad agrícola. Esta práctica surge como respuesta, a su vez, de las nuevas demandas orientadas a la obtención de alimentos seguros, nutritivos, saludables y sustentables.

Con esto en mente, en 2024, Unilever y su marca Knorr presentaron un informe que detalla los resultados y aprendizajes obtenidos durante los últimos dos años de implementación de prácticas regenerativas en sus cultivos. “Aprendizajes y desafíos sobre la agricultura regenerativa en Argentina” muestra los logros alcanzados en el marco de su alianza estratégica con el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), entre los que se destaca el trabajo con estas prácticas en 1.300 hectáreas en San Juan y Mendoza.

La articulación público-privada entre Unilever y el INTA cuenta con un plan de trabajo conjunto que se lleva a cabo desde finales de 2022 y que tiene como objetivo promover el cuidado por el ambiente, impulsar la innovación y fortalecer el desarrollo de las comunidades locales. El proyecto está guiado por un equipo interdisciplinario de 10 expertos que brindan capacitaciones y acompaña-

PORTADA |



miento a la totalidad de los productores que proveen a la compañía, así como asistencia técnica para la implementación de prácticas regenerativas. De los siete horticultores que forman parte del proyecto, tres actúan como faro y ejemplo a seguir para el resto de los horticultores.

“En Unilever tenemos el compromiso a escala global de ayudar a proteger y regenerar más de 1 millón de hectáreas para 2030. Es muy alentador ver cómo Argentina contribuye a esta meta acompañando con el INTA a nuestros agricultores para lograr resultados positivos en sus cultivos, que les ofrezcan una mayor eficiencia y resiliencia. La regeneración es posible con un compromiso desde el campo hasta la góndola en el que participemos todos: agricultores, el sector público, las empresas y los consumidores”, aseguró en el lanzamiento Natalia Giraud, directora de Asuntos Corporativos de Unilever Cono Sur.

El informe, a cargo de la Lic. Laura Pérez Casar, detalla que, así como hubo aciertos y mejoras en determinadas prácticas con impacto positivo a campo, también surgieron desafíos y la necesidad de adecuar ciertos manejos al requerimiento particular de cada lote en producción. Lo que destacan los horticultores es que sumarse al proyecto les permitió aprovechar todas las herramientas disponibles de manera correcta y compartir experiencias, lo cual destaca que no hay una sola forma de hacer agricultura.

José “Pepe” Portela, ingeniero agrónomo y referente de agricultura regenerativa del INTA, explicó que “no hay recetas ni indicaciones universales respecto a qué prácticas emplear y cuándo, para que un sistema de producción aproveche la capacidad de auto

regeneración natural”.

El trabajo conjunto de estos dos años, ha permitido avanzar en la experiencia con técnicas como la rotación de cultivos, el uso de abonos naturales, la fertilización orgánica, la implementación de cultivos de cobertura, el riego por goteo y ensayos de siembra directa.

Cervecería y Maltería Quilmes

Lanza la primera cerveza sin gluten del país

Cervecería y Maltería Quilmes recibió en octubre la visita del gobernador de la provincia de Tucumán Osvaldo Jaldo con motivo del lanzamiento de la primera cerveza sin gluten del país que es producida en su cervecería en Acheral. El lanzamiento requirió de una inversión de US\$ 5 millones.

Michelob Ultra sin gluten le permite a la compañía completar su portafolio de cervezas para tener alternativas para todas las personas. Se trata de una cerveza ultraliviana de bajas calorías, y ahora también sin gluten. Este lanzamiento es parte del plan de expansión que la compañía ha llevado adelante en Tucumán para consolidar a la provincia como un polo cervecero y regional.

“La categoría de cervezas evolucionó mucho en los últimos años incluyendo cada vez más gente con nuevos estilos, empaques y con el crecimiento del segmento sin alcohol. Sin embargo, aún tiene un gran potencial en nuestro país. Este lanzamiento nos permite dar un paso más en hacer de la cerveza una categoría cada vez más inclusiva”, sostuvo Eugenio Raffo, vicepresidente de Marketing de Cervecería y Maltería Quilmes.

Los ingredientes de Michelob Ultra son malta de cebada, arroz, lúpulo, agua y levadura. Lleva un proceso de fermentación y maduración prolongado para redondear sus sabores y dejarla con un perfil delicado y balanceado en boca. Michelob Ultra sin gluten mantiene los mismos ingredientes y el mismo sabor. Solo se agrega una enzima que rompe las moléculas del gluten durante la fermentación. Se trata de un proceso novedoso que ya se utiliza en otros países de la región como Uruguay, Chile y Brasil, así como también en países europeos como España, Italia, Inglaterra y Holanda, entre otros.

Desde hace más de 100 años, la provincia de Tucumán es una plaza clave para el desarrollo del negocio de Cervecería y Maltería Quilmes en el país. Actualmente, la compañía cuenta con cuatro operaciones principales en la provincia: Cervecería Acheral, Planta de Gaseosas Manantial, una oficina de ventas regional y un centro de distribución en San Miguel de



Tucumán. La cadena de valor incluye cinco empresas distribuidoras que llegan a más de 7.000 comercios y más de 100 proveedores locales. Todo el sistema Quilmes en Tucumán emplea a más de 400 personas de forma directa y más de 6.000 de forma indirecta.

Hoy en Cervecería Acherl se producen cuatro marcas (además de Michelob Ultra, se destacan Budweiser, Quilmes y Brahma) en 18 calibres distintos, lo que representa aproximadamente el 13% del volumen de cerveza a escala nacional. Desde Acherl la compañía exporta Quilmes Clásica a Bolivia y Budweiser y maíz desgerminado a Chile. Y la Planta de Gaseosas Manantial cuenta con una capacidad de envasado de 12.000 botellas por hora y produce 32 calibres distintos de gaseosas (Pepsi, 7UP, Mirinda manzana y naranja, Paso de los Toros).

Renault

Invierte US\$ 350 millones para producir una pick up en Santa Isabel

Para Renault Argentina, 2024 fue un año cargado de anuncios. "Tuvinos cinco lanzamientos en el año 2024, cuyo volumen de ventas se va a ver reflejado en 2025. Tres de ellos fueron 100% eléctricos: Mégane, Kwid y Kangoo E-tech, y por supuesto Kardian –indicó Valentina Solari, directora comercial de Renault Argentina, en entrevista con *Mercado*, en enero de 2025-. Además, para 2025 hay cinco lanzamientos previstos y al menos cinco activaciones de gama. "Nuestra intención es aumentar nuestras ventas un 50%, para llegar a aproximadamente 55.000 autos", sostuvo la ejecutiva.

Uno de los principales anuncios del año se dio en septiembre, cuando la compañía de origen francés confirmó una inversión de US\$ 350 millones para fabricar en su Fábrica Santa Isabel (Córdoba) una pick up compacta. El anuncio fue realizado por Luiz Fernando Pedrucci, CEO de Renault América Latina, y Pablo Sibilla, presidente y director general de Renault Argentina. Este plan creará 850 empleos directos y otros 4.000 indirectos, y la primera unidad está prevista para salir al mercado a principios de 2026.

Este anuncio marcó un hito para Renault en Argentina, ya que será el primer modelo industrializado en el país de la nueva plataforma



Renault Group Modular Platform (RGMP); nueva plataforma global y flexible que permite la producción de distintos tipos de vehículos, incluyendo versiones híbridas. Este sistema ya se encuentra presente en Kardian, modelo que había sido lanzado unas semanas antes en Argentina y que se produce en Brasil.

"En el camino hacia los 70 años de nuestra querida Fábrica Santa Isabel, el lanzamiento de esta pick up de media tonelada fabricada exclusivamente en Argentina, marca un nuevo capítulo en nuestra rica historia industrial en nuestro país", señaló Pablo Sibilla, presidente y director general de Renault Argentina, en el contexto del anuncio. "Con un perfil exportador que alcanzará entre el 65% y el 70% de la producción, reafirmamos la capacidad y el talento de la industria argentina, consolidándola como un pilar estratégico en nuestra operación global".

Esta inversión para la fabricación de un nuevo modelo en Argentina se da en el marco del "International Game Plan", el cual prevé la fabricación de ocho nuevos modelos en los mercados internacionales fuera de Europa, con una inversión global de €3.000 millones. En esta nueva etapa, la empresa apuesta a consolidar a Argentina como referencia global de producción y exportación de utilitarios, destinados principalmente a América Latina. En este proceso, la planta de Santa Isabel, que en 2025 cumple 70 años, es la gran protagonista. La fábrica ubicada en Córdoba es la planta de ciclo completo más antigua de Argentina y la de operaciones más antigua de Renault. Con un staff de 2.200 personas, allí se fabrican seis modelos de la marca: Sander, Stepway, Logan, Kangoo en sus versiones pasajero y furgón, y Alaskan.

Por otra parte, Renault Argentina anunció en

mayo el comienzo de la exportación de unidades Kangoo 1.6 S Ce Flex a Brasil, país que se suma a Colombia, México y Uruguay como destinos en Latinoamérica. Renault Kangoo se presentó en Argentina a fines de 1998 y Santa Isabel es la primera planta que fabricó este modelo fuera de Francia.

En cuanto a la comercialización y experiencia del cliente, a finales de año la compañía inauguró el primer centro RNLT en Argentina, que pertenece al concesionario Renault Mediterráneo Mendoza. Con esta nueva apertura, América Latina ya cuenta con tres *concept stores* (los otros dos se encuentran en Medellín –Colombia– y Montevideo –Uruguay) y forma parte de una estrategia global que contempla la inauguración de otros veinte en ciudades emblemáticas como Seúl, Bruselas, Milán, Roma, Rotterdam, Londres y Berlín. Está diseñado para ofrecer a los visitantes una inmersión en el universo de la marca Renault.

Danone

Avanza en productos con nutrientes esenciales

Danone se destacó en 2024 por haber logrado una mayor disposición de nutrientes positivos en sus productos, como resultado de su inversión en investigación y desarrollo.

Actualmente, ocho de cada nueve marcas de yogures de su portafolio cuentan con *claim* de propiedad saludable respaldados por estándares científicos. Estos productos son ricos en vitaminas, calcio, probióticos y nutrientes esenciales que contribuyen a una

PORTADA |

dieta equilibrada y al bienestar general de los consumidores.

En agosto, Danone presentó la nueva receta de Yogurísimo con tecnología del Conicet que contribuye a la salud respiratoria y gastrointestinal.

Estos yogures, que se lanzaron en 2023, incorporan una bacteria láctica probiótica aislada y estudiada científica y tecnológicamente por especialistas del Conicet. El licenciamiento de la tecnología para ser incorporada en esta línea de yogures con el fin de ofrecer productos innovadores que mejoran la salud de la población se dió en el marco de un convenio público-privado entre el Conicet y Danone. Se trata de un caso exitoso de transferencia tecnológica del sistema científico público al sector productivo.

La tecnología se basa en la bacteria láctica probiótica "L. rhamnosus CRL1505", que ha mostrado ser beneficiosa para la salud respiratoria y gastrointestinal, con una disminución significativa en la aparición y duración de eventos infecciosos como catarro de vías aéreas superiores, anginas y diarreas agudas. Esta bacteria láctica fue desarrollada por es-



pecialistas del Conicet en el Centro de Referencia para Lactobacilos (CERELA-Conicet) en la ciudad de Tucumán.

Además de la tecnología del Conicet, los nuevos productos de Yogurísimo aportan proteínas de alta calidad y ácidos grasos, y micronutrientes como calcio, vitaminas A, y D que son claves para la salud.

Danone ha trabajado en la reducción de nu-

trientes críticos en todo su portafolio. En los últimos 25 años, la compañía logró una reducción de azúcar de más del 40% en todos sus productos. Este esfuerzo incluye un avance en su portafolio infantil que es 100% libre de aspartamo, jarabe de maíz de alta fructosa y de maltodextrina, además de tener productos 100% libre de sellos como lo es Danonino en todas sus presentaciones.

Mastellone Hnos.

Celebra su 95° aniversario

Fundada en 1929 por Antonino Mastellone y Teresa Aiello, la compañía ha sido pionera en la industria y lleva casi un siglo de trayectoria. Bajo su marca insignia La Serenísima, Mastellone ha desarrollado un extenso portafolio de productos que incluye leche, dulce de leche, ricota, quesos, manteca, crema, yogures, postres, cremas y alimentos a base de vegetales que forman parte de la mesa diaria de millones de argentinos.

Mastellone cuenta con una vasta trayectoria ligada al desarrollo de productos y en la incorporación de ingredientes que respondan las necesidades y expectativas de los consumidores. Actualmente cuenta con un portafolio de más de 150 códigos, todos libres de gluten y muchos de los que responden a nuevos hábitos de consumo y elecciones de las nuevas generaciones.

"Aunque durante los últimos años la sustentabilidad se ha convertido en un aspecto clave para las industrias, Mastellone Hnos. lleva una larga historia en la materia, inclusive desde antes de la instalación de dicho concepto", destacan desde la compañía.



En ese sentido, ha desarrollado iniciativas que buscan reducir su impacto ambiental, como optimizar el uso de recursos naturales, mejorar la eficiencia energética y reducir la huella de carbono a través de programas de reciclaje y gestión eficiente de residuos.

La compañía mantiene un estrecho vínculo con las comunidades donde opera, desarrollando programas educativos enfocados en la

promoción de hábitos saludables, el reciclado, mentorías a escuelas técnicas, charlas y jornadas vinculadas a la lechería, entre otras iniciativas.

Asimismo, con el fin de contribuir en el desarrollo de la lechería nacional, trabaja de la mano de productores lácteos y alumnos de escuelas agrotécnicas.



Soluciones globales. Decididos a ser los mejores.

▶ Auditoría ▶ Consultoría ▶ Impuestos ▶ Legales ▶ BSO & Payroll



bdoargentina.com

Becher y Asociados S.R.L, una sociedad argentina de responsabilidad limitada, es miembro de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido, y forma parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas. BDO es el nombre comercial de la red BDO y de cada una de las empresas asociadas de BDO. Copyright © 2025. BDO en Argentina. Todos los derechos reservados. Publicado en Argentina.

PORTADA |

Gador

Logra la certificación de EMA y nuevos tratamientos

El laboratorio nacional Gador ha logrado avances significativos en el desarrollo de tratamientos para diversas patologías, con lanzamientos que abarcan desde productos para anticoncepción hasta terapias para enfermedades poco frecuentes y patologías crónicas de alta prevalencia.

El año comenzó con un hito clave: la certificación de la Agencia Europea de Medicamentos (EMA) para su planta de hormonales en el complejo industrial-científico de Pilar, Buenos Aires. En esta instalación, que demandó una inversión superior a los US\$ 14 millones, produce actualmente el anticonceptivo más vendido del país. El proceso de certificación, iniciado hace cinco años, implicó el desarrollo de conocimientos innovadores, sin experiencia previa en Argentina, lo que permitió a los profesionales del laboratorio avanzar hacia nuevas posiciones. Esta validación internacional se suma a otras certificaciones otorgadas por organismos de control nacionales,

regionales e internacionales, incluida la FDA (*Food and Drug Administration*), que convirtieron a Gador en el único laboratorio nacional con ambas certificaciones.

En línea con su crecimiento, la compañía está desarrollando una nueva planta que ampliará su capacidad de producción e incorporará tecnologías de la Industria 4.0.

En orden cronológico, uno de los avances más importantes de 2024 se dio en febrero, cuando presentó un nuevo tratamiento para la enfermedad de Fabry, una patología genética poco frecuente causada por la deficiencia de una enzima encargada de descomponer ciertas sustancias grasas. Su acumulación en las células provoca daños en órganos vitales como el corazón, los riñones y el sistema nervioso. Hasta el momento, el tratamiento estándar consistía en la terapia de reemplazo enzimático por vía endovenosa. Con este lanzamiento, Gador introdujo la primera alternativa de administración oral en el país, una opción más accesible y menos invasiva para los pacientes.

En mayo, en tanto, anunció el lanzamiento de un medicamento con beneficios metabólicos para el tratamiento de la diabetes tipo 2, que además de reducir en un 38% la mortalidad cardiovascular en pacientes con patologías asociadas, ofrece protección cardio-renal y

retrasa la progresión de la enfermedad en personas con prediabetes.

En septiembre, la compañía dio un gran paso, al presentar el primer modulador en forma de granulado para administración oral en pacientes con fibrosis quística, que facilita el acceso temprano al tratamiento en niños a partir de los seis meses de edad con un peso mínimo de 14 kg. Este avance representa un gran beneficio para miles de personas en Argentina que padecen esta enfermedad poco frecuente. Ya en junio, durante la Conferencia de la Sociedad Europea de Fibrosis Quística en Glasgow, Reino Unido, Gador había presentado los resultados de la formulación genérica de la triple terapia, cuyos estudios en el Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez y el Hospital Garrahan mostraron mejoras significativas en la función pulmonar, el estado nutricional y la calidad de vida de los pacientes, además de una reducción en las exacerbaciones respiratorias y en los niveles de cloro en el sudor.

En octubre, por su parte, el laboratorio anunció otro tratamiento innovador: el desarrollo del primer medicamento nacional para el tratamiento de la atrofia muscular espinal, un trastorno neuromuscular hereditario que afecta las motoneuronas de la médula espinal, causando debilidad progresiva y pérdida de la capacidad motora y respiratoria. Aunque la enfermedad no tiene cura, el nuevo tratamiento basado en oligonucleótidos permite ralentizar su progresión y mejorar la calidad de vida de los pacientes. Para lograrlo, Gador incorporó una plataforma tecnológica de vanguardia en su planta del Parque Industrial de Pilar.

Finalmente, en noviembre, la compañía amplió su liderazgo en anticoncepción con la presentación de un nuevo anticonceptivo oral combinado que incorpora un estrógeno innovador, único en Argentina. Este principio activo mejora el control del ciclo menstrual y ofrece beneficios adicionales, como la reducción del riesgo de efectos adversos graves. Su mecanismo de acción disminuye la probabilidad de complicaciones hormonales y reduce el riesgo cardiovascular y de trombosis. Estudios recientes demostraron que tiene mejor perfil de seguridad sobre el tejido mamario y que previene la desmineralización ósea. Además, más del 97% de las usuarias no reportaron disminución en la libido.

Newsan

Tras la salida de P&G, ingresa a consumo masivo

En julio, el grupo argentino Newsan ingresó al mercado de consumo masivo tras adquirir el 100% del paquete accionario de Procter & Gamble Argentina. La operación incluyó un acuerdo de exclusividad para la comercialización de marcas icónicas como Gillette, Pantene, Head & Shoulders, Downy, Vick y Cebión, además de la producción y distribución de pañales Pampers y toallitas Always.

La planta de Villa Mercedes, en San Luis, donde se fabrican estos productos, opera bajo la certificación *Zero Manufacturing Waste to Landfill*. Gracias a alianzas estratégicas con proveedores locales y la aplicación de innovaciones en economía circular, el 100% de los residuos plásticos generados en la producción de pañales y toallitas se reciclan para dar vida a nuevos productos, mediante un proceso de trituración, pelletización e inyección. En el marco del proceso de integración, el

grupo llevó a cabo su última encuesta de materialidad, incorporando por primera vez a las unidades de electrónica, movilidad y consumo masivo. Esto permitió identificar y priorizar los temas de sustentabilidad más relevantes según sus *stakeholders*, así como definir objetivos y métricas estratégicas para su gestión.

El proceso de salida de P&G de Argentina comenzó en 2023 con las primeras negociaciones. En marzo de 2024, el grupo argentino Dreamco adquirió las marcas Ariel y Magistral. Esta compañía, que fue fundada en 2021 tras la retirada de la peruana Alicorp del mercado local, ya contaba con un portafolio que incluía Plusbelle, Zorro y El Federal. Con esta operación, incorporó dos marcas icónicas, además de la planta de producción en Pilar y su centro de distribución.

BGH y Tecno Mobile

Comienzan la producción y comercialización de smartphones

En julio de 2024 se anunció la alianza entre Grupo BGH y Tecno Mobile para la producción local de *smartphones*. Como parte de este acuerdo, BGH comenzó a fabricar, distribuir y comercializar de forma exclusiva toda la gama de *smartphones* TecnoE en el país. Tecno es la marca de *smartphones* de Transion Holding, uno de los mayores fabricantes mundiales de teléfonos móviles por volumen de unidades vendidas, con presencia en más de 70 países, en regiones de los cinco continentes.

“El mercado argentino de celulares estaba dominado por pocas marcas, con una demanda insatisfecha de productos de alta calidad y precios competitivos. Nuestros productos destacan por la puesta en valor porque ofrecemos teléfonos de alta gama, pero a precios accesibles”, indicaron desde Grupo BGH.

La producción se lleva a cabo en la planta de BGH en Río Grande, Tierra del Fuego AIAS. Para ello, se realizó una inversión de US\$ 4 millones en maquinaria, infraestructura y capacitación del personal lo que hizo posible



una capacidad de producción de 650.000 unidades por turno al año.

En una primera instancia comenzó la comercialización de la serie Spark (Spark 20 C y el Spark 20PRO) para, más tarde, completarse con el lineal completo, el modelo para *gamers*, POVA, y las líneas Phantom (Flip y Fold). Por último, fue el turno –en diciembre de 2024–, del Camon 30S Pro.

Banco Provincia

Récord de microcréditos y préstamos a cooperativas

En 2024, Provincia Microcréditos logró el financiamiento de más de 45.000 unidades productivas bonaerenses por más de \$165.000 millones, a valores de diciembre de 2024. Esto permitió alcanzar la marca de los 400.000 microcréditos históricos.

“En un año de mucha volatilidad, el microcrédito de la banca pública bonaerense se adaptó para ofrecer un financiamiento con la mejor tasa, a fin de constituirse como una herramienta accesible y de utilidad para el sector del trabajo independiente”, sostienen desde la entidad.

Así, durante ese año, lanzó nuevas líneas como las de Grupos Asociativos; Fenómenos Meteorológicos o Ahorro Energético.

Estas nuevas posibilidades se suman a la integración con organismos provinciales, como los convenios con municipios; con el Ministerio de Producción de la Provincia, el Ministerio de Desarrollo Agrario, y el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana (OPISU).

Además, la posibilidad de obtener un microcrédito con Garantía FOGABA permitió que

Shell e YPF

Acuerdo estratégico para exportar GNL

En diciembre, en Holanda, YPF y Shell firmaron un memorándum de entendimiento para desarrollar la exportación de gas natural licuado (GNL) a partir del gas extraído de Vaca Muerta.

En un comunicado, YPF destacó que “Las partes se comprometieron a avanzar en el desarrollo de la primera fase del proyecto Argentina LNG hasta tomar la decisión para ingresar a la etapa de FEED (*Front-End Engineering and Design*). Esta primera fase implica una capacidad de licuefacción de 10 millones de toneladas al año (MTPA).” “Con el ingreso de Shell al desarrollo de la primera fase de ARG LNG, finaliza la participación de Petronas como socio de YPF. Ambos continuarán trabajando en el desarrollo del área La Amarga Chica en Vaca Muerta. YPF reconoce el va-



lioso aporte de Petronas durante los últimos dos años, compartiendo con los equipos de YPF su experiencia técnica y comercial en el mercado de GNL. El trabajo conjunto ha contribuido al desarrollo del Proyecto ARG LNG hasta su etapa actual y permitirá dar nuevos

pasos”, destacó el comunicado.

Este acuerdo, con una duración de 20 años, representa cerca del 30% de la producción nacional de GNL.

La operación generará ingresos estimados en US\$ 7.000 millones anuales, lo cual sumaría un total de US\$ 140.000 millones en todo el período.

Según se indica desde YPF, Argentina LNG es un proyecto de licuefacción de gas natural (GNL) de gran escala que desarrollará masivamente los recursos de Vaca Muerta para proveer energía al mundo. Se comenzará con dos unidades de licuefacción flotantes y luego se ampliará la capacidad con la construcción de una planta modular terrestre, en dos fases, que estará ubicada en la localidad de Sierra Grande, Provincia de Río Negro.

PORTADA |



5.000 unidades productivas pudieran acceder a un monto mayor.

Por su parte, desde Provincia Fideicomisos, durante 2024 el Fideicomiso Fuerza Solidaria otorgó un total de 52 créditos por más de \$427 millones –la suma más elevada en sus 18 años de historia– para que cooperativas e instituciones vinculadas a los procesos solidarios de la economía en la provincia de Buenos Aires puedan hacer crecer sus proyectos. “La particularidad de Fuerza Solidaria reside en la diversidad de sectores y tipos de instituciones que apoya crediticiamente. Si bien en su cartera cuenta con un gran número de cooperativas de servicios públicos, servicios básicos y necesarios para la vida y el arraigo de las familias en la provincia, en zonas en que las grandes empresas no invierten, también se destacan las cooperativas de trabajo, de recuperadores urbanos, educativas y culturales. Pero, por sobre todo, se ponen en relieve sus historias de superación, que las llevan a destacarse en términos de sustentabilidad o en el mercado exportador”, aseguran desde el organismo.

Uno de los ejemplos es el de Cooperativa de Trabajo Plaza Bebé. Gracias al crédito obtenido, avanzó en la construcción e inauguración de la Escuela Coplas en el Municipio de Morón, la primera escuela primaria sustentable de gestión social de la región. Por su parte, la Cooperativa de Trabajo Apícola Pampero, en Bahía Blanca, fue financiada para la instalación de tanques de almacenamiento de glicerina que permitan optimizar el manejo de materia prima, asegurar un suministro constante y facilitar la automatización de los procesos productivos para la exportación de Aluén CAP, producto desarrollado por la cooperativa para el control de varroasis. De

hecho, la demanda de Aluén CAP crece a escala mundial y en la actualidad se exporta a Uruguay, Chile, Bolivia, Perú, República Dominicana, Santa Lucía y Líbano y tiene contratos firmados para la exportación con Nueva Zelanda, Corea del sur, Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur e Irán entre otros.

Otro dato relevante es que ninguna de las cooperativas, mutuales o asociaciones financiadas desde Fuerza Solidaria presenta atraso alguno en el pago de sus cuotas.

Payway

Protagonista en la transformación de los pagos

El 2024 fue un año de grandes avances en la transformación digital de los pagos en

Argentina. “Gracias a la implementación de “Pedí el POS” que mejora la operatoria y seguridad de los pagos con tarjeta, la profundización de la interoperabilidad de QR, la eliminación de las retenciones impositivas y el impulso de nuevos casos de uso como los pagos con tarjetas y dispositivos NFC en el transporte público y propinas, se sentaron las bases para continuar el crecimiento de Payway”, detallaron desde Prisma Medios de Pagos.

Uno de los factores que se destaca de este 2024 para la empresa es el despliegue de terminales inteligentes de última generación en sus más de 450.000 comercios, con un desembolso de US\$ 60 millones. Estas terminales permiten todo tipo de pagos con tarjetas contactless y con celulares y dispositivos NFC, además de pagos en el primer QR completamente interoperable del país.

Por otro lado, se dio a conocer la ampliación de prestaciones en el portal MiPayway, a través del cual la compañía ofrece soluciones que potencian el negocio, ya que se puede hacer un seguimiento de las ventas y autogestionar todo lo que necesita desde allí. La *suite* de soluciones está diseñada específicamente para impulsar el ecosistema de pagos y mejorar la aceptación de los comercios que operan en el comercio electrónico. Dentro de la *suite* se sumaron: Cybersource, un servicio de monitoreo en línea; la solución de tokenización, que añade una capa de seguridad a los pagos en línea; y la nueva metodología de prevención de fraudes llamada “3D Secure”, la cual requiere que el cliente valide la compra antes de finalizar la transacción.

Otro hecho destacado y muy relevante para el público en general, se dio al cierre del



año, cuando gracias al trabajo conjunto con OpenPass, Emova, las marcas de tarjetas y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se habilitó la posibilidad de pagar el Metrotranvía de Mendoza y el Subte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con tarjetas *contactless* de todos los emisores, locales e internacionales, celulares o relojes inteligentes con NFC.

“La solución de transporte de OpenPass, que cuenta con más de tres años de trabajo, cumple con certificaciones internacionales y está diseñada para las complejidades del transporte público, como pagos *offline*

y cálculos tarifarios *batch*. Este sistema, utilizado en las grandes ciudades del mundo, garantiza una experiencia de pago más rápida, segura y flexible. Los usuarios pueden elegir su medio de pago sin necesidad de realizar recargas previas, mientras disfrutan de la posibilidad de integrarse con programas de descuentos y fidelización”, sostuvieron desde OpenPass al momento del lanzamiento. Para potenciar su operación, en noviembre, Payway salió por cuarta vez al mercado de capitales mediante la emisión de un nuevo fideicomiso financiero, por un total de \$15.000 millones. Esto se dio bajo el Programa Global

de Valores Fiduciarios “Payway” que lleva acumulados \$33.000 millones. El fideicomiso tiene el objetivo de financiar el crecimiento del servicio de Cobro Anticipado para los clientes de Payway. Esta funcionalidad, disponible en el portal de autogestión para comercios Mi Payway, permite adelantar la acreditación de las ventas de los comercios que operan con Payway realizadas con tarjetas de crédito y prepagas a 24 hs de manera que puedan hacerse de los fondos anticipadamente.

Camuzzi

Huella creativa, un documental que refleja a artistas locales

En agosto, Camuzzi presentó *Huella creativa*, un documental que, como explicaron desde la compañía, permite celebrar, a través de entrevistas con artistas locales, la identidad argentina, mostrando cómo la energía impulsa tanto la creatividad como el progreso.

Facu, el joven músico protagonista de la pieza audiovisual, realiza un viaje por siete provincias argentinas guiado por la “Red Natural de Arte”, la galería a cielo abierto de Camuzzi más grande de la región, conformada por 23 murales pintados por artistas locales en las paredes de Estaciones Reguladoras de Presión de la compañía.

El joven barilocheño, radicado en La Plata, inicia su travesía en la capital bonaerense, visita los murales y visibiliza otras disciplinas artísticas presentes en el país, explorando la conexión entre energía, arte, turismo y cultura en Argentina. Un payador, una bailarina de malambo y una ceramista son algunos de los vecinos que cruzará en su camino, mientras recorre Buenos Aires, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

El documental pudo visualizarse a partir del 5 de septiembre tanto en Flow como en el canal de YouTube de Camuzzi. Asimismo, en las redes sociales se fueron publicando cada semana los diferentes capítulos que componen la pieza completa, con la historia del artista de cada localidad visitada.

“Llegamos con gas natural a más de 360 localidades, desde la región pampeana hasta el extremo sur de la Patagonia. Tanto con la Red Nacional de Arte como ahora también con Huella Creativa, desde Camuzzi busca-



mos acortar distancias, descubrir y dar visibilidad a artistas emergentes que habitan en la amplia zona de concesión de la compañía, y que materializan en sus diferentes disciplinas nuestras tradiciones, nuestra argentinidad”, expresa Rodrigo Espinosa, gerente de Comunicaciones de Camuzzi.

Los artistas y localidades que se visitan a lo largo del documental son: Roberto Cano, Buenos Aires – Nicolás Membriani: reconocido payador que cuenta cómo se desarrolla su día a día, a través de su canto e improvisaciones propias de la payada que demuestran su gran talento.

Santa Rosa, La Pampa – Silvia Mossman: bailarina de malambo, danza del zapateo argentino por excelencia, quien expresa su respeto y pasión por el mismo.

San Martín de los Andes, Neuquén – Leticia Tripailaf: artesana textil, que fabrica ponchos,

ruanas, alfombras, cubrecamas, y otros elementos, con una habilidad que se transmite de generación en generación en su familia. Bariloche, Río Negro – Hernán Murno: artesano de cuchillos. Los fabrica ayudado por sus hijos y explica cómo es el proceso de confección.

Trevelin, Chubut – Tomás Schinelli: escultor en metal que en los últimos años ha realizado trabajos y figuras de dragones, relacionadas con las tradiciones galesas del lugar.

Río Gallegos, Santa Cruz – Verónica Corvalán: artesana ceramista, cuya especialidad está vinculada con las pinturas rupestres que se encuentran en la provincia.

Ushuaia, Tierra del Fuego – Mariela Castillo y Mauro Barrios: pareja de *luthiers* que fabrican instrumentos musicales con madera de lenga, árbol autóctono de la provincia.



Lisicki, Litvin & Abelovich

Dos trayectorias, una nueva identidad y un legado de excelencia



Impuestos



Auditoría



Consultoría



Servicios Legales

Expandiendo nuestros Servicios Profesionales

BUENOS AIRES

11 4891 6800

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

ZONA NORTE

11 4891 6800

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

CÓRDOBA

341 4468300/1795

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

CORRIENTES

379 4432266

9 de Julio 1272, Piso 8, (W3400AYV)

MENDOZA

261 5244806/7

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

SALTA

387 4312312

Alianza c/Estudio Campastro España 77,
(A4400ANA)

SAN LUIS

11 4891 6800

Corresponsal

ROSARIO

341 4461795

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

RIO NEGRO

299 4774000

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

Puma

Gana market share y alcanza el 18%

La marca alemana de calzado e indumentaria deportiva continúa afianzando su posición en el mercado local y avanza en su plan de expansión de *retail*.

Durante 2024 Puma creció nuevamente por sobre el nivel del mercado y alcanzó un 18% de *market share*. Esto significa un nuevo hito y marca un crecimiento ininterrumpido de la empresa desde el año 2021.

Además, se realizaron cinco nuevas aperturas a lo largo del año (Abasto, La Rioja TOM, Distrito Arcos y Alto Comahue) y una inversión de más de € 4 millones, dedicados a mejorar y ampliar los espacios de ventas y colaboradores. También se llevó adelante una reno-



vacación y migración a Salesforce del *e-commerce* exclusivo de Puma, que aumentó su volumen de ventas en un 40% en relación al año anterior.

Con lanzamientos icónicos como *Speedcat* y

Suede XL, Puma se afianza en el mundo de la moda y volvió a formar parte de la Buenos Aires Fashion Week. En el segmento *Team-sports*, y con una convocatoria récord, volvió a realizarse la carrera insignia de la marca: los

Carrefour

Más inversiones y 36 aperturas

Con 678 sucursales en 22 provincias, 17.000 colaboradores y 179 millones de clientes en 2024, Carrefour Argentina consolidó su crecimiento y proyectó su plan de expansión 2025–2026. Durante este período, planea invertir US\$ 300 millones para inaugurar 27 nuevas sucursales Maxi y 60 Express, lo que generará 2.500 nuevos puestos de trabajo directos. En 2024, estos dos formatos –los preferidos por los clientes– sumaron 36 aperturas en distintos puntos del país.

En paralelo, la compañía avanzó en su proceso de transformación digital con el lanzamiento de dos aplicaciones. La App Carrefour Argentina, co-creada con las preferencias de más de 15.000 clientes y con más de un millón de descargas, ofrece funcionalidades y beneficios personalizados. Por otro lado, Carrefour 360, una herramienta digital para colaboradores, optimiza los procesos diarios en las tiendas. Ambas plataformas incorporan *machine learning* y *computer vision*, que permiten optimizar la experiencia de compra y desarrollar nuevos productos o servicios. Por otra parte, en abril, Carrefour lanzó la sexta edición de Precios Corajudos, su programa de precios congelados, con más de 1.500 productos de marca Carrefour para facilitar la planificación de la economía doméstica. Esta iniciativa alcanzó picos de participación del 30%, elevando en 15 puntos la valoración de



los clientes hacia estas opciones.

Otro hito importante del año ocurrió en diciembre, con la incorporación al mercado de huevos de gallinas libres de jaula y con acceso a campo, bajo la línea Huella Natural. Desarrollados en alianza con un productor pyme de Santa Fe, estos huevos cuentan con certificación de doble estándar –gallinas libres de jaula más acceso a campo– y certificación LIAF de bienestar animal según la Resolución 280. La implementación de este proyecto requirió una inversión de \$50 millones en insumos y adecuación de infraestructura,

en un trabajo conjunto con el productor y la certificadora.

En esta primera etapa, el proveedor abastece todos los hipermercados Carrefour de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense, además de algunas tiendas seleccionadas por su perfil de consumo. La empresa proyecta expandir la distribución a diferentes puntos del país, siempre siendo consistentes con el nivel de producción que esta dotación de gallinas puede realizar bajo su ciclo biológico natural y evaluando nuevas oportunidades de desarrollo.

PORTADA |

clásicos 10 K de San Isidro. Además, continúa con el *sponsorship* de uno de los clubes de fútbol más relevantes del país, el Club Atlético Independiente.

"Fue un año desafiante, pero gracias a nuestra capacidad de adaptabilidad, tanto comercial como de producción y abastecimiento, hemos crecido por encima del mercado. A su vez, en términos de *retail*, este año avanzamos con importantes ampliaciones en cinco de nuestras tiendas. A eso se suma una nueva edición de nuestra propia carrera, los 10 K de San Isidro y la fiesta de cierre de la Buenos Aires Fashion Week. Fue un año muy positivo y buscaremos continuar con esa dinámica durante 2025", sostiene Gustavo Marques, *Managing Director* de Puma Argentina.

Santander

Vuelve a liderar las colocaciones de deuda en el mercado de capitales

Santander se posicionó como un actor clave en el mercado de capitales durante 2024, consolidándose como el banco líder en emisiones de deuda tanto en el ámbito local como internacional, con una participación destacada en más del 75% de las colocaciones locales, tal como informaron desde la compañía.

Durante este año, Santander participó en 95 operaciones corporativas y seis emisiones de deuda subsoberana en Argentina.

A escala internacional, el banco lideró 12 emisiones por un monto total de US\$ 5.500 millones, lo que representa la mayor cantidad de operaciones de este tipo.

"Somos el principal banco de emisión de deuda, lideramos el ranking en cuatro de los últimos seis años y participamos en las operaciones más relevantes de administración de pasivos en el mercado internacional. Este desempeño se vio favorecido por una mayor previsibilidad económica en Argentina, la reducción del riesgo país y una mayor profundidad del mercado internacional", destacó Mariano Urquiola, director de Banca Corporativa y de Inversión de Santander Argentina. En Argentina, Santander tuvo un rol preponderante en el financiamiento de sectores claves como *Oil & Gas*, responsable de más del



50% de las emisiones. Estas operaciones incluyeron proyectos de expansión de capacidad de producción, administración de pasivos, servicios de transporte y evacuación, así como generación de energía renovable. En segundo lugar, se destacaron las ON del sector

de energía y, en tercer lugar, de telecomunicaciones.

En tanto, en el mercado internacional predominaron las emisiones de clientes vinculados al sector energético, orientadas especialmente a la administración de pasivos.

Dermaglós

Llega a Estados Unidos



Dermaglós, la marca de cuidado de la piel de Laboratorios Andrómaco, anunció en junio la llegada de sus productos a Estados Unidos. A través de Amazon, el principal *marketplace* del país, se podrá acceder a la tienda oficial de Dermaglós, con una selección de productos faciales y corporales, testeados en su etapa de elaboración en el Centro de Evaluaciones Dérmicas de Laboratorios Andrómaco. Si bien Laboratorios Andrómaco está presente en otros países, desde el área de Mercados Externos afirman que "este desembarco en

Estados Unidos es un gran hito en nuestros casi 100 años de trayectoria como laboratorio farmacéutico, y también un gran desafío". Laboratorios Andrómaco de Argentina también comercializa sus productos a través de distribuidores en distintos países de Latinoamérica.

Laboratorios Andrómaco, con presencia en Argentina desde 1926, es una empresa farmacéutica de propiedad familiar, líder en dermatología.

Natura

Biôme, una lógica de consumo que impulsa la regeneración

Entre las distintas novedades de Natura, en el año de su 30 aniversario en el país, se destaca el lanzamiento de Biôme, una propuesta con fórmulas veganas, cero plásticos, 100% de naturalidad y una nueva mirada de consumo regenerativo. Uno de sus ingredientes, el aceite de palma, procede de un sistema agroforestal pionero. El lanzamiento incluye un accesorio inédito que capta el gas metano y lo transforma en bio-resina.

Su nueva línea de productos sólidos redefine el cuidado personal con una propuesta de cosmética regenerativa. Este lanzamiento ofrece productos que no solo cuidan la piel y el cabello, sino que también contribuyen activamente a la regeneración de los ecosistemas.

Los envases están fabricados con papel reciclado y reciclable, y cada barra está recubierta por una película de celulosa biodegradable. Además, los productos se presentan en un soporte de bioresina compostable, que



captura metano y lo convierte en un recurso sostenible; transformando un gas potencialmente dañino para el medio ambiente en un material compostable y biodegradable.

Al ser productos sólidos, no solo reducen el consumo de agua en su fabricación, al disminuir el uso hasta en un 80% en comparación con productos líquidos, sino que también eliminan la necesidad de plásticos, promoviendo un ciclo de consumo responsable.

Para su fabricación, se utilizó el primer sistema agroforestal del mundo para el cultivo de aceite de palma implantado en Pará con la

participación de Natura, en asociación con la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (Embrapa) y la Cooperativa Agrícola Mixta Tomé-Açu (Camta). Este sistema permitió regenerar suelos previamente erosionados por monocultivos, contribuyendo a una regeneración social y ambiental. Además de restaurar el entorno, este modelo genera más oportunidades de ingresos para las familias agricultoras locales, diversificando sus fuentes de ingresos. Hoy, cuentan con 200 hectáreas y esperan alcanzar las 40.000 hectáreas para 2035.

Marfrig

Logra carne vacuna libre de deforestación

Marfrig, una de las principales productoras de carne vacuna del mundo y líder en la producción de hamburguesas, concretó en 2024 el primer embarque de carne vacuna argentina libre de deforestación, cumpliendo con las exigencias de la Unión Europea que entrarán en vigencia en 2025. En mayo, partió desde Ezeiza un envío con destino a Alemania, el principal comprador de carne argentina dentro de la UE.

La carne de Marfrig fue seleccionada para una degustación en la embajada argentina en Bruselas, donde se presentó el nuevo sistema Visec. Esta plataforma de sustentabilidad ambiental reúne a todos los actores de la cadena de valor de la soja y la carne vacuna argentina, con el objetivo de mitigar impactos ambientales como la deforestación y los cambios en el uso del suelo. El evento contó con la presencia de autoridades de la Unión Europea, quienes conocieron el funciona-



miento de esta herramienta, desarrollada por el sector privado con el respaldo finan-

ciero del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina.

PORTADA |

Paola Nimo, gerenta de Sustentabilidad de Natura Argentina, resalta: "Con Biôme estamos dando un paso más allá de la sustentabilidad. Es una línea sin precedentes que demuestra qué significa ir hacia la regeneración. Logra reflejar nuestro compromiso de no solo reducir nuestro impacto, sino de devolver a la sociobiodiversidad más de lo que tomamos. Biôme es un símbolo de cómo la cosmética puede contribuir a un futuro más equilibrado y armonioso con el medioambiente y las personas que lo habitan, desde sus ingredientes y cómo se producen, hasta su finalización".

Unos meses antes, la marca brasileña de cosméticos y cuidados personales, había presentado "el primer canal de venta *online* en Whatsapp, en alianza con Meta, para consumo masivo en Argentina". Esta nueva herramienta funciona como un asistente personalizado desarrollado con IA para que las consultoras y consultores de belleza guíen y acompañen al consumidor final a lo largo de toda su compra, que será 100% dentro de WhatsApp. Al utilizar esta plataforma de mensajería, la más popular y frecuentada en el día a día, Natura busca brindar una experiencia de compra cómoda y segura, generando confianza en los clientes al comprar. Mediante el *Social Commerce*, Natura busca ampliar su alcance a través de las redes sociales y las plataformas de más de 300.000 vendedoras y vendedores independientes. La compañía proporcionará a su fuerza de ventas información relevante sobre sus clientes, junto con recomendaciones personalizadas, para que puedan ofrecer productos adaptados a las necesidades de cada persona. Las nuevas herramientas de inteligencia artificial y soluciones digitales están siendo implementadas para mejorar la experiencia de compra y potenciar las ventas de sus vendedoras y vendedores, sin sustituirlos.

Blue Star Group

Cinco desembarcos en la región y una nueva marca

En 2024, Blue Star Group, empresa argentina especializada en diseño y producción de artículos de *lifestyle*, avanzó en su plan de expansión con Todomoda e Isadora, que aspira a contar con 1.600 tiendas distribuidas en América Latina para 2028. Solo en 2024,



sumó presencia en otros cinco países de la región.

El primer desembarco del año ocurrió en abril, con la apertura de la primera tienda de Isadora en el *shopping* Multiplaza de Bogotá, Colombia. Luego, inauguró locales en Gran Estación (Bogotá), Tesoro (Medellín), Portal 80 (Bogotá), Ecoplaza (Mosquera) y Nuestro Bogotá.

Colombia se convirtió en el segundo país donde el grupo implementó su modelo de máster-franquicias, tras haberlo introducido en Paraguay en 2022, donde ya opera seis tiendas de Todomoda e Isadora. Este formato busca fortalecer vínculos con socios locales para adaptar la experiencia de marca a cada mercado, manteniendo alineados los procesos, sistemas, tecnología y análisis de datos con la casa matriz en Argentina. En Colombia, BSG se asoció con Continente S.A.S, empresa con más de 60 años de experiencia en distribución de artículos para el hogar y juguetes. Al mes siguiente, en mayo, BSG llegó a Panamá con un plan inicial de diez tiendas en el país, que comenzó por las aperturas de cada marca en el aeropuerto internacional de Tocumen.

En julio, la compañía desembarcó en Uruguay, un destino clave por su cercanía con Argentina, donde las marcas gozan de gran popularidad. La primera en abrir fue Todomoda, con dos tiendas en Montevideo y Punta del Este. Luego, fue el turno de Isadora, que en septiembre inauguró su primer local en Punta Carretas.

En septiembre y noviembre, la expansión continuó en El Salvador y Guatemala, respec-

tivamente, en alianza con Impulso S.A. de S.V. y Tendencia S.A., dos empresas locales con más de 20 años de experiencia en la operación de marcas internacionales. El plan inicial de BSG para El Salvador contempla 15 tiendas de Isadora y Todomoda en los próximos años, mientras que en Guatemala, la proyección inicial es de siete tiendas.

BSG cuenta con más de 800 tiendas físicas distribuidas en Argentina, Chile, México, Perú, Brasil, Paraguay, Colombia, Panamá, Uruguay, El Salvador y Guatemala. A esta red se suman nueve canales digitales propios y presencia en *marketplace*.

Además de expandir Todomoda e Isadora, BSG sumó otro hito en 2024 con el lanzamiento de Atelier, el nuevo *concept store* de Isadora. Esta colección incluye cosmética, indumentaria, papelería, *homewear* y artículos para el hogar, con productos que destacan por su diseño y elaboración artesanal. La primera tienda abrió en un local emblemático de Isadora en Cabildo 2020, CABA. Esta nueva propuesta introduce un concepto completamente renovado, con un nuevo nombre, logo y estrategia de marca, resultado de dos años de desarrollo.

Para mantenerse a la vanguardia, Blue Star Group cuenta con un equipo de más de 50 diseñadores en Argentina y un equipo permanente en España, encargado de detectar tendencias globales y aplicarlas a cada línea de producto.

BSG emplea de modo directo a 4.000 personas y alrededor de 80.000 compran cada día en sus tiendas.

Sap

Expande su centro de servicios compartidos

La empresa global de aplicaciones empresariales e inteligencia artificial Sap comunicó, a finales de 2024, la expansión de su centro de servicios compartidos en Argentina con una inversión de más de US\$ 3 millones. Este 2025 las instalaciones de la empresa en Munro, partido bonaerense de Vicente López serán ampliadas con el propósito de fortalecer su posición como centro estratégico regional y global para la exportación de servicios. El Centro de Servicios Compartidos, cuya misión principal es centralizar procesos administrativos y optimizar costos, presta actualmente servicios a geografías como América

del Norte, Europa occidental, algunos países de Asia, Brasil, Chile, Colombia y México. Esta nueva fase de ampliación permitirá incorporar servicios avanzados, como soporte en tecnologías emergentes y herramientas de análisis de datos, diseñadas para potenciar la experiencia de los clientes de Sap a escala global. Además, la expansión creará nuevas oportunidades laborales con la apertura de cerca de 100 posiciones para puestos de trabajo especializados, que permitirá el desarrollo del talento local. El proyecto contempla, además, un incremento de los metros cuadrados cubiertos y la remodelación de las instalaciones existentes.

Unos meses antes, en mayo, Globant y Sap inauguraron la primera AppHaus liderada por *partners* en Argentina, "para ayudar a las empresas a identificar y actuar sobre las oportunidades de innovación, repensar procesos de negocio y brindar soluciones innovado-

ras", tal como indicaron en aquel momento. Globant AppHaus Buenos Aires está orientado a la co-innovación con clientes a través de Sap Business Technology Platform, la plataforma de tecnología empresarial de Sap, en combinación con la experiencia de Globant. El objetivo es guiar a las empresas en su proceso de aceleración digital.

Mostaza

Con la apertura en Formosa, llega a todas las provincias

La cadena de *fast food* Mostaza se convirtió en 2024 en la única marca del segmento con presencia en todas las provincias del país, tras inaugurar una sucursal en Formosa. Además, gracias a una inversión de US\$

Bodega Malma

Un nuevo concepto de enoturismo

El polo vitivinícola de San Patricio del Chañar sigue en expansión, impulsando el enoturismo con hospedajes innovadores y sustentables.

En este marco apuesta por un concepto exclusivo: mini casas móviles entre viñedos, combinando diseño, sustentabilidad y confort. Ubicada en una región reconocida por sus vinos de alta calidad, Malma incorpora las Haiku, viviendas minimalistas y ecológicas enmarcadas por 127 hectáreas de viñedos regados con aguas del Río Neuquén. En una primera etapa, se instalarán tres módulos para responder a la creciente demanda del turismo vitivinícola. "Es algo muy demandado en la región", afirma Pedro Soraire, director de la bodega.

Además de las mini casas, la bodega ofrece Casa Malma, un espacio amplio y elegante a solo 1.000 metros del edificio principal. Con capacidad para cinco personas, cuenta con dos dormitorios en suite, sala de degustación para 22 personas, cocina equipada, parrilla y servicio gastronómico a cargo del restaurante. Para los amantes del vino, alojarse allí permite disfrutar de paisajes imponentes y una gastronomía diseñada para maridar con los mejores varietales de la región.

Las Haiku llevan el nombre de las cepas emblemáticas: Pinot Noir, Malbec y Chardonnay.



Diseñadas para una experiencia de lujo sostenible, combinan eficiencia, confort y tecnología con una huella ecológica mínima.

También 2024 fue un año de reconocimientos para Bodega Malma, que recibió el Premio Exportar "por el esfuerzo en posicionar sus productos y servicios en el mercado global".

"Las claves para lograr este reconocimiento se basan en el trabajo a largo plazo, sin perder el rumbo a pesar de la coyuntura que se presente, además del foco en la sustentabilidad y de lograr un producto que presenta

una alta calidad año tras año. El terruño de San Patricio de Chañar es estupendo", resalta Ana Viola, CEO de Bodega Malma, en el marco de la 29ª edición de los Premios Exportar. "El objetivo está en seguir consolidando los mercados más importantes: EE.UU. Gran Bretaña y otros países de Europa. Contamos con un depósito en Bélgica para abastecer en 48 hs a todos los países de la región. Y, por supuesto, estar atentos a nuevas oportunidades como India y China", sostiene Viola.



30 millones, cerró el año con 15 remodelaciones y casi 20 aperturas, acercándose cada vez más a los 200 locales en el país.

El crecimiento de la cadena no depende únicamente de la apertura de locales propios, sino también de su modelo de franquicias, que impulsa su expansión y ya alcanza las 100 unidades bajo este formato.

“Con cada nueva apertura, la marca contribuye al desarrollo económico de la provincia donde desembarca y crea oportunidades laborales que impulsan el crecimiento local. Gracias a su programa de Empleo Joven, la empresa incorporó a 1.170 nuevos empleados, de los cuales más de 300 ingresaron a través del programa ‘Fomentar Empleo’, diseñado para facilitar la inclusión laboral y el acceso a la primera experiencia formal”, señalaron desde la compañía. Con estas incorporaciones, Mostaza superó los 10.000 puestos de trabajo en toda su cadena.

En cuanto a sus campañas, la marca se consolidó como la más viral de la Copa América, con el lanzamiento de la Mega Épica Huevo, inspirada en el “Dibu” Martínez. Además de impactar positivamente en las ventas y generar un diálogo masivo en redes sociales, la campaña recibió premios en los Effie Awards Argentina.

Desde una perspectiva de producto, Mostaza amplió su oferta para responder a las preferencias de los consumidores. Incorporó opciones como los helados sin TACC, en alianza con Lucciano’s, y sumó novedades al menú, entre ellas la Mega Épica Palta y los postres Twist Pistacho, Affogato y Sundae Frutos Rojos, que diversifican y sofistican su propuesta.

Stellantis

El Peugeot 208, el auto más elegido en Argentina en 2024

El Peugeot 208 se consagró como el vehículo más vendido en Argentina en 2024, con 29.681 unidades patentadas y un 7,6% de participación de mercado, según la Asociación de Concesionarios de la República Argentina (Acara). Desde su lanzamiento, lleva más de 110.000 unidades comercializadas.

“La actualización del modelo en agosto de

2024 reforzó su éxito, consolidándose como el B-Hatch más vendido en su primer mes”, señalan desde la compañía. Producido en la planta de El Palomar, el renovado Peugeot 208 incorporó avances en diseño, tecnología y motorización, convirtiéndose en el primer modelo en estrenar la nueva identidad de la marca en el país.

El éxito del 208 ha impulsado la producción en la planta de El Palomar, donde se fabricaron más de 45.000 unidades en 2024. Además, más de 15.000 vehículos fueron exportados, fortaleciendo su presencia en mercados claves de la región y consolidando el liderazgo de Stellantis en Argentina. El canal de plan de ahorro jugó un papel fundamental en la *performance* del modelo, que ha representado el 40 % de los patentamientos. Durante el año, se sumaron 27.980 nuevas suscripciones.

En el mercado brasileño, el Peugeot 208 ha experimentado un fuerte crecimiento, con más de 17.000 unidades comercializadas en 2024. Además, ha sido galardonado con ocho premios desde 2023, incluyendo “Auto del Año” en diversas regiones y “Mejor Diseño”. Stellantis es uno de los principales fabricantes de automóviles y proveedores de movilidad del mundo. Incluye las marcas Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge, Fiat, Jeep®, Lancia, Maserati, Opel y Peugeot, entre otras.





**Somos la 6ta firma a nivel mundial
en auditoría, impuestos y consultoría.
*Únase a nosotros en una sinergia
global de ideas.***



RSM AR S,R.L. es miembro de RSM Network y opera como RSM. RSM es el nombre comercial utilizado por los miembros de la red RSM. Cada miembro de la Red RSM es una firma independiente de aseguramiento, impuestos y consultoría, cada una de las cuales ejerce por derecho propio. La Red RSM no es en sí misma una entidad legal separada de ninguna descripción en ninguna jurisdicción. La red RSM es administrada por RSM International Limited, una empresa registrada en Inglaterra y Gales (número de empresa 4040598) cuyo domicilio social se encuentra en 50 Cannon Street, Londres EC4N 6JJ. La marca y el nombre comercial RSM y otros derechos de propiedad intelectual utilizados por los miembros de la Red son propiedad de RSM International Association, asociación regida por el artículo 60 y siguientes del Código Civil de Suiza con sede en Zug.

© RSM Argentina 2024.

PORTADA |

Cencosud

Abre sucursales en distintos puntos del país

En 2024, Cencosud Argentina fortaleció su presencia en el mercado con la apertura de dos locales de Jumbo en Salta y Nordelta, tres sucursales del nuevo formato Express de Ve a en Mendoza, un Disco en Nordelta y dos tiendas Easy en Mendoza y Rosario. Estas incorporaciones consolidan a la compañía como un actor protagónico en el sector minorista, con casi 300 supermercados y más de 18 centros comerciales en todo el país.

La apertura de Jumbo en San Lorenzo, Salta –el segundo local en la provincia– se dio a comienzos del año y requirió una inversión de US\$ 2,5 millones. Por su parte, el local Jumbo de Tigre se inauguró en noviembre, y requirió de una inversión de aproximadamente US\$ 4 millones.

Como hito de 2024, además, se suma la innovación. “Esto se reflejó en la expansión de formatos express en Ve a y Disco. Además, el crecimiento de Prime en Supermercados y Club Easy fortaleció la relación con clientes a través de beneficios exclusivos”, explican desde la compañía.

En *Retail Media*, Cencosud Media consolidó su propuesta con soluciones estratégicas para las marcas en espacios físicos y digitales. La compañía también ingresó al negocio financiero con Cencopay, su nueva billetera virtual que facilita transacciones seguras.

A lo largo del año, la compañía también acercó experiencias únicas a sus clientes con

eventos como Deli & Wine de Jumbo, Expo Jardín de Easy y los espectáculos navideños en Unicenter y Palmas del Pilar.

Como segundo empleador privado del país, Cencosud cuenta con más de 21.000 colaboradores.

Modo

Suma desarrollos que potencian su expansión

En 2024, Modo desarrolló distintas soluciones. Entre estas, se destacaron los pagos *contactless* y los pagos QR *tokenizados* más seguros; el lanzamiento del vertical Modo+, a través del cual se puede acceder a diversos productos digitales como suscripciones; y la integración de planes de fidelidad de terceros, como el de Axion Energy, y de promociones 100% digitales, tanto de medios de pago bancarios como de los propios comercios.

Estos lanzamientos se vieron plasmados en los resultados de 2024: la cantidad de pagos realizados con Modo se multiplicó por cuatro, en comparación con el año anterior, de los cuales el 30% contó con algún beneficio vigente. Además, más de 11 millones de argentinos usaron la plataforma, con un promedio de seis operaciones por mes y las transferencias a través de números de celular duplicaron su volumen frente a 2023 alcanzando los 30 millones.

Las alianzas con *retailers* y *partners* estratégicos también jugaron un papel clave en 2024, ya que permitieron que la cantidad de comercios activos continúe creciendo de ma-

nera sólida y alcance el millón. De esta manera, señalan desde la compañía, Modo beneficia a usuarios y *retailers* por igual, ya que permite a estos últimos ofrecer experiencias de checkout digitalizadas con beneficios personalizados y acumulación de promociones. En este sentido, la *fintech* trabajó con actores destacados del *retail* como Coto y Día, con beneficios que ayudaron a duplicar el volumen de transacciones en supermercados.

Finnegans

Destinará el 1% de su facturación a subsidios, becas y apoyo a la comunidad

En su evento de cierre de año, en el Planetario de Buenos Aires, Finnegans anunció frente a clientes y aliados sus planes para los próximos cinco años, que incluyen cuadruplicar su negocio. Además, se comprometió a destinar el 1% de su facturación a subsidios, becas y apoyo a la comunidad, en el marco de sus iniciativas de impacto.

Estos planes de crecimiento van en línea con el proyecto de expansión regional de la compañía, que este año desembarcó en Uruguay y Paraguay con una inversión de medio millón de dólares. Con el objetivo de crecer y posicionarse en los nuevos mercados, Finnegans busca quintuplicar en los próximos 12 meses su base instalada en Paraguay y duplicarla en Uruguay.

“Si bien somos una empresa de tecnología que se dedica a construir plataformas y servicios para dotar de la mayor eficiencia a las organizaciones, somos antes y después un conjunto de personas que todos los días se encuentra a desarrollar sus actividades con otras personas, como ustedes, con el deseo de que en ese intercambio nos hagamos mejores, crezcamos”, reflexionó Blas Briceño, CEO y fundador de Finnegans en su presentación.

Con el programa +Oportunidades, Finnegans proporciona herramientas para que jóvenes de sectores vulnerables avancen en sus estudios y tengan la oportunidad de insertarse en el mundo laboral. Gracias al trabajo junto a la ONG Volando Alto en la ciudad de Concordia, Entre Ríos, en los últimos cinco años, ya son 400 las personas que trabajan en em-



presas de *software*. El objetivo es que 1.000 concordenses trabajen en el sector para los próximos cinco años, lo cual cambiará la matriz productiva de la región.

Durante la presentación, también se celebraron las acciones realizadas por la empresa junto a Banco de Alimentos, cuya misión es generar un triple impacto y resolver a través de una aplicación móvil la vinculación entre las organizaciones que tienen el requerimiento de alimentos con quienes los tienen disponibles.

En lo que refiere a los planes de desarrollo para 2025, Finnegans está terminando la construcción de sus nuevas oficinas corporativas en el barrio porteño de Chacarita. El edificio de casi 3.000 m² funcionará como la nueva sede para los más de 250 colaboradores de la compañía en Buenos Aires, y contará con 15 pisos de los cuales seis estarán destinados a fines culturales en el marco de Espacio Finnegans, un centro cultural de acceso abierto a la comunidad. Además, habrá espacios dentro del edificio destinados como *coworking* para las ONG aliadas de la compañía.

Genneia

Financiamiento internacional para nuevos proyectos

En noviembre, con la entrada en operación del Parque Eólico "La Elbita" en Tandil, Genneia, alcanzó 1.166 MW de potencia instalada, completando su cartera de centros renovables con ocho parques eólicos y tres solares. Esto generó un impacto en la expansión de la capacidad de generación eólica de la empresa, encabezando el mercado eólico con una capacidad de 945 MW. Se trata del octavo parque eólico de la compañía y el tercero de la firma en la provincia de Buenos Aires, producto de una inversión de más de US\$ 240 millones.

El proyecto generará 705.000 MWh de energía renovable al año, equivalente al consumo anual de 175.000 hogares. Además, se estima que evitará la emisión de más de 370.000 toneladas de dióxido de carbono.

En este contexto, Genneia aseguró un financiamiento de US \$100 millones a diez años, con el apoyo de instituciones financieras internacionales, en pos de avanzar en nuevos proyectos solares fotovoltaicos en los mu-



nicipios de Malargüe y Luján de Cuyo, en la provincia de Mendoza. Ambos parques suministrarán electricidad verde al Mercado a Término de Energías Renovables (MATER), y abastecerán a empresas comprometidas con el cumplimiento de sus objetivos de sostenibilidad. Además, la financiación de estos proyectos, con una capacidad conjunta de 270 MW, fortalece la estrategia de descarbonización de la compañía.

El préstamo fue otorgado por entidades financieras internacionales FMO (Países Bajos), con quien ya cuenta con cuatro préstamos; FinDev (Canadá), en su segunda colaboración; y Proparco (Francia), en su primera alianza con la compañía.

En 2024, se emitieron con éxito cuatro obligaciones negociables (ON) verdes por un monto total de US\$ 142 millones, acumulando más de US\$ 850 millones desde 2021.

Con la mirada puesta en 2025, Genneia avanza con nuevos proyectos que duplicarán su capacidad de generación solar. Además, comenzó el año con el anuncio de una inversión de más de US\$ 400 millones para la producción de "litio verde".

Según los datos surgidos de CAMMESA, durante 2024, Genneia generó un total de 3.898.993 MWh de energía solar y eólica. Esta cantidad equivale al consumo de aproximadamente casi un millón de hogares, evitando la emisión de más de 1,73 millones de toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera en el pasado año.

Noviembre se destacó como el mes de mayor

generación, con un registro total de 393.520 MWh y el Parque Eólico Madryn, el más grande de Argentina, fue el centro operativo de Genneia con mayor registro en el año, al alcanzar 937.077 MWh de energía limpia. De este modo, la compañía alcanza el 19% del total de la potencia instalada, conformada por un 21% de la generación de la energía eólica y el 12% de la energía solar.

BASF

Sinergia para la creación de una rueda niveladora sustentable

BASF, Wheelsem y Bustinza Goma desarrollaron una rueda niveladora para sembradoras de termoplástico que puede reciclarse durante el mismo proceso de producción de la rueda y también luego de su vida útil, contribuyendo así a la economía circular.

Esta innovación reduce la huella de carbono ya que necesita menor energía para producirse a diferencia de la rueda de metal, y alivia sensiblemente todo el tren de la máquina, lo que implica un ahorro en el uso de combustible. Sus beneficios incluyen que permite operar a las sembradoras cuando las condiciones de suelo son muy desfavorables, la facilidad del mantenimiento, ya que es muy rápido cambiar las ruedas de goma y los rodamientos, y la vida útil del neumático, porque no hay

PORTADA |

que estirarlo para colocarlo.

BASF Argentina brindó un grado de la poliamida Ultramid para la fabricación de la rueda, que se destaca por su gran resistencia a bajas temperaturas y la intemperie, un comportamiento favorable de fricción por deslizamiento y se puede procesar sin problema alguno. Desde la compañía química acompañaron el proceso con soporte técnico del equipo global de Ultrasim, la herramienta tecnológica de simulación para el diseño ligero de BASF, ubicado en Alemania, quienes proveyeron las informaciones específicas para el diseño de la rueda y la simulación de su vida útil. Además, participó el equipo técnico regional de la división Materiales de Performance de BASF, localizado en Brasil.

Florencia Muratori, gerente de la división Materiales de Performance de BASF para Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, explicó: "Como parte de nuestra estrategia hacia un futuro más sustentable, apoyamos a nuestros clientes y socios hacia la transformación verde, y con esta solución también contri-

bujimos a la economía circular para el sector agroindustrial, combinando sustentabilidad e innovación".

También en 2024, la compañía química presentó el "Bosque BASF", una iniciativa mediante la cual se plantaron 400 árboles de especies nativas de la región del Paraná en la planta productiva de BASF en General Lagos (Provincia de Santa Fe). Se trata de la expansión regional del Programa Mata Viva de BASF, que cuenta con reservas naturales en distintas ciudades de Brasil donde la compañía tiene operaciones. El Bosque BASF cuenta con el respaldo de Fundación ECO+, la consultora de sustentabilidad creada por BASF, quien estará colaborando en la elaboración técnica del plan, el acompañamiento técnico de la implementación y la consolidación de cifras y resultados de la iniciativa. Además, el programa tiene el apoyo de Nativas, una empresa santafesina que aportó los árboles nativos para el bosque y así contribuyó con la estrategia de sustentabilidad de la compañía química.

Banco del Sol

Soluciones a medida para el agro y pymes

En 2024, Banco del Sol consolidó su posición. El año cerró con más de 600.000 clientes en el país. Entre los hitos más destacados, en el segmento de Banca Empresas, el banco digital de Sancor Seguros lanzó soluciones digitales a medida para los sectores agropecuario y pyme.

En lo que respecta a Banca Individuos, Banco del Sol lanzó la tarjeta de crédito Mastercard Internacional, con promociones para incentivar su utilización y atraer nuevos clientes. Adicionalmente y en línea con la vorágine del mercado, se presentó la línea de préstamos hipotecarios UVA, un producto que incorpora tecnología avanzada y ofrece condiciones financieras accesibles, diseñado para facilitar la adquisición de la primera y segunda vivienda.

Volkswagen Group Argentina

Inicia la producción en serie de camiones y buses en Córdoba

Volkswagen Group Argentina anunció en mayo el inicio de la producción en serie de camiones y buses. Este logro marca un importante capítulo en la historia de la industria automotriz argentina.

El anuncio fue comunicado por Marcellus Puig, presidente y CEO de Volkswagen Group Argentina y Roberto Cortes, presidente y CEO de Volkswagen Caminhões e Ônibus, quienes se reunieron personalmente en Buenos Aires con el ministro de Economía de la Nación, Luis Caputo, y en Córdoba con el gobernador de la provincia, Martín Llaryora.

"Hoy damos otro paso importante para ampliar la presencia global de nuestra marca: queremos replicar en Argentina la fórmula de éxito que nos convirtió en líderes brasileños en ventas de camiones. En los últimos años hemos lanzado productos a la medida del transportista argentino y contamos con una red de distribuidores profesionales y comprometidos. Necesitábamos establecer producción local y la nueva alianza con Grupo Volkswagen Argentina nos permitirá acelerar hacia el primer lugar en el mercado, con beneficios para las operaciones en ambos países", afirmó Roberto Cortes, presiden-

te y CEO de Volkswagen Camiones y Buses, en aquel momento.

En el encuentro se presentó el plan para producir cinco versiones de los modelos Delivery, Constellation y Volksbus como parte de una inversión que VW Group Argentina tiene en marcha para el país. Además, los representantes de Volkswagen Argentina le anticiparon al ministro que proyectan para 2024 que la compañía alcance un volumen de 800 unidades y que las inversiones permitan in-

crementar la producción a 1.300 unidades anuales en 2025 y 2.700 unidades anuales a partir de 2026.

Volkswagen Group Argentina tiene más de US\$ 1.200 millones invertidos desde 2016, más de 1,7 millones de unidades producidas en Pacheco y 15 millones de transmisiones en Córdoba, y con presencia en cada provincia del país mediante una amplia red de concesionarios oficiales.



Día Argentina

Crea la Convocatoria Nacional de Proveedores para su marca propia

Los productos de marca propia son un pilar en la propuesta de valor de Día. Su desarrollo involucra a 200 pymes locales y abarca más de 1.000 referencias en distintas categorías. Dentro de esta oferta, se incluyen más de 150 productos sin TACC, aptos para celíacos y debidamente identificados.

En este sentido, en 2024, la cadena llevó adelante su primera convocatoria nacional de proveedores para el desarrollo de su marca propia. Tal como indican desde la compañía, con el objetivo de ampliar la cadena de valor y contribuir al desarrollo empresarial de los barrios y comunidades donde opera, invitó a pymes y productores del país a sumarse al ecosistema de Día. Esto permite que la compañía pueda proyectar y crecer en su marca propia, fortaleciendo alianzas y creando nuevas, para potenciar aún más la oferta de productos.

Mondelez International

Lanza las Oreo Sin Gluten

Dada la creciente demanda de productos sin TACC, ya sea por motivos de salud o como elección personal de un estilo de vida sin gluten, en 2024, Mondelez International lanzó en 2024 las galletitas Oreo Sin Gluten. El lanzamiento fue el resultado de un proceso de investigación y desarrollo, mediante el cual se logró conservar intactos el sabor y la textura que caracterizan al producto.

La generación las Oreo Sin Gluten implicó una inversión en tecnología y análisis de tendencias de consumo. Además, posicionó a la Argentina como el tercer país en ofrecer este producto, después de Estados Unidos y Canadá. El desarrollo del producto requirió la creación de una receta especial, que utiliza almidón de maíz y harina de arroz en lugar de trigo, garantizando así la ausencia de gluten sin comprometer la calidad. La producción se lleva a cabo en una planta especializada, auditada y aprobada por Mondelez International, que cumple con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.



En Argentina, se estima que 1 de cada 100 personas es celíaca, lo cual representa una de las tasas más altas del mundo de celiaquía por habitante.

Nubiral

Duplica las certificaciones obtenidas en 2023

Nubiral, empresa argentina de tecnología global especializada en innovación y transformación digital, fue reconocida por superar las 100 certificaciones de Amazon Web Services en 2024, duplicando las obtenidas en 2023. Como socio de consultoría Advanced de AWS, "ofrece una propuesta completa de servicios a sus clientes que les permite adaptar su negocio a los distintos desafíos que enfrentan, de manera rápida y flexible", señalan desde la firma. El equipo a escala global ha fortalecido sus competencias certificándose en los últimos años en AWS, Microsoft, GitHub y Zabbix.

Las certificaciones en tecnología representan un voto de confianza en las organizaciones. Según los resultados de la Encuesta de Global Knowledge, seis de cada 10 profesionales aseguran que gracias a las certificaciones han logrado promociones, mientras que nueve de cada 10 señalan que les da mayor confianza. También, colabora en su posicionamiento como marca empleadora.

En 2023, Nubiral inauguró un centro de excelencia regional de profesionales especializados en IA generativa, al cual está asigna-

do el 30% del talento de la compañía y en el que invierte más de un millón de dólares cada año.

Asimismo, en 2024 creó un nuevo centro de excelencia profesional, especializado en desarrollo de *software*, en el que expertos profesionales desarrollan proyectos de modernización de aplicaciones, automatización, y observabilidad de procesos y *testing*, y para el cual invertirá US\$ 2,5 millones al año.

Prisma Medios de Pago y Newpay

Innovación en el ecosistema de pagos

Prisma Medios de Pago y Newpay avanzaron en 2024 en su objetivo de conectar a los actores del sistema financiero y de pagos digitales.

A lo largo del año, se realizaron importantes avances tecnológicos y operativos que fortalecen la infraestructura de pagos en el país. Entre ellos, se destaca la incorporación del modelo de Cliente Único y Límite Unificado para emisores de tarjetas, lo que permite a las entidades gestionar de manera más eficiente los límites de crédito y la información de los clientes. El modelo de cliente único de Prisma Medios de Pago permite una visión integral del usuario, ofreciendo todos sus productos y servicios de manera unificada, lo que mejora la seguridad y la experiencia del cliente. Este enfoque se centra en el cliente, no en el producto, y utiliza un límite dinámico que suma

PORTADA |

los límites individuales de todas las tarjetas y banderas de un usuario dentro de un mismo emisor. Así, si un usuario tiene un límite de 10 en cada tarjeta, puede realizar una compra de 15 utilizando el total combinado. Esto no solo evita rechazos y mejora la experiencia de compra, sino que también permite al emisor gestionar de manera más eficiente y económica el crédito disponible. También se avanzó en el procesamiento de nuevas carteras de tarjetas, facilitando la ampliación de opciones de financiamiento y pago para los usuarios.

Otro hecho destacado fue el lanzamiento de nuevas soluciones basadas en inteligencia artificial, diseñadas para optimizar la seguridad en las transacciones, mejorar la detección de fraudes y ofrecer recomendaciones personalizadas a los clientes.

Además, se introdujo una versión mejorada de PagoMisCuentas para empresas, brindando herramientas más ágiles y eficientes para la gestión de pagos corporativos. Por otra parte, en respuesta a los requerimientos de ARCA y el Régimen de Regularización de Activos, PagoMisCuentas adaptó su plataforma para permitir el pago de VEP (Volante Electrónico de Pago) en pesos y dólares, habilitando operaciones tanto desde cuentas CERA (Cuentas Especiales de Regularización de Activos) como desde cuentas bancarias tradicionales. Esta actualización facilita el cumplimiento de obligaciones fiscales en el marco del blanqueo de capitales.

Por su parte, Banelco llevó a cabo la actualización de los cajeros automáticos para que puedan aceptar los nuevos billetes de \$10.000 y \$20.000. En el mismo sentido, se implementó una primera versión de biometría dactilar, que permite a los usuarios registrar su huella digital directamente en los cajeros automáticos. Esta innovación no solo simplifica el acceso a los servicios bancarios, sino que también agrega una capa extra de seguridad y comodidad para los clientes.

En términos de seguridad y autenticación, Newpay desarrolló una nueva tecnología de verificación en su canal de atención telefónica (IVR). A través de un token virtual, los usuarios pueden autenticarse de forma más ágil y segura, reduciendo riesgos de fraude y facilitando el acceso a gestiones personalizadas dentro del servicio de atención al cliente. Finalmente, en el marco del crecimiento del servicio de Instant Payments, se alcanzó un nuevo récord, al superar los 2.500 millones de transacciones por transferencias en 2024.



Algabo

Suma participación de mercado, en un año complejo

Algabo es una pyme familiar nacional, que ha logrado posicionarse con productos de calidad a precios accesibles. A pesar de que el mercado de cosmética y cuidado personal no tuvo un buen año de ventas en 2024, Algabo ha logrado sostenerse e incluso crecer. La facturación lograda fue aproximadamente de US\$ 55 millones.

A las cuatro marcas (Algabo, Cocoa Beach, Vais y Greenwood) está en proceso de sumar una nueva categoría de productos femeninos de copas menstruales, con la marca Asana (firma que adquirieron en el tercer trimestre de 2024) presente actualmente en el canal de *e-commerce*. Con esa marca la idea es seguir avanzando en productos de higiene femenina.

“Nos motiva seguir adelante y estar comprometidos con nuestros valores. Con la misión de ofrecer productos de calidad que contribuyan al bienestar de las personas. Construimos Algabo para exportar y competimos con todas las multinacionales”, dijo Alberto Bollati, director general de Algabo y presidente Pyme de CAPA, la cámara que nuclea a los productores, perfumistas y de cuidado personal del país.

A pesar de un contexto difícil, la compañía

sigue trayendo nuevas líneas de producción y posee un alto porcentaje del mercado: más del 15% de *share* local es en productos de higiene y cuidado personal, como quita esmaltes, geles capilares, jabones líquidos, talcos y repelentes, entre otras.

Respecto al mercado de repelentes, hace 15 años que Algabo los fabrica con la marca Vais y hasta octubre de 2024 llevaba ingresados más de 7 millones de unidades. “Terminaremos el año con 11 millones que representa el 20% del mercado”, sostuvo Alberto Bollati en el marco de un encuentro con la prensa, en el último trimestre del año.

Algabo exporta sus productos desde hace 30 años, que llegan a 25 países incluyendo África y todo el continente americano, a excepción de Brasil. El canal de exportación de 2024 con respecto al 2023 creció un 11% y, en octubre, esperaba cerrar un 27% por encima del año pasado, sumando 1 millón de unidades al canal. El *share* interno de la empresa confirma que se exporta el 10% del total. Con más de 35 años de trayectoria en la industria cosmética y de tocador, Algabo cuenta con una planta modelo de 22.000 m², con 40 líneas de producción y más de 300 empleados.

Inverlat Investments

Adquiere Compressco Argentina en Vaca Muerta

Inverlat Investments, a través de su subsidiaria Aspro Servicios Petroleros, anunció en diciembre la adquisición del 100% de Compressco Argentina, consolidando su presencia en el desarrollo estratégico de Vaca Muerta.

Esto le permite mejorar su posición como proveedor de soluciones energéticas para la industria de hidrocarburos y ampliar significativamente su oferta de servicios, mejorar su eficiencia operativa y fortalecer su presencia en Vaca Muerta, uno de los yacimientos no convencionales más importantes del mundo. Compressco Argentina es especialista en el *rental* de compresores de gas para pozos petroleros y cuenta con una sólida base operativa en Cutral Có, Neuquén. La compañía trabaja estrechamente con YPF y las principales empresas del sector. La compra de la filial argentina de esta compañía, que había sido adquirida a nivel mundial a principios de 2024

por Kodiak, demuestra la visión de Inverlat de potenciar su papel en la matriz energética nacional y regional.

Con esta adquisición, Compressco Argentina y Aspro se fusionarán en el corto plazo bajo la marca Aspro, fortaleciendo la capacidad operativa y comercial de ambas empresas.

Esta operación estratégica se da en un contexto de creciente demanda de gas y petróleo a escala mundial.

MSD

Presenta un producto innovador contra la garrapata bovina

En 2024, MSD Salud Animal presentó Exzolt 5% Pour-On, la primera molécula efectiva en más de 30 años para tratar infestaciones de garrapatas (*Rhipicephalus microplus*), moscas de los cuernos y otros ectoparásitos. Presente en el 38% de las regiones productivas del país, la garrapata bovina genera importantes pérdidas económicas al reducir la ganancia de peso, afectar la producción de leche

y transmitir enfermedades como la tristeza bovina. Cada garrapata puede succionar hasta 3 ml de sangre en su ciclo de vida, debilitando a los animales y comprometiendo su rendimiento.

Ante la creciente resistencia a los tratamientos convencionales, el sector demandaba nuevas soluciones. Exzolt 5% Pour-On llegó como respuesta a este desafío brindando resultados de hasta 100% de eficacia. Su innovador mecanismo de acción, a base de *Fluralaner*, permite un control eficaz incluso sobre poblaciones multiresistentes, logrando una limpieza del ganado en pocos días y reduciendo drásticamente las infestaciones.

“A lo largo de los años, el uso inadecuado de tratamientos antiparasitarios ha favorecido a la resistencia, un problema crítico en la sanidad animal. La resistencia a los antimicrobianos (RAM) es un peligro subyacente a escala global, por lo cual contar con nuevas moléculas innovadoras es clave para combatir esta amenaza y reducir el impacto en la industria”, explicaron desde la firma.

Además de su impacto sanitario, esta solución promueve una producción más eficiente y sustentable. Al requerir menos aplicaciones y optimizar la gestión sanitaria, reduce el uso

PepsiCo

Un año de renovación

PepsiCo tuvo un 2024 con varios hitos. En marzo, ingresó al negocio de aguas saborizadas sin gas con el lanzamiento de H2Oh! en tres nuevas variedades: Pomelada, Manzana y Limoneta, con cero calorías.

Ese mismo mes, presentó su última innovación en *snacks*, los Cheetos Ondulados sabor queso crema. Además, Lay's, sumó dos nuevos sabores: Provoleta, que se combinó con un sabor argentino muy familiar, y Lay's sabor Mostaza y Miel.

Por otro lado, Pepsi presentó una renovada identidad visual, marcando un cambio significativo tras 14 años. “Inspirada en su trayectoria, la nueva imagen integra elementos modernos para transmitir vitalidad y contemporaneidad. El azul eléctrico y el negro crean un contraste vibrante, mientras que el ‘pulso’ característico de la marca reflejó su conexión con la ‘onda, explosión y efervescencia’, representando el dinamismo y la influencia de la música en su esencia”, describen desde la compañía.



Bizarrap se convirtió en el embajador de Pepsi en Latinoamérica. El productor argentino, figura clave en la música global, representó la innovación de la marca y su vínculo con la escena musical a través de las exitosas “BZRP Music Sessions”.

En el ámbito de la sustentabilidad, PepsiCo

Cono Sur se destacó como la primera empresa en Latinoamérica en obtener la certificación de aceite sustentable con medición de huella de carbono. Gracias a su colaboración con Bunge, la compañía utilizó 100% aceite sustentable en sus operaciones, alineado con la estrategia global pep+.

PORTADA |

de productos químicos, minimiza residuos en el ambiente y mejora la seguridad de los trabajadores rurales.

Puratos

Crece un 30% en exportaciones desde Argentina

Puratos, la *foodtech* belga, logró aumentar sus exportaciones a la región durante este año y mantiene una perspectiva positiva sobre el crecimiento del consumo en los mercados de panadería y pastelería. Con una proyección de aumento del 10% en volumen para 2025, destaca las estrategias claves que sostienen su negocio y los logros alcanzados en 2024.

"El 2024 cerró con una nota más prometedora de lo que su inicio nos anticipaba. A partir de junio, todos los indicadores de nuestro negocio comenzaron a mostrar un crecimiento sostenido en comparación con el año anterior. Incluso, algunos de ellos han alcanzado niveles similares a los registrados en 2022, reflejando no solo nuestra capacidad de adaptación, sino también la fortaleza de nuestra estrategia y el compromiso de nuestro equipo", asegura Joaquín Garat, gerente general de Puratos para Argentina, Uruguay y Paraguay.

En 2024, la empresa convalidó una inversión de US\$ 7 millones para su operación argentina. Con este aporte, la filial superó los US\$ 15 millones invertidos en los últimos cuatro años.

En paralelo, Puratos Argentina cerró el año 2024 con un incremento del 30% en sus exportaciones. Desde su planta en Pacheco, la compañía provee todos los insumos necesarios para abastecer a una panadería, pastelería o chocolatería (polvos, chocolate, líneas de rellenos) a mercados claves como Brasil, Uruguay, Paraguay, Trinidad y Tobago, y Chile. Este crecimiento fue posible gracias a una mayor competitividad cambiaria, lo que permitió reactivar exportaciones hacia otras filiales de la compañía.

Entre las principales apuestas para el próximo año se encuentra el impulso a la línea de rellenos húmedos que, tras su puesta en marcha este año, comenzó a ganar reconocimiento en el mercado. Desde el *management* esperan que este segmento crezca, con exportaciones hacia Brasil. Además, la compañía planea concretar nuevas inversiones estratégicas, como la producción de chocolate líquido.

Por último, la creciente demanda de productos más saludables y sostenibles marcará las tendencias en panadería y pastelería durante el próximo año. "Puratos se compromete a desarrollar opciones percibidas como más naturales, como las elaboradas en base a plantas", sostiene desde la compañía. En panadería, el uso de granos, semillas y masa madre sigue ganando terreno, mientras que en pastelería se observa un auge en los rellenos con alto contenido de frutas. Todo con una visión de largo plazo: el objetivo para la compañía es que para 2030 el 50% de los productos vendidos favorezcan esta tendencia.

Prosus

Compra Despegar por US\$ 1.700 millones

Despegar anunció en diciembre que había celebrado un acuerdo definitivo de fusión para ser adquirida por Prosus (Euronext: AEX), uno de los mayores inversores en tecnología del mundo por US\$ 19,50 por acción en una transacción totalmente en efectivo. Esto representa un valor empresarial de aproximadamente US\$ 1.700 millones para Despegar.

La transacción propuesta fue aprobada por el Comité Directivo de Despegar, que recomendó que los accionistas voten a favor por recomendación unánime de una comisión evaluadora; un comité especial del Consejo de Administración compuesto únicamente por consejeros independientes y que se formó en relación con la transacción.

Esta operación constituye una expansión considerable y significativa del ecosistema de Prosus en América Latina que pasará a prestar servicios a una cartera de más de 100 millones de clientes en el segmento *e-commerce*, viajes y *fintech*.

"Despegar es una empresa altamente rentable, con una posición atractiva en el mercado y un equipo de liderazgo que cuenta con mucha experiencia, que se acoplará naturalmente a nuestra operación en América Latina. Vamos a acelerar el crecimiento de Despegar, apalancando los múltiples puntos de contacto que existen con nuestro portfolio, sumado a nuestra experiencia operativa y grandes capabilities en IA", expresó Fabricio Bloisi, CEO de Grupo Prosus.

Despegar opera en más de 19 mercados de América Latina, brindando servicios al cliente mediante dos modelos de negocios principales: una plataforma omnicanal B2C que conecta con el usuario a través de internet, de una app y de canales de conversación dirigidos por Sofía, una asistente virtual creada con IA, y un segmento B2B en rápida expansión que ofrece soluciones generales para socios comerciales como bancos, aerolíneas y comercios.

La compañía maneja más de 9,5 millones de transacciones por año, generando US \$5.300 millones en reservas brutas, US\$706 millones en ganancias, con un EBITDA reportado de US\$ 116 millones según sus resultados anua-



les totales para 2023.

Despegar fue fundada en Argentina en 1999, escaló y se expandió en la región hasta que comenzó a cotizar en la Bolsa de Nueva York en 2017. Se convirtió en la marca de viajes más reconocida de América Latina y Decolar es su marca más reconocida de Brasil, su mayor mercado.

De acuerdo a voceros de Prosus, la compañía reconoce el potencial significativo que tiene ampliar su extenso ecosistema de consumidores de la región para impulsar la cantidad de usuarios y el *engagement* de Despegar y, paralelamente, introducir nuevos productos y servicios que potencien la propuesta de valor de la plataforma con el tiempo.

A partir de esta adquisición, Prosus planea crear sinergias entre Despegar y otros negocios regionales como iFood, una plataforma de *delivery* con 60 millones de clientes por

año, y Sympla, una plataforma de eventos. La transacción no está sujeta a ninguna condición de financiación. Una vez completada, Despegar se convertirá en una empresa privada, sus acciones ordinarias dejarán de cotizar en la Bolsa de Nueva York y dejará de cotizar en cualquier mercado público.

Bosch y Pirelli

Cooperación de desarrollo para crear neumáticos inteligentes

Pirelli y Bosch firmaron en septiembre un acuerdo de desarrollo conjunto. Su objetivo es crear nuevas soluciones basadas en *software* y funciones de conducción gracias a

sensores integrados en los neumáticos, también conocidos como sensores *in-tyre*. Para los conductores, esto significa mayor seguridad, confort y sostenibilidad, así como una mejor dinámica de conducción.

"Bosch y Pirelli comparten la visión de trabajar a largo plazo y tienen la intención de explorar juntos una lógica mejorada de computación de señales de los neumáticos como entrada potencial para los controladores dinámicos mejorados de los vehículos", comunicaron.

Pirelli Cyber Tyre es el primer sistema del mundo basado en neumáticos con sensores integrados que recogen datos y los transmiten al vehículo para ser procesados en tiempo real. Bosch ya ha desarrollado una aplicación ESP específicamente adaptada a los neumáticos Pirelli en un primer proyecto conjunto con el fabricante de hipercoches

Mercado Libre

En su 25 aniversario, logra excelentes resultados

En 2024, Mercado Libre cumplió medio siglo de vida. En un año convulsionado en lo económico, mostró un sólido crecimiento en todas sus áreas de negocio "impulsado por un aumento significativo en la base de usuarios, una mayor participación de los compradores existentes y un crecimiento robusto tanto en los ingresos del comercio electrónico como en los de la tecnología financiera. Además, subió hasta un +13% en las negociaciones post mercado, superando ampliamente las expectativas del mercado tanto en beneficios como en ingresos", explica Maximiliano Donzelli, *Manager* de Estrategias de Inversión en Invertir Online, al analizar el desempeño de Mercado Libre. Los ingresos netos y financieros ascendieron a \$6.100 millones, un aumento del 37% interanual y del 96% en moneda constante. Los ingresos operativos llegaron a \$820 millones, con un margen del 13,5%, y el beneficio neto alcanzó los \$639 millones, con un margen del 10,5%.

Tal como informó la propia compañía, Mercado Libre superó los 100 millones de compradores únicos anuales en el *marketplace* y alcanzó 61 millones de usuarios activos mensuales en *finotech*. En *commerce*, el GMV creció un 8% interanual en el cuarto trimestre y llegó a US\$ 14.500 millones, mientras que la cantidad de artículos vendidos en la plataforma de *marketplace* aumentó un 27% interanual.

En *finotech*, la cartera de crédito alcanzó los US\$ 6.600 millones en el cuarto trimestre, un crecimiento del 74% interanual, impulsado principalmente por las tarjetas de crédito.

En septiembre, la compañía comunicó la construcción de un nuevo centro de almacenamiento en el Mercado Central, una obra que demandará una inversión de US\$ 75 millones y que se espera esté finalizada a fines de 2025. Cuando esté operativo, el nuevo centro de almacenamiento generará 2.300 puestos de trabajo directo y miles de empleos indirectos. Esta obra le permitirá duplicar el volumen de procesamiento, hasta llegar a los 400.000 productos por día.

Además, en diciembre, Mercado Libre habilitó la compra de productos en Estados Unidos. En una primera etapa, la plataforma permitió que vendedores con operación en ese país comenzaran a publicar sus productos. El pago de los productos se realiza en pesos y los compradores deben pagar el IVA y los impuestos internos en caso de que corresponda, los cuales figuran discriminados al momento de hacer el "*checkout*" de la compra. Solamente se pagan tributos de importación cuando el valor del o los productos supere los US\$ 400 por compra o se exceda el límite de cinco envíos internacionales por persona por año.

PORTADA |

Pagani Automobili. La tecnología Pirelli Cyber Tyre en el Pagani Utopia Roadster transmite informaciones importantes sobre los neumáticos a la unidad de control del ESP. Esto permite un uso óptimo de las propiedades y prestaciones individuales de los neumáticos, proporcionando una mayor seguridad y unas condiciones de conducción adaptadas. Como proveedor mundial de tecnología y servicios, Bosch aporta su experiencia en *hardware* y *software* a nivel de sistema a la cooperación para el desarrollo. Bosch también es líder en tecnología de sensores MEMS (sistemas microelectromecánicos) y desarrolla y fabrica sensores de presión de neumáticos que utilizan el estándar *Bluetooth Low Energy* (BLE). Mediante la fusión de esta experiencia con las tecnologías de dispositivos en el neumático de Pirelli –tanto *hardware* como *software*–, algoritmos y modelado de neumáticos, será posible recoger, procesar y transmitir datos de los neumáticos en tiempo real para proporcionar parámetros para el sistema de control electrónico del vehículo, utilizando BLE con muy bajo consumo de energía. Pirelli y Bosch pretenden ahora explotar la tecnología MEMS de Bosch para aplicaciones en los neumáticos.

Pernod Ricard

Espumante en lata y su primer bourbon en Argentina

En los últimos cuatro años, la categoría de espumantes tuvo una transformación significativa. Lejos de estar reservada solo para celebraciones, hoy se disfruta en múltiples ocasiones, ya sea en la clásica copa flauta, con hielo o como parte de un cóctel.

Ante esta evolución, Bodega Mumm amplió su portafolio con espumantes en lata, “un formato más sostenible, con un mejor *out of pocket*, de rápido enfriado y práctico para el consumo de su reconocido Extra Brut”, destacaron desde la marca en junio, mes de su lanzamiento. Además, sumó una presentación en lata del Mumm Léger Spritz, un aperitivo de estilo refrescante. En 2024, incorporó las versiones Brut Rosé y Mumm Léger, lo que permitió consolidar una línea de cuatro variedades en lata, que hoy representa el 15% de las ventas totales de la marca.

Otro hecho destacado de Pernod Ricard en 2024 se dio a finales del año, cuando la com-



pañía presentó, su primer bourbon, lo que reforzó su portafolio de whiskies en el mercado. Elaborado exclusivamente con granos de Texas, TX Bourbon se produce con un meticuloso proceso artesanal, adaptado a las complejas condiciones climáticas de la región. Incluso los detalles de su botella reflejan su autenticidad: las tapas están confeccionadas con cuero reciclado de botas texanas.

Por otro lado, como es habitual, varias marcas del grupo participaron en eventos de gran impacto junto a artistas. Absolut, su icónica marca de vodka, tuvo presencia en Creamfields 2024 con un VIP que reunió a celebrities. Beefeater, en tanto, cerró La Ruta del Gin 2024 junto a Emmanuel Horvilleur, después de recorrer los principales bares del país con 31 activaciones.

Premio L'Oréal-Unesco Por las Mujeres en la Ciencia

Otras seis científicas fueron premiadas en Argentina

Solo el 33% de los investigadores actuales son mujeres y menos del 4% de los premios Nobel por avances científicos han sido concedidos a mujeres. Bajo el compromiso de visibilizar la labor de las mujeres argentinas en el ámbito científico, L'Oréal Groupe en Argentina junto al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) realizan desde hace 18 años el Premio Nacional L'Oréal – Unesco “Por las Mujeres en la Ciencia”, para reconocer, que este año estuvo en-

marcada en “Ciencias de la Materia”.

Desde 1901, 25 mujeres han recibido el Premio Nobel de Ciencias, entre ellas 15 (60%) desde la creación del programa L'Oréal-Unesco “Por las Mujeres en la Ciencia” en 1998. Seis de estas 15 mujeres habían sido galardonadas previamente con los Premios Internacionales L'Oréal-Unesco “For Women in Science” antes de recibir el Premio Nobel. En la decimoctava edición (2024), se presentaron 115 proyectos que estuvieron enmarcados en las ciencias de la materia.

En la edición local del premio, el premio se lleva a cabo desde hace 18 años en colaboración con Conicet y ha reconocido hasta el momento a 66 mujeres científicas.

En 2024, la ganadora de la *Categoría Premio* fue la Dra. Paula Cecilia Angelomé, investigadora en la Unidad Ejecutora del Instituto de Nanociencia y Nanotecnología – Nodo Constituyentes del Conicet y la Universidad Nacional de San Martín. Su proyecto “Catalizadores y sensores preparados a partir de la reutilización de residuos de metales nobles” tiene por objetivo producir catalizadores y sensores nanométricos eficientes utilizando oro proveniente de reciclado. Angelomé es investigadora principal del Conicet, trabaja en el Nodo Constituyentes del Instituto de Nanociencia y Nanotecnología (CNEA-Conicet) y en la Gerencia Química (CNEA). Allí realiza investigaciones relacionadas con el diseño y la síntesis de nanomateriales, enfocándose en aplicaciones innovadoras en campos como la óptica, la catálisis y la energía. Además, contribuye al desarrollo de proyectos interdisciplinarios que buscan integrar la nanotecnología en soluciones tecnológicas sostenibles. Por su parte, la ganadora de la *Categoría Beca* fue la Dra. Julieta Merlo, investigadora del Instituto de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de Materiales (INTEMA) del Conicet y la Universidad Nacional de Mar del Plata, por su labor vinculada a “La nueva era de los stents cardiovasculares: bioabsorción y moléculas bioactivas para recuperar la función arterial”. A través de su proyecto, busca desarrollar un nuevo tipo de stent biodegradable que no solo se desintegra de manera segura, sino que también protege el cuerpo de posibles daños, haciendo que los tratamientos para problemas cardíacos sean más seguros y efectivos. Merlo es investigadora asistente del Conicet y trabaja en el Instituto de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de Materiales (INTEMA) en Mar del Plata. Su trabajo en este instituto incluye investigacio-



nes sobre materiales metálicos para implantes y el desarrollo de materiales biodegradables para aplicaciones médicas, como *stents* cardiovasculares.

La científica distinguida en la categoría Premio recibió un apoyo económico de \$9 millones, y a la ganadora de la categoría Beca se le otorgó \$6 millones, a fin de que puedan continuar desarrollando sus proyectos.

También, se entregaron menciones especiales. En la categoría Premio, fueron reconocidas la Dra. María Laura Fanani, investigadora principal del Conicet y la Universidad Nacional de Córdoba, por su proyecto "Surfactantes bioactivos como base de un desarrollo tecnológico sostenible"; y la Dra. Karina Silvia Beatriz Miglioranza, investigadora del Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras (IIMYC) del Conicet y la Universidad Nacional de Mar del Plata, por su trabajo "Trazando la contaminación: Estudio espacio-temporal de PFAS, Hg y POPs en la atmósfera y áreas costeras bajo diferentes niveles de impacto antrópico".

Por su parte, en la categoría Beca fueron distinguidas la Dra. Lucía María Toscani, investigadora asistente del Instituto de Tecnologías Emergentes y Ciencias Aplicadas (ITECA) del Conicet y la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), por su proyecto "Diseño e implementación de nuevos materiales cerámicos nanoestructurados para una producción de energía limpia y sostenible"; y la Dra. Nadia Celeste Vega, investigadora del Instituto de Física del Noroeste Argentino (IFINOA) del Conicet y Facultad de Ciencias Exactas y Tecnología de la Universidad Nacional de Tucumán. Es distinguida por su trabajo "Desa-

rollo de Nanomateriales Semiconductores para su Aplicación en Dispositivos de Energía Renovable Solar y Control de Contaminación del Aire".

Holcim

Acciones y soluciones en sustentabilidad

"En Holcim Argentina tuvimos un gran 2024: a pesar del contexto desfavorable, seguimos creciendo y avanzando hacia nuestros objetivos", sostiene desde la compañía.

Uno de los hechos destacados fue la ampliación de la red de corralones Disensa, que llegó al local 550. También, anunció la prueba exitosa de construcción con impresión 3D, lo que se alinea con el objetivo de descarbonizar la industria de la construcción en Argentina. En esa línea, alcanzó a cubrir el 85% de sus operaciones con energía proveniente de fuentes renovables en las cuatro plantas de cemento e invirtió más de US\$ 15 millones en sustentabilidad. En este sentido, incorporó el primer camión 100% eléctrico de cantera en el país. Con la entrada en operación del modelo New Pure Electric Mining Trick, de la marca XGMT, Holcim Argentina evitará la emisión de más de 225 toneladas de CO₂ al año, lo que equivale a retirar de circulación a 53,6 automóviles o el mismo CO₂ absorbido por un bosque con una superficie de más de 7,5 veces la superficie del Parque Central de Mendoza. Además, se espera una reducción significativa en los costos operativos y

una mejora en la homogeneidad de la materia prima, aspectos cruciales para optimizar las operaciones en cantera.

Por otro lado, la compañía continuó la diversificación de sus productos y servicios, consolidándose como compañía de soluciones integrales para la construcción. Adquirió nuevas verticales de negocio, a través de la compra de la empresa de premoldeados y pretensados de hormigón Tensolite. Actualmente, con su portafolio de soluciones, logró cubrir el 80% de los materiales necesarios para construir una vivienda.

También en 2024 se alió al Club Talleres de Córdoba. Como parte del acuerdo, brinda sus soluciones, desde pinturas hasta cemento y hormigón, para el club.

Tiendanube

Acelera su evolución con nuevas soluciones para potenciar el e-commerce

Tiendanube sigue ampliando su ecosistema con innovaciones que fortalecen la gestión y el crecimiento de las marcas digitales.

La plataforma de e-commerce presentó en abril Envío Nube, Punto de Venta y más de 100 funcionalidades. Aspectos como mejorar la experiencia de los consumidores, aumentar la tasa de conversión, reducir costos, alcanzar nuevas audiencias y fidelizar la base de clientes son algunas de las posibilidades de estas soluciones que expandirán los negocios de miles de marcas digitales que eligen a la plataforma.

Envío Nube es una solución propia de logística, que permite mayor agilidad y administración. Sin importar el tamaño del negocio, este nuevo lanzamiento permitirá un ahorro de hasta el 20% en la logística del negocio. Así como ya lo hizo con pagos, con su propia solución Pago Nube, Tiendanube abre camino con los primeros pasos en el mundo de la logística propia integrada a la plataforma que ya utilizan más de 45.000 marcas en Argentina.

Otra novedad que viene de la mano de los desarrollos para el mundo offline, Punto de Venta, una solución que permite la gestión del stock, administración y control de la tienda online y física de forma automatizada e in-

PORTADA |

tegrada en un solo lugar. Esto busca generar mayor flexibilidad diaria en las ventas, ahorros de tiempo y un aumento en la tasa de conversión y satisfacción del consumidor en las compras.

Con la adquisición en 2023 de la empresa Perfit, proveedor de soluciones de automatización de marketing, la compañía sigue avanzando en la implementación de tecnología basada en IA en su plataforma, que permite nutrir la relación con los clientes, usando estrategias de marketing personalizadas y más rentables para crear comunicaciones automatizadas y con acceso a nuevas estrategias de fidelización totalmente asistidas. A partir de ello, en septiembre, la compañía anunció el lanzamiento de Marketing Nube, una unidad de negocios enfocada en la automatización del marketing. Así, la compañía busca expandir su oferta de soluciones de marketing en los próximos años, y para ello, anunció una inversión de más de US\$ 3,5

millones en esta unidad de negocio en 2025. Con esta iniciativa, Tiendanube busca potenciar a las marcas que utilizan la plataforma de comercio electrónico a través de herramientas de marketing escalables y accesibles. La solución tiene como objetivo optimizar las ventas y mejorar la gestión entre las tiendas en línea y los consumidores. Con IA, genera contenidos de forma rápida y creativa, facilitando la labor diaria de los emprendedores. Al formar parte del ecosistema de soluciones de Tiendanube, Marketing Nube ya está totalmente integrado a la tienda virtual, facilitando la gestión de campañas y el monitoreo de resultados.

Otro hito destacable de la marca es su desembarco en Chile, que se dio en el mes de abril, en el marco de su expansión regional. Según el informe Nube Commerce 2025, las marcas que gestionan sus negocios *online* con la tecnología de Tiendanube tuvieron un incremento de 30,17% en la cantidad de ven-

tas del año en comparación con 2023. También se destacó el uso de Pago Nube, la solución de pagos de Tiendanube, que triplicó su porcentaje de uso, entre las disponibles.

Avon

Obtiene la aprobación de sus líneas cosméticas con Leaping Bunny

A partir de la asociación con Cruelty Free International, principal organización que trabaja para ponerle fin a los testeos con animales, Avon avanzó en la aprobación de todo su porfolio bajo este programa de estándares reconocido mundialmente.

El proceso de aprobación de Leaping Bunny para la marca comenzó en 2023 con las líneas de Perfumería, Avon Care y Anew, mientras

Estremar

Presenta el primer barco pesquero híbrido de Sudamérica

El 30 de agosto, Ushuaia, Tierra del Fuego, fue testigo de la presentación oficial del "Centurión del Atlántico", el primer buque pesquero híbrido de Argentina. Esta reconversión, realizada en el Astillero Westcon en Florø, Noruega, es fruto de una inversión de más de US\$ 45 millones y la colaboración entre autoridades argentinas y noruegas.

El "Centurión del Atlántico" ha tenido Ushuaia como puerto base desde 1992, y tras su reconversión, se posiciona como un buque factoría pionero, que incorpora tecnología de propulsión híbrida. Esta innovación reduce significativamente el consumo de combustible y las emisiones de CO2, estableciendo un nuevo estándar en la transición hacia prácticas pesqueras más sostenibles.

Marcos Osuna Andrade, CEO de Estremar, afirmó: "Con la modernización del Centurión del Atlántico, hemos realizado nuestra inversión más significativa, permitiéndonos producir surimi y harina de pescado de la más alta calidad mientras minimizamos nuestra huella de carbono. Este avance refleja un compromiso continuo hacia la reducción de nuestro impacto ambiental, un camino de progreso que no tiene vuelta atrás".

Desde Estremar, indican que este proyecto, la mayor inversión en un barco pesquero hecho



por una empresa argentina, es el resultado de una estrecha colaboración entre Argentina y Noruega. Involucró a un equipo diverso que incluyó proveedores, autoridades, y la Prefectura Naval Argentina, que fue responsable de la supervisión y certificación de la tecnología híbrida.

"El buque es una verdadera fábrica flotante con más de 90 tripulantes, que captura y produce productos terminados como surimi o pescado elaborado y clasificado ya listo para exportación. Los restos del proceso de pescado son usados para producir harinas, ob-

teniendo como subproducto aceite que es aprovechado como combustible. Esto contribuye a la reducción de la huella de carbono y el completo aprovechamiento de los recursos capturados", explican desde la firma. La matriz energética del barco ha sido rediseñada para optimizar su eficiencia, logrando una reducción significativa en el consumo de energía y, por ende, en su huella de carbono. La tecnología híbrida permite que los excesos de energía generada se acumulen en baterías y queden disponibles para ser utilizada en la medida de su requerimiento.



que en 2024 se sumó la aprobación de la línea de maquillaje. Para conseguir esta aprobación, se exige también un proceso de verificación de la cadena de suministro, lo cual suma profundidad al proceso.

"Hace más de 30 años, Avon promueve una belleza libre de crueldad, impulsando el fin de los ensayos cosméticos en animales y apoyando métodos que no los incluyan. Así, la marca colabora con organizaciones líderes como el Institute for In Vitro Sciences, FRAME (Fund for the Replacement of Animals in Medical Experiments) y Humane Society International para avanzar en pruebas alternativas y en cambios regulatorios que favorezcan el cuidado animal", señalan desde la compañía.

BitBase

Primeros cajeros de criptomonedas en Argentina

La empresa española BitBase anunció en diciembre su desembarco en la Argentina. Tras construir una red de cajeros automáticos y tiendas físicas en su país de origen, la expansión a Latinoamérica tiene como objetivo llevar su modelo de negocio enfocado en el "usuario común" a uno de los mercados más activos del sector a escala global.

Con una inversión estimada de € 500.000, la empresa cripto con cientos de cajeros y tiendas físicas en España llega al país con un local propio en Recoleta. Cualquier persona podrá

registrarse y cambiar sus activos por dólares o pesos.

La inversión incluye la adquisición de nuevos cajeros automáticos que serán instalados en diferentes puntos del país, la apertura de nuevas tiendas y la adaptación de su aplicación a las normativas locales vigentes. Además, ya cuentan con un equipo local de 10 personas, y alianzas con instituciones locales como ONG Bitcoin, cuyo propósito se encuentra con el de la marca, educar a los usuarios y brindarles un espacio donde se sientan seguros a la hora de operar con criptoactivos, evitando posibles estafas y fraudes.

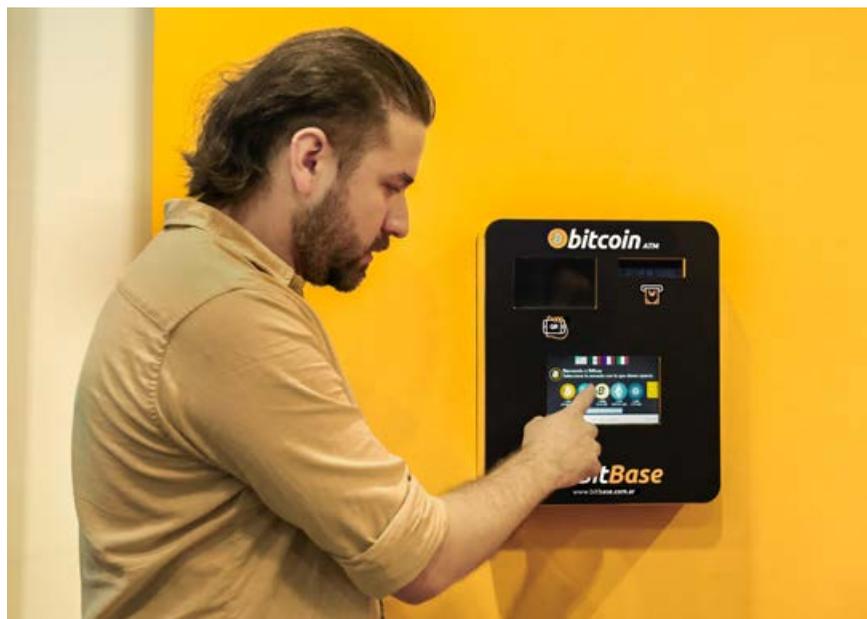
En esta primera etapa, BitBase contará con un local físico ubicado en Av. Callao 1938,

Recoleta. "Nuestro objetivo inicial es que las personas se familiaricen tanto con la atención personalizada que ofrecemos como con el uso del cajero automático, facilitándoles la compra de criptomonedas de manera segura y sencilla", explica Nadia Karabin, *Regional Director y Partner* de BitBase Argentina. Y agrega: "En la tienda se podrán adquirir criptomonedas en efectivo, ya sea con pesos o dólares, y también realizar retiros de dinero vendiendo criptomonedas para obtener efectivo en la moneda que más te convenga. En pocos meses, añadiremos la opción de comprar y vender estos activos electrónicamente con tarjetas bancarias".

BitBase nació en España a finales de 2017, impulsada por su fundador y CEO, Alex Fernández, quien identificó la necesidad de acercar el mundo de las criptomonedas a la gente de a pie. La empresa cuenta en España con 135 cajeros automáticos de criptomonedas, 24 tiendas físicas, 50 empleados y más de 35 mil usuarios activos.

El primer país de la región en el que desembarcó BitBase fue Paraguay, donde ya tienen dos tiendas físicas y tres cajeros automáticos. Luego siguió Costa Rica y, más recientemente, Panamá, donde hay una tienda y siete cajeros de compra y compraventa.

BitBase espera lograr un crecimiento significativo en la Argentina. El objetivo principal es replicar el modelo exitoso implementado en España y alcanzar, en el primer año, una facturación aproximada al 20% de la facturación actual en España.





EDICIÓN 2025
 CONGRESO
 ECONÓMICO
 ARGENTINO



20
 25

ARGENTINA EXPOEFI

ECONOMIA + FINANZAS + INVERSIONES

29-30
 ABRIL

INSCRIPCIÓN
 GRATUITA
EXPOEFI.COM

CEC:
 Centro de Convenciones
 Buenos Aires

Sponsors Oro



exness

ppi

Rava Bursátil



Media Partner

Mercado

Sponsors Plata



Copileidy®



GRUPO



Sponsors Bronce



BALANZ



MAX
 CAPITAL

Prevención Salud
 de SANCOR SEGUROS

Sinteplast

Recuplast Atérmico: tecnología, eficiencia y sostenibilidad

El lanzamiento de Recuplast Atérmico destacó a Sinteplast como protagonista de 2024. Se trata de un producto que integra tecnología de vanguardia, eficiencia energética y compromiso ambiental. Este desarrollo es fruto de años de investigación y trabajo en I+D.

Recuplast Atérmico es una membrana 100% acrílica de producción nacional con propiedades atérmicas, reflectivas e impermeabilizantes, diseñada para proteger y optimizar los espacios. Gracias a su formulación con microesferas huecas de vidrio, logra reflejar más del 80% de los rayos solares, reduciendo la temperatura interior hasta en 10°C. Pero su

impacto no se mide solo en beneficios técnicos, sino que es una apuesta por un futuro más sustentable. Al disminuir la necesidad de refrigeración de los hogares, reduce el consumo energético, ayudando a mitigar el impacto ambiental y promoviendo un estilo de vida más consciente.

Además, su capacidad impermeabilizante evita el paso del agua y la humedad, protegiendo superficies como techos y paredes. Su alta capacidad de reflejo solar preserva la estructura de las edificaciones y minimiza la adherencia de suciedad y smog, prolongando su durabilidad con un mantenimiento sencillo.

jappa!

Alcanza los 3 millones de usuarios

jappa!, la compañía tecnológica que transforma la experiencia de los usuarios en los

centros comerciales, cierra un 2024 lleno de logros y con la mira puesta en la expansión regional. Con más de 3 millones de usuarios, la app está presente en los 16 centros comerciales más importantes de Argentina desde su lanzamiento en 2019.

Durante diciembre, jappa! alcanzó un nuevo hito al posicionarse como la aplicación más descargada en App Store y Play Store. Además, la compañía visitó Guatemala y Colombia como parte de su plan de expansión en Latinoamérica, con el objetivo de llevar su tecnología a nuevos mercados.

En 2025, jappa! planea continuar su crecimiento con la apertura de operaciones en México, para acelerar la evolución del *retail* físico en la región. "Gracias a su capacidad para generar datos clave sobre los consumidores, se posiciona como un aliado estratégico para marcas y centros comerciales que buscan innovar y adaptarse a las nuevas demandas del mercado", señalaron desde la compañía.

Rappi

Lanza "El nuevo Rappi", apalancado en IA

Rappi realizó en 2024 la mayor actualización de su app de *delivery* desde su creación en 2015. Esta versión introduce un enfoque que combina tecnología avanzada, interacciones sociales y eficiencia. "Ahora, Rappi no solo facilita pedidos, sino que se convierte en una plataforma social donde los usuarios pueden compartir sus lugares favoritos con amigos, seguir recomendaciones de *influencers* y acceder a reseñas confiables", detallan desde la compañía.

Uno de los aspectos más destacados de esta actualización es el uso de inteligencia artificial para mejorar la experiencia del usuario. La IA impulsa las búsquedas inteligentes, ofreciendo recomendaciones personalizadas basadas en hábitos de consumo. Esto permite encontrar opciones específicas, como "regalos para el Día de la Madre", con resultados relevantes. Además, optimiza la organización de listas de compras y la comparación de precios, ayudando a los usuarios a ahorrar tiempo y dinero.

Otra innovación es la integración del servicio de entregas ultrarrápidas Turbo, que se apoya en IA para optimizar rutas y tiempos de entrega. También se introduce una pestaña de Ofertas con descuentos personalizados

y promociones como 2x1, diseñadas a partir del análisis de preferencias del usuario.

Por otra parte, en marzo, Rappi comunicó su alianza con Marriott Bonvoy, el programa de viajes de Marriott International. A partir de este acuerdo, los socios que vinculen sus cuentas podrán disfrutar de beneficios especiales y promociones exclusivas. Los usuarios de Rappi Pro disfrutarán de beneficios especiales y tendrán más oportunidades de acumular puntos. En este mismo sentido, en

noviembre, Rappi dio a conocer una alianza con Civitatis para acceder a tours y actividades en distintas partes del mundo. Así, desde Rappi Travel, la sección de viajes de Rappi, se pueden reservar visitas guiadas, excursiones, entradas a museos y actividades locales en español. Los miembros de Rappi Pro pueden obtener un beneficio de un 10% del valor de sus compras en créditos Rappi, y utilizarlos para seguir comprando productos y servicios dentro de la app.



PORTADA |

Nubi

Una tarjeta corporativa prepago para digitalizar la gestión de los gastos

La compañía de soluciones digitales de Grupo Comafi fortaleció su enfoque en el segmento B2B al simplificar la gestión de beneficios y pagos corporativos.

Uno de los hitos más relevantes de Nubi en 2024 fue el lanzamiento de su tarjeta prepaga corporativa junto con una plataforma de

autogestión. Esta herramienta permite a las empresas administrar fondos con mayor eficiencia, ofreciendo a los equipos de finanzas y recursos humanos la posibilidad de asignar tarjetas, distribuir fondos y acceder a informes detallados de consumo. Para los usuarios, la app facilita la visualización de saldos y movimientos en tiempo real, además de la carga de comprobantes mediante fotos al momento del gasto, agilizando el proceso de rendición.

Nubi Corporativa, una tarjeta Visa prepaga internacional, está diseñada para gestionar distintos tipos de gastos empresariales, como viajes, capacitaciones, suscripciones y combustible, además de compras cotidianas en

librerías, insumos y refrigerios. También permite realizar extracciones de efectivo a través de Rapipago, Extra Cash y cajeros automáticos, tomando el tipo de cambio del día en consumos internacionales.

El proceso de alta es completamente digital y compatible con sistemas iOS y Android. Desde la compañía destacan que digitalizar los gastos de los colaboradores mejora la eficiencia financiera de las organizaciones, al centralizar los pagos en una sola plataforma autogestionable, personalizar montos y rubros, y acceder a reportes detallados de consumo por empleado. Con un fuerte foco en empresas del sector privado y organismos públicos, Nubi apunta a triplicar su base de usuarios y clientes en 2025.

El crecimiento de la compañía en 2024 fue notable: superó los 400 clientes, duplicó la cantidad de transacciones procesadas y cuadruplicó el volumen de dinero destinado a beneficios y pagos corporativos a través de su tarjeta.

Además, la compañía lanzó el premio MEB en alianza con WTW y la Universidad de San Andrés. Este reconocimiento busca destacar los mejores programas de beneficios para colaboradores e impulsar la adopción de buenas prácticas en el sector.

Empresas como Mirgor, Global Processing, Fratelli Branca, Natura, Banco Ciudad, Mondelez, Arcos Dorados, Roche, Supermercados Día, Pecom, Familia Bercomat, Danone y Telefónica presentaron sus iniciativas, actualmente en evaluación por el jurado.

El evento de premiación se llevará a cabo en abril de 2025 y reunirá a más de 150 líderes empresariales y especialistas en recursos humanos, quienes compartirán los resultados del concurso y las principales tendencias en beneficios corporativos.



Frávega

Ofrece compras en el exterior

Desde finales de diciembre, los clientes de Frávega encontraron un surtido más amplio de productos en su tienda *online*. La posibilidad de comprar productos de otras partes del mundo aparece destacada como "compra internacional" y también se puede ver toda la oferta en un apartado de la plataforma.

Desde la marca, indican que para asegurar la transparencia y facilitar la comparación de productos entre los vendedores nacionales y extranjeros, las publicaciones en la plataforma tienen el precio final de venta al público (con los costos de importación incluidos en el precio).

"Con esta posibilidad que habilitó la desregulación del régimen de *courier* los clientes

pueden hacer compras en el exterior con una tasa de importación reducida y sin perder los beneficios de operar con una empresa local, explican desde la marca", sostiene desde la compañía. "Estamos ante un nuevo hito en el desarrollo de nuestro *marketplace*. Frávega es el caso más relevante de transformación digital de una empresa centenaria a una empresa joven y dinámica. Hoy, la mitad de nuestras ventas vienen del canal *online* y la experiencia adquirida nos permite dar este nuevo paso para que nuestros clientes encuentren todo lo que necesiten en nuestras tiendas", expresó Juan Martín Romero, director ejecutivo de Negocios y Tecnología de Frávega, en aquel momento.

FluidsControl

Firma un convenio con Conicet para el desarrollo de tecnologías nacionales

FluidsControl, empresa argentina especializada en el diseño y fabricación de equipos y productos para filtración y manejo de fluidos industriales, cerró en septiembre un acuerdo con Conicet para el desarrollo de tecnologías

nacionales y de última generación para el saneamiento y tratamiento de líquidos de proceso destinadas a los sectores farmacéuticos, biotecnológicos, vitivinícolas, de alimentos y bebidas.

El acuerdo se realizó en el marco de un convenio de Investigación, Desarrollo y Licencia (I+D+L), y su principal objetivo es la producción de membranas con aplicaciones en la elaboración de productos a base de suero y sangre, medios de cultivo, soluciones oftalmológicas, medicamentos orales y soluciones proteicas, antibióticos, vacunas, inyectables generales, medicamentos oncológicos y psicotrópicos y también productos biotecnológicos del sector farmacéutico humano como veterinario y soluciones no estériles. Estos desarrollos tendrán un gran alcance ya que también se utilizarán en el mercado de alimentos y bebidas, abarcando desde la producción de vino hasta cualquier proceso

que requiera el control de microorganismos. Las membranas que serán producidas por FluidsControl permitirán sustituir un insumo que actualmente es importado por uno 100% nacional, lo cual ofrece soluciones más eficientes y económicas que permiten ahorrar hasta un 40% en sectores fundamentales como el farmacéutico y el alimentario. Gracias a esta tecnología y a un equipo interdisciplinario conformado por profesionales de diversas áreas como ingeniería química, industrial y mecánica con gran experiencia en aplicaciones y procesos de purificación, se podrá sanear y tratar aguas y líquidos de proceso para las industrias farmacéutica, biotecnológica, vitivinícola, alimentos y bebidas.

Schneider Electric

Crea una calculadora para reducir la huella de carbono en edificios

En el último trimestre del año, Schneider Electric anunció la creación de una calculadora para reducir la huella de carbono en edificios, que permite a los usuarios evaluar y priorizar de forma eficiente las situaciones de modernización. Además, ayuda a sortear el desafío de equilibrar los costos acumulados y las emisiones desde ahora hasta el año 2050 con el fin de definir la mejor opción para lograr el cero neto.

Se trata de una herramienta *online* que incentiva a los dueños y operadores de edificios a probar y descubrir rápidamente una varie-

IRSA

Compra un shopping de Carrefour y expandirá su negocio principal

IRSA y Carrefour anunciaron la operación por la cual la principal operadora de *shopping centers* del país adquirió el centro comercial "Terrazas de Mayo", que funciona junto al hipermercado que posee la cadena francesa en la Av. Pres. Arturo Umberto Illia 3770, partido de Malvinas Argentinas. El precio convenido fue de US\$ 27,75 millones.

Carrefour conserva la propiedad del hiper-

mercado. Se trata de la tercera cooperación entre las dos empresas, ya que en los centros comerciales Alcorta y Soleil funcionan tiendas de Carrefour. En los tres casos ambos grupos son copropietarios de los predios en los que se asientan los complejos comerciales de que forman parte.

"La operación está alineada a nuestra actual estrategia de negocios, concentrando los re-

ursos en seguir afianzando nuestro liderazgo en retail", dijo Candela Arias, codirectora ejecutiva de Carrefour Argentina. "La transacción nos permitirá robustecer la administración de las más de 100 galerías comerciales que gerenciamos alrededor de nuestras sucursales. De esta forma continuaremos potenciando el ecosistema de productos y servicios que complementan la experiencia de compra de nuestros clientes".

Por su parte Eduardo Elsztein, presidente de IRSA, afirmó que la operación "nos consolida como el principal operador de centros comerciales de la Argentina. Es nuestro 16avo centro comercial (uno de ellos gerenciado por un tercero) y está dentro de los cinco más grandes de nuestra empresa". Con Terrazas de Mayo, IRSA agrega a su portafolio unos 33.720 m² de ABL (área bruta locativa) y más de 90 locales y 20 góndolas en una zona del Conurbano Bonaerense en franco crecimiento. El *shopping*, además, cuenta con 10 salas de cine de última generación y espacios para agregar nuevos locatarios.

Terrazas de Mayo (cercano a los barrios de San Miguel y Bella Vista, y al predio militar Campo de Mayo) está ubicado en el cruce de las Rutas 8 y 202. Recibe unos 7 millones de visitantes por año, número que IRSA aspira a incrementar. Por los 14 centros comerciales que hoy opera pasan alrededor de 110 millones de visitantes por año.



PORTADA |

dad de medidas de conservación de energía y carbono para identificar con facilidad las mejores opciones según los datos simulados. Mediante un conjunto de datos de casi 500.000 modelos de rendimiento de edificios que incluyen distintos tipos, tamaños y geografías de edificios, la calculadora de descarbonización de edificios evalúa el carbono y la rentabilidad financiera de las ECCM (*Energy and Carbon Conservation Measures*), y compara sus vías de descarbonización con las multas de la ley local 97 de la ciudad de Nueva York y con las del monitor del riesgo de carbono en el sector inmobiliario (Carbon Risk Real Estate Monitor, CRREM).

La calculadora se creó en colaboración con JLL, empresa de gestión de inversiones e inmuebles comerciales, y C.scale, una filial del estudio de arquitectura EHDD con sede en San Francisco. JLL contribuye a la calculadora realizando modelos de rendimiento de edificios, y C.scale trabaja estrechamente con

Schneider Electric en modelos de aprendizaje automático.

Brubank Empresas

Gana el premio Oro a los innovadores financieros de Fintech Americas 2025

El banco digital Brubank fue reconocido con el premio Oro a los Innovadores Financieros en las Américas 2025 de Fintech Americas, por el proyecto Brubank Empresas que, utilizando su tecnología, está creando una experiencia que cambia la manera en que las pymes potencian sus negocios en Argentina. Brubank fue seleccionado entre más de 300 nominaciones de 18 países, entre los bancos

e instituciones financieras más representativas de la región.

Juan Bruchou, CEO y cofundador de Brubank, expresó: "Innovar es, y fue siempre, parte de nuestro ADN. Desde 2017, empujamos los límites de la industria financiera en Argentina. Hoy, tenemos el orgullo de ofrecer a las pymes y emprendedores una experiencia 100% digital, sin burocracia, donde cada gestión es simple, accesible y segura". Además, agregó: "Ser destacados por Fintech Americas entre los bancos más innovadores de América Latina, representa un gran hito y es un enorme orgullo para todos los que trabajamos en Brubank".

Para obtener este reconocimiento, el proyecto de Brubank Empresas fue evaluado utilizando la rúbrica de puntuación Veritas de Fintech Americas, que analiza siete atributos: Viabilidad, Empatía, Rigor, Ingenio, Tracción, Economía Alcanzable e Impacto Sostenible.

Adidas

Abre su tienda más importante de Argentina

Adidas Argentina inauguró en octubre una nueva tienda ubicada en el segundo nivel del shopping Unicenter. Se trata de la reapertura del espacio, que dispone de un total de 800 m² de piso de venta, lo que la convierte en la tienda de concepto de Adidas más grande del país.

Bajo el formato "Home of Sports", esta tienda ofrece a sus consumidores el tope de gama de las categorías más importantes de la marca, como Running, Training, Football, Lifestyle, Outdoor, Tennis, Paddle, Basketball, Rugby, Hockey y Swimming. La marca de las tres tiras busca reunir en este espacio a atletas, embajadores de marca, clientes y consumidores.

Algunos de los espacios para conocer dentro de la tienda son:

Experiencia Football: la marca celebra en esta tienda la extensa trayectoria de Lionel Messi con las tres tiras, con una propuesta en la que las personas podrán realizar un recorrido por los mejores momentos del jugador, celebrar sus logros con los productos que lo acompañaron y acceder a productos exclusivos de su línea.

Área Running: la marca reconoce a sus atletas con una pared de récords mundiales, y destaca sus logros con los productos que los



llevaron al podio. Asimismo, cuenta con un Run Lab, con tecnología Motion Metrix para que los aficionados del *running* puedan, junto al asesoramiento de un especialista, hacer un estudio de su pisada al correr y acceder a un informe técnico que permite comparar y encontrar el calzado ideal para maximizar el rendimiento. Esta tecnología está disponible

en solo cinco tiendas en el mundo.

Área de Customización: en línea con las grandes tiendas del mundo, y acompañando la tendencia de personalización de productos, la marca desarrolló un espacio de *customización* para que los clientes puedan personalizar las prendas que elijan, con parches, pines, *flockings*, cordones, entre otros accesorios.

Fanbag

Desembarca en Colombia

La empresa de regalos de experiencia Fanbag alcanzó un hito clave en 2024 con el inicio de sus operaciones en Colombia, como parte de un plan de expansión regional. Con 15 años de trayectoria, la compañía, que ya cuenta

con presencia en Argentina y Paraguay, se consolida ahora en este país, ofreciendo más de 4.000 experiencias a través de una red de más de 800 prestadores.

La sede se encuentra en Bogotá y se formó con un equipo local. Este enfoque le permite adaptar su propuesta a las particularidades del mercado colombiano.

La empresa evalúa, para 2025, nuevos mercados en Latinoamérica, como México y Bra-

sil. Su objetivo es consolidar su presencia en cinco países para 2026.

El crecimiento de Fanbag también incluye el desarrollo de Happier, su plataforma de puntos flexibles diseñada para reconocer y motivar a colaboradores, clientes y equipos comerciales.

Maslow

La personalización de los beneficios

Distintos estudios han demostrado que una parte importante de los beneficios ofrecidos por las compañías no son efectivamente utilizados por las personas. Esto se debe, en gran parte, a que quienes conviven en una organización tienen necesidades y demandas muy diferentes, que no siempre pueden ser resueltas mediante propuestas generalizadas. De esta manera, la personalización de los beneficios a los trabajadores se convirtió en un factor clave en las propuestas de valor de las compañías.

En este marco, a finales de 2024, se presentó Maslow en la Argentina, una plataforma que permite a las empresas ofrecer una gama de beneficios personalizados que se ajustan a las necesidades y preferencias individuales de sus empleados, estén donde estén.

La empresa fue fundada por Matías Botbol (fundador de Taringa), Diego Boryszanski y Ricardo Migoya y vino a solucionar uno de los principales problemas que tienen las empresas: la fidelización de talento, un dolor que atraviesa a todos los sectores, y que ellos mismos habían experimentado en sus emprendimientos anteriores.

“La plataforma permite que cada persona, en cualquier parte del mundo, reciba exactamente lo que necesita para sentirse valorada y motivada. Además, centraliza la gestión de beneficios, resolviendo las complejidades administrativas, operativas y logísticas, para que las empresas puedan ofrecer beneficios personalizados de manera eficiente y efectiva, alineando así sus objetivos corporativos con el bienestar auténtico de su gente”, detallaron sus creadores.

Las compañías se suscriben a la plataforma, pagando una tarifa por colaborador, lo que les permite acceder a un conjunto de herramientas avanzadas para personalizar y admi-

nistrar los beneficios de su equipo a escala global. “Maslow no solo facilita la operación y logística de estos programas, sino que también optimiza el uso de los recursos, asegurando que cada centavo se invierta en lo que realmente importa a las personas”.

El sistema se basa en el otorgamiento de créditos (que mantienen su valor en dólares), que los empleados pueden ir acumulando y canjeando en lo que prefieren. “Si bien gran parte de las personas canjean sus créditos en los primeros días de recibirlos, hay quienes acumulan durante meses, para luego utilizarlos, por ejemplo, en viajes”, comentaron sus creadores en la presentación de la compañía. Además, los ejecutivos destacan que una de sus mayores fortalezas es la capacidad de ofrecer información en tiempo real, lo que permite a las empresas auditar las preferen-

cias de sus equipos y comunicar cualquier novedad de manera instantánea.

Otro factor que los diferencia es su equipo de alianzas, que trabaja con las empresas para agregar los beneficios que realmente interesan y aportan valor a sus empleados.

La compañía recibió fondeo de Newtopia VC, BDev Ventures e inversores ángeles por US\$ 920.000. Tiene más de 80 clientes en 10 países, entre ellos Unilever, Manpower, L'Oréal, Havas, LDC, Nowports, Tiktok y llega a 25 países como México, Argentina, Colombia, Paraguay, Bolivia, Chile, Estados Unidos, España y Alemania entre muchos otros.

La plataforma es utilizada por más de 500.000 usuarios y cuenta con más de 5.000 beneficios en toda Latinoamérica, entre los que se incluyen verticales como Salud, Educación y Entretenimientos, entre otros.



PORTADA |

Aveno

Lanza el programa Agricultura Regenerativa, junto al INTA

El jueves 17 de octubre de 2024, en la ciudad de Tres Arroyos, directivos de Laboratorios Andrómaco, junto con las autoridades del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) y del Ministerio de Desarrollo Agrario, firmaron un acuerdo para lanzar un programa de agricultura regenerativa. El objetivo es fortalecer y aportar habilidades y competencias a futuros profesionales y consumidores sobre la regeneración de suelos y la producción agropecuaria para continuar



desarrollando avena libre de gluten. Aveno, la marca para pieles sensibles de La-

laboratorios Andrómaco trabaja con altos estándares de calidad respaldada por el aval

Fischer

Inaugura una nueva planta y duplica su capacidad de producción y exportación



Con una inversión superior a US\$ 10 millones, Fischer inauguró en noviembre una nueva planta que le permitirá duplicar su capacidad de producción y exportación. La planta se encuentra en El Talar, Provincia de Buenos Aires. En este contexto, Eric Castanier, CEO de Argentina y director regional Américas, comentó: "Nuestra reciente inversión en infraestructura en Argentina representa un paso fundamental en nuestro compromiso con el fortalecimiento de nuestras operaciones en la región. Este avance nos permitirá responder con mayor agilidad a las demandas del mercado local y, al mismo tiempo, potenciar nuestras operaciones de exportación. En los

últimos tres años, hemos tenido la fortuna de duplicar nuestra facturación en Argentina y empezar a consolidar otros mercados en la región. Con el apoyo de nuestra casa central, miramos hacia el futuro con ambición y determinación, proyectando cuadruplicar nuestras operaciones para el año 2030". Además de los beneficios productivos, esta expansión impulsará la creación de nuevas oportunidades laborales en Argentina. Actualmente, Fischer cuenta con más de 120 empleados en el país y espera incrementar este número a medida que la producción crezca. La nueva planta incorporará una línea de productos de última generación, fabricados en

Argentina y destinados tanto al mercado local como a la exportación. La empresa también ha implementado un enfoque integral en su departamento de servicio al cliente, adaptando sus operaciones para atender las necesidades regionales en colaboración con sus equipos de ingeniería, marketing y ventas para exportación. Este enfoque proporciona una mayor previsibilidad y busca fortalecer las relaciones a largo plazo con los clientes.

Fischer produce tarugos ecológicos con materiales reciclados y cuenta con productos certificados LEED, que respaldan prácticas de construcción sostenibles. Además, la empresa elabora anualmente un informe de huella de carbono y ha implementado sistemas de selección de residuos, colaborando con empresas recicladoras para minimizar el impacto ambiental. La planta cuenta con instalaciones eficientes, incluyendo iluminación LED, almacenamiento de agua de lluvia y aislación térmica para reducir el consumo de energía. El nuevo establecimiento de Fischer no solo duplica la capacidad productiva, sino que también ofrece numerosas mejoras en su diseño y distribución del espacio respecto a la planta anterior.

En 2024, Fischer ha inaugurado además ocho nuevas franquicias en el país, y planea abrir entre 20 y 25 nuevos locales en 2025. También se destaca la línea de productos químicos diseñada para su transporte sin hojas de seguridad, lo que garantiza la máxima seguridad para los usuarios y el medio ambiente.

científico de los profesionales del laboratorio. Luego de 15 años de investigación, y junto al equipo de mejoramiento vegetal de la Chacra Experimental Integrada de Barrow (MDS-INTA), se desarrolló una avena seleccionada con una genética especial libre de gluten. Mediante Novachem, el INTA abastece a Laboratorios Andrómaco de esta avena para la elaboración de la línea Aveno.

La avena de los productos Aveno posee un rico contenido de almidón y lípidos, lo que ofrece para la piel hidratación, reestructuración y propiedades emolientes, ideales para el cuidado de las pieles sensibles y reactivas. Es nutritiva y regeneradora, ya que contiene proteínas y aminoácidos.

El proceso de la obtención de la avena fue lo que impulsó la firma de un acuerdo público-privado entre Aveno y el INTA. Esta colabora-

ción permite que las soluciones desarrolladas tengan un respaldo sólido y acceso a un público más amplio.

Además, en abril, Aveno presentó "Aveno Refill", para la Emulsión Corporal, con el fin de reutilizar el envase original, reduciendo el impacto medioambiental, un 67% la cantidad de plástico y un 59% la huella de carbono.

DHL

DHL Express se expande

En 2024, como parte de su expansión regional en mercados estratégicos, DHL Express, el servicio internacional de entrega expreso de Grupo DHL, ha inaugurado dos nuevos puntos de venta en Argentina: una en Rosa-

rio y otra en Mendoza. En Mendoza, la compañía también lanzó su nuevo servicio Wine Express para atender la creciente demanda de las bodegas locales y facilitar la exportación de sus vinos. La inversión pretende llegar a más pymes, que ya representan alrededor del 85% de la base de clientes de la compañía en el país. Esta expansión se suma a las 26 sucursales inauguradas en los últimos tres años en Argentina, como parte de un plan que ha implicado una inversión de más de US\$ 1,4 millones.

La compañía también ha realizado importantes inversiones en tecnologías y procesos más sustentables, como parte de su programa GoGreen. Este programa, que busca reducir las emisiones de carbono y minimizar el impacto ambiental de las operaciones, ha impulsado la compra de vehículos eléctricos

Arredo

Invierte \$300 millones en su nuevo local accesible y sustentable

En noviembre, Arredo, especialista en productos para el hogar, reabrió las puertas de su tienda en el *Shopping Unicenter*, ubicado en la zona norte de la provincia de Buenos Aires, con un espacio renovado de 200 m². La propuesta ofrece una experiencia de compra apoyada en la tecnología y centrada en la inclusión y la sostenibilidad. Esta obra se inserta en el *master plan* de Arredo que incluye remodelaciones en distintas tiendas tanto de Argentina como de Uruguay.

"Esta renovación no solo se trata de un rediseño del espacio físico, sino de un enfoque integral que combina innovación y diseño accesible. Este local es uno de los más importantes de la cadena, y más de 5.000 personas nos visitan cada mes. El objetivo es poder ofrecer una experiencia memorable y personalizada, donde todas las personas se sientan bienvenidas y puedan disfrutar de nuestra propuesta de valor de manera cómoda y simple", indicó Silvana Bergonzi, CEO de Arredo. El nuevo local se destaca por un diseño que elimina barreras arquitectónicas, garantizando una infraestructura accesible. Cuenta con amplios pasillos y puntos de giro, mostradores a la altura adecuada, un diseño accesible del mobiliario y señalización podotáctil en el ingreso, facilitando la accesibilidad arquitectónica desde el primer contacto. Para este diseño se contó con el asesoramiento de especialistas en arquitectura accesible de la



asociación civil ALPI, centro de rehabilitación neuromotriz que se dedica al diagnóstico y tratamiento de patologías derivadas de accidentes, lesiones o enfermedades de adultos y menores, quienes certificaron los procesos. Además, se trabajó en la reducción de estímulos y la capacitación del personal de la tienda con el objetivo de eliminar barreras para la atención de personas con trastorno del espectro autista (TEA). Se han establecido días y horarios con luz más tenue, música reducida o sin música y apagado del aroma de los perfumeros: martes de 10 a 13 hs y domingos de 10 a 13 hs. Para lograrlo, se trabajó con el asesoramiento y certificación de procesos de APADEA (Asociación Argentina

de Padres de Autistas), entidad civil sin fines de lucro que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas con TEA y de sus familias.

En cuanto a la sustentabilidad, las placas que revisten algunas de las paredes están fabricadas a partir de residuos textiles de la marca. Este proceso comienza con la clasificación de residuos en origen, seguida por el enfardado y la codificación de estos. Luego, los materiales son procesados y transformados en placas recicladas, en colaboración con la empresa Karikal. Además, la compañía cuenta con una línea de productos realizada a partir de estos residuos textiles.

PORTADA |

para la entrega de punta a punta, logrando que el 17% de la flota actual sea eléctrica. En este sentido, destaca la inauguración en mayo de 2024, del primer punto de venta móvil (POS móvil) sustentable del país. Esta iniciativa cuenta con sistemas solares para el abastecimiento de energía eléctrica, minimizando su impacto en el medio ambiente.

Whirlpool

Presenta W-Collection, su nueva línea premium de cocina

En 2024, Whirlpool se destacó por el lanzamiento de W-Collection, su nueva línea premium de cocina, que incorpora 15 modelos empotrables de heladeras, hornos, anafes, lavavajillas, microondas y campanas.

Todos los productos están equipados con 6TH Sense, Xpert Inverter y funciones automáticas,



que optimizan tiempo, energía y recursos para ofrecer mayor eficiencia y facilitar su uso. Además, cuentan con certificación de alta eficiencia energética, lo que garantiza ahorro de consumo y menor impacto ambiental.

La nueva línea incluye anafes a gas y de inducción, con modelos de dos y cuatro zonas de cocción. Los anafes a gas poseen quemadores especiales de vidrio templado, que ofrecen mayor potencia y facilidad de uso

Arcor

Creación de una plataforma educativa y lúdica

Grupo Arcor y Fundación Arcor presentaron en abril Universo Arcor, una nueva plataforma digital educativa de alcance federal creada para escuelas del país y destinada a niños y niñas de entre 6 y 12 años. Esta propuesta tiene por objetivo mostrar cómo son las fábricas por dentro junto con el proceso productivo de algunos de los alimentos que elabora la compañía. Además, incluye contenidos educativos lúdicos desarrollados por expertos que buscan promover el conocimiento de la historia de los alimentos.

A través de esta iniciativa gratuita, docentes y alumnos podrán visitar de manera virtual fábricas de Arcor ubicadas en distintas provincias y conocer cómo se elaboran algunos de los alimentos que ofrece la empresa: los caramelos Butter Toffees producidos en Arroyito y los Bon o Bon, fabricados en Colonia Caroya, ambos en la provincia de Córdoba. También tendrán la oportunidad de pasear por la provincia de San Juan donde se cosechan y envasan las latas de tomate; y en Buenos Aires, recorrerán la fábrica ubicada en Salto donde se realizan las galletitas Surtido Bagley. Además, podrán descubrir la fábrica de Cartocor, empresa del grupo de-



dicada a la producción de envases, en la ciudad de Luján.

En cada experiencia, un guía de Arcor acompaña a los docentes junto con su grupo de alumnos y muestra las distintas partes de los procesos productivos mientras propone diferentes instancias de interacción y aprendizaje.

Este proyecto es el resultado de un trabajo en conjunto de Grupo Arcor y Fundación Arcor

con profesionales de múltiples disciplinas como Melina Furman, doctora en Educación, quien asesoró en la creación de los contenidos pedagógicos, y Leandro Panetta, artista del entretenimiento, responsable de la dirección creativa.

Para la creación de esta iniciativa Grupo Arcor además convocó a Leandro Panetta, artista del sector de entretenimiento, quien diseñó los espacios inmersivos.

con encendido electrónico a una mano. En tanto, los anafes de inducción cuentan con nueve niveles de potencia, función automática y control táctil, lo que permite lograr una cocción más segura y precisa.

Los hornos empotrables de 73 litros incorporan tecnología 6TH Sense, que ajusta automáticamente las funciones según el tipo de preparación para optimizar tiempo y recursos. También incluyen un sistema de limpieza pirolítica, que convierte la suciedad en cenizas para facilitar su eliminación. Con hasta ocho métodos de cocción y función de aire forzado, permiten cocinar hasta tres platos diferentes al mismo tiempo.

La colección también suma microondas de 31 y 40 litros, equipados con 6TH Sense y Smart Clean, tecnología que utiliza vapor para eliminar suciedad y residuos. La función JetDeFrost 3D asegura un descongelado rápido y eficiente. Además, incorpora nuevas funciones como Crisp, que dora los alimentos; Microondas-Grill, que permite gratinar; y Vapor, ideal para preparaciones más saludables. El lavavajillas empotrable de 15 cubiertos incorpora tecnología Xpert Inverter, que ofrece un ahorro superior, mejor rendimiento y mayor durabilidad. Su sistema ActiveDry por convección y sensores inteligentes ajustan automáticamente el ciclo de lavado según el nivel de suciedad de la vajilla.

La heladera *no frost* panelable de 244 litros incluye un espacio Multi Fresh, que permite elegir entre tres opciones de temperatura para una conservación óptima de los alimentos. Su motor con eficiencia energética A+ garantiza menor consumo y mayor durabilidad.

Por último, la colección presenta cuatro modelos de campanas, disponibles en versiones de montaje en pared (60 y 90 cm) y de montaje en isla (100 cm). Todas cuentan con control electrónico accesible y un sistema *booster*, diseñado para mejorar la aspiración y eliminar olores de manera más eficiente.

Hairssime

Presenta Íconos de Nusense Lumine

Hairssime presentó en 2024 una colección inspirada en las figuras más influyentes de la música y la moda de las últimas dos décadas, capturando la esencia de personalidades como Taylor Swift, Lady Gaga y la cultura del K-Pop. "Esta colección es un tributo no solo a la música, sino también a la libertad de expresión y a la creatividad más audaz. Los íconos musicales que nos sirvieron de inspiración comparten un viaje de madurez y transformación a lo largo de los años, convirtiéndose en clásicos, al igual que la evolución de nuestra marca.



Esta transformación nos inspiró a crear nuestras propias versiones de estos íconos, con el objetivo de transmitir la identidad y los valores de Hairssime", explica Julieta Expósito, directora técnica de la marca.

La coloración Íconos de Nusense Lumine tiene una fórmula sin amoníaco diseñada para realzar cada tono, haciéndolo más duradero, y Dual Oil Complex de aceites naturales de macadamia y lino, nutre profundamente.

Prex

Nuevas soluciones de pago y rendimientos en dólares

Durante el año 2024, Prex Argentina presentó diversas novedades, con foco en ofrecer más opciones y facilidades a sus usuarios en un contexto económico que tiende a dolarizarse. Una de las más destacadas es el rendimiento en dólares. De esta manera, los usuarios pudieron comenzar a generar rendimientos diarios con una tasa de interés inicial del 3% anual sin riesgo, transfiriendo dólares desde una cuenta propia al alias PREXUSD, con un mínimo de US\$ 125. Prex se convirtió en aquel momento en la primera billetera virtual en Argentina en ofrecer rendimientos en dólares. También, la billetera sumó la posibilidad de comprar dólar Mep.

Con la llegada de las vacaciones estivales, en un contexto en que el valor del dólar tentó a los argentinos a vacacionar en los países limítrofes, Prex incorporó la integración con Pix en Brasil, el medio de pagos digitales más popular del país vecino. Esto permite a los usuarios

Coca-Cola Femsa

Recibe el Sello Verde del GCBA

Coca-Cola Femsa obtuvo en 2024 el Sello Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires como reconocimiento a la gestión responsable de residuos dentro de su planta de Pompeya. La compañía, además, se encuentra adherida a la Red de Economía Circular de la Ciudad de Buenos Aires, un espacio colaborativo en el que participan diferentes actores de la sociedad.

El programa Sello Verde tiene el objetivo de capacitar, acompañar, regularizar y reconocer a quienes logren prácticas destacadas en la gestión de sus residuos. El Sello Verde es una evaluación y certificación de prácticas sostenibles en la gestión de residuos que otorga la Dirección General de Desarrollo Sostenible y Economía Circular perteneciente a la Subsecretaría de Ambiente de la Ciudad.

Coca-Cola Femsa, de manera global, tiene como meta alcanzar la certificación "Cero

Residuos" en sus plantas y centros de distribución. Todos los materiales reciclables generados durante el proceso de producción se clasifican y gestionan por separado para que cada material sea reciclado de la manera más eficiente posible.

Los residuos orgánicos provenientes de la cocina y comedor de la planta se separan y destinan a las composteras ubicadas dentro del predio. Dicho compost se utiliza para la huerta orgánica ubicada en el patio de las instalaciones.

Para lograr la certificación, el Gobierno de la Ciudad realiza una auditoría técnica para verificar y evaluar prácticas como la clasificación y disposición de desechos, el uso de materiales biodegradables y la implementación de estrategias para reducir el impacto ambiental.

PORTADA |

de Prex en Argentina pagar en Brasil de manera instantánea, leyendo un código QR o realizando una transferencia con llave Pix. Los pagos se debitan inicialmente en dólares, o en pesos argentinos si no se dispone de dólares. Prex se describe como una billetera digital que busca democratizar el acceso a servicios financieros en Latinoamérica. Ofrece una cuenta bimonetaria gratuita que permite gestionar dólares de manera sencilla y segura. Está respaldada por el 30% de capital accionario de Banco Itaú Unibanco y proporciona una variedad de servicios, como préstamos, cambio de divisas, inversión y pagos transfronterizos. Desde su fundación en 2015 en Uruguay, se ha expandido a Argentina (2019), Perú (2021) y Chile (2024).

Lidherma

Expansión en América Latina y un lanzamiento clave

En 2024, Lidherma celebró 35 años y en este marco presentó su nueva línea Vita B12+, formulada para energizar y revitalizar la piel sensible. Es una línea clínicamente testada y evaluada en pieles reactivas, ofrece una solución integral para sus manifestaciones y es apta para el tratamiento de pieles sensibles. Los estudios clínicos demostraron una reparación de la barrera cutánea en tan solo dos horas, reforzando rápidamente la protección de la piel. Otros lanzamientos innovadores del año fueron las líneas Tense Complex, Matt Balance y Niacinamide+. Lidherma fue el primer laboratorio argentino en usar el activo. Por otro lado, llevó a cabo el Skin Tour #ProExperience, un evento que recorrió diversas provincias del país, como Buenos Aires, Tucumán, Neuquén, Jujuy, Salta, Santa Fe, Santiago del Estero y Córdoba, con la participación de más de 1.600 profesionales de la estética. A través de demostraciones en vivo, diálogos abiertos y capacitaciones intensivas, la marca fortaleció su relación con el canal profesional y consolidó su posición como experta en el cuidado de la piel.

Además, la empresa dirigida por Patricia Dermer y sus hijas, Natalie y Denise Neuberger, continuó su expansión con la apertura de seis locales en plazas destacadas como Córdoba, Mendoza, San Juan, Catamarca, y dos en Buenos Aires. Lidherma hoy cuenta con 78 distribuidoras en el país y presencia regional



con operaciones en Argentina, Uruguay, Chile, Paraguay, Perú, Bolivia y Costa Rica.

PedidosYa

Crecimiento de 43% en unidades vendidas

El año pasado fue desafiante en términos generales para el consumo. Sin embargo, PedidosYa logró mantener su crecimiento de modo sostenible. Una prueba de ello fue el crecimiento que tuvo en su vertical de supermercados 100% digitales, los PedidosYa Markets, en la que logró un crecimiento interanual del 43% en unidades vendidas. Este

desempeño superó ampliamente al del e-commerce de supermercados de cadena y autoservicios, cuyo aumento fue de apenas 3,8% interanual hasta noviembre. Esto cobra aún más relevancia al contrastarlo con la caída del 13,5% en las ventas presenciales del sector, según datos de la consultora Scentia. "Este crecimiento responde, entre otros factores, a la innovación de la experiencia de usuario que se centra en la comodidad, precios convenientes y velocidad que ofrece la plataforma, factores claves en un contexto económico complejo, en que los consumidores priorizan la eficiencia en sus compras diarias", aseguran desde la compañía. La compañía cuenta con 69 PedidosYa Markets operando en 12 provincias y un catálogo de más de 4.000 productos en cada tienda.

Toyota

Toyota Plan celebra su décimo aniversario

Toyota Plan cumplió, en 2024, 10 años desde su lanzamiento en Argentina y alcanzó más de 240.000 suscripciones desde su introducción. Con más de 100.000 unidades entregadas, la compañía desarrolló diferentes opciones que permitieron posicionar sus planes de ahorro por la calidad de sus productos, el cuidado del cliente y la transparencia en todo el proceso.

Desde que Toyota Plan comenzó con sus operaciones en el país, los clientes de la marca vieron una gran oportunidad con los beneficios que brinda este sistema: acceder a un vehículo de la marca en cuotas y, al mismo tiempo, proteger su capital. La historia

de Toyota Plan nació con el Etios y la icónica pick-up Hilux. Hoy, la marca ofrece opciones para Yaris, el modelo más solicitado, Corolla, Corolla Cross y Hilux, en modalidad 100%, que financia el total del vehículo suscripto. También están disponibles modalidades de cuota reducida 70/30 o 60/40.

A su vez, con el objetivo de ampliar las opciones para que cada cliente encuentre la financiación y el producto que mejor se adapte a sus necesidades, la compañía lanzó una nueva propuesta que permite elegir entre un 0 km y un usado certificado, con hasta cuatro años de antigüedad y garantía oficial.

Axion Energy

Innovación en distintos planos

Desde su incursión en el sector del entretenimiento con ON Stream, hasta el desarrollo de soluciones avanzadas para la gestión de flotas y el abastecimiento de combustible para la aviación, Axion Energy se ha posicionado como un protagonista de 2024.

El lanzamiento de ON Stream, a comienzos del año, marca un hito al expandirse más allá del sector energético y entrar en el mundo del streaming. La plataforma, disponible en web y dispositivos móviles, permite acceder a un catálogo de películas, series y otros contenidos digitales, integrándose con el programa de beneficios ON. Este enfoque refuerza la fidelización de clientes mediante recompensas basadas en el consumo de combustibles y productos de la marca. Además, la compañía ha establecido alianzas estratégicas con actores del entretenimiento, como festivales de música y productoras, para ampliar su alcance.

Unos meses más tarde, el lanzamiento de Axion Smart transforma la gestión de flotas con una aplicación móvil que optimiza la administración de unidades, integra métodos de pago y mejora la seguridad en transacciones. Disponible en iOS y Android, promete agilizar las tareas diarias de conductores y administradores. Esta solución no solo incrementa la eficiencia operativa, sino que también responde a la creciente demanda de digitalización en la logística y el transporte, sectores que buscan maximizar el rendimiento



to y reducir costos mediante el uso de tecnologías avanzadas.

Otro hito de 2024 ha sido la colaboración con Danes en la fabricación del primer camión cisterna para aeropuertos producido en Argentina. Con una capacidad de 65.000 litros y un sistema de bombeo de 800 galones por minuto (alrededor de 2400 litros cada 60 segundos de capacidad de abastecimiento bajo el ala), y la posibilidad de tener dos picos de carga de combustible Jet A-1 conectados, lo que agiliza la carga en las aeronaves y mejora la eficiencia en la operación de abastecimiento. Axion Energy, que abastece aviones comerciales, cargueros y vuelos privados en aeropuertos claves, fortalece así su capacidad operativa y contribuye a la sustitución de importaciones. Este avance abre también nuevas oportunidades de crecimiento para la producción nacional, al impulsar el desarrollo de proveedores locales y

generar empleo en el sector industrial. Con 33 años de experiencia en el mercado, Danes es el mayor fabricante de transporte terrestre de combustible en Argentina, exportando sus productos a Chile y Uruguay. La fabricación de este nuevo camión cisterna busca satisfacer la demanda del mercado y potenciar la eficiencia operativa dentro del mismo. La inversión de Danes para poner en marcha su nueva línea de producción de camiones cisterna ascendió a US\$ 1,5 millones, y favorece la sustitución de importaciones.

Tecpetrol

US\$ 2.000 de inversión en Vaca Muerta

A finales de 2024, Tecpetrol, la petrolera de Techint, dio a conocer una inversión de US\$ 2.000 millones a partir de 2025, y a lo largo de unos 20 meses, en un proyecto para hacer crecer su explotación de petróleo en Vaca Muerta. Para ello, en el primer trimestre de 2025, ha solicitado ingresar al Régimen de Incentivo a las Grandes Inversiones. De esta manera, la firma planea producir 70.000 barriles por día a mediados de 2027.

Para lograrlo, se requiere el desarrollo de Los Bastos y de Los Toldos II Este. Los Toldos II Este es un área de petróleo no convencional con la que Tecpetrol espera producir 35.000 barriles diarios en octubre de 2026 y llegar a 70.000 para mediados de 2027.

La inversión incluye entre otros, la construcción de plantas, ductos y tomas de agua, y equipos de perforación de pozos.



PORTADA |

Coca-Cola

“Juntos en todas”

De la mano de las agencias Grey y Landia, en mayo de 2024 Coca-Cola lanzó la primera edición de la campaña Juntos en Todas, que refleja historias típicas de argentinos y argentinas, que ponen de relieve el valor de los momentos cotidianos compartidos, en las buenas y en las malas. Con 100% de idea, diseño y producción local, llega a las personas con un mensaje de unidad y propuestas accesibles, ante un contexto complejo.

“Coca-Cola está en las buenas y en las otras” es el lema que propulsó la nueva campaña de la marca, desarrollada íntegramente en la Argentina. Si bien la idea comenzó a gestarse en octubre de 2023, momento clave para el país, fue en enero que el equipo de Grey Argentina tomó el desafío y comenzó el proceso de construcción de “Historias reales”. Bajo



el son de Rezo por vos, un clásico de uno de los argentinos más argentinos, Charly García, la propuesta busca transmitir un mensaje cercano, positivo, que pone en valor los pequeños–grandes momentos de la vida, compartidos con las personas que queremos, aún en momentos complicados.

Dado que Coca-Cola es una de las pocas marcas (si no la única) que llega al 95% de los hogares argentinos, era de suponer que casi todos nosotros y nosotras tengamos una fotografía con una Coca en mano, en una mesa, o similar. Por ello, y para lograr la familiaridad y la empatía, el equipo de Grey convocó

Eco de los Andes

Festeja su 30 aniversario y los logros de su estrategia ambiental

El año 2024 Eco de los Andes cumplió 30 años y lo festejó a lo grande. La compañía hoy cuenta con dos plantas industriales ubicadas en Vista Flores (en Tunuyán, Mendoza) y en Moreno (Provincia de Buenos Aires).

Entre sus tres marcas, Eco de los Andes (Mendoza), Glaciar y Nestlé Pureza Vital (Buenos Aires) suma hoy aproximadamente un 20% de la participación del mercado argentino de aguas embotelladas.

Eco de los Andes nace en 1994, como propiedad de Bemberg (Cervecería Quilmes). En 1999, la empresa formó un joint venture con la suiza Nestlé, que adquirió el 51% de las acciones. Desde entonces, su estructura corporativa combina la operación industrial de Nestlé con la gestión comercial y de distribución de Cervecería y Maltería Quilmes. Fue justamente para consolidar el trabajo de ambos equipos que, en 2024, se lanzó la marca Eco Aguas y Bebidas Saludables.

El agua de Eco de los Andes proviene de las nieves de la Cordillera de los Andes, a más de 5.000 metros de altura. En Cajón de los Arenal, un paso de montaña en la Precordillera andina, “nace” este manantial de deshielo. Allí, el agua se filtra naturalmente a través de la roca, lo que le otorga sus propiedades mineralizadas por la propia montaña. Como si

fuera poco, en Cajón del Arenal, la mística forma parte del paisaje; a solo 11 kilómetros se encuentra el Manzano Histórico, el lugar elegido por el mismísimo General José de San Martín, para descansar luego de su campaña en Chile y Perú.

A lo largo de los años, Eco de los Andes ha implementado estrategias responsables en la gestión del recurso hídrico. En 2002, propuso al gobierno declarar la zona de la cuenca del Río Tunuyán Superior como área de protección hidro-ecológica. En 2007, introdujo envases más livianos para reducir el uso de PET, y en 2014 lanzó el programa “Tunuyán Verde”, que promueve el reciclaje de botellas y la concientización ambiental. Además, en 2022, la empresa inició un programa de regeneración de la cuenca en colaboración con el Departamento General de Irrigación y la Universidad Nacional de Cuyo, una alianza clave, que le permitió avanzar en sus objetivos de cuidado y regeneración.

El 2023 fue también un gran año para Eco de los Andes porque logró obtener la Certificación Platino de la Alliance for Water Stewardship (AWS), un reconocimiento internacional que premia a las organizaciones con prácticas destacadas en la gestión sustentable del agua. Esta certificación evalúa no solo la gestión in-

terna del agua, sino también las relaciones con la comunidad y los organismos locales.

El aniversario de Eco de los Andes también fue el momento perfecto para lanzar “Eco Tour”, un programa de visitas guiadas que comenzó en enero de 2025. Esta iniciativa permitió a la comunidad y a los turistas conocer el proceso productivo, el origen de su agua de alta montaña y las acciones de conservación del recurso. Las visitas son gratuitas y cuentan con el respaldo de la Municipalidad de Tunuyán.

Ya en 2025, y aún en clima de festejo, la compañía logró otro gran reconocimiento en materia de estrategia ambiental: alcanzó la neutralidad de carbono en su proceso productivo en Tunuyán, según los alcances 1 y 2 del protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Naciones Unidas. Este logro se alcanzó mediante la transición a energía 100% renovable, la electrificación de equipos y la compensación de emisiones residuales. La planta se convirtió en la primera instalación industrial de Mendoza en alcanzar esta meta, gracias a acuerdos con YPF Luz para el abastecimiento de energía eólica y el desarrollo de la primera caldera industrial eléctrica nacional con capacidad para generar dos toneladas de vapor por hora, entre otras acciones.

a las personas a que le enviaran fotografías grupales, en que la Coca estuviera presente, como testigo de ese momento compartido. Con estas imágenes –y sus historias– como materia prima, Grey, Studio X y Landia llevaron a cabo las tres primeras piezas de la campaña: Embarazo, Canchita e Hijo. En todas ellas, la combinación de las comidas típicas “argentinas” con la clásica Coca no son solo un ingrediente más, sino el reflejo de la argentinidad. El desafío no fue menor. Recrear el entorno casi idéntico a las fotos originales seleccionadas, así como a los personajes, impuso retos logísticos, artísticos, de locación y de casting. La producción y campaña integral de medios requirió una inversión de \$4.000 millones y abarca múltiples plataformas y formatos, como radio, digital, vía pública, punto de venta, con lo cual se espera alcanzar a 39 millones de personas en el país.

La novedad, además, es que la campaña no se limita solo a acompañar a las y los argentinos en un contexto complicado; también intenta facilitar el acceso a los productos, mediante distintas estrategias.

En febrero de 2025, Coca-Cola presentó la segunda edición de la campaña, que busca capturar la esencia de los argentinos, reflejada en su forma de hablar.

Nestlé

Choco Trío: innovación en chocolates

En el mes de junio, Nestlé lanzó de Choco Trío, una propuesta que combina chocolate Classic, una galleta crujiente y un relleno. Está disponible en tres sabores: chocolate, maní y cookies and cream. El chocolate es uno de los placeres más populares entre los argentinos. En el último año, las ventas de chocolate en el país rondaron las 45.000 toneladas, 7 de cada 10 hogares consume algún producto de esta categoría y la frecuencia de consumo supera las dos veces por semana per cápita. “Los argentinos amamos el chocolate. Y el 70% de su compra es por impulso, no planificada. Es por eso que es importante tener novedades y productos ganadores. Luego del éxito de Brasil y Uruguay, estamos lanzando en Argentina Choco Trío. Este lanzamiento viene a desarrollar el segmento Chocobakery, que combina lo mejor de dos categorías: el mundo de las galletitas con el del chocolate”,



afirmó Guillermo Canosa, director de los negocios de Chocolates de Nestlé Argentina, al momento de la presentación.

La producción se realiza en Brasil y requirió la adaptación de nuevas líneas de producción para su puesta en marcha.

Coca-Cola Andina Argentina

Invierte en una línea de envases retornables en Mendoza

A finales de 2024, la embotelladora Coca-Cola Andina inauguró una nueva línea de envases retornables en Godoy Cruz, Mendoza. Las botellas retornables que producirá tienen un formato 100% circular y más conveniente económicamente para los consumidores. La embotelladora había sido reconocida recientemente por el Municipio de Godoy Cruz y, por segundo año consecutivo, como “Empresa Sostenible” de la localidad.

La puesta de esta línea requirió una inversión de US\$ 40 millones y la incorporación de 200 nuevos puestos de trabajo directos e indirectos. Esta moderna operación producirá botellas retornables. Estas botellas son más resis-

tentes y duraderas y pueden reutilizarse en promedio hasta 25 veces, reduciendo la cantidad de plástico que utilizamos.

La operación de esta línea, una de las más grandes y rápidas de Sudamérica cuenta con tecnología de última generación para la producción de envases retornables PET de 2 y 2,5 litros y de botellas de vidrio de 1,25 litros. Tiene la capacidad de procesar hasta 48.000 litros por hora en distintos formatos de envase y en simultáneo. La infraestructura cuenta con tecnología LED de iluminación de bajo consumo y alta eficiencia, lo que favorece el ahorro energético. Además, cuenta con un sistema de agua de dos pozos propios que permiten abastecer a todos los servicios de la planta, siendo así la línea modelo de Coca-Cola Andina Argentina.

El recorrido de estos envases funciona mediante un sistema de “logística inversa”: los camiones de distribución que llevan las botellas llenas son los mismos que vuelven con los envases vacíos a la fábrica. Para poder ser reutilizados, los envases PET cuentan con un diseño homogéneo llamado Botella Universal, una iniciativa que comenzó en Argentina y hoy es producida por toda América Latina. Esta botella no tiene marcas y puede ser reutilizada no solo para todas las variedades de Coca-Cola, sino también para Fanta y Sprite, lo que la hace aún más sostenible. **M**



Llegamos donde otros no llegan,

con soluciones multiórbita
y multibanda.

 **Servicio
Satelital**

 
satelital.com.ar

TALENTO |

8M

Brecha salarial de género en un sector clave

En el sector IT argentino, la sobrerrepresentación de varones es notoria, sobre todo, en las posiciones de mayor experiencia. Además, a pesar de que las mujeres están más formadas que los varones, ellas ganan en promedio 20% más que ellos.

El 8 de marzo se conmemoró otro Día Internacional de la Mujer, fecha que invita a reflexionar sobre el camino que falta para lograr la equidad de género.

En este sentido, los datos recientes de la encuesta de sueldos IT en Argentina de la comunidad de sistemas Sysarmy revelan las desigualdades entre hombres y mujeres en términos de ingresos, experiencia laboral y roles.

Brecha salarial general

- Las mujeres ganan en promedio un 20% menos que los hombres. Por cada peso que gana un hombre, una mujer recibe aproximadamente 83 centavos.
- Esta brecha general no ha mostrado mejoras significativas con respecto al año anterior. En la edición 2024 de la encuesta, la relación era de ~80 centavos por peso, por lo que el cambio a 83 centavos en 2025 indica una brecha estancada.



Freepik

{El nivel de experiencia influye en la magnitud de la brecha salarial. Si bien la desigualdad existe desde los primeros años de carrera, los datos muestran que la brecha se ensancha a medida que aumenta la experiencia.}

Diferencias salariales según nivel de experiencia

El nivel de experiencia influye en la magnitud de la brecha salarial. Si bien la desigualdad existe desde los primeros años de carrera, los datos muestran que la brecha se ensancha a medida que aumenta la experiencia:

- Nivel *Junior*: Las mujeres en posiciones junior ganan en promedio alrededor de un 6% menos que sus pares masculinos.
- Nivel *Semi-Senior*: En posiciones de expe-

riencia media (semi-senior), la brecha ronda el 5% en perjuicio de las mujeres.

- Nivel *Senior*: En los cargos senior la disparidad es mucho mayor, con mujeres ganando cerca de un 20% menos que los hombres en roles equivalentes.

Diferencias por tipo de rol y tecnologías utilizadas

La brecha salarial de género se manifiesta también al comparar distintos puestos y es-

pecializaciones tecnológicas dentro del sector. Al analizar roles específicos y tecnologías, surgen tendencias que reflejan disparidades:

- *Segregación de roles*: Contraria a la creencia popular de que los hombres tienden a ocupar en mayor medida roles técnicos, a diferencia de las mujeres, el informe muestra que la población encuestada tiene roles similares como Desarrollo, DevOps/SRE, Líder técnico o Ingeniería de Datos.
- *Brecha dentro de roles equivalentes*: Inclu-

TALENTO |

so cuando hombres y mujeres ocupan el mismo tipo de rol, se observan diferencias salariales. Por ejemplo, una desarrolladora (*Developer*) gana menos que un desarrollador hombre con experiencia comparable. Lo mismo suele ocurrir en roles de liderazgo técnico: las mujeres Technical Leaders perciben remuneraciones inferiores a las de sus pares masculinos.

- **Tecnologías emergentes y especializadas:** Áreas tecnológicas de punta (como ciencia de datos, computación en la nube o seguridad informática) suelen ofrecer sueldos más altos, pero cuentan con poca participación femenina. La baja presencia de mujeres en estas especializaciones bien remuneradas contribuye a la brecha general de ingresos.

Otros hallazgos relevantes de la encuesta
Además de las diferencias salariales directas,

la encuesta expone otros indicadores que ayudan a explicar y contextualizar la brecha de género en el sector:

- **Participación femenina minoritaria:** Solo alrededor del 20% de las personas encuestadas son mujeres. El sector IT argentino sigue siendo predominantemente masculino, con cuatro hombres por cada mujer en la muestra.
- **Menor participación en puestos con mayor experiencia:** La representación de las mujeres disminuye en los niveles más altos. Apenas 8% de las mujeres encuestadas cuenta con más de 13 años de experiencia en el rubro, lo que sugiere dificultades para permanecer y crecer en la industria a largo plazo. Consecuentemente, los hombres dominan los puestos de mayor antigüedad.
- **Subrepresentación en liderazgo:** Los cargos de jefatura y dirección muestran una bre-

cha marcada en participación. Solo 23,5% de las mujeres encuestadas ocupa posiciones de liderazgo, frente al 30% de los hombres. Apenas 16% de todos los puestos de liderazgo están en manos femeninas, un porcentaje inferior a su ya bajo peso poblacional en el sector (20%).

- **Mayor nivel educativo, menor recompensa:** Paradójicamente, las mujeres en IT tienden a estar mejor formadas académicamente que sus colegas varones. Un 30% de las mujeres posee estudios universitarios (completos o en curso), comparado con 22% de los hombres. No obstante, esa preparación superior no se traduce en equidad salarial ni en mayores posibilidades de ascenso.

Inequidad

En Argentina, el 65% tiene un jefe hombre

La compañía de talento Randstad presentó los resultados de su última encuesta realizada de manera online a 3.504 personas, en el marco del 8M. Del informe surge que el 65% de los trabajadores argentinos tiene un jefe hombre, a pesar de que el 55% de los encuestados sostiene que su empleador cuenta en la actualidad con políticas de equidad de género.

La comparación de estos resultados con relevamientos de años anteriores enciende una luz de alarma, dado que si bien se ha incrementado el número de compañías que hoy poseen políticas de equidad de género en 7 puntos porcentuales respecto a la medición de 2023, no se ha logrado un avance significativo en la paridad de género, habida cuenta de que el número de trabajadores que refiere tener un jefe varón se ha reducido apenas 2 puntos porcentuales en estos dos años, dejando en evidencia el largo camino que falta por andar en materia de equidad e igualdad en nuestro país.

Sobre estos resultados, Andrea Ávila, CEO de Randstad para Argentina, Chile y Uruguay, señaló: "Si bien cada vez más organizaciones vienen avanzando en los últimos años en la

implementación de políticas de equidad de género, los datos arrojados por nuestras encuestas muestran que aún persisten barreras estructurales que dificultan el acceso de las mujeres a posiciones de liderazgo. La equidad no se trata solo de intenciones, políticas o normativas, sino de un abordaje integral que contemple también los cambios culturales profundos que se requieren para transformar la realidad del mundo laboral. Especialmente frente a un contexto geopolítico que pareciera poner en duda la necesidad de este tipo de iniciativas, es fundamental que las empresas sigan promoviendo oportunidades reales de crecimiento y desarrollo profesional para las mujeres, buscando cerrar la brecha que aún existe en los niveles jerárquicos más altos, porque la evidencia indica que

una mayor diversidad mejora los resultados de las organizaciones".

Las preferencias

El estudio de Randstad avanza sobre la percepción que trabajadores y trabajadoras tienen respecto a la diversidad y al valor que aporta en las organizaciones. En este sentido, el 94% de las personas consultadas indicó que prefiere trabajar en un equipo en donde haya diversidad de género y el 92% subrayó como positivo que su empleador cuente con políticas para mejorar la diversidad dentro de la organización. Asimismo, el 85% afirmó que los equipos de trabajo en los que se expresa la diversidad de género alcanzan mejores resultados.

Y si bien más de la mitad de los trabajado-

res y las trabajadoras de Argentina señalaron que sus empleadores poseen políticas de equidad, la realidad indica que todavía hay una deuda pendiente en materia de equidad en el mercado laboral actual. En este sentido, solo el 65% cree que su empleador paga salarios equitativos a hombres y mujeres en igual posición y al indagar sobre las oportunidades de crecimiento profesional, solo el 61% considera que hombres y mujeres tienen las mismas posibilidades de acceso a puestos gerenciales cuando se trata de candidatos con igual calificación. Estos datos indican que cerca de un tercio de los encuestados no considera que su empleador tenga un trato equitativo en relación a salarios y oportunidades de acceso a posiciones de decisión.

Por otra parte, también se consultó puntualmente a las personas participantes si preferirían tener un jefe hombre o mujer. Al respecto, una abrumadora mayoría (89%) respondió que le resulta indistinto tener un jefe hombre o mujer, mientras que un pequeño 6% afirmó que preferiría tener un jefe hombre y solo un 5% que preferiría tener una jefa mujer.

Freepik



{ Frente a un contexto geopolítico que pareciera poner en duda la necesidad de este tipo de iniciativas, es fundamental que las empresas sigan promoviendo oportunidades reales de crecimiento y desarrollo profesional para las mujeres. }

La realidad del mercado

Sin embargo, las preferencias de las personas trabajadoras contrastan con la realidad del mercado laboral argentino, ya que un mayoritario 65% afirmó tener un jefe hombre en su empleo actual, frente a un minoritario 35% que refirió tener una jefa mujer.

El estudio de Randstad también profundiza sobre la igualdad de oportunidades hoy existentes entre hombres y mujeres para alcanzar puestos de decisión y posiciones gerenciales. Al respecto, solo el 57% de las personas

encuestadas afirmó que su actual empleador cuenta con igual cantidad de mujeres que hombres en puestos de decisión.

Sin embargo, los números cambian drásticamente al consultar sobre la equidad de género en la máxima responsabilidad de dirección de las compañías, ya que las trabajadoras y los trabajadores consultados revelan que en su empleo actual solo el 35% de los puestos de CEO o gerente general son ocupados por mujeres.

Los persistentes mandatos culturales que asignan roles diferentes a hombres y mujeres en relación al cuidado familiar y del hogar, junto con el efecto de invisibilización de la problemática que implica la falta de indicadores vinculados a la equidad de género en muchas organizaciones, contribuyen a generar una percepción alejada de la real situación de desventaja que sigue afectando a las mujeres en todo el mundo.

"La falta de equidad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral responde a múltiples causas y factores y a sesgos inconscientes

que hacen que los reclutadores y tomadores de decisión sigan prefiriendo hombres para ocupar puestos gerenciales. Cada año, la conmemoración del Día Internacional de la Mujer nos recuerda la deuda existente para equilibrar la balanza en materia de equidad en el mundo del trabajo", sostuvo Andrea Ávila, y agregó: "Muchas compañías desconocen realmente su situación en relación a cuestiones de género y suponen que están siendo equitativos cuando, en realidad, están muy lejos de cumplir con parámetros aceptables en relación a igualdad de oportunidades, salarios, no discriminación y acceso igualitario a posiciones de decisión". **M**

Metodología

La captura de los datos que constituyen la materia prima de este informe, cuyo objetivo ha sido caracterizar las actitudes y preferencias de los argentinos en relación a diferentes temas vinculados al mundo del empleo, fue realizada a través de un cuestionario *online* entre el 20 de enero y el 21 de febrero de 2025 a 3.504 personas con y sin empleo.

- ENVÍOS PARA ECOMMERCE
- LOGÍSTICA INVERSA
- COBERTURA NACIONAL



**Simplificamos la logística
de tu negocio online!**

R.N.P.S.P. N°2

ELEGÍ LA PLATAFORMA QUE POTENCIA TUS VENTAS

Grandes empresas, PyMEs y Emprendedores gestionan y realizan sus envíos a todo el país con **OCA**.

Integrá tu eCommerce a nuestra plataforma y hacé crecer tu negocio.

Conocé más en www.oca.com.ar



DOSSIER |

Revisita a un sector con máximo potencial

Auditoría: un pilar estratégico en tiempos de incertidumbre

El sector de auditoría enfrenta una transformación profunda en un contexto global marcado por la volatilidad económica, la competitividad creciente y la aceleración tecnológica. En Argentina, estos factores se combinan con dinámicas locales que imponen nuevos desafíos a las empresas y profesionales del sector.



En un entorno global marcado por la incertidumbre, el cambio constante, la aceleración tecnológica y la creciente complejidad regulatoria, el rol del auditor se ha convertido en un pilar fundamental para la solidez empresarial. Ya no se trata solo de verificar estados

contables o garantizar el cumplimiento normativo: la auditoría hoy es una herramienta clave para la gestión del riesgo, la transparencia y la toma de decisiones estratégicas. En tiempos convulsionados, todos estos aspectos son centrales para garantizar la com-

petitividad, la innovación y el crecimiento de las organizaciones.

En este sentido, la auditoría jerarquiza aún más su posición, al brindar a las compañías no solo el cumplimiento de los procesos legales, sino un plus clave para posicionarse

DOSSIER |

en un entorno volátil, complejo y veloz. “Las auditorías son una herramienta valiosa para los líderes empresariales en la construcción de estrategias de largo plazo de varias maneras –señala Néstor García, presidente y CEO de KPMG Argentina–. No solo asisten al liderazgo de las empresas respecto de su control interno, sino que también proporcionan una visión integral y de 360 grados de la empresa y su entorno”.

Según los líderes del sector, la clave para una auditoría eficaz radica, entonces, en una comprensión profunda del entorno de riesgos y del modelo de negocios de cada empresa. En este sentido, Fernando Paci, CEO de EY, asegura que “Es imprescindible realizar una muy buena identificación del entorno de riesgos, tanto externos como internos, y tener un claro conocimiento del modelo de negocios y los procesos claves de las empresas”. Estos riesgos no solo provienen del interior de las empresas. Las variables macroeconómicas, la incertidumbre geopolítica y las nuevas regulaciones imponen una constan-

te alinear sus procesos de auditoría con su estrategia de largo plazo. “En un entorno empresarial más competitivo e impredecible, impactado por la disrupción tecnológica, las crisis geopolíticas y geoeconómicas, y la necesidad de tener un negocio y un mundo sostenible, las empresas requieren que todas esas transformaciones estén alineadas con la estrategia y la visión de largo plazo”, sostiene Sergio Cravero, socio de PwC.

Este cambio también se traduce en una mayor exigencia del mercado. “Hemos comenzado a observar que el mercado empieza a demandar auditorías de mayor calidad y que los auditores puedan demostrar que realizan el trabajo con altos estándares –analiza Juan José López Forastier, socio de Russell Bedford Argentina–. Esto proporciona una evaluación independiente de la salud financiera de la empresa, lo que aumenta la transparencia y la confianza entre los posibles inversores y prestamistas”.

herramientas tecnológicas que facilitan la gestión de proyectos, la automatización de tareas y la colaboración en equipo, permite optimizar significativamente los tiempos, logrando eficiencia y eficacia en la ejecución de procedimientos y proyectos”.

También Carlos Rozen, socio de BDO, avanza en este sentido y sostiene que “En los próximos años la IA será no solo un diferenciador, sino el epicentro de la competitividad empresarial. La IA, la hiperautomatización y la analítica predictiva marcarán la diferencia entre empresas que sobreviven y empresas que dominan el mercado, y esa divisoria de aguas cada vez estará más marcada”.

Por supuesto, las nuevas tecnologías también plantean nuevos desafíos, como la protección de los datos, la confiabilidad de los algoritmos y la adaptación de los profesionales a un entorno altamente dinámico.

Con todo, en un mundo en constante cambio, la auditoría no solo debe adaptarse, sino liderar la transformación. Las empresas que comprendan su importancia como aliada es-

{La auditoría jerarquiza aún más su posición, al brindar a las compañías no solo el cumplimiento de los procesos legales, sino un plus clave para posicionarse en un entorno volátil, complejo y veloz. }

te reevaluación de estrategias. Por ello, María Inés Del Gener, CEO de Deloitte, sostiene que “Es primordial que el desarrollo de la estrategia y el plan de auditoría interna contemplen una evaluación integral de riesgos y mapeen no solo aspectos propios de la estrategia y la operación, sino también cuestiones relevantes del entorno sociopolítico, económico, tecnológico y regulatorio, y tendencias del sector”.

Flexibilidad y adaptación

Con todo, el contexto de negocios se ha vuelto más exigente, con normativas que evolucionan a gran velocidad. Por ello, Damiano Cardone, socio de auditoría de Auren, advierte que “La capacidad de reaccionar de manera eficiente ante los cambios regulatorios también es un aspecto clave en el entorno actual. Las normativas fiscales, contables y de cumplimiento están en constante evolución, lo que obliga a mantenerse informados y adaptarse rápidamente”.

A la vez, el impacto de la disrupción tecnológica, las crisis geopolíticas y la demanda de sustentabilidad obligan a las empresas a

La revolución tecnológica

Como sucede en el resto de los sectores de la sociedad, la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial, el análisis de datos y la automatización de procesos está revolucionando la forma en que se llevan adelante las prácticas y procesos. Estas innovaciones permiten mejorar la eficiencia, la precisión y la capacidad de anticipación ante riesgos emergentes.

Así, herramientas como la inteligencia artificial, el análisis de datos y la automatización de procesos están transformando la auditoría. En línea con esto, Alejandro Chiappe, socio líder de la división de Advisory Services de Grant Thornton, asegura que “La integración de la inteligencia artificial ya es una realidad y sin dudas influirá en procesos de auditoría, de la misma manera que va influenciando otros servicios. Ya puede verse el uso de la automatización de procesos, tanto por parte de las empresas como de las consultoras”. Por su parte, Martín Ghirardotti, socio de Lisicki Litvin & Asociados, indica que “La combinación de metodologías ágiles en la planificación de los proyectos, junto con

tratégica, que incorporen tecnología de manera inteligente y que prioricen la transparencia y la gestión del riesgo, serán las que marquen el camino hacia un futuro más sólido y confiable.

En este informe anual, que *Mercado* realiza cada comienzo de año, líderes destacados del sector reflexionan en profundidad sobre el presente y el futuro de la auditoría en un entorno desafiante, explorando las oportunidades que brinda la innovación tecnológica, los riesgos que deben gestionarse y el potencial de la auditoría como aliada en la sustentabilidad y competitividad empresarial.

Por Viviana Lupi y Carina Martínez

Deloitte

Catalizadora del cambio

“Auditoría puede ser un gran aliado a la hora de identificar oportunidades y anticiparse a contingencias. Por ello, es primordial que el desarrollo de la estrategia y el plan de auditoría interna contemplen una evaluación integral de riesgos y mapeen no solo aspectos propios de la estrategia y la operación, sino también cuestiones relevantes del entorno sociopolítico, económico, tecnológico y regulatorio, y tendencias del sector”, indica María Inés Del Gener, CEO de la auditora.

“En esta misma línea, la actualización de las Normas Globales de Auditoría Interna de 2024 apunta a elevar el rol del auditor interno, enfatizando a través de uno de sus estándares, la importancia de alinear la estrategia de auditoría interna con los objetivos estratégicos del negocio y las expectativas del directorio, la C-suite y otros stakeholders”, explica María Inés Del Gener, CEO de Deloitte Cono Sur. Actualmente, indica, “herramientas aceleradoras tales como metodologías basadas en estándares internacionales, publicaciones de tendencias, y tecnología aplicada para el análisis y predicción de conductas permiten agilizar y acompañar esta transformación de una mirada operativa a una más estratégica, resignificando el rol del auditor interno”.

–¿Cómo puede la auditoría ser un catalizador para transformar la cultura empresarial hacia una mayor transparencia y responsabilidad?

–La elaboración de estados financieros y reportes de sustentabilidad de alta calidad es esencial para proporcionar a las partes interesadas una perspectiva de la rentabilidad e impacto de una empresa a través de una evaluación más completa de los riesgos y las oportunidades. La transparencia y responsabilidad empresarial son los próximos grandes hitos evolutivos para las empresas. Para incorporar estas características en la toma de decisiones empresarial e impulsar un cambio de comportamiento dentro de las empresas y más allá, se requiere un entorno propicio para este cambio. Exige claridad de dirección, una línea de base inequívoca y coherente a escala global y un camino claro a seguir. En este sentido, las auditorías externas de los estados financieros y el aseguramiento de los reportes de sustentabilidad son los catalizadores por excelencia para impulsar cambios



María Inés Del Gener. Elevar el rol del auditor interno.

de comportamiento hacia la transparencia y responsabilidad, y brindar confianza en la información presentada.

–¿Qué tan viable es que la automatización y la IA sustituyan parte de las tareas consultivas en los próximos años? ¿Cómo enfrentan este desafío?

–En Deloitte estamos desarrollando soluciones (servicios y activos digitales) en conexión total con tecnología disruptiva e innovación. No solo por la concepción en sí del servicio, sino también por la forma en que lo ofrecemos. Es decir, ya ejecutamos algunos de nuestros servicios con el activo digital incorporado u operándolo a pedido del cliente. También contamos con herramientas internas de IA aprobadas y en producción, que nos permiten ser más ágiles al ejecutar servicios y posibilitan ambientes colaborativos que los hacen más eficientes. Todos nuestros desarrollos pasan por un proceso de maduración y aprobación para evitar impactos negativos en la prestación de servicios.

Tendencias y nuevos negocios

“En nuestros reportes de *Tech Trends* destacamos las historias de organizaciones pioneras y que van a la vanguardia con el uso de nuevas tecnologías y enfoques que están a punto de convertirse en la norma en los próximos 18 a 24 meses. También realizamos una proyección de hacia dónde podrían dirigirse las tendencias durante la próxima década”, dice María Inés Del Gener, CEO de Auditoría de Deloitte.

Además de la IA generativa, entre estas tendencias se encuentran:

- **Nuevas interfaces, como la computación espacial y el metaverso industrial.** La reali-

dad aumentada y virtual para aplicaciones de consumo captaron la atención general, pero estas tecnologías tienen su mayor impacto en entornos industriales.

- **Mayor ciberseguridad.** Los riesgos de seguridad se multiplican con cada nueva herramienta de generación de contenido digital, y las organizaciones líderes están respondiendo mediante una combinación de políticas y tecnologías diseñadas para identificar contenido perjudicial y hacer que sus colaboradores sean más conscientes de los riesgos.

DOSSIER |

PwC

Una transformación sin precedentes

“La sociedad demanda con más fuerza que las empresas e instituciones generen confianza, y la auditoría es una herramienta fundamental para hacerlo”, dice Sergio Cravero, socio de la firma, a cargo de la práctica de Auditoría.

“El sector de auditoría está viviendo una transformación sin precedentes debido a factores tecnológicos, regulatorios y económicos, que exigen que, tanto inversores como otros grupos de interés, necesiten información que les dé confianza para invertir e interactuar con las empresas. Para cumplir con esta demanda, las compañías requieren una auditoría que no solo valide la razonabilidad de los estados financieros, sino que también brinde una mirada objetiva e independiente sobre el impacto más amplio de las empresas en las comunidades en las que operan, incluyendo los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza que afectan la sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Por lo tanto, uno de los principales cambios que estamos viviendo es el alcance de una auditoría, que ahora abarca mucho más que la contabilidad. Por otro lado, la transformación digital también llegó a la auditoría, y está redefiniendo la forma en que se llevan a cabo los procesos”, precisa Sergio Cravero, socio de PwC a cargo de la práctica de Auditoría.



Sergio Cravero. Una auditoría inteligente con capacidad predictiva.

–¿Cómo están utilizando la analítica avanzada para identificar tendencias sectoriales y anticiparse a las necesidades de los clientes? ¿Puede mencionar algún ejemplo?

–A partir de la alianza con OpenAI, PwC es el principal usuario global de ChatGPT Enterprise, lo que nos ha permitido integrar la herramienta a nuestra actividad diaria a través de ChatPwC. Haciendo uso de la inteligencia artificial y otras herramientas de análisis de datos, llevamos a cabo auditorías más completas y de mayor valor agregado para nuestros clientes, brindándoles perspectivas relevantes de sus negocios, y permitiendo que nuestros talentos se enfoquen en aquellas áreas más desafiantes, que requieren de mayor juicio profesional, como el análisis predictivo y la identificación de riesgos. En el con-

incluyendo la optimización de procesos, la transformación operacional, la implementación de sistemas, o la identificación y mitigación de riesgos. En un entorno empresarial más competitivo e impredecible, impactado por la disrupción tecnológica, las crisis geopolíticas y geoeconómicas, y la necesidad de tener un negocio y un mundo sostenible, las empresas requieren que todas esas transformaciones estén alineadas con la estrategia y la visión de largo plazo. La disponibilidad de nuevas tecnologías y su rápida adopción por las firmas de auditoría nos permitirán estar a la altura del desafío, construir confianza en la sociedad y resolver los problemas importantes de nuestros clientes.

–¿Qué rol juegan las auditorías en la identificación de oportunidades para optimizar los márgenes de beneficio?

–En PwC contamos con nuestra propia consultora estratégica, Strategy&, que nos permite acompañar a nuestros clientes en todos los aspectos desde la definición de la estrategia hasta su implementación y ejecución. Los datos que tenemos de las industrias en las que operan nuestros clientes nos permiten desarrollar análisis predictivos de tendencias que agregan valor a nuestras auditorías, y además nos posibilitan analizar universos completos de transacciones y no muestras, haciendo que los resultados de las auditorías sean más robustos y relevantes. El análisis de esta información también nos permite desarrollar herramientas para nuestros clientes, como nuestro *Finance Digital Benchmarking*, que compara más de 30 indicadores operativos y financieros de una empresa contra más de otras 3.000 empresas de más de 28 países, distribuidas en 60 sectores. Por supuesto para nosotros el manejo de datos responsable es una prioridad, y nos ocupamos de resguardarlos y cuidar su confidencialidad.

texto local actual, con una inflación a la baja, es más importante que nunca enfocarse en la eficiencia del negocio y el control de los costos de operación. Una auditoría inteligente, en tiempo real, y con capacidad predictiva, permite identificar áreas de eficiencia y optimización de costos, así como mejoras en los procesos que reduzcan los riesgos de fraude o interrupciones en la operación por diferentes motivos, incluyendo ciberataques.

Sostener el largo plazo

–¿Cómo está evolucionando la demanda de servicios de consultoría estratégica frente a la operativa?

–El conocimiento que adquirimos de los negocios de nuestros clientes y los sectores en los que operamos nos permite asesorar a las empresas en distintas áreas de consultoría,

EY

Acompañar el desarrollo de la economía del conocimiento

“Hubo en el mercado anuncios tanto de nuevos jugadores como de crecimiento de varios de los que ya teníamos operaciones en el país, como es el caso de EY en Argentina, por lo que vemos un futuro con muchas oportunidades en esta área”, dice Fernando Paci, CEO de la firma.

La empresa, que recientemente cumplió 65 años en Argentina, también ha registrado el impacto proveniente de las nuevas tecnologías, “en los últimos tiempos, la forma de realizar las auditorías externas ha cambiado significativamente por la mayor utilización de la tecnología en los trabajos”, afirma Fernando Paci, CEO de EY Argentina. “En nuestra organización, siempre entendimos que para realizar auditorías de mayor valor agregado, con foco en la calidad, es imprescindible realizar una muy buena identificación del entorno de riesgos, tanto externos como internos, y tener un claro conocimiento del modelo de negocios y los procesos claves de las empresas. Todo ello nos permite brindar confiabilidad de la información financiera y además identificar sugerencias de mejora en los procesos y mo-



Fernando Paci. Un momento de cambio.

dad que nos hacen muy atractivos. Tenemos como país desafíos de costos, que seguramente se mejoraran con incrementos de productividad y mayor tecnología. Grandes corporaciones del exterior tienen ya instalados en el país centros de servicios compartidos hace varios años, y recientemente hubo en el mercado anuncios de nuevos jugadores y de crecimiento de varios de los que ya tenían operaciones locales, como es el caso de EY en Argentina, por lo que vemos un futuro con muchas oportunidades en este área.

–¿Visualiza el rol de las consultoras como agentes de cambio en un entorno que exige mayor agilidad, innovación, y propósito social? ¿De qué manera?

–Nuestra firma tiene como visión ser agente

{Es indispensable generar la cultura, la infraestructura y los procesos para que todas las personas puedan maximizar su potencial. Propiciar un ambiente inclusivo es una responsabilidad de cada uno de nosotros. }

delos de negocio con impacto muy positivo en la gestión de las empresas”, asevera Paci.

–¿De qué manera están adaptándose para evaluar los modelos de negocio digitales que operan bajo métricas y con riesgos diferentes a los tradicionales?

–Todos los sectores de la economía tienen particularidades en sus modelos de negocio y riesgos propios de cada industria o sector. En este sentido, los modelos de negocios digitales no son la excepción y así como en los sectores de energía, consumo masivo o servicios financieros hay temas específicos a cubrir, en los negocios digitales también los hay, muchos de ellos vinculados a la protección de datos, la ciberseguridad y la ejecución de los procesos centrales en entornos

más complejos. En EY se vienen realizando inversiones significativas en herramientas digitales innovadoras para prevenir y/o minimizar los riesgos asociados a modelos de negocio digitales, en los cuales se destaca la utilización de *big data*, inteligencia artificial y robótica, solo por mencionar algunos ejemplos.

Un futuro con muchas oportunidades

–¿Qué oportunidades ofrece el país para llevar adelante servicios de outsourcing y cuáles son los principales retos?

–Uno de los sectores que entendemos tiene un enorme potencial para Argentina es el desarrollo de la economía del conocimiento, dadas las ventajas competitivas de nuestro país en cuestiones de talento y flexibili-

dad de cambio positivo para permitir que haya desarrollo en el país con base en procesos de mayor innovación y agilidad, siempre teniendo como prioridad el propósito social. Recientemente hemos relanzado nuestra estrategia global que fue adoptada por nuestra organización de Latinoamérica y en la Argentina a través del tagline “*Shape the Future with Confidence*” (Diseña el Futuro con Confianza), que sintetiza varios conceptos: el futuro, la importancia y la necesidad del cambio constante, la innovación, y todo ello con base en la confianza. El país también se encuentra en un momento de cambio que genera expectativas positivas para poder concretar todo el potencial de nuestros recursos, tanto humanos como naturales, para lograr un desarrollo y crecimiento sustentable e inclusivo.

DOSSIER |

KPMG

Un mercado mucho más vertiginoso, exigente e informado

“La capacitación continua sigue siendo fundamental. La revolución tecnológica que estamos viviendo necesita de equipos altamente capacitados y multidisciplinarios para dar respuestas rápidas a las demandas de nuestros clientes”, indica Néstor García, presidente y CEO de la auditora en Argentina.

“La tendencia dominante para todos nuestros servicios es la constante incorporación de tecnología que permite automatizar procesos, dar valor agregado al análisis de la información, proyectar escenarios futuros de los negocios, hacer los cambios que requieren estos tiempos para poder competir en un mercado mucho más vertiginoso, exigente e informado”, remarca Néstor García, presidente y CEO de KPMG Argentina.

–¿Qué otras tendencias detecta en el sector?

–Por ejemplo, inteligencia artificial, análisis de datos, automatización, adaptación a diferentes sistemas e información actualizada son hoy herramientas y recursos indispensables para poder desarrollarse en la economía digital que está dominando todo. En nuestro caso, además de nuestros servicios de auditoría e impuestos, continuamos creciendo en asesoría de empresas a través de distintas prácticas y servicios que permiten reducir costos, impulsar la transformación tecnológica, automatizar procesos y servicios relacionados con prevención, detección, y respuesta ante conductas indebidas y fraudes, incluyendo la investigación de incidentes relacionados con ciberseguridad, donde está aumentando mucho la demanda por los ataques tecnológicos tanto al sector público como al privado. En todos los casos lo hacemos bajo la premisa de estar cerca del cliente para que nos consideren sus socios naturales y estratégicos.

Decisiones informadas

–¿De qué manera las auditorías pueden dar soporte a los liderazgos organizacionales en el diseño de estrategias de largo plazo?

–Las auditorías son una herramienta valiosa para los líderes empresariales en la construc-



Néstor García. Adaptarse a los cambios tecnológicos y culturales.

ción de estrategias de largo plazo de varias maneras. No solo asisten al liderazgo de las empresas respecto de su control interno, sino que también proporcionan una visión integral y de 360 grados de la empresa y su entorno. Esto les permite tener una estrategia de largo plazo más flexible y capaz de responder a los rápidos cambios en la coyuntura. También facilitan el pensamiento amplio y ayudan a identificar oportunidades de crecimiento basadas en un profundo conocimiento del negocio de la industria. En definitiva, las auditorías proporcionan una visión objetiva de los procesos relacionados con la estrategia y los patrones de comportamiento establecidos dentro de una organización, y esto posibilita tomar decisiones informadas y estratégicas para el futuro.

–¿Cómo están utilizando la analítica avanzada para identificar tendencias sectoriales y anticiparse a las necesidades de los clientes? ¿Puede mencionar algún ejemplo?

–Primero, como firma, somos líderes y estamos a la vanguardia de los cambios tecnológicos. A partir de ahí guiamos a nuestros clientes en los nuevos desafíos que tienen los negocios, en especial en este momento de la Argentina en donde el sector privado comienza a tener el protagonismo y la iniciativa en el proceso de inversiones que necesita el país para avanzar hacia un crecimiento sostenible y con trabajo. Como soporte tenemos a la red mundial de KPMG con presencia en 143 países, y alianzas estratégicas globales con grandes firmas mundiales como Microsoft, SAP, Claroty, ServiceNow, Google, Oracle e IBM, por citar algunos ejemplos. Como consultores tenemos que estar a la altura de estas exigencias, ser socios confiables de nuestros clientes en este proceso transformador.

–¿De qué manera las consultoras preparan a sus equipos para responder a desafíos como la mayor necesidad de habilidades interdisciplinarias, o la competencia global por el talento?

La capacitación continua sigue siendo fundamental. La revolución tecnológica que estamos viviendo necesita de equipos altamente capacitados y multidisciplinarios para dar respuestas rápidas a las demandas de nuestros clientes. Incorporar las nuevas tecnologías requiere que nuestros planteles profesionales tengan las competencias operativas y la rapidez necesaria para adaptarse a los cambios, no solo tecnológicos, sino culturales, que son los que realmente impactan en la organización a partir de tener una mente abierta hacia la innovación.

Russell Bedford Argentina

Atraer y retener el talento sigue siendo el desafío

“Existe un mercado muy interesante para desarrollar en data analytics. Aprovechar estas oportunidades requiere de una combinación de habilidades técnicas, conocimiento del mercado y una mentalidad proactiva, pero sobre todo, de talentos”, analiza Juan José López Forastier, socio de la auditora.

“Las principales tendencias en auditoría para 2025 están marcadas por dos grandes esferas. Por un lado, la calidad de las auditorías. Por el otro, la automatización. Esto implica el uso de inteligencia artificial y la incorporación de análisis de datos avanzados, para lo que se va a requerir un conocimiento en otras disciplinas, como la minería de datos para analizar grandes cantidades de información en busca de patrones, tendencias y correlaciones, y así poder predecir resultados y analizar su razonabilidad”, indica Juan José López Forastier, socio de Russell Bedford Argentina. “También se observa un aumento en la regulación y el cumplimiento normativo, en particular en las exigencias relativas a la calidad de las auditorías que exige a las firmas una mayor especialización y adaptación. En cuanto a las oportunidades y retos más destacables de hoy, la digitalización y el enfoque en ESG abren nuevas áreas de servicio. Sin embargo, el desafío sigue siendo atraer y -sobre todo- retener el talento calificado en un entorno dinámico en constante evolución”, reconoce.

–¿Cómo pueden las auditorías contribuir a que una empresa obtenga mayor acceso a financiación o inversión?

–En Argentina, al ser obligatorias las auditorías contables para todas las sociedades, el contar con información auditada no pareciera ser un punto relevante a la hora de lograr mayor financiamiento. Sin embargo, hemos comenzado a observar que el mercado empieza a demandar auditorías de mayor calidad y que los auditores puedan demostrar que realizan el trabajo con altos estándares. Esto proporciona una evaluación independiente de la salud financiera de la empresa, lo que aumenta la transparencia y la confianza



Juan José López Forastier. *Queda mucho campo por desarrollar.*

entre los posibles inversores y prestamistas. De este modo, se presentan estados financieros confiables, que fueron desarrollados por profesionales que pueden demostrar altos estándares de calidad, y eso indirectamente representa que los auditados respetan las normas legales y regulatorias, reduciendo los riesgos para los inversores. Al mismo tiempo siguen siendo importantes las recomendaciones de mejora que puede dar la visión independiente del auditor, y que redundan en la gestión financiera, ayudando a la empresa a mitigar riesgos y tomar mejores decisiones de financiamiento.

Un enfoque personalizado

–¿Cómo pueden las consultoras aprovechar la creciente necesidad de asesoría para digitalización por parte de las pymes?

–En el ámbito de la consultoría, la transformación digital es una prioridad para todos, pero creo que en particular para las pymes porque los acerca a nuevos clientes y mercados de manera casi instantánea. Las firmas pueden capitalizar esta necesidad ofreciendo soluciones integrales que incluyan planificación estratégica, implementación de tecnologías y capacitación. La clave es adoptar un enfoque personalizado, combinando conocimientos técnicos con acompañamiento en la gestión del cambio. Asimismo, la optimización de procesos mediante herramientas de inteligencia de negocios representa áreas de alto impacto, que cada vez se encuentran de manera más económica y amigable en el mercado.

–¿Cuáles son las principales oportunidades que identifica para el sector de la consultoría y qué se necesita para poder aprovecharlas?

–El sector de la consultoría está en constante evolución y presenta diversas oportunidades, como la transformación digital, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Por ejemplo, al digitalizarse, las organizaciones se encuentran más expuestas a riesgos que antes se cubrían de forma física, y hoy hay que corregirlos mediante ciberseguridad. Por otro lado, si bien se ha avanzado en el análisis de datos y *business intelligence*, todavía queda mucho campo por desarrollar, ya que las herramientas para el manejo de los datos siguen siendo algo complejas para los usuarios finales y en consecuencia existe un mercado muy interesante para trabajar. Aprovechar estas oportunidades requiere de una combinación de habilidades técnicas, conocimiento del mercado, y una mentalidad proactiva, pero sobre todo de talentos.

DOSSIER |

Lisicki Litvin & Abelovich

El nuevo rol del auditor

“El auditor que logra transformarse en asesor estratégico es aquel que genera beneficios a la compañía, más allá del cumplimiento de las exigencias normativas”, precisa Martín Ghirardotti, socio de la firma.

“Hay varias tendencias que ya están marcando el rumbo. La digitalización del proceso, seguida por la automatización y el uso de la inteligencia artificial, sin duda está en la cima de todos estos cambios. Desde que el papel físico dejó de ser la base del trabajo de campo, existe una mayor accesibilidad al análisis de datos en forma automática y al uso de inteligencias alternativas para poder implementar procedimientos y generar eficiencia y eficacia. Eso modifica también el rol del auditor que se empieza a enfocar mucho más en cómo agregar valor profesional convirtiéndose en un asesor estratégico. Como todo beneficio tiene sus riesgos asociados, la ciberseguridad y los riesgos informáticos son la contracara del desarrollo tecnológico, y marcan uno de los puntos más importantes en donde realizar un análisis de riesgos y encontrar la manera de mitigarlos”, indica Martín Ghirardotti, socio de Lisicki Litvin & Abelovich, y agrega que por otro lado, “también es importante destacar que la sostenibilidad y las prácticas responsables se han convertido en temas centrales para las empresas. Los auditores están ampliando su enfoque para incluir auditorías ESG (*Environmental, Social and Governance*), evaluando el impacto ambiental, la responsabilidad social y la gobernanza corporativa”, señala.

–¿Qué beneficios para las compañías implican los procesos de auditoría, más allá de las exigencias normativas?

–En línea con la respuesta anterior, el auditor que logra transformarse en asesor estratégico es aquel que genera beneficios a la compañía, más allá del cumplimiento de las exigencias normativas. Alguno de estos pueden ser por ejemplo: la mejora de los procesos internos -que lleva a elevar la eficacia operativa-; la mejora de la toma de decisiones estratégicas, al acompañar a la alta dirección con información oportuna de la situación económica, financiera y de control interno de la compañía; la preparación ante una even-



Martín Ghirardotti. El auditor pone foco en agregar valor profesional.

tual combinación de negocios; la mejora del gobierno corporativo, que colabora en el alineamiento con estándares internacionales y marcos regulatorios, lo cual facilita el acceso a nuevos mercados y negocios.

–¿Cómo pueden las consultoras aprovechar la creciente necesidad de asesoría para digitalización de las pymes, entre otros temas?

–Las consultoras pueden aprovechar la creciente necesidad de digitalización de las pymes ofreciendo soluciones accesibles, personalizadas y escalables, y proporcionándoles las herramientas, el conocimiento y el acompañamiento necesario para llevar a cabo una transición digital exitosa. Al hacerlo, no solo ganan un nicho en expansión, sino que también juegan un papel crucial en la competitividad y sostenibilidad de las pymes en esta era.

Nuevas tecnologías

–¿Qué metodologías de gestión y herramientas tecnológicas están adoptando para optimizar los tiempos de entrega en proyectos complejos?

–La combinación de metodologías ágiles en la planificación de los proyectos, junto con herramientas tecnológicas que facilitan la gestión de proyectos, la automatización de tareas y la colaboración en equipo, permite optimizar significativamente los tiempos, logrando eficiencia y eficacia en la ejecución de procedimientos y proyectos. Podría mencionar alguna de las más conocidas, pero en la práctica la utilización de cada una depende de los beneficios o las preferencias que cada equipo de trabajo tenga. Trello o Microsoft Project son algunas de las herramientas más conocidas para la gestión de los proyectos, al organizar a los equipos de trabajo en tareas, responsabilidades y plazos. Las herramientas de videoconferencia también son fundamentales, una vez roto el paradigma de que se trabaja solo en la oficina y los equipos están formados por personas con ubicaciones geográficas muy diferentes. Las herramientas tecnológicas que se utilizan hoy en trabajo de campo son innumerables y existen muchas de acuerdo a la necesidad que se tenga: desde resumir un archivo PDF y extraer temas en búsqueda mediante el uso de alguna inteligencia artificial (por ejemplo Chat GPT), hasta extraer determinados datos de archivos digitales para luego aplicarlos en una base de datos como Excel (por ejemplo DataSnipper) o incluso tomar esos datos de la base y realizar algún tipo de análisis e informes de manera mucho más rápida (por ejemplo Power BI).

SMS

Validar datos para potenciar oportunidades

“Los factores de riesgos y oportunidades ambientales y sociales pueden permitir ahorros, mitigar riesgos, y abrir mercados en contextos difíciles, por lo cual es información valiosa. El hecho de que esté auditada brinda la tranquilidad de que se analizan datos de mejor calidad.”

“Si tener buena información siempre es importante, lo es aún más en escenarios complejos y de limitaciones de recursos. La gestión se basa en información; si no tenemos datos adecuados y un contexto para analizarlos, el *management* está “ciego” respecto a cómo manejarse, y en materia de Riesgos y Oportunidades Ambientales y Sociales (ASG o ESG, en inglés) también es así”, reflexiona Julián Costábile, socio de Sustentabilidad en SMS Buenos Aires. Por ello, agrega, “contar con información de calidad es clave para tomar decisiones adecuadas. Definitivamente el auditor tiene un rol en fortalecer la calidad de esa información, no solo ante terceros a través de una opinión independiente, sino también dándole a la empresa misma un *feedback* sobre cómo mejorar la calidad de esa información”.

La sustentabilidad ante nuevas tendencias
–¿De qué manera las consultoras se posicionan como socias estratégicas frente al cambio climático y la sostenibilidad? ¿Qué retos enfrentan ante nuevos paradigmas muchas veces contrapuestos al cuidado del medio ambiente?

–El tema nos desafía a un nuevo rol y mirada. No se trata de ver solamente cómo se cumplen las normas (que muchas veces no existen), sino cómo efectivamente agregamos valor. Y esta frase tan trillada debe traducirse en temas concretos, por ejemplo, ayudar a planificar el ahorro de energía (y por lo tanto costos) a la empresa, adoptando tecnologías que reduzcan a la vez las emisiones GEI. Así se moverá lo ambiental desde una obligación de cumplimiento a una oportunidad de negocios. Facilitar la medición ayuda a mejorar el financiamiento, permitiéndole a las organizaciones acceder a nuevos inversores con interés en impactar en esos KPIs (indicadores claves). Por ejem-



Julián Costábile. Los datos son centrales.

pló, vemos en varios países de la región, fondos de inversión internacionales financiando a bancos para que saquen líneas de crédito para eficiencia energética, para que industrias y sectores tengan acceso a facilidades para incorporar tecnología. Es decir, no se trata de un tema “anti-negocios” sino todo lo contrario, y a la vez es bueno para el planeta. Se alcanza esto, retomando el punto inicial, con buena información que brinde confianza al inversor o financiador, que requiere lógicamente de un proceso de auditoría externa. Lo mismo pasa con los factores sociales; incluir a las comunidades locales, pymes, y otros actores en las cadenas de valor, es clave para

que las empresas mejoren no solo la llamada “licencia social” sino también para que encuentren más y mejores oportunidades que de otro modo no se hubieran identificado.

–¿Qué factores geopolíticos están configurando las prioridades en las demandas de consultoría de sus clientes?

–Estamos en un momento muy interesante de confluencia de tendencias diferentes. Por un lado, un gran número de empresas y organismos han comenzado a gestionar los factores ASG y a desarrollar más y mejor información, ya no son solo un pequeño grupo de líderes, sino que es un campo mucho más amplio. Es una tendencia de fondo que parece irreversible y que hace a la mejor gestión en general de una organización. Quizás no es posible tener una estrategia perfecta y definida para los diversos temas, pero lo que no podemos es “no saber dónde estamos parados”. Es clave tener los datos, luego cada *management* priorizará dónde enfocar, pero no saber qué ocurre en estos temas a lo largo del negocio es un abordaje definitivamente muy limitado. Por otra parte, luego de un período de auge, en el cual se desarrollaron estándares, regulaciones, y certificaciones de todo tipo (quizás en algunos casos en exceso) surgen quienes se cuestionan el para qué de tanto esfuerzo e inversión. Esto hace a la madurez del tema, a poder realmente enfocarnos en lo importante. No se trata de que la organización deba cumplir cientos de parámetros y anotarse en todas las iniciativas y certificaciones, sino de priorizar qué es lo importante para su negocio, y luego medir y gestionar. Aún hay posiciones extremas en la materia, pero el mercado va a ir encontrando un consenso razonable sobre el tema.

DOSSIER |

Auren

La respuesta ágil marca la diferencia

“Un enfoque ágil y flexible en la auditoría no solo optimiza el tiempo y los recursos; también crea una relación de confianza, basada en la capacidad de proporcionar soluciones rápidas y efectivas”, afirma Damián Cardone, socio de auditoría de la compañía.

“En un entorno dinámico, la agilidad y rapidez en la ejecución de auditorías son esenciales no solo para cumplir con los requisitos normativos, sino también para aportar un valor significativo a las organizaciones de manera oportuna. Este enfoque se ha vuelto fundamental en un contexto empresarial en el que las condiciones pueden cambiar rápidamente y las decisiones estratégicas requieren de información actualizada y confiable de manera casi inmediata”, explica Damián Cardone, socio de auditoría de Auren.

–¿Cuáles son los principales retos y oportunidades del sector de auditoría, en el actual contexto?

–Uno de los aspectos más valorados por los CEO y CFO es la capacidad de los auditores para adaptarse a los plazos fijados. La rapidez no solo se refiere al tiempo de ejecución, sino también a la capacidad para responder con eficacia a eventos inesperados, como cambios en el mercado, nuevos riesgos emergentes o situaciones de crisis. La respuesta ágil puede marcar la diferencia. Además, la incorporación de herramientas tecnológicas es un pilar fundamental en la optimización de los procesos de auditoría. Estas permiten obtener información precisa y en tiempo real, acelera el proceso y mejora la calidad de los informes. La capacidad de reaccionar de manera eficiente ante los cambios regulatorios también es un aspecto clave en el entorno actual. Las normativas fiscales, contables y de cumplimiento están en constante evolución, lo que obliga a mantenerse informados y adaptarse rápidamente. Por último, un enfoque ágil y flexible en la auditoría no solo optimiza el tiempo y los recursos, sino también crea una relación de confianza, basada en la capacidad de proporcionar soluciones rápidas y efectivas.

¿Cómo pueden las auditorías colaborar con



Damián Cardone. Aporte de valor significativo y oportuno.

las organizaciones para que estén preparadas frente a escenarios complejos o recesiones? Los auditores jugamos un rol importante en la preparación de las empresas ante escenarios económicos complejos o recesiones. A través de una planificación y evaluación de los riesgos financieros y operativos, debemos ofrecer siempre recomendaciones estratégicas para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los negocios. La revisión de la gestión de riesgos es uno de los ámbitos centrales donde podemos aportar valor, identificando debilidades o vulnerabilidades en los controles internos de la organización. Este proceso permite detectar posibles áreas de mejora y ayudar a las empresas a mitigar riesgos. Además, la transparencia y confianza generadas por una auditoría refuerzan la credibilidad y reputación de la empresa, favoreciendo su posición en el mercado y atrayendo a potenciales inversores.

–¿Cuáles considera que son las principales oportunidades para el sector y qué se necesita para poder aprovecharlas?

–Entre los sectores con mayor potencial para la consultoría destacamos el *real estate*, la minería, la energía, los agronegocios y los mercados digitales. Además, observamos un repunte en la inversión extranjera directa desde el segundo semestre del año pasado, especialmente en compras y adquisiciones de empresas, lo que resalta la importancia de la auditoría en los procesos de *due diligence*.

–¿Qué nuevas industrias y sectores están emergiendo como nuevos campos para la consultoría?

–Los nuevos campos que están emergiendo están vinculados a los avances tecnológicos. La inteligencia artificial y el *machine learning* están abriendo oportunidades en la implementación de modelos de negocio basados en datos. Estos avances permiten a las empresas optimizar procesos, predecir tendencias y tomar decisiones más informadas, lo que genera una ventaja competitiva clave en el mercado actual. Otros sectores de gran potencial son el de la salud y la biotecnología, que han ganado relevancia tras el Covid-19 y están experimentando una rápida transformación. Esto genera una creciente demanda de asesoramiento estratégico y auditoría especializada. Estos sectores en constante evolución presentan grandes oportunidades para la consultoría y auditoría, en los cuales la experiencia es clave para asegurar el éxito y la sostenibilidad.

Grant Thornton

La IA incorporada a los procesos de auditoría

“La integración de la inteligencia artificial ya es una realidad y sin dudas influirá en procesos de auditoría, de la misma manera que va influenciando otros servicios. Ya puede verse el uso de la automatización de procesos, tanto por parte de las empresas como de las auditoras y consultoras”, comenta Alejandro Chiappe, socio líder de la división de Advisory Services de la compañía.

Por ese motivo “la participación de expertos en disciplinas asociadas a sistemas de información se hace cada vez más necesaria, tanto para identificar y probar controles claves, como para alertar sobre vulnerabilidades que pudieran identificarse disparando acciones preventivas sobre potenciales intrusiones y ciberataques”, afirma Alejandro Chiappe, socio líder de la división de Advisory Services de Grant Thornton.

–¿Qué rol juegan las auditorías en la identificación de oportunidades, preparación para contingencias y optimización de los márgenes de beneficio?

–Un proceso de auditoría siempre aporta al cliente información que le permite rever sus procesos, mitigar riesgos y ajustar el funcionamiento de sus equipos. A través de nuestros informes de auditoría, brindamos sugerencias y recomendaciones que contribuyen al mejoramiento de controles internos y actúan como alertas y disparadores de acciones concretas que son valoradas por la dirección. El enfoque moderno de auditoría contribuye a agregar valor al trabajo al proporcionar elementos objetivos que facilitan la optimización de la gestión operativa de procesos críticos sin perder de vista los riesgos propios de la operación.

El valor de la comunicación

–¿Qué metodologías y herramientas tecnológicas han adoptado para optimizar los tiempos de entrega en proyectos complejos?

–En nuestro equipo de consultoría contamos con varios profesionales certificados en PM4R Agile y PM4R EXPERT. Esta filosofía de trabajo en equipo tendiente a brindar productos en plazos cortos contribuye a mejorar el con-



Alejandro Chiappe. Contacto permanente con el cliente.

trol de la ejecución de proyectos complejos actuando sobre los hitos principales de la ruta crítica de estos proyectos. La metodología de trabajo favorece los niveles de comunicación y permite focalizar los esfuerzos en la solución de hitos críticos considerando constantemente los intereses y necesidades de los distintos grupos de interés. Esto permite avanzar en contacto permanente con el cliente, e incorporar su *feedback* al proceso de consultoría. Algo tan simple como coordinar llamadas o reuniones cortas de manera recurrente puede generar el vínculo necesario para alcanzar mejores resultados y que el desempeño de ambos equipos se optimice. En cuanto a la optimización de tiempos de

entrega, el activo más importante continúa siendo el *expertise* de nuestros equipos y su capacidad para incorporar herramientas de vanguardia a su trabajo. Sin lugar a duda, la combinación del talento humano potenciado por herramientas de apoyo metodológico basadas en tecnología es lo que diferencia a una prestación de servicios de consultoría eficiente y de calidad.

–¿Qué impacto tienen la sostenibilidad y los objetivos ESG en la redefinición de los servicios de consultoría?

El impacto de la concientización sobre temáticas de ESG ha sido muy fuerte en los últimos años. Si bien en América Latina aún no contamos con muchas regulaciones, las subsidiarias de empresas multinacionales y las empresas que participan de mercados internacionales deben cumplir con ciertos estándares de calidad y alinearse con buenas prácticas en cada una de sus industrias. Esto repercute en la oferta de servicios de las firmas consultoras que actualmente están añadiendo numerosas líneas de servicios relacionados con la incorporación de procesos más sustentables. Es notable cómo se está repensando la configuración de los equipos de liderazgo y las mesas directivas de las organizaciones. Algunos de los temas que más están en agenda, además de la ejecución de procesos productivos y de prestación de servicios con metodologías amigables con el medio ambiente son la paridad de género, la diversidad cultural y la igualdad de oportunidades. **M**

CRYSTAL VIEW

PUNTA DEL ESTE

LA PERFECTA FUSIÓN ENTRE NATURALEZA & LUJO

Exclusivos departamentos con vista a Crystal Beach

- PISCINA CLIMATIZADA IN/OUT
- PISCINA EXTERIOR
- PISCINA PARA NIÑOS
- ÁREAS DE RELAX
- HIDROMASAJE INTERIOR
- SAUNA SECO
- SAUNA HÚMEDO
- SOLÁRIUM
- GIMNASIO DE NIVEL INTERNACIONAL
- VESTUARIOS
- PLAYROOM
- MICROCINE



DESARROLLA Y FINANCIA:

GRUPO
SOLANAS

COMERCIALIZA:

solanas
Real Estate

LITMAN
Arquitectos

SOLANASCRYSTALVIEW.COM



TECNOLOGÍA |

Sistemas inteligentes

El futuro de la relación entre el ser humano y la máquina

Los agentes de IA no son otra tendencia tecnológica. Están destinados a redefinir cómo interactuamos con la tecnología y el mundo que nos rodea. Jensen Huang, CEO de Nvidia, los llama una “oportunidad multimillonaria”. Sam Altman, CEO de OpenAI, predice que revolucionarán la fuerza laboral en 2025. Está claro que estamos entrando en la era de la “IA agéntica”. ¿Pero qué son exactamente los agentes de IA?

ManageEngine, la división de gestión de TI empresarial de Zoho Corporation, comparte este análisis sobre agentes de IA y cómo moldearán nuestras vidas.

¿Qué son los agentes de IA?

Los agentes de IA son sistemas inteligentes capaces de actuar de forma autónoma para completar tareas, resolver problemas y tomar decisiones. A diferencia de los *chatbots* tradicionales, que reaccionan a los *inputs* del usuario, los agentes de IA son proactivos. Pueden analizar sus necesidades, desglosar las tareas y llevarlas a cabo sin supervisión.

En lugar de simplemente mostrar opciones de vuelo, un agente de IA puede reservar un *ticket*, programar recordatorios y ajustar el cronograma del usuario. Lo que los distingue es su capacidad para ejecutar procesos de varios pasos y sin intervención humana. Operan con independencia y adaptabilidad. Esto los hace útiles en todos los sectores.

Estos agentes utilizan algoritmos avanzados y procesamiento del lenguaje natural (NLP) para comprender el contexto, aprender de interacciones previas y mejorar con el tiempo. Esto los vuelve más eficientes y adaptables a las necesidades individuales u organizacionales.

–La ventaja emocional: añadiendo humanidad a las máquinas

–Un avance clave en los agentes de IA es la integración de la inteligencia emocional. Conocida como IA emocional, esta capacidad permite a los agentes leer y responder a las emociones humanas. Por ejemplo, durante una interacción de servicio al cliente, un agente de IA emocionalmente consciente podría detectar frustración en su tono y



ofrecer una respuesta más empática. Esta innovación no solo mejora la experiencia del usuario (UX). También aporta un sentido de humanidad a las interacciones con las máquinas. Tales interacciones pueden ayudar a construir confianza y lealtad de maneras que los *chatbots* tradicionales o los sistemas rígidos de servicio al cliente no pueden. No obstante, esto plantea cuestiones éticas. ¿Cuánta imitación emocional deberíamos permitir que tengan las máquinas? ¿La empatía artificial reemplazará en algún momento las conexiones humanas genuinas? Encontrar el equilibrio adecuado será esencial a medida que esta tecnología evolucione.

–¿Cómo impactarán los agentes de IA a los usuarios cotidianos?

–Los agentes de IA prometen simplificar tareas y hacer que los servicios avanzados sean

más accesibles. Sería como tener un asistente personal virtual que no solo gestiona la agenda. También aprende las preferencias con el tiempo. ¿Necesita reprogramar una reunión? Un agente de IA puede hacerlo. ¿Quiere sugerencias de comidas más saludables? Pueden analizar los hábitos, recomendar recetas o incluso hacer pedidos.

Sin embargo, su impacto no se limita a la vida personal. Las empresas ya están aprovechando los agentes de IA para agilizar los flujos de trabajo, mejorar la eficiencia y reducir los costos. Los agentes de IA aumentarán significativamente la productividad en todas las industrias y los primeros agentes de IA se unirán pronto a la fuerza laboral.

Chatbots vs agentes de IA

Mientras que los *chatbots* fueron el punto de partida para la IA conversacional, están limi-

TECNOLOGÍA |

tados a seguir scripts y responder a entradas directas. Los agentes de IA llevan esto un paso más allá al comprender el contexto y actuar de forma independiente. Mientras que los *chatbots* podrían responder “¿Cuáles son las horas de la tienda?”, los agentes de IA pueden analizar la agenda del usuario y sugerir el mejor momento para visitar la tienda. Los agentes de IA sobresalen en entornos interconectados. En un hogar inteligente, por ejemplo, pueden coordinar la iluminación, el clima y los sistemas de seguridad según las preferencias del usuario. A diferencia de los

chatbots, que requieren actualizaciones manuales para expandir sus capacidades, los agentes de IA aprenden y refinan su conocimiento. Se adaptan a los requisitos y comportamientos cambiantes del consumidor. Este salto de la respuesta pasiva a la resolución de problemas proactiva es lo que hace que los agentes de IA sean tan poderosos. Por eso son vistos como el futuro de la interacción digital.

Un futuro equilibrado

El camino por delante para los agentes de IA está lleno de promesas y desafíos. Por un

lado, son extremadamente convenientes y eficientes. Por otro lado, su auge requiere un manejo cuidadoso de dilemas éticos y riesgos de seguridad.

Una cosa es segura: los agentes de IA se convertirán en socios en la configuración de una nueva era de colaboración humano-máquina. Ya sea ayudándonos en nuestra vida personal o transformando los negocios, su impacto será profundo y duradero.

Diversificación financiera

Se acelera la digitalización de las empresas

De acuerdo a Interbanking, se sumaron 38% más de cuentas bancarias y hubo récord de transferencias. El volumen de transferencias a través de la plataforma Interbanking superó los \$1,3 billones, lo que representó un aumento interanual del 216%.

Interbanking, empresa especializada en tesorería digital B2B de la Argentina, presenta su sexta edición del Índice Interbanking correspondiente al segundo semestre de 2024, un informe que destaca los principales avances en la bancarización y digitalización de las finanzas corporativas en Argentina. Este análisis revela un crecimiento sostenido en la bancarización del sistema corporativo, que superó el promedio de ocho cuentas por empresa.

Entre los principales hallazgos, se destaca un aumento del 16% en los últimos cinco años en la cantidad de empresas radicadas en el país, con un total de 545.708 empresas, lo que representa un promedio de 12 empresas cada 1.000 habitantes. En cuanto a la bancarización, el incremento fue del 38%, con más de 4,5 millones de cuentas bancarias corporativas, lo que explica una alta tendencia a la diversificación financiera en el sector. Además, se destaca el crecimiento del porcentaje de transferencias en la categoría sueldos, con un 6% más que en 2023, y la visibilización de transferencias en dólares a través del sistema bancario.

En 2024, la cantidad total de transferencias entre empresas alcanzó los 146 millones de transacciones por un total de \$1,3 billones, lo

que representa un incremento interanual del 216% en cuanto al monto total transferido.

Fuerte caída en sectores de construcción e industria manufacturera

Mientras que el rubro de servicios inmobiliarios creció en un 10% y el comercio al por mayor y al por menor experimentó un crecimiento del 5%, sectores como la construcción y la industria manufacturera registraron fuertes caídas, del 63% y 46%, respectivamente. A su vez, los rubros de servicios de asociaciones y servicios personales sufrieron una notable disminución del 44%, pasando de 6.435 empresas a 3.625. Estas tendencias reflejan la dinámica del mercado, con sectores que se expanden y otros que enfrentan desafíos.

En cuanto a los montos transferidos, entre los sectores más dinámicos, los servicios de información y comunicaciones fueron los que experimentaron un mayor aumento con más del 304%, seguidos por el suministro de electricidad y gas, con un aumento del 300%. En contraposición, sectores como la industria manufacturera y los servicios de transporte y almacenamiento registraron incrementos interanuales por debajo de la media nacional, con 192% y 184%, respectivamente.

Neuquén y Córdoba lideran el aumento en montos transferidos

Mientras que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) lidera el volumen de transferencias, concentrando el 65% del total, las provincias de Neuquén y Córdoba destacaron debido a un crecimiento excepcional del 267% respecto del período anterior, que las posiciona como las más dinámicas en términos de montos transferidos.

A su vez, el NOA sigue destacando por la cantidad de nuevos CUIT –saldo positivo entre altas y bajas de empresas– con un 5,1% de crecimiento, pasando de 28.245 CUIT en 2023 a 29.676 en 2024.

A modo de conclusión, esta nueva entrega del Índice Interbanking subraya la aceleración de la digitalización de las finanzas corporativas en Argentina, con una tendencia clara hacia la integración de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial. Se espera que para 2025, los pagos integrados y la globalización de los pagos sean tendencias clave, ofreciendo a las empresas soluciones más rápidas, seguras e integradas a sus procesos cotidianos. **M**

A la hora
de decidir
no es bueno
estar solo

alzas
& bajas

Editada por Publicitaria del Sur S.A.



COLOFÓN |

Informe de GlobalNews en colaboración con Consejo de RR.PP.

La cobertura mediática del 8M baja el 86% en Latam

En los últimos dos años, disminuyó 86% del Día Internacional de los Derechos de la Mujer en los principales medios de comunicación. En 2025, la caída fue de 56%, respecto de 2023.

La empresa especializada en medición de las comunicaciones en medios y redes de Latinoamérica observó que este año hubo casi un 56% menos de notas referidas al 8M que en 2023, y un 33% menos que en 2024, lo cual indica un notable decrecimiento de las publicaciones sobre esta temática y, en consecuencia, la pérdida de presencia en la agenda mediática.

En cuanto a cantidad de publicaciones en los medios tradicionales a lo largo de los años, si bien se mantuvo en cantidades similares en los años 2021 (7.340), 2022 (6.799) y 2024 (6.190), se presentó un incremento notorio en el año 2023 (9.323) y una disminución igual de notoria en 2025 (4.134). Si se hace foco en estos años en los que se relevó la mayor y la menor cantidad de publicaciones sobre el Día de la Mujer, se destaca que, en ambos casos, las temáticas que ocuparon el top tres de las publicaciones fueron las mismas, y solo se modificó el orden (Derechos de la Mujer, Equidad y Marcha 8M). La gran diferencia, en cambio, se evidenció en la cantidad de notas destinadas a cada una de estas temáticas. En 2023, la temática Derechos de la Mujer representó el 37% del total de las publicaciones, y en 2025, el 11%. La cantidad de artículos publicados sobre dicha temática en 2025 (462) decreció en un 86% en 2025, respecto a 2023 (3.423). Por otro lado, la temática Marcha 8M que fue la segunda con más publicaciones en 2023 (1.315),

solo obtuvo 847 publicaciones en 2025. Otro dato a destacar es que, en 2023, la temática Aborto tuvo presencia como tema, mientras que en 2025 apareció mencionada dentro de otras temáticas, pero no con el protagonismo de tema exclusivo de la nota. En 2023, año en que más se publicó



sobre el Día de la Mujer, el país que más lo hizo fue Brasil con 2.039 artículos, de los cuales 1.081 trataron sobre los Derechos de la Mujer. Es en Brasil en donde se destacaron también los principales artículos.

Contexto y modalidad de análisis

En 2023, el Día de la Mujer fue especialmente relevante debido a la creciente atención a temas como la igualdad de género, el aborto, y los derechos laborales de las mujeres en varios países. También en ese año, las movilizaciones sociales fueron fuertes en varios lugares del mundo, lo que podría haber generado más cobertura. Por su parte, en 2025 algunos temas relacionados con

la igualdad de género pueden haber quedado más relegados en comparación con otros eventos o noticias urgentes que captaron la atención del público y los medios de comunicación. Para realizar el monitoreo de la cobertura de principales medios tradicionales (radio, TV, *online* e impreso) del día 8 de marzo, la compañía tomó la cobertura estándar mediática de prensa tier 1 -de mayor audiencia- de Argentina, Perú, Colombia, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Brasil, Chile, Venezuela y Ecuador, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana, México, Puerto Rico, Panamá, Cuba y Nicaragua.

La visión del Consejo Profesional de RR.PP. de la República Argentina

En paralelo, el pilar de Diversidad y Orgullo del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, reflexionó sobre la necesidad de seguir impulsando la agenda DEI (diversidad, equidad e inclusión) y los desafíos que aún enfrentan las organizaciones en su implementación. En este marco, realizó un análisis entre sus socios y socias que reveló que, actualmente, el 50% de las organizaciones implementan políticas DEI y realizan campañas específicas para conmemorar el 8M. A pesar de los avances, aún persisten obstáculos en la implementación de políticas de diversidad, equidad e inclusión. Los resultados de la encuesta realizada por el consejo reflejan que,

en el ámbito educativo, las barreras culturales internas son percibidas como un desafío recurrente que dificulta la implementación efectiva de la agenda DEI. Por otro lado, en el sector privado, las limitaciones presupuestarias emergen como la principal barrera para avanzar en esta causa.

Los riesgos reputacionales asociados a los cambios en las posturas respecto a las temáticas DEI asumidas públicamente son una preocupación constante en muchas organizaciones. De acuerdo con los datos recopilados en la encuesta, el 36% de los participantes considera que la pérdida de credibilidad representa un riesgo significativo, mientras que el 32% señala la polarización de audiencias como un posible efecto negativo. “Desde el consejo tenemos la misión de acompañar a los socios y socias tanto con herramientas como con información para brindarles seguridad a la hora de abordar esta agenda, que sin dudas condiciona el impacto que tienen las organizaciones en lo social. Desde nuestro rol de comunicadores, la gestión de la confianza cobra relevancia en este sentido y nos desafía a volvernos más minuciosos y coherentes a la hora de comunicar para lograr un mundo más inclusivo, para que la igualdad de oportunidades sea una realidad tangible”, explicó Diego Campal, presidente del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. **M**