

Revista *Económica*



Año XXV | Nº 119 | \$ 15

ANUARIO 2010-2011

OPINIONES Y PERSPECTIVAS

LA OPINION DE EMPRESARIOS, INDUSTRIALES, BANQUEROS,
FUNCIONARIOS Y EMBAJADORES





VOLVÉ A SENTIR EL PLACER DE MANEJAR



Volvé a sentir el máximo agarre.
Volvé a sentir que no hay caminos difíciles.
Volvé a sentir todas esas cosas que te encanta sentir.

www.fate.com.ar

fate

Tecnología en neumáticos

Editorial



Un futuro alentador

El cierre del año permite ser optimista con las perspectivas económicas que se vislumbran para el próximo año.

La actividad económica general en 2010 ha mostrado una fuerte actividad y en el sector industrial en particular varios sectores alcanzaron niveles por encima incluso de las previsiones más optimistas, con récords de producción históricos.

La defensa de la producción nacional es uno de los ejes centrales de la política económica que ha logrado aumentar la sustitución de importaciones permitiendo a la Argentina, como nunca antes, acceder a mercados internacionales con productos de alto valor agregado y calidad. Si queremos seguir por esta senda, sin duda, será importante la consolidación de una política de financiamiento que permita aumentar la oferta de productos y servicios. Esta es una de las asignaturas pendientes, lograr que el sistema financiero llegue a ser un socio estratégico de la producción.

En definitiva, el país debe seguir en el camino de más producción y más consumo para sostener el empleo y seguir recomponiendo el tejido social con la incorporación de aquella parte de la población que por distintos motivos ha quedado postergada. Desde esta ecuación solo es posible aumentar la generación de riqueza y distribuirla más equitativamente.

Como todos los años, el Anuario de Revista Económica refleja la opinión de los máximos referentes de empresas, industrias, entidades empresarias y financieras además de diplomáticos extranjeros destacados en el país. En esta importante edición se pueden apreciar numerosos puntos de vista sobre la evolución de la economía durante este año, una amplia diversidad de criterios sobre la forma de sostener el crecimiento económico y las expectativas que cada uno de ellos tiene para 2011.

Fundador

Juan Luis Rechax

Staff

Directores

Rodolfo G. Rechax

Luis A. Piñeiro

Colaboradores

P. Alvarez Cornillón

Alberto Junco

Hernán Castiñeira de Dios

Jefe de arte

Fernando A. Hrycak

Diseño de tapa

Mark Rechax

Impresiones

Actualidad Gráfica

Administración

Bettina Rechax

Revista ECONOMICA es una publicación de PRENSA ARGENTINA, con domicilio en Junín 185, 6° "A" Capital Federal
Tel/Fax: (05411) 4952-7212

Registro de la Propiedad

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

Buenos Aires, Argentina.

E-mail: rechax@ciudad.com.ar

Revista ECONOMICA

se comunica con MOVISTAR

www.revistaeconomica.com.ar

EDICION 119

NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2010

**Revista
Económica**

COLUMNAS DE OPINIÓN



Débora Giorgi
Ministro de Industria
de la Nación



ARTURO VERA
Presidente de la Comisión
de Industria y Comercio
de la Cámara de Senadores



MARTÍN FERRÉ
Ministro de la Producción de la
Provincia de Buenos Aires

DIPLOMATICOS



GÜNTER KNISS
Embajador de Alemania



ENIO CORDEIRO
Embajador de Brasil



ADOLFO ZALDIVAR
Embajador de Chile



RAFAEL ESTRELLA
Embajador de España



JEAN-PIERRE ASVADOURIAN
Embajador de Francia



GUIDO LA TELLA
Embajador de Italia



GUILLERMO POMI BARRIOLA
Embajador de Uruguay

ENTIDADES FINANCIERAS



BANCO CIUDAD
Federico Sturzenegger



BANCO CREDICOOP
Carlos Heller



GRUPO MACRO
Jorge Brito



BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA
Juan Carlos Fabrega



BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
Guillermo Francos

BANCO PIANO
Arturo Piano



FONDO DE GARANTÍAS BUENOS AIRES (FOGABA)
Leonardo Rial

ENTIDADES EMPRESARIAS



ASOCIACIÓN CRISTIANA DE DIRIGENTES DE EMPRESA (ACDE)
Adolfo Ablático



ASOCIACIÓN DE HOTELES DE TURISMO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (AHTRA)
Juan Mirena



BOLSA DE CEREALES DE BUENOS AIRES (BCBA)
Ernesto Crinigan - Presidente



BOLSA DE COMERCIO DE BUENOS AIRES (BCBA)
Adelmo Gabbi



CÁMARA ARGENTINA DE LA CONSTRUCCIÓN (CAC)
Carlos Wagner



CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL PARTIDO DE SAN ISIDRO (CIPSI)
Mariano Pablo Barusso



CÁMARA DE LA INDUSTRIA METALÚRGICA ARGENTINA (CAMIMA)
Pablo Reale



COORDINADORA DE LAS INDUSTRIAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS (COPAL)
Daniel Funes de Rioja



FEDERACIÓN DE LA INDUSTRIA NAVAL ARGENTINA (FINA)
Pablo Noël

SOCIEDAD RURAL ARGENTINA (SRA)
Hugo Biolcati



UNIÓN INDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (UIPBA)
Osvaldo Rial

EMPRESAS



AEROPUERTOS ARGENTINA 2000
Ernesto Gutiérrez



AMADEUS ARGENTINA
Federico Imposti Huerta



AMERICAN EXPRESS ARGENTINA
Henry Seeber



BAYER SA
Richard van der Merwe



ATACAMA SA DE PUBLICIDAD
Carlos Godino



GRUPO CARREFOUR ARGENTINA
Daniel Fernández



CARRIER S.A.
Marcelo Piacenza



CHRYSLER ARGENTINA
Diego Luis Vignati



CITRIX
Hugo Espinoza



CITRÖEN ARGENTINA
Luis María Basavilbaso



CLARO
Rogelio Viesca



CODERE ARGENTINA
Beatrice Rangel



DITECAR
Sebastián Dañil

Anuario 2010-2011 Opiniones y Perspectivas

 D-LINK Enzo Pezzani	 MAPFRE ARGENTINA Diego Sobrini	 CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES Bernardo Paiva
 DUPONT ARGENTINA Juan Vaquer	 MASSALIN PARTICULARES Chris Dille	 RENAULT ARGENTINA Dominique Maciet
 FATE Miguel Canay	 MICHELIN ARGENTINA Pascal Roche	 ROBERT BOSCH ARGENTINA Axel Gros
 FIAT AUTO ARGENTINA Cristiano Rattazzi	 MASTELLONE HNOS. S.A. Pascual Mastellone	 SANCOR Vicente C. Bauducco
 FORD ARGENTINA Enrique Alemañy	 MERCEDES BENZ ARGENTINA Roland Zey	 GRUPO SANCOR SEGUROS Néstor Abatidaga
 GENERAL MOTORS DE ARGENTINA Sergio Rocha	 MONSANTO ARGENTINA Pablo Vaquero	 SCANIA ARGENTINA Jose Antonio Mannucci
 GRUPO PROMINENTE Martín Sola	 MOVISTAR Leandro Musciano	 SHELL CAPSA Juan José Aranguren
 GE Alex Bottan	 MOTOROLA ARGENTINA Pablo Orsei	 SIEMENS IT Gustavo Buontempo
 HEWLETT-PACKARD ARGENTINA Agustín Urtubey	 NEXTEL ARGENTINA Ruben Butvilofsky	 SINTEPLAST Claudio Rodríguez
 IBM ARGENTINA Guillermo Cascio	 OCA (ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA S.R.L.) Alfredo Romero	 TECSENER Guillermo Fuertes
 CERVECERÍA ARGENTINA S.A. ISENBECK Hernán Pflaum	 OSDE Eduardo Forte	 TELFÓNICA EMPRESAS Daniel Miodownik
 INTEL Esteban Galuzzi	 PERSONAL Ignacio Nores	 COMPAÑÍA TEXTIL AVELLANEDA SRL Verónica Cerrudo
 KPMG ARGENTINA Alberto Schuster	 PSA PEUGEOT CITRÖEN ARGENTINA Javier Varela Sobrado	 TOYOTA ARGENTINA Aníbal Borderes
 LOJACK Carlos Mackinlay (h)	 PROCTER & GAMBLE ARGENTINA Fernando Del Carril	 ZANELLA Walter Steiner
 LOMA NEGRA C.I.A.S.A. Ricardo Lima	 PRUDENTIAL SEGUROS Mauricio Zanatta	 ZURICH ARGENTINA Alcides Ricardos
 MANPOWER ARGENTINA Alfredo Fagalde		 MASTERCARD Martin Lang



UNA INDUSTRIA FUERTE PARA UN PAÍS DESARROLLADO

Por Débora Giorgi Ministro de Industria de la Nación

Luego de atravesar durante 2009, en forma privilegiada, la peor crisis económica mundial de los últimos 80 años, hemos retomado en 2010 el sendero de crecimiento económico promedio del 9%, lo que nos hace esperar un 2011 con más trabajo, más inversión y más exportaciones.

Argentina ya ha demostrado que tiene un modelo sólido que nos permitió recuperar nuestra identidad nacional y la capacidad de establecer nuestras prioridades, no las que nos querían imponer desde afuera. Dentro de este

modelo, la industria es un pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo de nuestro país.

En 2010, la industria fue el motor de la economía argentina, ya que creció a una tasa mayor a la del producto total y, además, superó el acumulado de un año récord como el 2008. Estamos terminando el año con más de 12 meses consecutivos de crecimiento de la producción industrial.

Pudimos alcanzar estos índices porque tenemos un modelo que fortalece

el círculo virtuoso, hay un pujante mercado interno, lo que incentiva inversiones y expande la producción, esto genera más puestos de trabajo y, con ello, una nueva expansión de la demanda. También hemos podido terminar con la dicotomía de mercado interno o exportaciones: hoy tenemos un mercado local fuerte y, al mismo tiempo, vendemos productos argentinos con valor agregado a los mercados internacionales. En 2010, vamos a superar en un 25% las ventas totales al exterior del año 2009.

Para profundizar este esquema, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Industria promueve herramientas que incentivan la sustitución de importaciones y las ventas al exterior con valor agregado. Algunos instrumentos en plena vigencia son el Fondo Productivo del Bicentenario, con créditos a 9,9% de tasa anual fija, en pesos, a cinco años y uno de gracia; la Ley de Promoción de Inversiones, con devolución anticipada del IVA de los bienes de capital y/o la amortización acelerada de los mismos bienes en el Impuesto a las Ganancias, el Régimen de Incentivo Nacional para los fabricantes de Bienes de Capital, entre otros.

El modelo productivo inaugurado en 2003 también impulsó las exportaciones, fundamentalmente las industriales. En 2010, las Manufacturas de Origen Industrial (MOI) han crecido a un ritmo superior al 30% respecto de 2009 y casi un 10% más respecto del récord





del año 2008. Además, hemos diversificado los mercados: hoy le vendemos por más de 100 millones de dólares a más de 60 países, mientras que en 1998 solo 37 naciones nos compraban por ese monto.

En lo que se refiere a inversión productiva, este año esperamos superar, también, la tasa récord de 23,1%, del año 2008, ya que las empresas radicadas en nuestro país expanden su producción y son plataforma exportadora a otros países de la región; esto es posible porque nuestro país ofrece seguridad y un futuro favorable para las inversiones productivas.

Por ejemplo, en el sector automotriz las terminales han realizado anuncios de inversión por más de 1.000 millones de dólares para el período 2010-2012, lo que permite proyectar una producción de un millón de unidades para los próximos años. El crecimiento de las terminales impulsa también el desarrollo de la industria autopartista local, dado que los nuevos modelos se lanzan con un alto porcentaje de piezas nacionales, esto fortalece el entramado de las pequeñas y medianas.

El crecimiento del país ha permitido, también, la creación de 170 mil pequeñas y medianas empresas, desde el año 2003 a la fecha. Por eso, la SePyME se ocupa de todas las fases de desarrollo de este tipo de empresas, desde su constitución (con respaldo técnico y financiero) hasta la consolidación o expansión (con asistencia crediticia, capacitación y mecanismos de asociatividad).

Así, en 2010, otorgamos financiamiento blando a más de 9.500 PyMEs que ocupan alrededor de 310 mil trabajadores. Por caso, en diciembre licitamos un cupo de 200 millones de pesos para financiar proyectos PyMEs a una tasa del 10% anual; destinamos recursos a capacitación en un programa por el que, sólo este año, 80 mil operarios y empresarios realizaron cursos en universidades públicas y privadas y en sus propias empresas.

Queda mucho por recorrer, pero no llegamos por casualidad a los índices de crecimiento que tenemos en la industria. Los conseguimos porque cuidamos nuestro mercado interno y lo fortalecemos día a día, atraemos nue-

vas inversiones y estimulamos el crecimiento de las empresas ya existentes, les presentamos créditos a tasas competitivas, programas para que se asocien entre sí y se radiquen en parques industriales. Ofrecemos beneficios fiscales para la compra de bienes de capital, programas exclusivos para que los jóvenes puedan poner en marcha sus proyectos, promovemos las exportaciones, entre tantos otros instrumentos.

No tengo dudas que tenemos que profundizar estas herramientas para alcanzar el desarrollo económico, productivo y social que queremos para todos los argentinos. ■



Integrar y fortalecer un tejido industrial autónomo

Por Arturo Vera
Presidente de la Comisión de Industria y
Comercio de la Cámara de Senadores

Los grandes desafíos para la industria argentina siguen pendientes hacia finales del 2010, a pesar de la notoria reactivación de la economía argentina que se sostiene desde el año 2003. Esos desafíos tienen que ver con la necesidad de que el sector ocupe un lugar central, no sólo en la generación de riquezas para nuestro país, sino también de empleo productivo y de incorporación permanente de adelantos tecnológicos que la potencien.

En una nota anterior para esta publicación, sostenía que el fin último de la actividad económica debía ser “servir de sustento a una mejor calidad de vida de toda la población”, apuntando al desarrollo de una economía humana y sustentable. En tal sentido, afirmaba que eso se podría alcanzar “con una industria diversificada, con un tejido productivo que promueva las pequeñas y medianas empresas, con políticas que apoyen la producción y el empleo nacional, que agreguen valor (y mucha inteligencia) a las fuentes primarias que nos brinda nuestro rico territorio, que cuiden el ambiente y respeten los derechos de todos los trabajadores (buscando su mayor calificación en entornos empresariales amigables, que procuren garantizar efectivamente los derechos reconocidos”.

En el diagnóstico que realizaba entonces acentuaba mi preocupación por el alto grado de concentración existente en el sector, agravado con un inédito proceso de extranjerización, lo que se transformaba más en obstáculos que en impulsos a un desarrollo humano y sustentable. Una estructura oligopolizada opera como elemento distorsivo no sólo para la asignación correcta de

los recursos y la determinación de precios justos, sino por las duras condiciones que se le imponen a la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas para sobrevivir en un ambiente tan adverso. Con el agravante de que el predominio absoluto de las firmas extranjeras en el pelotón de las 500 más grandes del país, no conlleva a un compromiso de esos actores muy importantes con el futuro de nuestra Nación.

Pero los deberes pendientes no obedecen sólo a esos factores, sino también existen por la falta de integración nacional de la industria, por el perfil ligado casi exclusivamente a la transformación de bienes primarios, y la fuerte dependencia de las importaciones de alta tecnología y bienes de capital.

Reconociendo que el rol central para modificar esta realidad está en la esfera del Poder Ejecutivo, se intentó desde el inicio de las actividades legislativas en marzo de este año, dotar a la Comisión de Industria y Comercio que presido, de una dinámica que procure avanzar en corregir las deficiencias señaladas y contribuir a la integración y el fortalecimiento del tejido industrial nacional. Para ello se trabajó activamente en varios proyectos de ley, uno de los cuales tuvo dictamen favorable siendo acompañado de manera unánime por los senadores integrantes de esta comisión y otras donde también fue girado el mismo. Se trata de una reforma integral a la Ley de Empleo Argentino, que se fue enriqueciendo con los aportes de muchas cámaras vinculadas, para poder crear las mejores condiciones para la vigencia efectiva de esa disposición.

Hubo otros proyectos que tuvieron avance luego de fructíferas reuniones, y que aguardan los acuerdos necesarios para ser tratados en el recinto. Destaco entre otros un proyecto de senadores de diferentes bloques parlamentarios que modifica la ley de patentes en lo relacionado al tratamiento de medicamentos, donde esté involucrada la salud pública (estableciendo procedimientos más rápidos); un proyecto que dispone la prohibición a las empresas petroleras de mantener estaciones de servicios en propiedad; uno que establece un consejo participativo para la fijación anual del precio del tabaco; uno para la creación de parques industriales-tecnológicos, etc. Igualmente hay todavía enormes deberes pendientes, que vamos a tratar de afrontar positivamente y de manera participativa con los sectores involucrados. Como siempre seguimos abiertos a las sugerencias y aportes que nos puedan hacer llegar a la comisión, con ideas para enriquecer los proyectos en tratamiento, y con nuevas propuestas que mejoren el funcionamiento y el trabajo que estamos desarrollando.

Por último, quisiera dejar constancia que en la Argentina aun está pendiente construir políticas comunes, lo que frecuentemente se llama políticas de Estado, que mantengan su vigencia gobierne quien gobierne, para evitar las marchas y contra marchas en la búsqueda del desarrollo material y humano de nuestro país. Aclarando que esta deuda pesa en general sobre la dirigencia y que por lo tanto, es hora de que nos hagamos cargo, si de verdad queremos un país progresista. ■

Planes **Claro**, exclusivo para empresas.

Consultá por el plan que mejor se adapte a tus necesidades.

- Equipos disponibles sin cargo.
- Mínimos requisitos de contratación.
- Llevate los equipos activados en el momento.
- Hablá gratis entre tus líneas contratadas.



0800 122 0000

claro.com.ar

Un futuro alentador para una provincia en constante desarrollo

Por Martín Ferré - Ministro de la Producción de la Provincia de Buenos Aires



El año 2010 fue para la provincia de Buenos Aires el año del despegue luego de las vicisitudes que generó la situación internacional de 2009 y que, no obstante su gravedad, el país y nuestra Provincia pudieron hacerle frente cuidando los puestos de trabajo y fomentando la producción a través de políticas anticíclicas que dieron excelentes resultados y que nos colocó en niveles similares o incluso superiores a 2008, que fue récord para la producción.

Con un crecimiento promedio de la actividad industrial en lo que va del año del 10%, nos espera un 2011 muy alentador con un pronóstico de crecimiento récord en todos los sectores que, incluso superarán los niveles históricos.

Pero estamos lejos de conformarnos, sino que estos indicadores son un aliado que nos empujan a seguir trabajando con la misma fuerza, porque la dedicación tiene recompensa, y es ver a una Provincia que crece, a empresas que abren puertas, que se animan a grandes inversiones, empresarios optimistas que no dudan en seguir generan-

do trabajo. Este es el objetivo que nos planteó el Gobernador Scioli.

Y para seguir con este mandato, es necesario que redoblemos la apuesta para continuar trabajando firmemente y en conjunto con las cámaras empresarias de la Provincia (FEBA, UIPBA, CEPBA y ADIBA), con la Universidad en la búsqueda de innovación y capacitación para nuestras PyMEs y unificando acciones con todos los sectores del Gobierno Provincial para consolidar aún más el tejido productivo.

Es entonces nuestra tarea como Estado seguir brindando herramientas para que nuestras PyMEs crezcan y apostar a la responsabilidad social empresarial para continuar con este diálogo armónico de todos los sectores que ha permitido este crecimiento que hemos tenido a lo largo del año.

Más que nunca continuarán presentes nuestros programas de financiamiento Fuerza Productiva; la entrega de avales a través de Fogaba para aquellas PyMEs que no puedan acceder al crédito. Estas dos herramientas, junto con la Ley de Promoción Industrial y sus exenciones impositivas y el fomento

a la creación y mejoramiento de Agrupamientos Industriales, ha logrado un desarrollo sumamente importante en la radicación y puesta en marcha de planes de inversión que continuará firme durante 2011.

Pero tampoco debemos olvidarnos de otro eslabón muy importante de la cadena productiva: los consumidores y usuarios a quienes pedimos que nos acompañen para denunciar casos en los que se vean afectados sus derechos. Pero también pedimos a nuestros empresarios y comerciantes que nos acompañen en transparentar las relaciones de consumo. No queremos que este operativo se transforme en una traba al consumo, sino por el contrario: que sea disparador.

Con todas las herramientas que contamos desde el Estado, con el diálogo permanente entre todos los sectores desde el principio al fin de la cadena productiva, seguramente vamos a continuar siendo la locomotora del crecimiento de nuestro país. ■

CRUZE

EL AUTO QUE VINO A CAMBIAR AL AUTO



- Airbags frontales, laterales y de cortina
- Sensores de estacionamiento traseros
- Techo solar eléctrico

- Motores 1.8L 141CV WT Nafta y 2.0L 150CV Turbo Diesel
- Controles de estabilidad (ESC) y tracción (TCS)
- Llantas de aluminio de 17"



GÜNTER KNISS
Embajador de Alemania



Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Argentina es uno de los socios más importantes de Alemania en Latinoamérica. En 2010, año del Bicentenario, la tradicional amistad entre nuestros países se ha profundizado aún más. Tuvimos grandes avances en el ámbito de la Ciencia y de la Tecnología. En su visita durante el mes de marzo, el Ministro Federal de Relaciones Exteriores, Dr. Guido Westerwelle, inauguró junto con la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner el Túnel de la Ciencia: una exposición de la Sociedad Max-Planck sobre los resultados más significativos en el área de la investigación más reciente, que contó con más de 40.000 visitantes. Con motivo del Bicentenario, las empresas alemanas en la Argentina obsequiaron al país una inversión a futuro: Los Gobiernos de la Argentina y Alemania sentaron las bases para la creación del Centro Universitario Argentino-Alemán, cuya finalidad es promover la formación de una red entre universidades argentinas y alemanas, es decir la mayor cantidad posible de carreras con títulos reconocidos en ambos países. En el mes de diciembre se presentará en el Polo Científico un instituto asociado de Biomedicina de la Sociedad Max-Planck. Este instituto, en el que trabajarán más de 100 científicos, es el primer instituto asociado de la renombrada sociedad de investigación en Latinoamérica. En su calidad de país invitado de honor en la Feria del Libro de Frankfurt, Argentina presentó

de un modo notable al público alemán su literatura y su cultura. La Presidenta Fernández de Kirchner inauguró la Feria del Libro en el marco de una visita oficial de tres días a Alemania.

¿Qué expectativas tiene con respecto al desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Gracias al desarrollo económico sumamente positivo que ambos países registraron en 2010, Argentina y Alemania han contribuido en gran medida a la superación de la crisis económica y financiera. Nosotros, los europeos, aspiramos a firmar con el Mercosur un tratado de libre comercio ambicioso y equilibrado. Un tratado de estas características tendría un gran valor agregado.

Luego de los importantes impulsos generados conjuntamente este año, nuestra cooperación en el área de la Ciencia y la Tecnología continuará intensificándose. El Instituto Asociado Max-Planck iniciará sus actividades. El Centro Universitario Argentino-Alemán promoverá a los primeros becarios, que en el futuro contribuirán a una cooperación más estrecha aún en el ámbito científico.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en Argentina?

Los altos índices de crecimiento de la economía argentina, la rápida recuperación de la crisis económica mundial y un gran potencial en el terreno de las energías renovables convierten a la Argentina en un socio atractivo, también

para empresas que aún no poseen representación en el país.

Actualmente Argentina es el tercer destino de inversiones alemanas directas en América Latina, mientras que empresas alemanas generan 22.000 empleos directos para argentinos.

Muchas empresas alemanas cuentan ya con una larga tradición en Argentina y llevan a cabo una y otra vez importantes inversiones en el país. Volkswagen, por ejemplo, produce su nueva Pick-up "Amarok" exclusivamente en Argentina y ha invertido más de 155 millones de Dólares en la fábrica de cajas de cambio en Córdoba. Otras empresas como Daimler Benz, DHL, Wintershall están a punto de efectuar importantes inversiones. ■



ENIO CORDEIRO
Embajador de Brasil



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Las relaciones entre el Brasil y la Argentina son las más intensas, las más profundas y las más antiguas de nuestra historia diplomática. La importancia estratégica de esas relaciones fue confirmada, una vez más, durante el 2010. En verdad, se puede decir con seguridad que las relaciones Brasil-Argentina se encuentran en su mejor momento.

Simbólico de la intensidad de los lazos bilaterales fue el impresionante número de visitas presidenciales y ministeriales de los últimos años. La exitosa iniciativa del Mecanismo de Integración y Coordinación Bilateral (MICBA), creado el 2007, es el ejemplo quizás más marcante. Este año, se pueden subrayar tres reuniones entre los Presidente Lula y Cristina Fernández de Kirchner: en la Cumbre de la UNASUR (Los Cardales, 03-04/05); durante la visita del Presidente Lula para las conmemoraciones del Bicentenario de la Independencia Argentina (Buenos Aires, 25/05); y al margen de la Cumbre del Mercosur (San Juan, 03/08).

Además de los múltiples encuentros en eventos multilaterales, también hubo durante el 2009 dos visitas de los Cancilleres: la visita del Ministro Celso Amorim a Buenos Aires para la I Reunión de la Comisión Ministerial Brasil-Argentina (04-05/02) y la ida a Brasília del Canciller Héctor Timerman (30/06).

Hasta el fin del año, están previstos encuentros presidenciales durante las Cumbres de la UNASUR (Georgetown, 26/11), Iberoamericana (Mar del Plata, 03-04/12) y del Mercosur (Foz de Iguaçu, 16-17/12).

La profundidad y el grado de confianza alcanzado en las relaciones bilate-

rales les han permitido al Brasil y a la Argentina proyectar una visión común de integración regional, que ha ganado densidad en el ámbito del Mercosur y de la Unasur. Ese proyecto de integración es hoy día un patrimonio común que forma parte de la misma identidad de ambos países y que, seguramente, será profundizado por el próximo Gobierno brasileño que empezará el 1º de enero del 2011.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Brasil y Argentina lograron, en el 2010, superar los efectos de la crisis internacional sobre sus economías y volver a la senda de un robusto crecimiento interno y a la profundización del comercio bilateral. Luego del marco histórico de transacciones observado en el 2008, cuando los flujos bilaterales superaron los US\$ 30 mil millones, y del derrumbe de las economías centrales en el 2009, este año se prevé un nuevo récord en el comercio, que debe acercarse a los US\$ 33 mil millones. De este total, más del 80% corresponden a importaciones y exportaciones de productos industrializados. Estos números "per se" revelan la calidad y solidez de nuestras relaciones comerciales.

En el ámbito de la integración regional dimos igualmente un gran paso rumbo a la consolidación de la unión aduanera del Mercosur, con la aprobación del Código Aduanero común y de la hoja de ruta para la eliminación del doble cobro del arancel externo común.

Para el 2011, tenemos la expectativa de seguir trabajando en los proyectos de integración de las cadenas productivas, involucrando cada vez más a los sectores privados en las iniciativas en esa área y fomentando la especia-

lización y complementariedad de la producción de los dos países. Será importante aún continuar con el diálogo entre los Gobiernos para preservar la fluidez del comercio.

¿Como ve la evolución de las inversiones de Brasil en Argentina?

Como en años pasados, los capitales brasileños continúan desempeñando un papel importante en la economía argentina. Las inversiones de Brasil crecieron de forma significativa en 2010, retomando una dinámica de alza que fue brevemente interrumpida en 2009 por los efectos de la crisis financiera global. Brasil es, en la actualidad, uno de los tres principales inversores extranjeros en la Argentina. En los últimos diez años, las inversiones de las empresas con participación de capital brasileño superaron los US\$ 11 mil millones, y deberán alcanzar US\$ 15 mil millones en 2012. Los beneficios generados por las inversiones brasileñas en Argentina son palpables, no solamente en la generación de renta y empleos, sino también en lo concerniente al pago de impuestos y al impacto positivo para la balanza comercial generado por las exportaciones realizadas desde el territorio argentino por las empresas brasileñas.

En 2010, los anuncios de nuevas inversiones brasileñas continuaron marcando presencia, en los sectores automotor, de energía, alimentos, textil, calzados, construcción, siderúrgico y muchos otros. Nuevas operaciones de gran monto confirman la fuerte apuesta de Brasil en los más diversos sectores de la economía argentina. Esas inversiones, juntamente con el aumento significativo de las corrientes de comercio bilateral, son emblemáticas de la profundización del proceso de integración entre las dos economías.

Uno de los desafíos para el futuro en las inversiones de Brasil en Argentina - y también de Argentina en Brasil, una dinámica que crece rápidamente - es poder estimular una creciente integración productiva entre los dos países. Esta ya es

una realidad en algunos sectores –notadamente la industria automotor, en parte gracias al comercio intra-empresas – pero sería del interés mutuo poder expandir y sofisticar otras cadenas con una creciente regionalización de los factores de

producción. Esto permitiría conferir mayor competitividad a las exportaciones extra-zona, generar una mayor escala de producción para las empresas de ambos países, y contribuir para dinamizar sectores con capacidad ociosa. ■



ADOLFO ZALDIVAR
Embajador de Chile



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Hablar de la vinculación durante este año requiere mencionar el desarrollo de la relación bilateral desde la firma del Tratado de Paz de 1984 y de la solución de 23 de los 24 puntos pendientes de demarcación limítrofe a partir de 1990. Ello estableció una base de confianza mutua que alcanza su cenit en el intercambio comercial, las inversiones chilenas en la Argentina y la cooperación castrense, que sientan las bases para lograr una alianza estratégica entre ambos países. Ambos dominan el Cono Sur del espacio sudamericano y articulan tres grandes ejes bioceánicos con proyección hacia los mercados asiáticos.

En este contexto, el trabajo de los 7 Comités de Integración han resultado una base fundamental para mejorar los servicios en las fronteras, así como la conectividad en general. El Tratado de Integración y Cooperación de Maipú firmado el 2009, con sus protocolos complementarios, especialmente los proyectos de los túneles de Agua Negra, que conectará San Juan y la región de Coquimbo, y el Trasandino Central –Mendoza con el eje Santiago Valparaíso–, es la conclusión de un proceso que sitúa en un alto nivel nuestras vinculaciones y da cuenta de la intención de ambos países, que el Presidente Sebastián Piñera, con sus 7 visitas a la Argentina durante 2010, ha redimensionado

con fuerza la vinculación en los sectores político, económico y comercial, además del energético, científico-tecnológico y cultural, para profundizar la integración binacional.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Las expectativas siempre dependen del trabajo proactivo que se haga y de saber aprovechar las oportunidades que nos ofrece el mundo, sobre todo el Asia, en este momento, y en eso estamos. Desde los años 90, Chile y Argentina, han construido una densa red de interrelación económica y han sido capaces de avanzar prodigiosamente en la integración política, económica, comercial, militar, cultural y social. Son socios comerciales y a la vez, se producen inversiones recíprocas entre estos países. Un ejemplo del avance en la integración, es la realización de siete Comités de Integración donde anualmente participan provincias argentinas y regiones de Chile, las que están interesadas en desarrollar su integración productiva. En este sentido la Argentina y Chile tienen por delante la posibilidad de integrarse en un proceso de complementación productiva y exportar hacia los mercados en los cuales Chile goza de acceso preferente a 4200 millones de habitantes, a través de los Tratados de Libre Comercio firmados con 57 países, sumado a la enorme y diversa capacidad productiva y comer-

cial de Argentina, abierta desde hace muchos años. Dicha política comenzó con la apertura unilateral a través de un cronograma en el tiempo de rebaja de aranceles para ir firmando luego Acuerdos de Complementación Económica y Tratados de Libre Comercio, que hoy tiene firmados con 57 países.

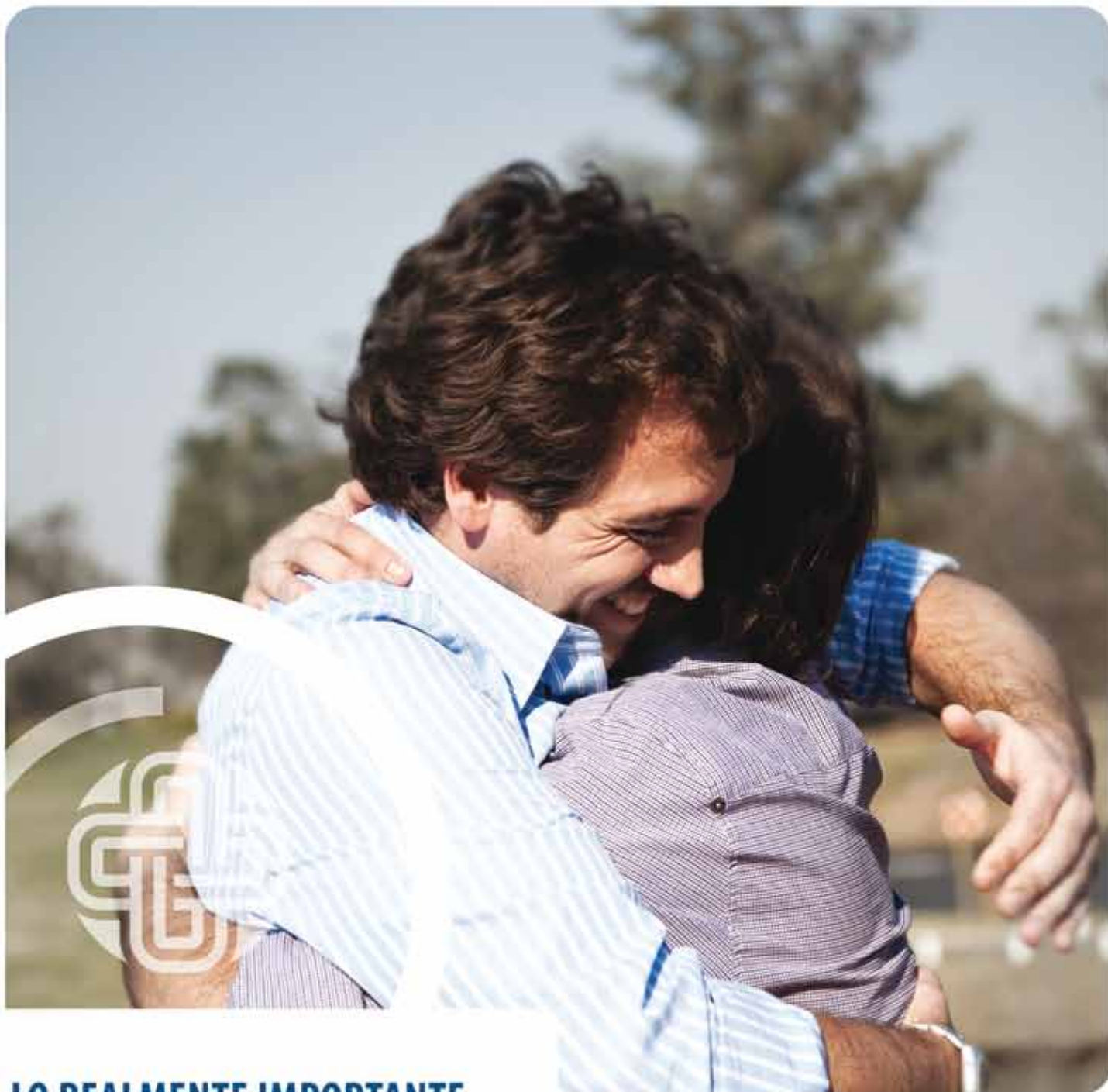
Se trata, entonces, de abordar juntos el mundo. Solos no podemos, y ambos países necesitamos desarrollar aún más nuestra industria, exportar con mayor valor agregado, con la participación de las regiones, provincias y sobre todo de la PYME. Esto llevará a profundizar el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas.

Nos espera un mundo de oportunidades que no debemos desaprovechar.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en Argentina?

La Argentina es el primer destino de las inversiones de Chile en el exterior con presencia en 15 provincias de la Argentina, en los más variados sectores donde se emplean a más de 90.000 personas en forma directa e indirecta.

En la medida que avancemos en los procesos de integración económica y productiva, y que se aprovechen las circunstancias que hoy el mundo nos ofrece, se continuarán desarrollando las inversiones recíprocas en ambos países, con el objetivo supremo de incluir en este desarrollo a las pequeñas y medianas empresas. ■



**LO REALMENTE IMPORTANTE
ES LO QUE NOS HACE PERSONAS.**

0810 555 OSDE (6733)



OSDE
GRUPO OSDE. UN GRUPO DE PERSONAS.



RAFAEL ESTRELLA
Embajador de España



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

En los ocho primeros meses de 2010, las exportaciones españolas a la Argentina han sido de 510,45 Millones de EUR, lo que supone un incremento de aproximadamente el 24% con respecto al mismo período de 2009. Este aumento se ha debido, fundamentalmente, al incremento generalizado de las importaciones argentinas como consecuencia de la recuperación económica del país. Asimismo, las importaciones españolas desde la Argentina también han aumentado, aunque en menor medida (un 9% respecto al mismo período de 2009, con un valor de 964,48 M EUR).

La relación comercial de la Argentina con España se vio afectada con la crisis en 2009, con un descenso del intercambio comercial de casi el 40%, aunque no de forma tan intensa como ocurrió con otros países. En efecto, en los últimos años se ha consolidado una relación muy intensa entre ambos países, marcada por un crecimiento constante del comercio. Entre 2003 y 2007, las exportaciones argentinas a España experimentaron un crecimiento del 94%, alcanzando los U\$S 2.653 millones. Las exportaciones españolas a la Argentina también registraron un comportamiento muy positivo en este período, alcanzando los U\$S 954 millones en 2007, con un crecimiento del 230% en esos cuatro años.

Este incremento del volumen de intercambios se debió a una intensa actividad de promoción y conocimiento mutuo de los mercados desarrollada por organismos institucionales de ambos países, dirigida al fomento de los intercambios comerciales.

Por lo tanto, a pesar de haber sufrido una disminución en cuantía, existe un comercio con alto valor entre España y la Argentina, lo que nos hace presagiar que para el 2011 las relaciones comerciales entre ambos países serán favorables.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Las perspectivas para el desarrollo comercial con la Argentina para 2011 son favorables.

La economía argentina alcanzó durante 2010 el nivel previo a la crisis y la relación entre España y la Argentina ha vuelto a alcanzar la buena situación precrisis. Se estima que continuará la mejora debido a la cosecha que se acerca que se prevé será un 11% superior en volumen y un 33% superior en valor con respecto a la cosecha de 2010. Los productos agropecuarios representan la principal fuente de divisas del país y la principal contribución a su superávit comercial.

Por otro lado, el Gobierno Argentino acaba de anunciar que el Club de París ha aceptado la propuesta del país para negociar un plan de pagos que permita saldar los U\$S 7.700 millones de deuda sin la intervención del FMI en los próximos tres años. Esto significará la vuelta de la Argentina a los mercados internacionales de capitales.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en Argentina?

Según los últimos datos de 2009, España es el principal inversor en Argentina, con un 28% del stock (U\$S 22.115 millones), seguida de USA con el 17% (U\$S 13.137 millones) y Holanda con el 9% (U\$S 6.652 millones).

Este gran volumen de inversión se debe a la permanencia de las inversiones españolas, pues muchas llevan en el país desde los años 90, así como a la continua reinversión de utilidades y dividendos. Se trata del mayor volumen de inversión realizado, en términos relativos respecto al PIB, en ningún país del mundo por las empresas españolas, lo que refleja la importancia que tienen para España estas inversiones.

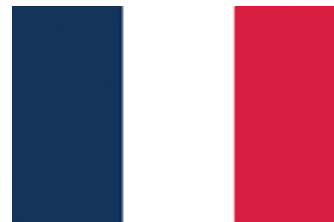
La inversión española aparece en todos los sectores, destacando: hidrocarburos, telecomunicaciones, energía, servicios públicos, financiero y seguros, pesquero, comunicación, ocio y construcción. La importancia de estas inversiones y su diversidad suponen una estrecha interrelación económica entre ambos países.

El compromiso de las empresas españolas con la Argentina es intenso y a largo plazo. España fue líder inversor antes de la crisis, las empresas se quedaron en el país durante la crisis y después de la crisis España sigue siendo líder. Ahora invierten nuevas empresas y también lo hacen las que vinieron en los 90 no repatriando beneficios.

Además, los cambios que se están produciendo a nivel mundial, generarán nuevas oportunidades de inversión, por lo que las empresas españolas, además de mantener su compromiso con el país, podrán aprovechar las oportunidades existentes en sectores que por el momento tienen poca presencia española. ■



JEAN-PIERRE ASVADOURIAN
Embajador de Francia



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Las relaciones entre Francia y la Argentina son históricas y no han dejado de desarrollarse desde hace 200 años. Creo que la invitación que se le hizo a Francia de participar con un pabellón en la Avenida 9 de Julio en los festejos del Bicentenario argentino es el testimonio de los lazos especiales entre nuestros dos países. Otra prueba importante es que Francia y Argentina son socios en el G-20 -cuya presidencia está ahora asumida por Francia por un año-, marco en el cual las posiciones de ambos países confluyen sobre varios temas: la reforma de la gobernanza mundial, la introducción de normas sociales y ambientales en el crecimiento económico, etc. Además los rubros de cooperación son muy numerosos: la cooperación científica por ejemplo, con varios laboratorios e institutos comunes creados en el 2010. En cuanto a las relaciones económicas, basta indicar que nuestras relaciones comercia-

les están creciendo muy fuertemente este año.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Francia se encuentra en un momento propicio para desarrollar sus relaciones económicas y comerciales con la Argentina, ya que este país se beneficia con un crecimiento excepcional de más o menos 8% en el año 2010. Hoy día, la Argentina presenta una de las tasas de deuda más bajas de los países del G-20 y sus cuentas externas son muy positivas. Además, hay que considerar que la Argentina ya cuenta con la presencia de 200 empresas francesas implantadas, y algunas de ellas vienen invirtiendo desde hace ya muchos años. Podemos contar también con la creación de la oficina UBIFRANCE, la Agencia francesa para el Desarrollo Internacional de las Empresas, y con el dinamismo de la Cámara de Comercio e Industria Franco-Argentina para atraer más exportadores e inversores franceses de Francia en el 2011.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en la Argentina?

En junio pasado, estuve en el Senado francés para participar de un coloquio titulado "Cómo hacer buenos negocios en la Argentina y en los países del cono Sur (Paraguay y Uruguay)". Tuve la oportunidad de explicar al público que la provisión de nuestras inversiones empezó a crecer de nuevo en el año 2006 y sigue mejorando, ya que los inversores ven que la Argentina tiene hoy las herramientas para ganar sus desafíos económicos. Además, tal como lo mencioné anteriormente, tenemos empresas francesas acá, en la Argentina, que invierten en el sector farmacéutico, agro-alimentario, de la distribución, de la energía, etc. Les recuerdo, por ejemplo, que los fabricantes de automóviles franceses en el país presentaron hace poco nuevos modelos que son el fruto de inversiones de miles de millones de pesos. ■



GUIDO LA TELLA
Embajador de Italia



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Italia y la Argentina cuentan con una historia de excelentes relaciones bilaterales que han sido respaldadas por una fuerte afinidad cultural, gracias a la presencia de una de las más amplias comunidades italianas en el mundo, que todavía comparte tradiciones y sentimientos de hermandad que han impulsado la colaboración entre los dos países.

El año 2010 ha sido un año muy importante para relanzar una colaboración más estrecha por dos razones: la solución de la controversia Telecom y el nuevo canje de deuda realizado por el Gobierno argentino, con la consecuente adhesión de muchos ahorristas italianos. Esta última cuestión no está aún completamente resuelta, pero hubo un importante progreso.

El mes pasado, la empresa italiana Pirelli anunció nuevas inversiones por cien millones de dólares para la planta de Merlo, brindando así una demostración de confianza en la perspectiva económica de la Argentina.

El pasado septiembre, el encuentro entre los Ministros de Asuntos Exteriores de ambos países en ocasión de las sesiones de la última Asamblea de la ONU ha puesto en evidencia este nuevo impulso a las relaciones bilaterales.

La reciente visita a la Argentina del Viceministro de Defensa de Italia, Guido Crosetto, y la firma de un Memorando de Entendimiento entre Italia y la Argentina para la mutua asistencia en materia de defensa ha dado muestra también de la intensidad de la coope-

ración en un sector estratégico para ambos países.

En lo que concierne a los temas políticos multilaterales, Italia y la Argentina coinciden en sus posiciones acerca de la reforma del Consejo de seguridad de la ONU.

Asimismo, deseo subrayar la importancia de la cooperación científica y económica, con importantes programas espaciales y de promoción de las pequeñas y medianas empresas. Ha sido puesta en marcha la creación de un Centro Italo-Argentino de Diseño Industrial que anticipa la apertura de un polo de desarrollo binacional.

La cooperación cultural y universitaria representa también un sector muy activo, en el que hay que destacar una intensa colaboración entre universidades y centros de investigación italianos y argentinos.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

Los principales indicadores económicos de la Argentina, referidos al primer semestre del 2010, evidencian que la economía local ha superado los efectos negativos de la crisis económica internacional. Sin embargo, es indudable que una parte del empresariado italiano aún se resiente de las repercusiones, incluso psicológicas, de la conocida cuestión de la deuda.

El intercambio comercial bilateral italo-argentino, por su parte, pone de manifiesto un constante aumento en los volúmenes y en los valores, tendencia que ha ido consolidándose en los últi-

mos años. El valor de las exportaciones italianas hacia Argentina, en el primer semestre de 2010, ha sido de 581,6 millones de dólares, marcando un alza de 51,9% con respecto a los 383 millones de dólares exportados en el primer semestre de 2009. Las exportaciones argentinas hacia Italia, siempre en el primer semestre de este año, alcanzaron los 745,1 millones de dólares, con una modesta disminución del 10,2% respecto a los 829,8 millones del primer semestre del año anterior. Italia es el séptimo proveedor de la Argentina e Italia resulta el noveno cliente mundial de productos argentinos.

Es objetivo común de Italia y de la Argentina acercar todavía más a ambos mundos empresariales, inclusive a través de la permanente organización de eventos específicos y misiones empresariales, convencidos de que existe un enorme potencial de complementariedad y de sinergia. Es éste uno de los puntos centrales de acción para el relanzamiento de las relaciones bilaterales también en el año 2011.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en la Argentina?

Sobre la base de las estimaciones recientemente elaboradas por el "Centro de Estudios para la Producción" (CEP) del Ministerio de Economía, Italia se proyecta hacia fines de este año como cuarto inversor extranjero en el país después de España, Estados Unidos y Brasil, mientras que durante la "gran oleada" de inversiones extranjeras en la Argentina de los 90, nuestro país ocupaba el sexto lugar.

A este resultado han contribuido ciertamente los aportes de cuatro grandes grupos industriales italianos: FIAT, ENEL, TELECOM ITALIA y PIRELLI. Particularmente FIAT, ya desde el año 2008, volvió a producir automóviles en la Argentina en su establecimiento de Córdoba y recientemente incrementó su producción también para responder a la creciente demanda del mercado brasileño.

ENEL ha adquirido el control total de Endesa desde comienzos del 2009, y ha entrado en la Argentina gracias a la presencia en este mercado del citado grupo español. Endesa participa aquí

en los sectores de generación, distribución y, en menor medida, en la transmisión de energía eléctrica.

TELECOM ITALIA, por su parte, ha aumentado recientemente la propia participación en "Telecom Argentina" pasando a tener el 58% de las acciones del grupo (contra el 50% originario). Con la mencionada operación, nuestra empresa ha recuperado una visión de largo plazo en toda el área latinoamericana. "Telecom Argentina" es responsable de la gestión de alrededor de la mitad de los servicios telefónicos del país y opera también en el sector de la telefonía móvil con la sociedad Personal.

Por último PIRELLI ha festejado, el 21 de octubre pasado, sus 100 años de presencia en la Argentina, a partir de la participación en la Exposición Universal de Buenos Aires en el lejano 1910, anunciando las nuevas inversiones ya mencionadas.

De todas formas, más allá de las inversiones por parte de las grandes empresas, los sectores de la agroindustria, de la elaboración de la madera, del cuero y textil, pueden presentar, además del sector turístico, interesantes ocasiones para las pequeñas y medianas empresas. ■

HERNÁN CASTIÑEIRA DE DIOS ABOGADO

CONSULTORÍA JURÍDICO EMPRESARIAL EN MERCOSUR Y ESPAÑA
NEGOCIACIÓN Y MEDIACIÓN LABORAL, COMERCIAL Y EMPRESARIAL
PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

AV. BELGRANO 687 P. 8° OF. 33- C1092AAG - CIUDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

EMAIL: HCDIOS@CIUDAD.COM.AR TELFAX (+54 11) 4334-4844 * 4343-2706



GUILLERMO POMI BARRIOLA
Embajador de Uruguay



¿Cuál es su evaluación de las relaciones entre su país y la Argentina durante 2010?

Mi evaluación es que este año 2010 ha sido muy bueno para las relaciones bilaterales entre Uruguay y Argentina. Quizás estoy siendo demasiado mesurado y deba decir mejor que muy bueno.

Para la prensa quizás la resolución, madura y exitosa, del conflicto vinculado a la instalación de una industria productora de pulpa de celulosa en la margen uruguaya del río Uruguay haya sido la noticia más relevante. Yo creo que llegar a esa solución fue una consecuencia de un camino de madurez recorrido por ambos países incluso en la época más álgida del conflicto. Esto último debería ser la noticia destacada. La solución llegó por una fuerte voluntad política de los gobiernos por construirla; una evolución positiva de la vinculación entre los dos pueblos, aspecto este que incluye lo social, familiar, empresarial, comercial, turístico y las inversiones; finalmente y más importante quizás que todo, la madurez y sabiduría de los habitantes de las zonas de Fray Bentos y Gualeguaychú que habiendo sido los principales perjudicados por la extensión y dinámica del conflicto supieron mantener la calma permitiendo que primara la madurez.

Pero la resolución de ese diferendo es un elemento más en un armado político con clara vocación integradora que lideran el Presidente Mujica y la Presidenta Fernández. En esa construcción podemos reconocer un relanzamiento de la integración, y el intercambio, en lo cultural y artístico con presencia del

hermano de allende el Plata de forma permanente en una u otra orilla. También un incremento del tránsito social y turístico entre los países que se verifica en todos los modos de transporte existentes con incremento de la oferta tanto en frecuencias como nuevos oferentes de servicio. Asimismo hemos logrado ir paulatinamente mejorando las condiciones de los canales comerciales con racionalidad de la intervención administrativa y buena voluntad de las agencias involucradas de ambos lados. La participación de inversores uruguayos en negocios de Argentina y viceversa crece constantemente. Finalmente, la coordinación y apoyo mutuo de nuestros dos países en el ámbito multilateral es reconocida y viene siendo particularmente eficiente en la edificación de la institucionalidad sudamericana.

¿Qué expectativas tiene sobre el desarrollo económico y comercial con la Argentina para 2011?

La expectativa para el año 2011 es la de continuar por la senda marcada por el Presidente Mujica y que se ha traducido en el exitoso resultado que describimos anteriormente. Particularmente espero que sobre la base del excelente 2010 demos el puntapié para el efectivo relanzamiento de la integración física y energética. Desarrollar y fortalecer la integración en lo referido a comunicaciones y energía debe contribuir a potenciar el crecimiento de nuestros países y la región. Esperamos ir terminando con la antigua e injustificada indiferencia hacia la integración de nuestros puertos, nuestros ferroca-

rriles, nuestras redes de distribución de energía, la navegabilidad de nuestros ríos comunes. Lo anterior es esencial para mantener el crecimiento, dar el paso hacia el desarrollo conjunto de nuestros países requerirá también de ir integrando y potenciando nuestras políticas sociales de manera de mitigar las asimetrías regionales en cuanto a calidad de vida y posibilidades para nuestra gente. Trabajar de manera transnacional en políticas sociales, educativas y de salud en aquellas zonas que lo requieran.

Las condiciones están dadas para que nuestras expectativas para el año próximo sean altas.

¿Cómo ve la evolución de las inversiones de su país en Argentina?

Lo dicho anteriormente, está todo dado para una evolución positiva. ■

MÁS CRECE OCA,
MÁS SE ACHICAN TUS DISTANCIAS.

OCA 2010:

El Correo Privado más grande de Latinoamérica.

Más de 150 Sucursales en todo el país.

Plantas especializadas estratégicamente ubicadas.

Operador Logístico de Medicamentos
habilitado por ANMAT.

Trazabilidad y tecnología de información
en tiempo real.



0800-999-7700 - www.oca.com.ar

EL PAÍS TE QUEDA CERCA.



Banco Ciudad

Federico Sturzenegger

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

En 2010 el Banco Ciudad tuvo un crecimiento en créditos al sector privado de 28%, en línea con el sistema financiero. Esto permitió conservar la octava posición en el ranking total de préstamos al sector privado en un año donde la banca privada profundizó su estrategia competitiva.

En el segmento de empresas del Banco Ciudad presenta un crecimiento superior al 50% en lo que va de 2010 mientras que la dinámica total del sistema financiero se ubica en torno al 37%, lo cual, permitió un aumento en el market-share en este segmento.

En la línea de préstamos destinados a la vivienda, durante 2010, el Banco lanzó una línea de créditos a tasa fija de gran impacto en la demanda de este segmento. El Banco Ciudad en la actualidad es la entidad que concentra el 20% del total colocado a nivel país. Con estos niveles de colocación el Banco Ciudad consolidó la segunda posición en el ranking de préstamos hipotecarios del sistema financiero.

El esfuerzo comercial permitió alcanzar un resultado récord. Las ganancias del Banco Ciudad más que triplican las alcanzadas durante 2009. Este nivel de resultados permitió que durante 2010 el Banco Ciudad ganara dos posiciones en el ranking de patrimonio neto y consolidando su solvencia. Los resultados permitieron poner en marcha un fuerte proceso de inversión focalizado en la mejora de la atención a nuestros clientes. El Banco Ciudad finalizará el 2010 con 34 remodelaciones y 18 puestas a punto de sucursales y también dimos inicio a la construcción del nuevo edificio corporativo del banco, una obra que está en la vanguardia tecnológica y medioambiental.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El 2011 tiene una cuota extra de incertidumbre, particularmente en su segunda mitad, por las elecciones presidenciales. Pero pensamos seguir con una fuerte asistencia crediticia a empresas e individuos, que muchas veces no pueden satisfacer su demanda de crédito dado el endurecimiento de las condiciones crediticias en esos escenarios. En materia de inversión, el 2011 será el año donde el Banco Ciudad finalice la remodelación integral de sus sucursales y clave para la construcción de nuestra nueva sede corporativa.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El problema más urgente es la inflación, que está aumentando notablemente la incertidumbre y comienza a erosionar las perspectivas de inversión. En las empresas, por la falta de un horizonte claro para sus precios y costos de producción. En los bancos, por los riesgos en aumento que supone prestar a largo plazo en un marco de tasas reales negativas e inflación en ascenso. Un requisito primario es recuperar la confiabilidad de las estadísticas oficiales de precios. En segundo lugar, orientar la política económica, en particular el accionar del Banco Central, hacia un compromiso creíble con una baja tasa de inflación. ■

PERSONAL BLACK

BIENVENIDO A UNA EXPERIENCIA ÚNICA



PERSONAL
BLACKBERRY®
BOLD™ 9700

\$1999
PRECIO FINAL

WIFI/GPS
TECLADO QWERTY
CAMARA DE 3.2 Mpx



PERSONAL
SAMSUNG
WAVE
\$1499
PRECIO FINAL

bada



PERSONAL
NOKIA N97 MINI

\$1299
PRECIO FINAL
symbian



8GB INT + 8GB EXT
TECLADO QWERTY
PANTALLA TOUCHSCREEN RESISTIVA
CÁMERA 5.0 MPX

\$159 PLAN TODO
+ IMPUESTOS INCLUIDO BLACK
EMPRESAS

- LLAMADAS ILIMITADAS A TU GRUPO DE TRABAJO
O 10 NÚMEROS PARA HABLAR GRATIS^(*)
- 500 MINUTOS LIBRES, 250 SMS / 250 MMS
- NAVEGACIÓN ILIMITADA (EMAIL, CHAT E INTERNET)

BENEFICIOS EXCLUSIVOS

- Llamadas internacionales a América^(**) a precio local
- Acceso a eventos exclusivos
- 50% dto en la próxima renovación de tu equipo^(***)
- Asesoramiento especializado

Conocé más sobre Personal Black en **WWW.PERSONAL.COM.AR**

**MÁS DEL 50% DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES
EN LA ARGENTINA SON PERSONAL.**

Personal
Empresas

*BLACK (25225)
0800 555 2010



Personal

OFERTA VÁLIDA DESDE EL 1/10/10 AL 31/10/10 O HASTA AGOTAR UN STOCK DE 500 UNIDADES. PLAN CON CUBRIMIENTO DE ALCANCE NACIONAL, INCLUYE: 250 MINUTOS DE VOZ DESTINO PERSONAL Y 250 MINUTOS A CUALQUIER DESTINO LOCAL, 250 SMS Y 250 MMS (EXCLUYEN PREMIUM E INTERNACIONALES). NAVEGACIÓN DE CARGO LIMITADA SIN CARGO (ALCANZANDO SOBRE REDUCIR LA VELOCIDAD A 128Kbps) Y LLAMADAS ILIMITADAS SIN CARGO EN EL ÁREA LOCAL ENTRE LOS CELULARES DE LA EMPRESA. PRECIO FINAL DEL MINUTO APE EXISTENTE: \$0.57, PRECIO DEL CARGO EXISTENTE \$0.26 Y MMS EXISTENTE \$0.35 FINALES. PRECIOS DE EQUIPOS SUJETOS A MODIFICACIÓN SEGÚN CONDICIONES COMERCIALES. VÁLIDO PARA ALTA Y CAMBIO DE TERMINAL. EL CLIENTE PODRÁ OPTAR POR LLAMADAS ILIMITADAS EN EL GRUPO SIN CARGO O 10 NÚMEROS PARA HABLAR GRATIS. NO SERÁ POSIBLE OPTAR POR AMBOS BENEFICIOS. **PROMOCIÓN VÁLIDA DESDE EL 20/10 AL 30/11/2010. VÁLIDA PARA CLIENTES CON FACTURA COMPLETA SIN CARGO INCLUIDO BLACK PARA LAS LLAMADAS INTERNACIONALES REALIZADAS EXCLUSIVAMENTE DESDE ARGENTINA HACIA MANIFIESTACIÓN DE: JERUSALEM, ESTADOS UNIDOS, CANADA, ISRAEL, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, ECUADOR, MÉXICO, PANAMÁ, PARAGUAY, PERÚ Y VENEZUELA. LAS CUALES ESPERARÁN NOTIFICACIÓN Y SE AGOTARÁN SOLO EL CARGO APE. CORRESPONDIENTE AL PLAN DICHO CARGO SE DISCONTINÚA DE LAS UNIDADES LIBRES DEL PLANO DE COBRAMIENTOS A VALOR DE MINUTO EXISTENTE. SEGÚN CORRESPONDENCIA NO VÁLIDA DESDE EL EXTERIOR. NO INCLUYE EL CARGO DE APE LOCAL. EN LA LÍNEA DISTANCIA NACIONAL. *** PARA ACCEDER AL 50% DE DESCUENTO EN LA PRÓXIMA RENOVACIÓN DE EQUIPO SE DEBERÁ COMPLETAR EL PLAZO CONTRACTUAL DE 18 MESES A PARTIR DEL ALTA DEL PLAN TODO INCLUIDO BLACK. SUJETO A DISPONIBILIDAD DE STOCK AL MOMENTO DE LA COMPRA. MÁS INFORMACIÓN WWW.PERSONAL.COM.AR. TELECOM PERSONAL S.A. ALICIA M. DE AGOSTO 50. CAP FEDERAL. CUIT 30-47818644-5. BLACKBERRY, NOKIA, RESEARCH IN MOTION, Symbian®, OPERASSIM™ Y LAS MARCAS COMERCIALES, NOMBRES Y LOGOTIPOS RELACIONADOS SON PROPIEDAD DE RESEARCH IN MOTION LIMITED Y ESTÁN REGISTRADOS Y/O SE UTILIZAN EN LOS EEA Y EN DIFERENTES PAÍSES DEL MUNDO. LAS IMÁGENES SON ILUSTRACIONES. EL COLOR DEL PRODUCTO PUEDE VARIAR. COMENTE DISPONIBILIDAD CON SU OPERADOR LOCAL. EL USO DEL MOTOROLA MILESTONE REQUIERE LA PREVA COMPROBACIÓN CON LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE MOTOROLA. ALGUNAS FUNCIONES, SERVICIOS Y APLICACIONES DEPENDEN DE LA RED Y PUEDEN NO ESTAR DISPONIBLES EN TODAS LAS ÁREAS. TÉRMINOS Y CONDICIONES Y/O CARGOS ADICIONALES PUEDEN SER APLICADOS. MOTOROLA Y EL LOGOTIPO DE LA M ESTILIZADA SON MARCAS REGISTRADAS ANTE LA OFICINA DE MARCAS REGISTRADAS Y PRESENTES DE LOS ESTADOS UNIDOS. LAS MARCAS REGISTRADAS BLUE TOOTH SON PROPIEDAD DE SUS TITULARES Y USADAS POR MOTOROLA INC. BAJO LICENCIA. FACEBOOK ES MARCA REGISTRADA DE FACEBOOK INC. GOOGLE, YOUTUBE, Picasa, GOOGLE MAIL, GOOGLE MAPS, GOOGLE TALK, ANDROID Y ANDROID MARKET SON MARCAS REGISTRADAS DE GOOGLE. TODAS LAS MARCAS REGISTRADAS Y PRODUCTOS O NOMBRES SON PROPIEDAD DE SUS RESPECTIVOS DUEÑOS. 2010 MOTOROLA INC. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.



Banco Credicoop

Carlos Heller

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El balance es altamente positivo, puesto que hemos cumplido con los objetivos propuestos en nuestro plan de gestión, y alcanzado la rentabilidad necesaria programada.

De hecho, los buenos resultados derivados de la expansión de la actividad bancaria en este año, nos han permitido mantener una política de bajas tasas en los créditos de todas las líneas, cumpliendo con el objetivo de entidad no lucrativa, que entre otros, caracteriza a las entidades cooperativas como nuestro banco. Esta política le otorga a nuestro banco una ventaja competitiva, que se expresa en el aumento de la participación en el mercado, tanto en depósitos como en préstamos, que viene exhibiendo en los últimos años, y que ha continuado en éste. Otra de las características salientes de nuestro estilo de gestión es combinar democracia

con eficiencia, que se logra con la participación plena y pertinente de todos los asociados del banco, y aquellos que poseen responsabilidades de conducción, en forma conjunta con los empleados del banco en sus distintos niveles.

¿Qué expectativas tiene para 2011?

Esperamos continuar incrementando nuestra porción de mercado, tanto en depósitos como en préstamos, y pensamos continuar aplicando la política de costos bajos para nuestros asociados. Planeamos seguir con nuestro plan de apertura de nuevas sucursales, y la incorporación de más cajeros y terminales de autoservicio, dentro de nuestro plan global de renovación tecnológica.

Hemos lanzado un plan de capacitación a distancia para nuestros consejeros y empleados que ha concitado una entusiasta adhesión, por lo que continuaremos ampliando la oferta de cursos.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Estoy convencido que ya se ha retomado el rumbo de crecimiento sostenido a partir de la buena resolución del impacto de la crisis internacional, debido a la utilización de políticas activas de fomento y protección del empleo.

Pero sin duda hay que afianzar este proceso, lo cual requiere profundizar muchas medidas que ya se tomaron, e ir implementando aquellas que han quedado pendientes. Hay que intensificar la mejora de la distribución del ingreso, mejorando el alcance y el nivel de la Asignación Universal por hijo y de las jubilaciones mínimas. También hay que propender a la reducción del trabajo informal, el fomento a las PyMEs y a las economías regionales.

Es conveniente comenzar a diseñar una reforma tributaria, que le otorgue un sesgo más progresivo, reduciendo el impacto de impuestos como el IVA que gravan a todos sin distinción de ingreso y aplicando mayor carga tributaria a los sectores de alta rentabilidad, como las actividades extractivas y los juegos de azar, lo que también constituiría una verdadera medida redistributiva.

Por último, resulta esencial avanzar en la promulgación de leyes como la Ley de Servicios Financieros para el desarrollo económico y social, o la reforma a la Carta Orgánica del Banco Central, dos proyectos que he presentado como Diputado Nacional con el acompañamiento del Bloque Nuevo Encuentro Popular y Solidario, y que apuntan a desarmar la herencia neoliberal que impacta negativamente en el desarrollo de nuestra economía. ■



Grupo Macro

Jorge Brito

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El sistema financiero va a terminar el año 2010 con un crecimiento del orden

del 16%, mientras que el Banco Macro va a superar el promedio con un crecimiento de alrededor de 26%. El sistema está operando en un contexto muy auspicioso dado por la fuerte liquidez global que empuja hacia una baja en el riesgo país y en una menor dolarización de portafolios, la que conlleva a un aumento de depósitos. El entorno es propicio para el crecimiento de la economía argentina. Los resultados acumulados del Grupo Macro al tercer trimestre del 2010 alcanzaron \$ 736 mi-

llones, con un aumento del 44% anual. El 50% de las ganancias son atribuibles a las tenencias de títulos públicos por apreciación de precios y ajustes de valuación. Las ganancias provenientes de la intermediación financiera son mejores a las del 2009. Para el Grupo la cartera crediticia se vio favorecida en 2 puntos adicionales ante la incorporación de los activos del Banco Privado, entidad recientemente adquirida. Cómo se ve, los resultados alcanzados se pueden calificar como satisfactorios.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

La situación económica de nuestro país es sólida y los problemas que se pueden avizorar se pueden también corregir a partir de dos iniciativas que consideramos fundamentales. Por un lado, una política económica, monetaria y fiscal, que tienda a conservar el rumbo ya probado del período 2003-2008, tras el objetivo de profundizar el proceso de desarrollo económico con inclusión social. Por otro lado, una actitud responsable de los actores de la vida nacional, orientada a recuperar el diálogo entre los sectores productivos y sociales como metodología fundamental para dirimir entre los mismos diferencias que son propias del devenir de la actividad económica, y que en muchos casos se pueden explicar como fricciones asociadas al proceso de crecimiento.

Los términos de intercambio, es decir, los precios de lo que la Argentina exporta en relación con los precios de lo que importa, siguen jugando a favor, y si bien se ubican un poco por debajo del pico del año 2008, el promedio

del período 2008-2010 sigue estando un robusto 130% por encima del promedio 1998-2001. Además es previsible que esta tendencia se mantenga en los próximos años, confirmando un escenario muy favorable para el crecimiento.

Para el próximo año hay estimaciones de crecimiento del PIB a una tasa del orden del 5%, sostenido por un aumento similar del consumo público y privado. También crecerán las inversiones y las exportaciones. Las importaciones un poco más que las exportaciones, pero la balanza comercial seguirá mostrando signo positivo.

En resumen, si bien la inflación preocupa, vemos desde la economía una situación manejable, en la que no se perciben focos de alto riesgo, como los que, por ejemplo, estaban claramente presentes en el fin de la convertibilidad. Somos optimistas. La situación política del año electoral puede tensar algunas situaciones, pero al respecto tenemos plena confianza en que el diálogo va a contribuir a controlar los desbordes indeseados.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En varias oportunidades hemos dicho que la clave del éxito del período 2003-2008 fueron el tipo de cambio competitivo y los superávits gemelos, el fiscal y el comercial. Para el año próximo, de las tres variables tenemos una sola asegurada, el superávit comercial, aunque debilitada respecto de guarismos de años anteriores. El superávit fiscal ha desaparecido y el tipo de cambio real se ha reducido, exceptuando los casos de algunos commodities, pero afectando en general a la actividad industrial de los bienes transables internacionalmente. Este efecto se ve moderado por la devaluación del dólar y la consiguiente revaluación del real, del euro y otras monedas de países que comercian con la Argentina. Pensamos que es necesario volver a poner en línea este trípode fundamental, es decir, recuperar el superávit fiscal por la vía de una mejor asignación de recursos y no perder de vista la competitividad del tipo de cambio. ■



Banco de la Nación Argentina

Juan Carlos Fabrega

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El balance de este 2010 es altamente positivo, por cuanto en 2003 comenzó una etapa de crecimiento en el sector productivo argentino, que permitió una notoria recuperación de la economía nacional. Esos sectores, con los que particularmente ha trabajado el banco históricamente, recuperaron la rentabilidad y, por otro lado, el Banco Nación tuvo la capacidad para aprovechar ese momento. El BNA registra siete años de crecimiento continuo, lo que nos permite recuperar la mora en un banco que, al 2003, nos dejó 198.400 de-

dores morosos con una mora del 30% del total de su cartera. Pero, a lo largo de estos 7 años, logramos mostrar que, entre el recupero de las empresas, la capacidad de pago que adquirieron y la gestión que el banco llevó a cabo, se convierta en algo muy importante: el banco que menos mora tiene en el sistema financiero, cosa que no había pasado nunca, para ser justo. Hoy, el Banco Nación tiene 0,83% de mora en su cartera; y el sistema financiero, un 2,2%. Y si lo sacamos al banco en esa medición, el sistema financiero está por encima del 3% de mora. Esto significó gestión, trabajo, dedicación.

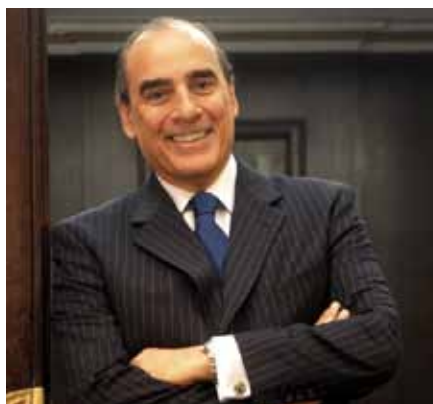
¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Tenemos excelentes expectativas por los resultados que obtuvimos desde 2003 a la fecha. El resultado positivo del Banco Nación superó los \$ 4.774 millones en los últimos años, por lo que continuaremos profundizando las políticas activas que permitan el desarrollo de las distintas actividades producti-

vas, siempre con nuestro compromiso inalterable con las PyMEs, con las exportaciones, las familias y con nuestra mira puesta en el financiamiento a la inversión. Vamos a trabajar más... Todavía nos queda mucho por hacer.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Desde el Banco Nación, vamos a continuar con el rol que tiene nuestra entidad, de regulador y testigo del sistema financiero, como sucede desde 2003. Entre 82 bancos que existen en el sistema financiero, el BNA tiene más de un cuarto de participación, el 23% de los préstamos, el 30% de los depósitos, el 27% de los activos, el 19% del patrimonio neto; y además es el banco que tiene las líneas de crédito que no ofrece el resto del sistema financiero. ■



Banco de la Provincia de Buenos Aires

Guillermo Francos

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El Banco Provincia va a cerrar el año con una facturación estimada en \$ 4.600 millones. Es un gran año para nuestra entidad porque elevamos todos nuestros indicadores, ya sea en préstamos al sector productivo y particular como en servicios generales. Estimamos que se superarán los \$ 10.500 millones en préstamos durante 2010, lo que signifi-

ca un aumento del 40% respecto de las colocaciones de 2009. En el caso de la asistencia las familias (préstamos personales) y las Pymes el alza interanual se ubica por encima del 50% respecto del año pasado. Y para el sector agropecuario la suba ya alcanza el 60%. El consumo con tarjetas de crédito también registra un crecimiento sostenido del orden del 40% comparado con 2009 sobre todo gracias a las promociones y descuentos para los clientes.

¿Qué expectativas tiene para 2011?

Durante el año próximo se prevé la continuidad del proceso de crecimiento, impulsado por sectores como la siderurgia, la industria automotriz y la producción agropecuaria. Desde el

Banco estimamos que la economía argentina continuará creciendo apuntalada por la inversión, el consumo interno y las exportaciones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para continuar el rumbo de un crecimiento económico sostenido?

La estabilidad cambiaria y financiera son dos requisitos para el desarrollo del negocio financiero que se vuelven imprescindibles para poder dar respuesta a la demanda crediticia que se perfila para el año próximo. Por supuesto que el acceso a líneas de financiamiento a largo plazo, es un aporte sumamente importante que se puede hacer desde la órbita de las políticas públicas. ■



Banco Piano

Arturo Piano

Director

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

En este año estamos muy satisfechos con los resultados logrados. Hemos continuado con el proceso de apertura de centros de pagos a jubilados y dependencias cambiarias; concretamos el lanzamiento de las tarjetas de crédito y débito e implementamos una reingeniería de procesos que conjuntamente con importantes adecuaciones tecnológicas en los sistemas, nos ha permitido optimizar la gestión comercial con fuerte incremento de productividad. En síntesis, un año muy bueno con fuerte incremento en el volumen de depósitos

y prestamos, exitosas colocaciones de nuestros Fideicomisos financieros y la consolidación de nuestro liderazgo en el negocio de cambio minorista, con nuevos productos y una base de clientes en permanente expansión.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Al igual que lo ocurrido en los años anteriores, tenemos expectativas favorables para el próximo. Este se vera fuertemente influenciado por el proceso electoral, no obstante creemos que cualesquiera fuera el resultado, no habrá cambios significativos en el nivel de actividad económica interna. La variable relevante a monitorear será la confirmación de una evolución tenue, pero favorable del contexto económico internacional, con elevados precios de los commodities agrícolas y generosas condiciones de liquidez en los mercados de crédito. Por primera vez en varias décadas las economías emergen-

tes ofrecen un panorama económico auspicioso donde las relaciones de intercambio le resultan muy favorables. Están dadas las condiciones, en el marco de la celebración del Bicentenario, para que las fuerzas políticas alcancen un acuerdo programático multipartidario que defina las políticas de estado que le permitan al país alcanzar un crecimiento sustentable de largo plazo, recuperando el lugar de privilegio que en materia de educación, salud, seguridad e inclusión social supo detentar durante varias décadas.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Mantener el crecimiento económico requiere mantener la inflación en algún nivel inferior al actual, de forma tal de preservar el poder adquisitivo del salario y acceder a una negociación de paritarias dentro de parámetros de razonabilidad. También habrá que mo-

nitorear el tipo de cambio, observando muy de cerca el comportamiento de las monedas de aquellos países con los cuales concentramos la mayor parte de nuestro comercio exterior y que tuvieron fuerte apreciación en los últimos años. En el caso particular de Brasil, esperamos que luego de las elecciones presidenciales se mantenga el rumbo económico y sepamos aprovechar íntegramente las ventajas que nos presenta ser país limítrofe y socio comercial pri-

vilegiado de la octava economía mundial.

Otro aspecto para prestarle especial atención, es el elevado nivel de gasto público consolidado que pone presión sobre la situación fiscal y genera algún grado de incertidumbre para los próximos meses. También habría que repensar la conformación del crecimiento económico de estos últimos años, para que este no se sustente casi exclusivamente en el consumo, sino

que lo haga también en la inversión y en las exportaciones. Para ello, será necesario aprovechar las ventajas de haber cerrado técnicamente la situación de default y repensar la relación con los organismos multilaterales de crédito para aprovechar la liquidez internacional y poder acceder a financiamiento de largo plazo para obras de infraestructura en materia energética, de transporte y puertos. ■



Fondo de Garantías Buenos Aires (FOGABA)

Leonardo Rial
Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

La operatoria de Fogaba durante el 2010 ha crecido considerablemente, signada por la pujante oferta de crédito por parte de la banca pública, y la creciente demanda de financiamiento de las empresas para llevar adelante sus proyectos de inversión. En lo que va del año se otorgaron más 4500 avales por 245.000.000 pesos, hecho que benefició a más de 3000 empresas que ocupan a 25.326 personas. El 28% de ese monto corresponde a Pymes industriales, seguida por el comercio (24%) y la producción agropecuaria (21%). Le siguen las firmas de servicios, construcción y educación y salud. Estas cifras triplican las registradas en el 2009. Las empresas pymes beneficiadas con nuestra garantía son firmas que, a partir de recibir nuestro aval, pudieron conseguir crédito a tasas y plazos competitivos similares a las que acceden las grandes empresas. De no ser así, se habrían financiado en el mercado informal a tasas realmente usurarias. De esta manera, llegamos a todo el territorio de la Provincia de Buenos Aires trabajando codo a codo con los Intendentes y las Cámaras Empresarias que forman par-

te de nuestro directorio, cumpliendo con el mandato que nos encomendó el Ministro de la Producción Martín Ferre y el Gobernador Daniel Scioli de promover el desarrollo local aumentando el tejido empresarial en todas las regiones.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Tanto el Gobierno Nacional como el Provincial han dado muestras cabales que van a defender este modelo de producción y trabajo hasta las últimas consecuencias. Esto sin dudas, trae como consecuencia que nuestro mercado interno siga creciendo, y nos pone en situación de mayor competitividad para seguir conquistando los mercados externos. La defensa de la producción nacional es uno de los ejes centrales que permite lograr aumentar la sustitución de importaciones permitiendo a la Argentina, como nunca antes se hizo, acceder a mercados internacionales con productos de alto valor agregado y calidad. Esto sin duda debe venir acompañado de una política de financiamiento que permita aumentar la oferta de productos y servicios para consolidar el crecimiento. En este sentido veo que el Estado Nacional y Provincial vienen haciendo grandes esfuerzos subsidiando las tasas para que el crédito llegue en mejores condiciones a las empresas. El Programa Fuerza Productiva del Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires es muestra de ello. Es el crédito más competitivo del mer-

cado gracias a los recursos para subsidiar tasa que puso a disposición el Estado Provincial junto al Banco de la Provincia de Buenos Aires. A ello le sumamos la posibilidad de que las empresas pymes puedan acceder al crédito, gracias a la intervención del FOGABA, permitiendo generar un puente entre el sistema productivo y el sistema financiero.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Las medidas que se deben adoptar deben ser de profundización. Este modelo ha sido un éxito en la Argentina. Para consolidarlo deben tomarse medidas que tiendan a un desarrollo a largo plazo promoviendo la incorporación de tecnología en las empresas para generar más y mejor empleo en nuestro país.

El rumbo está marcado; solo debemos luchar todos para que los intereses que nos quieren quitar del camino del desarrollo con inclusión, no vuelvan en la Argentina. Estamos recuperando la cultura de la producción y el trabajo. No debemos volver a perderla. ■



Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE)

Adolfo Ablático

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

2010 ha sido un año de intensa actividad para ACDE en los tres frentes que atiende con sus proyectos: la persona del empresario cristiano, la comunidad de personas que componen la empresa y la sociedad de la que somos miembros. Dado nuestro diagnóstico que la sociedad vive una profunda crisis de valores, hemos redoblado esfuerzos en esos tres frentes tratando de contribuir y aportar nuestra visión.

Particularmente importante ha sido el Encuentro Anual, evento abierto a la comunidad empresaria que bajo el lema "Los Liderazgos para el Progreso después del Bicentenario" pretendió brindar puntos de referencia para trabajar en pos de la realización plena de nuestra sociedad.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El año próximo se presenta con un episodio dominante configurado por la elección de un nuevo gobierno democrático.

Dado el escenario de marcada crispación política y social que dominó 2010, prevemos un proceso preelectoral en el que será clave el rol de las personas e instituciones de probada actitud moderada en sus acciones y opiniones.

Si bien hay coincidencia sobre los objetivos perseguidos, existen al mismo tiempo visiones muy polarizadas respecto a los caminos para conseguir un verdadero desarrollo sustentable. La opinión y el peso relativo de los actores sociales moderados serán clave para mantenernos dentro de los carriles del orden y respeto democráticos.

ACDE tendrá, como lo ha hecho en los últimos tiempos una actitud activa pero serena, aportando su visión y haciendo oír su voz siempre alejada de intereses sectoriales y de la coyuntura, centrada en los valores de la verdad, el bien común y la transparencia de procedimientos como premisas para cualquier rumbo o proyecto de Nación.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Claramente aquellas que apunten a mejorar el clima para los negocios y las inversiones en nuestro país.

El contexto global brinda una inmejorable oportunidad para Argentina que, en mi opinión no está siendo aprovechada en forma íntegra.

Las medidas y programas de gobierno que tiendan a mejorar la calidad institucional, la estabilidad de las reglas de juego, el respeto a los compromisos contraídos, el equilibrado ejercicio de los derechos sindicales, la seriedad y previsibilidad de nuestras posiciones políticas internacionales y la libertad para comerciar internacionalmente, entre otras son medidas y señales que deberían adoptarse lo antes posible para aprovechar al máximo el ya famoso y perdurable "viento de cola".

Estoy seguro que la sociedad en su conjunto privilegiará los programas de gobierno planteados dentro del proceso electoral que planteen esta visión de país. ■



Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHTRA)

Juan Mirenná

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

Este ha sido un año muy positivo tanto para la AHT como para el sector en general.

Luego de la crisis que vivimos en 2009, nos hallamos transitando por una de las etapas de mayor desarrollo de la actividad en nuestro país, el Turismo se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos de la economía, el avance experimentado se refleja tanto en la llegada de turistas extranjeros y en la imagen positiva del destino a nivel mundial, como en la inversión realizada en infraestructura hotelera y de servicios, la generación de mano de obra calificada, el desarrollo de industrias

vinculadas directa o indirectamente a la actividad y nuevos productos turísticos.

La AHT agrupa a los hoteles más importantes del país, a los que año tras año se suman nuevos miembros, a quienes representa con profesionalismo. Respondiendo a la visión de la AHT, podemos mencionar algunas de las metas alcanzadas por la Asociación durante el último año: la creación de nuevas filiales, el ingreso de un importante número de asociados, la puesta en marcha de

Naturaleza | Trabajo | Desarrollo | Tecnología | Creatividad | Confianza



SanCor, con más de 72 años de trayectoria, tiene una historia de compromiso con el país y su gente, lo que le permite ser la empresa láctea líder de la Argentina.

Sus productos, que cuentan con procesos de elaboración de altísima tecnología, proveen nutrición y salud.

Su excelencia le da acceso a todos los mercados del mundo.



Cooperativas Unidas Ltda.

un programa de capacitación a nivel nacional, el acceso de directivos de la Institución a cargos de importancia en Cámaras, Entes, Comisiones y Organismos públicos y privados del sector, tanto a nivel nacional como internacional, logrando una participación activa en todos éstos, en función de un Plan Estratégico desarrollado con miras al posicionamiento institucional a largo plazo.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Las expectativas para el próximo año son excelentes, continuando con la tendencia de 2010.

La visión del sector turístico hotelero es convertir a la Argentina en un referente por la calidad y diversidad de su oferta turística, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes, mediante abordajes integrales, permitiendo concentrar los esfuerzos de inversión pública y privada, capaci-

tación, calidad, marketing y promoción entre las variables más importantes.

La premisa que guía a la AHT en cada iniciativa es la de generar acciones que impulsen el crecimiento del sector hotelero, el éxito de cada uno de los proyectos y acciones encaradas por la Asociación, nos colma de orgullo y alienta a continuar en este camino, a sabiendas que alcanzar las metas depende fundamentalmente del compromiso de cada uno de los involucrados con las responsabilidades asumidas, acortando distancias, aunando esfuerzos y trabajando en equipo, entendiendo que la calidad y la excelencia son el mejor aliado para sustentar a la actividad.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Sin lugar a dudas para alcanzar una inserción competitiva de Argentina en el contexto global, es menester la aplicación de distintos tipos de políticas,

entre las que se pueden destacar las de promoción económica tendientes a estimular la actividad de las empresas; las de desarrollo urbano donde se destacan la mejora de la infraestructura, las comunicaciones y el transporte; las ambientales para proteger el medio ambiente, mejorando la competitividad de las empresas en este aspecto y las políticas sociales integradoras y de educación.

La implementación y éxito de estas políticas estratégicas es responsabilidad tanto del sector público como privado, basada en una labor conjunta para el establecimiento de reglas claras y equitativas para el funcionamiento de la actividad, considerándola no sólo desde el ámbito promocional sino económico, apuntalando la competencia leal, el financiamiento de la infraestructura de servicios, la capacitación del recurso humano para adaptarse al nuevo escenario turístico mundial, etc. ■



Bolsa de Cereales de Buenos Aires (BCBA)

Ernesto Crinigan
Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El 2010 fue un año de fuerte recuperación de la actividad agrícola luego del difícil año previo producto de las adversas condiciones climáticas. Sin embargo el marco regulatorio en el cual se desenvuelve la actividad comercial se mantuvo sin modificaciones con lo cual se hayan restringidas las condiciones necesarias para que funcione competitivamente el proceso de libre formación de precios.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El área sembrada reaccionó favorablemente ante un clima propicio al

momento de las siembras y los muy buenos precios internacionales que estamos viendo. La suba de los principales cuatro cultivos (trigo, girasol, maíz y soja) fue de 1,7 millones de hectáreas adicionales. Los pronósticos extendidos dan cuenta de un fenómeno Niña, es decir de menores lluvias que el promedio, lo cual pone una luz amarilla sobre las cantidades que finalmente se cosecharán.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El sector agrícola en su conjunto se destaca por su competitividad lograda al ritmo de fuertes inversiones y a la aplicación de continuas innovaciones al sistema productivo. Pero toda esa competitividad se pone en riesgo si luego en la etapa de la comercialización se utilizan mecanismos que afectan el normal desarrollo de los mercados.

Por ello para sostener el crecimiento económico del sector se requiere la modificación de ciertos instrumentos de política lo cual se traduciría en una favorable e inmediata respuesta.

En ese sentido, modificar la resolución 543 del ONCCA resulta impostergable. Por ejemplo, dos medidas necesarias son volver a un esquema de Declaraciones Juradas en lugar de licencias no automáticas con los plazos de exportación vigentes con anterioridad a dicha resolución.

Es necesario que los mercados de cereales recuperen su normal funcionamiento, estos están afectados, desde el 2006 por medidas intervencionistas, como lo son las restricciones cuantitativas a las exportaciones. Los mercados de futuros son una herramienta articuladora fundamental ya que sirven como descubridores de precios y también se los utiliza para disminuir el riesgo de las variaciones en los mismos. Otra im-

FINANCIACIÓN DE EXPORTACIONES DE BIENES DE CAPITAL



VENDA A PLAZO, COBRE AL CONTADO.

El Banco de la Nación Argentina financia las exportaciones de bienes de capital de origen nacional:

- Financiación en dólares estadounidenses.
- Hasta el 100% del valor del bien exportado.
- Plazo de hasta 5 años.
- Tasa de interés fija.

www.bna.com.ar

Banca Internacional - Comercio Exterior: Bartolomé Mitre 343 Piso 4º - C1036AAE - Buenos Aires - Argentina.
Tel.: (54-11) 4347-8409/8080 - Fax: (54-11) 4347-8089 - E-mail: bnainternacional@bna.com.ar



**BANCO DE LA
NACION ARGENTINA**

portante característica de este tipo de mercados es la de reducir los costos de transacción al tiempo que brinda transparencia al mercado. Estas funciones del mercado son de gran importancia para disparar las señales correctas y

así cada eslabón de la cadena agroindustrial pueda tomar sus decisiones con la mejor información disponible.

Respecto de los derechos de exportación, impuesto distorsivo que desestimula la producción e inversión, sería

deseable se plantee algún esquema de reducción, siempre considerando el equilibrio fiscal necesario para la estabilidad macroeconómica. ■



Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA)

Adelmo Gabbi

Presidente

crementado notoriamente los volúmenes, sobre todo, en los últimos meses.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Estamos muy confiados que el año 2011 va a ser el año de la Bolsa. Soy profundamente optimista.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Hay alguna asignatura pendiente, la inflación es una de ellas. Con inflación a la larga no hay crecimiento pero la

cosecha de granos va a ser espectacular; la Argentina va a tener un superávit muy grande de la balanza comercial y las expectativas para el año próximo son buenas con una moneda estable y un incremento en el consumo que se viene notando en el último tiempo y continuará en 2011. La inflación en el país es un problema de todos, no solamente del Gobierno, también de empleadores y asalariados. No hay que olvidarse que en el pasado, los distintos procesos inflacionarios destruyeron el tejido social de la Argentina. ■

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

Este ha sido un año muy importante para la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Estamos primeros en el ranking mundial de moneda fuerte. Hemos in-



Cámara Argentina de la Construcción (CAC)

Carlos Wagner

Presidente

que este año alcanzarán una producción récord de este insumo, que mide con exactitud como se esta desarrollando la industria. En el 2010 se producirá un 7% más de cemento que en el 2009 lo que lleva a un nuevo récord histórico. Los factores que posibilitaron ese crecimiento son, en primer lugar, que la economía sigue con un crecimiento muy importante y en ese contexto la construcción es una de las actividades que enseguida lo absorbe ya que es una industria de industrias. En la actualidad, no hay ni aquí ni en el mundo opciones sumamente atractivas para quienes tienen recursos destinados a la inversión porque las entidades financieras no ofrecen alternativas que tientes a los inversores. Esto explica que gran parte de esos flujos se inviertan en real estate y proyectos inmobiliarios por el grado

de conservación de la inversión y por el incremento y la revalorización que tienen en el corto plazo. El sector de la construcción finalizará el 2010 recibiendo el 13% de todas las inversiones que se hayan hecho en el país, es una cifra muy significativa. Las partidas de obras públicas se vienen acrecentando desde el año 2003 hasta la fecha de forma permanente. Y lo importante es que el presupuesto 2011 contempla un incremento entre el 18 y el 20% para estas obras. En ese sentido, estamos muy conformes con este modelo que prioriza a las grandes obras de infraestructuras como una verdadera inversión y no como un gasto, es un viejo anhelo de nuestro sector que en los últimos años se ha visto cristalizado. La distribución de las fondos es bastante pareja y proporcional, quizás le podría mencionar

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

El sector se encuentra atravesando un muy buen año, en el que estimamos que vamos a crecer un 8% aproximadamente, con un nivel de actividad creciente y sostenida. Las obras públicas se han mantenido e incrementando y se han activado de manera notable las obras privadas que eran las que venían con menor nivel de actividad. Las empresas cementeras acaban de anunciar

que se ha invertido mucho en caminos y carreteras, en centrales eléctricas y también en viviendas para los sectores menos pudientes. En empleo en el sector también ha venido creciendo desde el año 2003 hasta el año 2008, que con motivo de la famosa crisis de los mercados internacionales se detuvo e inclusive tuvimos una reducción de 3% de los trabajadores. Es importante aclarar que desde el año pasado a la fecha ya se han reincorporado a estos trabajadores y hoy estamos en los mismos niveles que antes de esta caída. La industria de la construcción es el sector que más trabajadores formales (en blanco) tiene en el país con aproximadamente 410.000 empleos. En cuanto a obras de infraestructura prioritarias

para el país, a pesar de que como se ha hecho mucho, es necesario seguir incrementando la capacidad de las vías terrestres de transportes, ya sea en lo que respecta el acceso a las grandes ciudades, que cada vez escuchamos que se colapsan con mayor frecuencia, y también las rutas nacionales y la red de autopistas. Es un trabajo enorme porque al mantenimiento de los mismos, que de por sí es una tarea compleja, hay que agregarle nuevas rutas que refuercen el acceso y la interconexión de las principales provincias del país. El otro gran punto son las plantas de energía. La economía argentina crece y seguirá creciendo a gran escala porque el mundo necesita de lo que nosotros producimos por lo cual tenemos que

acompañar este crecimiento con mayor reservas energéticas y con mayor capacidad instalada e infraestructura.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

En el 2011 la economía seguirá creciendo de forma sostenida, es un fenómeno mundial que excede nuestro país y nuestra actividad. Somos productores de materias primas, cada vez más valoradas y requeridas por los países desarrollados y eso no hay forma de que se detenga en el corto y mediano plazo. La construcción es una industria estratégica para que los que producimos pueda ser explotado, almacenado y transportado dentro y fuera del país, por eso somos muy optimistas y vemos un futuro inmediato auspicioso. ■



Cámara de Industrias del Partido de San Isidro (CIPSI)

Mariano Pablo Barusso

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

En el presente año continuamos en el camino de brindar a nuestros asociados una mayor gama de servicios para su crecimiento desde la firma de convenios con estudios de profesionales de la rama jurídica, a través de una publicación en nuestra pagina con todas las novedades que surgen en esa temática; medio ambientalista, asistimos a la 2ª Misión Técnica Internacional sobre políticas públicas y uso racional de los recursos naturales " que contó con profesionales y delegaciones de Latinoamérica, Afrecha y Europa organizado por la ONWARD y auspiciado por la Municipalidad de San Isidro en nuestro distrito; económica, enviando los informes mensuales que emite el C.A.C.I. (Consejo Asesor para la Competitividad Industrial) y financiero; difundiendo las herramientas de organismos públicos y mixtos respecto a tasas y líneas de créditos como con el

Banco Creedicoop con quien junto a la Secretaria de Producción del municipio y la CIPSI realizamos en septiembre la conferencia del "Marco Regulatorio de la actividad Pyme", junto al Banco de la Provincia de Buenos Aires y el Fogaba por la variedad de las herramientas disponibles del Ministerio de la Producción de la provincia. En el ámbito de educación recibimos con satisfacción la media sanción de Diputados de nuestro proyecto de la Universidad Nacional de la Región Metropolitana Norte de la cual somos desde el inicio unos de quienes impulsan esta necesidad para los jóvenes del territorio.

Por último seguimos trabajando junto a nuestra entidad madre la UIPBA en los departamentos de política tributaria y medio ambiente entre los de mayor actividad y acompañándola en su crecimiento en la provincia.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

En el 2010 se logro un efecto inverso de los índices de caída en la producción del año pasado y estamos en niveles alentadores. Estoy convencido que estamos en el umbral de una escalada tanto en la cantidad como calidad de nuestro sistema productivo...

La Pyme, por su parte, encuentra dos realidades diferentes. Aquellas que pu-

dieron retomar el ritmo previo a la crisis están trabajando a pleno. Pero hay un grupo que no logra volver a esos niveles. El consumo de las personas se comprometió excesivamente con bienes semidurables de costo medio y alto, reduciendo el margen de ingresos de las personas en otros gastos y eso se nota en algunas firmas pequeñas.

Además, ambas situaciones se combinan con una reducción muy fuerte del margen de utilidad. En algunos pocos casos, hay Pymes que señalan que -prácticamente- están sosteniendo la estructura y girando el capital, sin producir márgenes rentables. El incremento de los costos en 2010 afectó profundamente a este sector.

Espero que el año entrante estemos mejor. Yo espero que sigamos creciendo en lo productivo sin mayores novedades en los costos. Habrá que observar de cerca la inflación y -sobre todo- la dinámica de los insumos industriales. Es un año de mucha volatilidad en precios, debido a la crisis internacional. No veo que haya terminado ni que podamos quedar aislados para siempre en el frente comercial. Ya los precios internacionales de los productos industriales están estancados y, en algunos casos, bajando. Siempre es, en ese sentido, una preocupación el tema de la competitividad.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Si se presenta un mayor nivel inflacionario y el tipo de cambio queda presionado por el ingreso de capitales, la competitividad quedara dañada. Peor aun si verdaderamente se desata la tan temida guerra de monedas.

De cualquier modo, podríamos generar interesantes tasas de crecimiento

productivo del orden del 5 %. Pero eso también depende de cómo logremos afianzar mas inversiones. Necesitamos atender mucho mas a los requerimientos de crédito en las industrias. Debemos aprovechar este momento para los países emergentes, pero para eso tenemos que mantener el esquema de los costos de producción en forma durable y se requiere estabilidad en las reglas de juego; será un año electoral

y eso exigirá mucha responsabilidad en el tema por parte del Gobierno. Por otro lado, no debemos olvidar nuestras necesidades en infraestructura tanto en lo energético como logístico atento a lo vial que será clave en el futuro para el desarrollo regional .Otro aspecto en tener a cuenta será la estabilidad que logremos en la relación entre sindicatos y empresarios. ■



Cámara de la Industria Metalúrgica Argentina (CAMIMA)

Pablo Reale *Presidente*

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

Nuestra institución continuó durante este año actuando en el seno de las entidades representativas de la industria, especialmente la UIA y la UIPBA, procurando llevar el punto de vista de las empresas pymes. Además en forma directa, o junto a otras entidades del sector, intervino en múltiples iniciativas especialmente dirigidas a las autoridades nacionales, para dar solución la problemática concreta de las empresas en el período. Así se procuró solucionar problemas de comercio exterior destrabando la importación de insumos vitales para la industria y equipos que no se fabrican en el país y significan inversión reproductiva imprescindible para aumentar la oferta de bienes y promover la creación de empleo de calidad. Se acompañó a empresas de distintos rubros a gestionar acciones antidumping para procurar poner un freno a la competencia desleal que afecta la producción local, agravada por las condiciones internacionales con saldos a colocar en el mercado a precios desconectados de todo análisis serio de costos.

Precisamente se reiteró ante las autoridades la necesidad de estar atentos a los incrementos de costos que pudie-

sen derivar en pérdida de competitividad, así como el incremento sustancial de la conflictividad en juicio. En este último tema, que afecta a todas las empresas pero sobre todo a las pymes, se puntualizó que nuestra entidad apoya la defensa de los derechos del trabajador, sin dejar de advertir que la misma no debe alimentar una industria del juicio, donde en definitiva los trabajadores no son los beneficiados.

Como signataria de los convenios colectivos que rigen el sector, negoció durante el 2010, junto con las otras entidades de la actividad un nuevo Acuerdo Salarial con la UOM y con ASIMRA. Luego de negociaciones, a veces complicadas, afortunadamente se llegó a un Acuerdo. No quiero dejar de expresar que si bien la recuperación del salario real es un pilar del modelo, la presión desmedida sobre los valores nominales termina generando el efecto contrario, al incidir sobre otras variables como los precios o la competitividad.

CAMIMA publicó normalmente su Boletín informativo mensual y su revista Institucional trimestral. Realizó en su sede cursos y seminarios destinados a la capacitación de empresarios y personal de las empresas, socias o no de la institución. Hacia fines de año estuvo presente con un stand en la feria Epsam 2010 del partido de San Martín, y en la Fimaqh.

En general entonces podemos decir que el año 2010 ha sido bueno para la actividad, de clara recuperación respecto del 2009, y consecuentemente también para la entidad.

En resumen estamos satisfechos ya

que la institución pudo seguir trabajando e incluso creciendo. Aprovecho este medio para agradecer a los colegas que trabajan en la gestión conformando la Comisión Directiva, así como a nuestros socios, que han hecho que esto fuera posible.

¿Qué expectativas tiene para el año 2011?

El 2011 se presenta como un año donde todas las tendencias indican que la actividad económica seguirá creciendo, sobre la base de una política de apoyo y fortalecimiento del sector industrial, en un entorno internacional que favorece netamente a nuestro país y a la región en su conjunto.

No puede desconocerse además que 2011 será un año importante en lo político, debido a las elecciones nacionales. Sin embargo creo que existe la madurez necesaria en los actores que pugnarán en las mismas, como para que las incertidumbres lógicas de ese período no superen las meras especulaciones. Y en esto las entidades empresarias deberemos desarrollar una intensa labor junto con las autoridades, para lograr ayudar, desde nuestro ámbito natural de actuación, a transitar este período sin ningún sobresalto.

En lo que hace al quehacer de la entidad en particular vemos un período de continuación del trabajo que venimos realizando dentro de los lineamientos generales ya fijados por las autoridades de la misma, que implica seguir creciendo, aumentando fuertemente nuestra presencia en el interior del país.

Nacimos para vivir en Comunidad.



Yo puedo elegir mi lugar en la Comunidad. Puedo optar por **movistar Full** y tener el plan más completo, con mails, redes sociales y llamadas gratis entre mi grupo familiar. O por **movistar Control**, con 4 números Free además de todos los descuentos de Comunidad. Otra opción es **movistar Express**, porque si recargo seguido mi **movistar Prepago** me regalan Días Express. Sin duda, lo que elijo es vivir en Comunidad.

www.movistar.com.ar



¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento de la economía?

Creo que más que crecimiento económico, debemos hablar de una agenda para el desarrollo. En efecto, independientemente de posiciones político-partidarias, el crecimiento que la industria viene registrando desde 2003 es innegable. Por ello, en un contexto donde el crecimiento es una realidad que ha superado incluso coyunturas complejas, es muy importante discutir la agenda del desarrollo, con un plan estratégico de largo plazo.

Sin entrar en el detalle, considero que es prioritario en esa agenda del desarrollo, la reformulación del sistema impositivo, a fin de permitir la consolidación del modelo de país que se basa en la creación de cada vez mas valor agregado local, como motor de la creación de empleo de calidad, que permita la movilidad ascendente. Dentro de esa reformulación integral del sistema, seguramente se destacarán medidas puntuales como la desgravación de las ganancias reinvertidas, la eliminación de impuestos distorsivos como el impuesto al cheque, el cobro de impuestos a la renta financiera, etc. Y por supuesto me parece imprescindible la reformulación

del rol del Banco Central, así como la creación de una banca de desarrollo, o la transformación de una entidad como el BICE, pero siempre en el sentido de poseer un ente de financiamiento del sistema productivo nacional, que nos ponga en similares condiciones de acceso al crédito que nuestros vecinos al momento de competir.

El sostenimiento de la inversión pública será clave en 2011. Ya hemos visto cuanto puede traccionar la economía dicha inversión.

El comercio administrado, si bien puede generar a veces ciertos problemas puntuales de abastecimiento de insumos, ha demostrado ser una herramienta muy potente, que entiendo debe continuar, perfeccionándose con el fin de evitar efectos negativos por falta de celeridad en la gestión de excepciones. Allí también el rol de nuestras entidades es clave, tanto como contralor como de sostén de dicha política.

Hay que profundizar la lucha contra la evasión. La producción y el comercio clandestino en todas sus formas, son fuertes condicionantes para la consolidación del crecimiento. Generan competencia desleal que atenta contra la ecuación de las empresas, afectando su supervivencia. En ese sentido, CA-

MIMA ha planteado siempre el apoyo incondicional a todas aquellas medidas tendientes a combatir la evasión. Sin embargo es el estado quien debe asumir la responsabilidad de esta lucha, y hay mucho por hacer allí.

Por último tenemos el tema medioambiental. Creo que es altamente preocupante la judicialización del tema. Por supuesto que no estoy invalidando el papel que la justicia tiene, pero no creo que sea posible imaginar el desarrollo del país en un contexto donde el rol de generación de cuerpo normativo propio del legislativo, y la reglamentación y aplicación a través de políticas específicas, propia del ejecutivo, sean llevadas adelante por el poder judicial. Es un tema que en 2011 debería ser estudiado, generando acciones tendientes a que las decisiones sean tomadas en sus ámbitos naturales, con arreglo a lo que el sistema determina. Una producción medioambientalmente sustentable es posible, pero se requiere de políticas específicas que deben ser consensuadas, donde necesariamente deberán definirse criterios, plazos de adecuación, tecnologías aplicables, fuentes de financiamiento, etc, en consonancia con el plan estratégico de largo plazo. ■



Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)

Daniel Funes de Rioja *Presidente*

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

En primer lugar es importante destacar que COPAL reúne a más de 30 Cámaras, representando a la totalidad de los productores de este rubro, con una participación en el producto bruto cercana al 5 % y en la industria manufacturera del 25% del producto bruto industrial. Siendo esencialmente procesadora de materias primas o transformadora de la producción primaria, exhibe una gran variedad en cuanto a di-

mensión de empresas, plantas urbanas, suburbanas y economías regionales.

Durante el presente año, la Industria de Alimentos y Bebidas (IAB) se espera finalice con un crecimiento en su producción de alrededor del 3%, recuperando los niveles del año 2008.

En el inicio del 2010 la producción había experimentado una caída importante (debido principalmente a la merma en los sectores cárnico y de la pesca), de más del 10%, y a partir del mes de abril comenzaron a registrarse variaciones interanuales positivas, llegando al finalizar el tercer trimestre a un crecimiento del 1,2% acumulado respecto de igual período de 2009.

Por otra parte, se ha observado un incremento de la demanda doméstica de Alimentos y Bebidas.

En cuanto a la situación del mercado

externo, las ventas alcanzarán los mismos niveles que en el 2009, promediando un total de unos u\$s 22.000 millones y una participación en las exportaciones totales de Argentina de alrededor de un 32%. Las importaciones de la IAB se estiman que crecerán respecto del año pasado, alcanzando un valor de u\$s 1.300 millones. Este incremento se explica en gran medida por el aumento en la demanda interna, que ha llevado a la Industria de Alimentos y Bebidas a importar una mayor cantidad de insumos (café, cacao, frutas no producidas en el país, entre otros) y de productos "gourmet" orientados al consumo de los sectores de más altos ingresos.

En los últimos dos meses se ha verificado un incremento de los anuncios de inversiones en el sector por parte de las empresas de mayor tamaño, mien-

tras que las PyMEs están lentamente requiriendo financiamiento, tanto para proyectos de inversión como para capital de trabajo.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

La Industria de Alimentos y Bebidas tiene una gran potencialidad para continuar creciendo, tanto orientada hacia el abastecimiento del mercado interno como hacia el mercado internacional.

En el actual escenario global las posibilidades de crecimiento son inciertas en el corto plazo. La crisis internacional ha repercutido fuertemente en los patrones de comercio internacional, los países de las economías desarrolladas presentan un mayor proteccionismo que repercutirá en los países exportadores. Por otra parte, los países asiáticos se han convertido en los grandes movilizados de la economía mundial, demandando materias primas y alimentos para la población que mejora su poder adquisitivo.

En el mercado interno se espera se mantenga el nivel de consumo actual, y que, mediante el acompañamiento de distintas políticas públicas, se incorporen al consumo de alimentos y bebidas aquellas personas que aún no logran satisfacer sus necesidades básicas. A su vez se estima un crecimiento en la demanda de productos más sofisticados.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

La IAB necesita ante todo contar con un escenario previsible y estable para la toma de decisiones, esto implica la existencia de reglas de juego claras y sostenibles en el tiempo.

Es importante el reconocimiento de un Estado que armonice los intereses nacionales, regionales y provinciales, así como aquellos que garanticen una competencia transparente y leal para el mejor desenvolvimiento del modelo competitivo, con reglas claras y estables, conciliando las funciones básicas del Estado, con la promoción del interés social y el pleno reconocimiento del derecho de propiedad y la iniciativa privada, generando un marco de previsibilidad que permita planificar en el mediano y largo plazo.

El acceso a las nuevas tecnologías y su adaptación a las condiciones locales será de suma importancia para lograr un mayor desarrollo del sector. La utilización de las mismas redundará en una mayor competitividad y crecimiento, basados en condiciones estructurales y no coyunturales.

El sector dispone de productos en cantidades y calidades suficientes para abastecer el mercado interno, contando simultáneamente con una importante oferta exportable.

La IAB argentina deberá diversificar los destinos de sus exportaciones mediante una política comercial externa que acompañe su desarrollo, para lo cual resultarán de suma importancia las acciones encaradas por el sector público en conjunto con el sector privado en cuestiones de negociaciones comerciales, promoción y financiamiento.

La IAB está realizando un importante esfuerzo con el fin de internacionalizar sus producciones así como para promover el desarrollo de sus economías regionales, generar empleo y obtener una mayor cantidad de divisas para nuestro país, apuntando a fortalecer la elaboración de alimentos y bebidas con un mayor grado de diferenciación y valor agregado.

En definitiva, pensamos que el contexto internacional favorable que se empieza a dar a la salida de la crisis internacional, generará un gran potencial de desarrollo para nuestra industria de alimentos y bebidas y los mayores desafíos transitarán por encontrar fórmulas en las que se conjugue innovación, tecnología, recursos humanos capacitados, productividad y competitividad, tanto para satisfacer las condiciones del mercado interno como del internacional. ■

Federación de la Industria Naval Argentina (FINA)

Pablo Noël
Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

Habiendo asumido el 16 de diciembre de 2009 como presidente de FINA, la gestión estuvo enfocada a concientizar y sensibilizar a las autoridades respecto de las demandas del sector para seguir creciendo y potenciar su desarrollo. En este sentido, trabajamos muy activamente construyendo una nutrida agenda de diálogo con funcionarios nacionales y extranjeros, representantes de la banca pública, sindicatos y representantes de los medios de comunicación. Se dejó en claro la problemática y creemos que la tarea fue completada con éxito porque hubo predisposición

para escuchar y resolver temas pendientes.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Concretamente que se dicten las normas que nos den las herramientas necesarias para que la Industria Naval vea dinamizada su ya iniciada recuperación.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Reiteramos una vez más que es necesario prohibir el ingreso de buques usados ya que generan una competencia desleal, dañan el medioambiente y deterioran la posibilidad de dar trabajo



a más argentinos. Insistimos en la necesidad de contar con una Dirección de Industria Naval. Recordamos que está aún pendiente el dictado de una Ley de Marina Mercante e Industria Naval y que deben renovarse los dispositivos para financiar las construcciones navales, instrumentos de crédito e hipoteca naval siguen siendo asignaturas de debate pendientes. ■



Sociedad Rural Argentina (SRA)

Hugo Biolcati

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

En el mes de julio, tuvo lugar la Rural del Bicentenario, la 124ª Exposición de Palermo, con una concurrencia récord de público y en cuya inauguración, que por primera vez se realizó de noche en un acto altamente emotivo, estuvimos juntos los cuatro presidentes de la Mesa de Enlace. La exposición fue una caja de resonancia política, y contó con la presencia de numerosos políticos nacionales e internacionales.

A nivel productivo, con excepción de la soja, hubo en la campaña anterior una disminución considerable de las áreas sembradas de maíz y trigo. Para esta campaña, el clima favorable hizo que se registre un aumento en las áreas sembradas, pero continuamos trabajando por debajo de nuestro potencial y con graves restricciones en la comercialización del trigo y del maíz que generarán pérdidas del orden de los U\$S 900 millones en esta campaña.

En materia de carnes, se redujo el stock ganadero en 8 millones de toneladas, con bajas en el consumo interno

de carne y en las exportaciones, mientras países como Uruguay lograron mantener abiertas las exportaciones, aumentándolas y generaron más consumo interno al mismo tiempo. Por otra parte, por negligencias en su distribución y por los manejos discrecionales de la ONCCA, incumplimos con el 40% de la Cuota Hilton, una fuente única de ingreso de divisas, afectando gravemente la credibilidad de nuestro país frente al mundo. Para este año, se prevé que las exportaciones argentinas sean incluso un 50% menores que las del año anterior.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El contexto internacional es bueno, y es probable que la demanda internacional de alimentos continúe siendo sostenida, pero la incertidumbre de las políticas internas mina las buenas perspectivas mundiales.

Por otra parte, las altas tasas de inflación son preocupantes, especialmente en actividades de largo plazo como son la mayoría del sector agropecuario.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

La principal medida para que el sector agropecuario pueda crecer a través de una mayor inversión en todas sus

actividades es crear la confianza necesaria para que el productor sepa que lo que invierte hoy puede rendir dentro de unos años. Para esto, necesitamos que el Gobierno le saque el pie de encima al campo, es decir, que le permita exportar libremente el fruto de su trabajo sin cupos ni restricciones de ningún tipo, y que suspenda todas las intervenciones a los mercados. Además, creemos que las retenciones deben de tener un horizonte de reducción hasta su eliminación.

Las actividades agropecuarias requieren previsibilidad y reglas de juego claras y estables en el tiempo. Eso es lo que han hecho nuestros vecinos, como Uruguay y Brasil, que no necesitaron aplicar complicados planes estratégicos, sino que fomentaron la producción y la inversión sacando ventaja de la oportunidad que nos da hoy el gran aumento del consumo en los países emergentes, que puede aprovecharse manteniendo abastecido el mercado interno. El agro puede crear enormes condiciones de crecimiento para el país, generando mayor desarrollo y empleo federal a través de su trabajo en red y de los vínculos de los productores con el sector de insumos y servicios y con el resto de los sectores de la economía. ■

MÁS LAS USÁS. MÁS GANÁS.

CADA \$100 SUMÁS UNA CHANCE INSTANTÁNEA.



PARTICIPÁ POR ESPECTACULARES PREMIOS.

100 créditos
de \$1000

12 scooters



6 autos
0 km.



CON UN AÑO DE COBERTURA
TODO RIESGO
DE PROVINCIA SEGUROS.

Provincia
Seguros



Con el respaldo de toda una Provincia.

Banco Provincia

Un experto de tu lado



Promoción válida desde el 01/10/2010 al 31/12/2010 para consumos efectuados con las tarjetas de crédito Visa y MasterCard emitidas por el Banco de la Provincia de Buenos Aires. Podrán participar personas físicas mayores de 18 años o menores emancipados, domiciliados en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o en la Provincia de Buenos Aires. Se asignará para el sorteo una chance cada \$ / u\$s 100 de consumo. Los sorteos se efectuarán: consumos Octubre: 15/11/10, 1 auto, 2 scooters, 20 créditos; consumos Noviembre: 15/12/10, 2 autos, 4 scooters, 30 créditos; consumos Diciembre: 15/01/11, 3 autos, 6 scooters, 50 créditos. No combinable y/o acumulable con otras promociones. Promoción sin obligación de compra. Fotos de carácter ilustrativo. Banco de la Provincia de Buenos Aires. CUIT 33-99924210-9. San Martín 137, CABA. Pólizas emitidas por Provincia Seguros S.A., cobertura Todo Riesgo con Franquicia (Cob. 41). Provincia Seguros S.A. Carlos Pellegrini 71, Capital Federal, CP C1009ABA, CUIT 30-52750816-5.



Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires (UIPBA)

Osvaldo Rial

Presidente

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

Este año se convirtió, para mí, en uno de esos períodos que recordaré por mucho tiempo -en forma muy gratificante- por un hecho importante para nuestra entidad.

Ese hecho que luce simple pero que significó un gran esfuerzo fue la concreción de la remodelación y puesta en valor de las instalaciones de nuestra entidad. Pensábamos en algo rápido y simple -pero práctico- que rápidamente nos permitiera seguir trabajando en nuestras tareas, contando con instalaciones que estuvieran a la altura de mayores desafíos de trabajo. Pero creo, honestamente, que el resultado ha sido mucho mejor de lo que esperábamos.

En concreto, hemos efectuado una remodelación integral. En ese sentido, un aspecto de nuestro mayor interés se concretó con la ampliación y mejora del Salón Auditorio. Hemos aumentado su capacidad significativamente; esto es muy importante en razón de nuestra política de incorporación continua de socios y cámaras empresariales.

Hoy contamos con un Salón Auditorio que además de más amplio que responde mejor a las actuales exigencias. Es más amplio, sus instalaciones son más modernas y cuenta con mayores elementos de confort y seguridad. Como una vez comentara, el aspecto visual tuvo un giro completo en su ambientación, haciéndola más amigable. Las horas de debates sobre temas de gran importancia y urgencia requerían un mejor lugar.

Pero además se mejoraron el resto de las instalaciones. Se amplió el número de oficinas, se separaron los puestos destinados a la administración de las áreas ejecutivas y directivas. Así mismo, contamos con tres confortables salones de reuniones para los departa-

mentos y se mejoró la funcionalidad, el aspecto y el confort en todas las áreas.

En cuanto al desempeño institucional, hemos asociado nuevos socios colectivos, entre ellos la Asociación Empresaria del Oeste, la Unión Industrial del Norte, la Asociación Bonaerense de la Industria Naval, la Cámara Argentina de la Máquina-Herramienta, la Cámara de Industria y Comercio del Norte y otras más e igualmente importantes. También se ha logrado concretar nuevos convenios y trabajos que son muy importantes para el desarrollo y proyección de nuestra actividad empresarial. Entre ellos, quiero destacar la profundización de nuestro vínculo con el FOGABA, la mayor dinámica de nuestro trabajo con la OPDS.

Además, se ha puesto firmemente a la UIPBA en la senda de la prestación de Servicios de asistencia y asesoramiento individual para nuestros asociados; por este motivo, nuestra Entidad se ha convertido en Ventanilla en el Programa de Acceso al Crédito y Competitividad, Unidad Capacitadora en el Programa Nacional de Capacitación - en ambos casos, frente a la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa de la Nación-, Unidad de Vinculación Tecnológica de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación y de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

Hay mucho más, pero no quisiera extenderme. Estoy satisfecho y orgulloso del desempeño de la UIPBA en 2010.

Además, seguimos trabajando con las diversas instancias de gobierno, manteniendo un diálogo abierto y franco, señalando aportes así como visiones críticas sobre el tema industrial.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Este año hemos pasado por un acontecimiento de importancia. El político del liderazgo más tenaz de la última década, con fuerte compromiso industrialista, nos ha dejado. Con el fallecimiento de Néstor Kirchner se producirán cambios en el horizonte político. Si bien - y por suerte- contamos con una

Presidenta hábil e inteligente, a la cual no le falta liderazgo, recibió un fuerte golpe personal. Creo que todos estamos procesando este acontecimiento en vistas a la realidad política actual y del año entrante.

En lo productivo el año fue muy positivo. Logramos revertir las caídas en la producción del año pasado y estamos en niveles muy auspiciantes. Por eso creo que estamos preparados para dar un salto cuali-cuantitativo a nivel productivo.

En principio, partiremos desde una situación más holgada que en 2009 y esto es importante ante un año electoral, que siempre plantea dudas respecto al devenir económico futuro.

En ese contexto y en perspectiva de lo que uno espera del ambiente económico para el 2011, yo creo que ya se puede observar un horizonte internacional muy complicado. Contrariamente a lo que se publicita, creo que la denominada crisis internacional no ha terminado. La situación de muchos países desarrollados es complicada, incluyendo a los Estados Unidos. Recientemente estalló la deuda de Irlanda y no es el único país con fuertes compromisos de deuda.

El desequilibrio de las balanzas comerciales de muchos países también nos enfrenta a un riesgoso panorama de mayores barreras a las importaciones, aun cuando no se produzca la temida guerra de monedas -o sea- una devaluación competitiva generalizada que perjudique las exportaciones.

En lo local, hemos visto señales positivas para la producción. Se recuperó el terreno perdido en las exportaciones y hay señales de fortaleza en la demanda interna. Es muy posible que el año 2011, si no existen fuertes perturbaciones externas, sigamos por la vía del crecimiento, con una demanda interna fuerte y una demanda externa sostenida.

Todo indica que podríamos generar interesantes tasas de crecimiento productivo. Pero eso también depende de cómo resolvamos el desafío de hacer crecer las inversiones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Tenemos que conseguir una mayor ambición tanto pública como privada en cuanto a cubrir las necesidades de crédito que apoyen la inversión productiva.

Estamos en un momento muy interesante para la Argentina. Es difícil que, en momentos en que el mundo atraviesa serias dificultades a un país pequeño como el nuestro se le presenten horizontes objetivamente muy promisorios. Debemos aprovechar el momento con inteligencia. Pero para ello tenemos que ser más ambiciosos en cuanto a la tasa de inversión en capital reproductivo y en tecnologías.

El estado nacional y el provincial han hecho importantes aportes en la materia. Los créditos Fuerza Productiva y Fuerza PyMe -de la Provincia de Buenos Aires- y los fondos del Bicentenario -por la Nación- dan idea de que, ambos gobiernos, piensan en sintonía. Pero creo fundamental que acompañe el resto del sistema financiero. Seguimos necesitando más crédito

Ya no podemos contar con los excedentes de rentabilidad que se pudieron generar cuando salimos de la crisis. Esos fondos los empresarios ya los aplicamos a nuestra actividad y estamos -en muchos casos- necesitando ampliar para crecer. Seguimos con un índice de préstamos al sector privado sobre el PIB muy bajo.

También se requiere de confianza para invertir. Creo que, por ejemplo, cuando las autoridades mostraron un acercamiento concreto hacia honrar la deuda con el Club de París muestran interés de cerrar dudas respecto al horizonte nacional como señal hacia el exterior.

Me parece que esta señal también podría reforzarse con otras medidas. Entre ellas, creo que es necesario que la planificación empresarial cuente con estabilidad en cuanto al frente laboral. Este año se presentaron iniciativas laborales que conmovieron la opinión pública y empresaria. Cuando sucede eso las decisiones se postergan. Además continuaron con fuerza los pedidos de incrementos salariales por parte de los gremios, los cuales se mostraron

muy activos en esa materia e incluso algo agresivos en otros temas.

Cuidar la dinámica de los precios es también importante. En ese sentido es vital lograr un buen diagnóstico para cada situación. Los empresarios industriales -en especial los PyMEs- no somos los grandes formadores de precios. Por el contrario, solemos recibir el incremento de costos de nuestros proveedores que, en muchos casos, ellos reciben el impacto de subas internacionales. Ese es el caso de mucha agroindustria y -últimamente- de la industria metalmeccánica. Los metales subieron en todo el mundo en una tendencia que acompaña a la enorme suba de las commodities agropecuarias. Con suba de costos o con inflación todos perdemos.

En nuestro caso, la rentabilidad se dañó muy fuertemente y esto fuerza a buscar salidas para seguir creciendo. Estratégicamente, debemos recrear capital nacional. ■

Leo Burnett Brazil

pirelli.com.ar

**PIRELLI, 100 AÑOS DE ARGENTINA.
MITAD DE LA HISTORIA LA RECORRIMOS JUNTOS.**

*En el año del bicentenario, cumplimos un siglo en el país, recorriendo sus rutas,
llegando a cada rincón de la Argentina y dejando una huella en cada generación.*

100
AÑOS DE ARGENTINA
PIRELLI

PIRELLI

Aeropuertos Argentina 2000

Ernesto Gutiérrez
Presidente



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Este año fue excepcional en cuanto al crecimiento de la actividad económica general y al movimiento de pasajeros en los aeropuertos en particular. En lo que va de 2010, el aumento es superior al 15 por ciento en relación al mismo período del ejercicio anterior. El aumento de la oferta de asientos en los vuelos locales y la favorable evolución del turismo internacional han sido los pilares fundamentales de esta evolución tan positiva.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Esperamos que se mantenga la favorable evolución del tráfico de pasajeros de 2010 aunque con un crecimiento anual algo menor. Estimamos que el incremento será del orden del 10%.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En nuestra actividad, son fundamentales todas las iniciativas relacionadas con la promoción del turismo internacional y local. Es importante promover el incremento y la consolidación de los servicios aéreos locales, mantener el crecimiento económico sustentable con énfasis en la inversión y difundir una imagen muy positiva de la Argentina. Estos son factores que consolidarían el crecimiento del tráfico turístico y de negocios. ■

Amadeus Argentina

Federico Imposti Huerta
Country Manager



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Durante el 2010 estuvimos enfocados en reforzar los acuerdos que tenemos en toda la región con el objetivo de mejorar constantemente el servicio que brindamos a nuestros clientes. En la Argentina, aseguramos el contenido de Aerolíneas Argentinas durante los próximos 5 años.

Por otro lado, le dimos especial importancia a la migración de las plataformas utilizadas hasta el momento hacia Amadeus Selling Platform. De esta forma, nuestros clientes cuentan con la mejor tecnología para desarrollar su negocio día a día. Además, se consolidó el Centro de Capacitación de Amadeus para Líneas Aéreas en Buenos Aires, el único centro regional para estas actividades de la región.

En conclusión, fue realmente un muy buen año que nos permite continuar con perspectivas de crecimiento en términos de volúmenes de reservas generadas por nuestros clientes en Argentina.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Durante 2011, creemos que continuará el crecimiento vivido este último tiempo. Por un lado, esto se traducirá en un mayor volumen de reservas. Por el otro, se consolidará la adopción de nuevas tecnologías lo que dará como resultado soluciones que respondan a las necesidades que los viajeros tienen hoy en día. Un ejemplo claro son las aplicaciones para dispositivos móviles como Check My Trip Mobile, que permite chequear vuelos, ver itinerarios e información útil sobre el destino en cualquier smartphone.

En Amadeus, nuestros esfuerzos

continuarán enfocados en profundizar la diferenciación de nuestra oferta de valor con la de otras compañías que tienen como actividad principal la provisión de soluciones de distribución (GDS). Además, el foco estará puesto en continuar brindando información de valor para el sector, tanto a través de estudios del mercado, como brindando datos al Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En la Argentina se están dando las condiciones necesarias para invertir en tecnología y así impulsar grandes cambios en el sector IT. Dentro de la industria turística, específicamente el desarrollo y actualización de las distintas plataformas es el principal avance que se está llevando a cabo actualmente. Asimismo, debemos recordar que el mercado local está compuesto en su mayor parte por pequeñas y medianas empresas, y como tales cuentan con menos estructura para afrontar los altibajos de la economía o la falta de planificación. En este sentido, las políticas y legislaciones, el diseño de objetivos claros y la inversión en tecnología son aspectos clave y deben responder a la realidad PyME. ■

**QUERÉS
UN AUTO,
TENÉS
UN PRÉSTAMO.**



PRÉSTAMOS PERSONALES CIUDAD VELOZ

POR CADA \$1.000 PAGÁS MENOS DE \$30*

♦ La cuota más conveniente. ♦ Entrega en 48 horas. ♦ Mínimos requisitos.

DESCUBRÍ MÁS PRÉSTAMOS EN
WWW.BANCOCIUDAD.COM.AR

Seguinos en:



Banco Ciudad
Te quiere ver crecer

Consultas: www.bancociudad.com.ar - callcenter@bancociudad.com.ar - 0800-22-20400

(*)SUJETO A EVALUACIÓN CREDITICIA. EL EJEMPLO MENCIONADO CORRESPONDE A UNA CUOTA PROMEDIO, EN UN PLAZO DE 72 MESES A TASA VARIABLE. T.N.A. 23,50%, T.E.A. 26,21%, C.F.T.T.E.A. 34,45%, IVA INCLUIDO. EL COSTO FINANCIERO TOTAL, INCLUYE: COMISIÓN ADMINISTRATIVA: 3% + IVA (MENSUAL SOBRE EL VALOR DE LA CUOTA). SEGURO DE VIDA: BONIFICADO EN UN 100%.

T.N.A. 23,50% / T.E.A. 26,21% / C.F.T.T.E.A. 34,45%

American Express Argentina

Henry Seeber
Presidente y Gerente General



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Al cierre del tercer trimestre la compañía a nivel mundial mostró un sólido crecimiento en lo relativo al gasto de los socios y una considerable mejoría en los indicadores de crédito, lo que representó un crecimiento del 71% con respecto al mismo periodo de hace un año.

En la Argentina, el crecimiento se ha dado de la mano de productos diseñados para cada momento del ciclo de vida y consumo de nuestros socios, tanto con tarjetas propias como tarjetas emitidas por otras entidades, a la vez manteniendo los esfuerzos para continuar con nuestro liderazgo en el segmento premium.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Tenemos buenas expectativas de crecimiento para el 2011, basadas en una situación sólida de la compañía y en un contexto positivo de consumo en todos los niveles. Así, apuntamos a mantener el desempeño de este año, continuando con el desarrollo de productos y servicios pensados para cada etapa de los

socios de American Express.

Sobre lo construido en los últimos 30 años en la Argentina, estimamos que la Compañía crecerá durante el próximo año en todos sus segmentos. Nuestra estrategia seguirá enfocada en mantener un equilibrio entre las tres audiencias clave que debemos proteger: nuestros accionistas, a quienes les ofrecemos un desempeño destacado en el entorno actual de la industria de servicios; nuestros clientes, que queremos proteger porque representan la base de nuestro negocio y a los que seguiremos atendiendo con calidad de excelencia; y nuestros empleados, que hacen posible que alcancemos los resultados de negocios y el trato diferencial a nuestros clientes.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

La consolidación de nuestros productos propios y los desarrollados a través de socios emisores está apoyada en la confianza que hoy tienen los consumidores y en el cuidado de nues-

tros estándares de servicio. En este sentido, toda política que contribuya a mantener la transición de un escenario de cautela hacia una estabilidad mayor es central.

Las tendencias a nivel global para la bancarización de nuevos segmentos son auspiciosas y ofrecen oportunidades para la generación de nuevos negocios. La posibilidad de acceder al crédito a través de productos como los que ofrece American Express y la personalización de servicios para nuestros socios se apalancan en estas tendencias y, a su vez, contribuyen a mantenerlas en curso. ■

Bayer SA

Richard van der Merwe
Presidente y CEO para la Región Cono Sur



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Este año ha sido difícil con respecto al manejo de presupuestos y costos, lo que ha generado una situación de mercado que, si bien ha percibido un incremento de la demanda, ha requerido de la organización un trabajo de equipo fuerte para atravesar esta situación con solvencia.

No obstante, 2010 nos deja un saldo positivo, acompañando el crecimiento del mercado, Bayer se encuentra con una evolución netamente favorable en cuanto a ventas del mercado interno y exportaciones.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El año entrante Bayer cumple 100 años en la Argentina. 100 años de permanencia, de desarrollos tecnológicos y crecimiento sostenido. La expectativa

para 2011 es seguir en la misma línea de trabajo con la que hemos alcanzado tantos logros en el mercado local. Estamos promediando un año positivo, con una economía estable que acompañó el buen desarrollo de los negocios y la perspectiva es de mantenimiento de estas condiciones para el año que viene.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El año que viene se deberá trabajar para mitigar la inflación. También hay que buscar alternativas para poder sostener los costos laborales mediante reformas fiscales de incentivo. Asimismo, hay una necesidad concreta de aplicar políticas fiscales "pro inversión" que favorezcan la inversión. ■

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Este fue un gran año para el grupo Atacama, al punto que hemos duplicado la facturación del 2009, con crecimiento en nuestras unidades de negocios: Publicidad, Arquitectura publicitaria y Ferial. Además continuamos con la reconversión cultural y económicamente a la compañía, para ser más competitivos, mejorar nuestra atención a clientes y asegurar resultados a corto, mediano y largo plazo.

Como broche de oro, recibimos la doble alegría de recibir el Premio Mercurio de Plata 2010 de la Asociación Argentina de Marketing y el Premio Mercurio de la categoría Medios de empresas Pyme.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Sabemos que será un año electoral e impactará nuestra actividad y la economía del país.

Preveo índices de inflación no deseados y la posibilidad de que algunas decisiones de inversión queden a la espera de los resultados de la votación.

En nuestra empresa estimamos seguir creciendo especialmente en Arquitectura Publicitaria con desarrollos de comunicación corporativa y de Puntos de Venta.

Desde el año 2009 somos pioneros en la instalación de pantallas de leds, apostando al crecimiento de la publicidad exterior con esta nueva tecnología frente al Obelisco porteño.

Además, esperamos que continúen los eventos y ferias al ritmo de 2010.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Primeramente creemos que es importante aprovechar y potencializar el "viento de cola" que actualmente favorece al país.

Considero que debemos dar especial atención al control de la inflación y el direccionamiento de inversiones para aumentar la capacidad productiva.

Respecto de nuestra actividad de publicidad en vía pública, estamos interesados en que se logre el estricto cumplimiento de la ley de publicidad exterior

Atacama SA de Publicidad

Carlos Godino

Gerente General



de la Ciudad de Buenos Aires, dado que actualmente tenemos competidores fuera de la ley que contaminan visualmente la ciudad y reducen la transparencia de competitividad en el mercado. ■



Grupo Carrefour Argentina

Daniel Fernández

Presidente

Express, con los cuales estimamos alcanzar las 30 sucursales antes de fin de año. En definitiva, fue un 2010 muy exigente, con muchos desafíos que nos permitieron continuar sellando nuestro compromiso en el país.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Desde 1982, año en el que desembarcamos en la Argentina, mantenemos intacta nuestra confianza en el país. Continuaremos con nuestro objetivo, que es bien claro y es el motor de todas nuestras acciones: CONVERTIRNOS EN EL COMERCIO PREFERIDO DE LA GENTE. Trabajamos día a día para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes y para garantizarles el precio más bajo.

En 2011, continuaremos invirtiendo en proyectos a mediano y largo plazo, con la incorporación de nuevos servicios, con la apertura de nuevas bocas en todos nuestros formatos e incorpo-

remos uno nuevo como lo será Atacadao, nuestro proyecto mayorista.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Desde mi lugar, considero que principalmente todas aquellas iniciativas que mejoren el acceso al consumo, que favorezcan el nivel de empleo y faciliten a las familias a acceder a sus necesidades básicas ayudan para que el rumbo de la economía sea el esperado, y en este sentido soy muy optimista sobre el futuro del país. De todas formas, también es importante tomar decisiones que favorezcan a un tipo de cambio competitivo, que generen una eficaz política de redistribución del ingreso y protejan la industria nacional sin afectar la importación de productos que no tienen producción local. Estas premisas son vitales para hablar de crecimiento económico sostenible en el tiempo. ■

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

2010 fue un año positivo para nuestra compañía. Se presentó como un año de crecimiento y recuperación del consumo que nos permitió continuar con nuestro proceso de consolidación superando las 200 tiendas a nivel nacional. Entre ellas, tuvimos la apertura de 3 hipermercados en Godoy Cruz (Mendoza), Tandil y Balcarce y reforzamos el formato de proximidad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con la incorporación de los nuevos Carrefour

Carrier S.A.

Marcelo Piacenza

*Presidente y Director General
Cono Sur*



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Hemos tenido en general un buen año 2010 donde fue notoria la velocidad de recuperación de la crisis del 2008 que nos impactó mayormente en el 2009.

En términos de volumen, en Argentina, no hemos alcanzado aún los niveles record del 2007/8 pero estimamos que se alcanzarán en el 2012. Si embargo la industria se vio compensada por la política del gobierno de favorecer la producción local y la sustitución de importaciones.

Cabe destacar el inicio de operaciones de producción propia en Tierra del Fuego lo que nos da mayor flexibilidad en el abastecimiento y un inmejorable nivel de calidad de nuestros productos.

El principal obstáculo en nuestro país es la inflación que presiona nuestros márgenes dado que la alta competencia impide trasladarla a precios. Otro obstáculo fueron las licencias de importación que dificultaron significativamente el normal abastecimiento del mercado.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Vemos con optimismo el potencial de desarrollo de Latinoamérica para los próximos años, liderado por Brasil e impulsada por la sostenida demanda asiática de alimentos y commodities. En este marco, en 2011, esperamos tener un crecimiento algo superior al del PBI en los países del Cono Sur que

rondaría el 5/7 %. En Argentina, el crecimiento en facturación, también está signado por la inflación.

En cuanto a nuestros productos pensamos continuar introduciendo innovaciones tecnológicas de avanzada en varias de nuestras líneas básicamente alrededor de la mejora de eficiencia energética y de un mayor confort.

En términos de inversiones completaremos la última etapa de nuestra nueva fábrica en Tierra del Fuego, en operación desde fines del 2009, consolidando un total de U\$S 15 millones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Diría en general: reglas claras y previsibles. Carrier busca generar un crecimiento sostenido en el tiempo, enfocándose en las áreas de mayor crecimiento. Este concepto aplica por ejemplo a la sustentabilidad del marco regulatorio de la actividad en Tierra del Fuego que de afianzarse en el largo plazo impulsaría nuevas inversiones. Otra contribución sería una clara planificación en política energética y tarifaria que permitan disminuir la incertidumbre para invertir a mediano y largo plazo. ■

Chrysler Argentina

Diego Luis Vignati

Gerente General

¿Cómo le fue a su empresa este año?

2010 ha sido un año muy positivo para nuestra empresa y nuestras marcas. Localmente el mercado ha demostrado una demanda sostenida y nuestras proyecciones iniciales fueron ampliamente superadas ya que estamos logrando un crecimiento de más del 60% con respecto a 2009. Esta evolución creemos que se debe no sólo a un mercado favorable sino también a una estrategia comercial agresiva y a un gran trabajo en equipo con toda nuestra red de Concesionarios.

Asimismo, la situación de Chrysler Corporation hoy está más afianzada con un incremento en las ventas globales del 15% en lo que va del 2010, siendo clave para ello la buena aceptación de los productos lanzados recientemente en el mercado norteamericano como la

nueva Grand Cherokee. La alianza con Fiat abrió un gran abanico de oportunidades tanto a nivel global como local que creemos que muy pronto comenzaremos a aprovechar.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

Para continuar con nuestro crecimiento en Argentina y llegar a 6.000 unidades, el año próximo tendremos novedades como el nuevo Jeep Grand Cherokee y versiones renovadas del Jeep Wrangler que serán presentadas en el verano. A mediados de año tendremos más lanzamientos que nos servirán para celebrar el 70 ° Aniversario de la marca Jeep. Tomando en cuenta que va a ser un año electoral, esperamos que el mercado se mantenga con una demanda sostenida y sin grandes sobresaltos.



¿Que medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Esperamos que el 2011, nos encuentre con una mayor estabilidad en la economía a nivel internacional y local, que genere confianza en la gente para invertir en el recambio de su vehículo. Esperamos también que se genere un mayor acceso al crédito para fomentar la venta de vehículos. ■

Un compromiso con la calidad desde 1890.

Y haciendo las cosas de la mejor manera desde el primer día.

(6+3)



Cuando en 1890 se sirvió el primer chopp de Quilmes comenzó en el país una historia de calidad e innovación. Una historia tan fuerte que se fue transmitiendo de generación en generación y convirtió a Cervecería y Maltería Quilmes en una compañía que trascendió su papel cervecero para convertirse en referente de la industria de bebidas de la Argentina. Porque hoy, Cervecería y Maltería Quilmes produce, elabora, distribuye y comercializa no sólo cervezas, sino

también gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos, en alianza con empresas internacionales líderes. Cervecería y Maltería Quilmes trabaja sin renunciar a sus valores originarios, los que constituyen la base de su éxito y de su proyección hacia el futuro. Aquellos valores que se reflejan en sus 4.700 empleados, sus 10 plantas, sus 8 centros de distribución y 200 distribuidores independientes. Y que se manifiestan también a través de sus inversiones en

tecnologías de producción que alcanzaron los 420 millones de dólares en el trienio 2006/2008 y en su programa de Jóvenes Profesionales que recibió más de 105.000 postulantes desde 1991.

Este es el compromiso de Cervecería y Maltería Quilmes con la gente y la sociedad. El que se renueva diariamente a través de su activo rol en la comunidad y es parte esencial de la cultura y la identidad de la compañía.



Cervecería y Maltería Quilmes.

*Una compañía que exporta al mundo la calidad argentina,
abriendo mercados para sus productos en más de 20 países en los 5 continentes.*

*Que cree en el futuro por sobre todas las cosas
y trabaja con el objetivo de hacerlo mejor para todos.*



CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES

www.cerveceriaymalteriakilmes.com



Citrix

Hugo Espinoza

Director Estratégico de Canales y Ventas para Latinoamérica y el Caribe

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En el caso puntual de Citrix, la compañía cerró los resultados del tercer trimestre de 2010 alcanzando ingresos de US\$ 472 millones, un incremento de 18% por encima del período comparable del año pasado a nivel global.

En cuanto a nuestro sector en general, según Prince & Cooke la virtualización de servidores en argentina tuvo hasta ahora un incremento de 56% en relación con el mismo estudio realizado en 2009. Adicionalmente, un 30% de las empresas posee desktops virtualizados, observándose un crecimiento de 18% en relación con el estudio de 2009.

Es claro que estamos en la intersección entre tres fuerzas poderosas del mercado: la transformación de TI en un servicio bajo demanda, la consumerización de TI en la empresa y la promesa de los servicios en nube. Estas tendencias impulsan la necesidad de computación virtual, lo que vuelve a Citrix y a nuestra plataforma en algo más relevante y estratégico

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Creemos que en lo que resta de 2010 y en 2011 la virtualización seguirá siendo un tema crítico en todas las compañías, tanto grandes como medianas y pequeñas, que busquen hacer más rentables sus áreas de negocios a partir de la incorporación de nuevas tecnologías que funcionen en cuanto a lo técnico y que logren una buena percepción por parte del usuario.

Citrix sigue comprometido en hacer que la tecnología permita que las compañías puedan manejar sus negocios de manera segura, eficiente y con un menor costo. Para esto, continuamos realizando inversiones, incorporando

nuevos recursos al equipo y trabajando en conjunto con nuestros Partners.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Algunos de los drivers principales de inversión en soluciones de Virtual Computing, están directamente relacionados con proyectos de crecimiento e innovación empresarial, especialmente de sectores como Finanzas, Telecomunicaciones, Retail y Salud.

En un mejor entorno económico, gran parte de nuestros proyectos están enfocados no solo en conseguir un 50% de ahorro en el TCO de los desktops, sino en permitir la generación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y la ejecución de proyectos que impacten directamente en la flexibilidad y la relevancia desde TI hacia el negocio, mediante el establecimiento de una arquitectura dinámica y flexible de entrega de servicios tecnológicos. ■

Citröen Argentina

Luis María Basavilbaso

Director General



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Para Citroën fue un año muy bueno. Hemos tenido un crecimiento en nuestro volumen de ventas del 15% respecto

al 2009. Claramente, los lanzamientos de las nuevas Berlingo y el Citroën C4 Picasso, han impactado positivamente en nuestros objetivos. Además, el lanzamiento de la nueva política de PACKS también ha ofrecido una alternativa para que los clientes puedan elegir su Citroën.

La reaparición del Círculo Citroën también fue una estrategia importante en la que pudimos acercarnos más a las necesidades de los clientes.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el año próximo, y motivados por el ejercicio del año en curso, somos muy optimistas. Nuestra intención es tener un crecimiento del 25% en nuestro volumen de ventas y confiamos en que lo alcanzaremos e incluso, podremos superarlo. Este optimismo se ve sostenido por los lanzamientos que

anunciaremos el año próximo, entre ellos el flamante DS3 y el Citroën C3 Aircross.

Además, en mayo se correrá el Rally Mundial en Argentina y tendremos el orgullo de que esté en competición el nuevo DS3 Racing.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Consideramos fundamental seguir fomentando la política crediticia, motor esencial de cualquier economía en desarrollo. Manteniendo la línea de este año, continuaremos creciendo en créditos prebendarios y plan de ahorro.

Los clientes toman de muy buena manera estas políticas y deseamos seguir estableciendo nuestro vínculo con ellos de manera sostenida. ■

Claro

Rogelio Viesca*Director General de Claro Argentina, Paraguay y Uruguay***¿Cómo le fue a su empresa durante este año?**

Ha sido un muy buen año, ya que hemos tenido hechos significativos para la empresa y para el mercado. Somos la compañía de comunicaciones móviles número uno del país, que comunica a más de 18 millones de personas; y ahora, que hemos realizado la integración con Telmex bajo la marca Claro, nos convertimos en una compañía aún mayor, con servicios de internet y telefonía fija también, en beneficio de nuestros clientes y del mercado en general.

Asimismo, continuamos ampliado durante este año nuestra red de Centros de Atención al Cliente para que en más lugares puedan conocer nuestra propuesta, así como acceder fácilmente a la atención personalizada de nuestros asesores especializados con una amplia variedad de horarios, al estar en su mayoría ubicados en los principales shoppings a lo largo de todo el país. Como una muestra de ello, en el primer trimestre, inauguramos un importante Centro de Claro en Ushuaia.

En marzo de este año Claro finalizó la construcción del tramo de Fibra Óptica que vincula a Rio Gallegos con la red de transmisión nacional, permitiendo conectividad por fibra de un extremo al otro de Argentina. Con una inversión multimillonaria con la que se totalizaron 15 mil kilómetros de fibra óptica para ofrecer mejor calidad y más velocidad de navegación a los usuarios de Claro.

Continuaremos sumando más localidades con la red 3G. Actualmente llegamos a cubrir más de 480 localidades, lo que representa un porcentaje a nivel país superior al 70% de la población.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Nuestro objetivo es consolidar nuestro liderazgo a través de inversiones en infraestructura y un fuerte trabajo para mejorar las expectativas de servicio que el mercado espera, y seguir ganando la preferencia de los usuarios por Claro, manteniéndonos como la com-

pañía más elegida en comunicaciones del país, bajo una oferta integrada de servicios de telefonía móvil, fija y banda ancha en ambas modalidades, con novedosas tecnologías que mejoran la experiencia de nuestros clientes y su productividad.

Claro se encuentra en un momento de expansión, potenciada por la integración con Telmex. En el 2011 avanzaremos con el despliegue de redes de acceso para telefonía fija y banda ancha, para la provisión de servicios integrales al mercado masivo y corporativo.

La sinergia de los servicios, productos y aplicaciones en comunicaciones móviles y fijas, la optimización de las redes y sistemas que generarán una superior plataforma tecnológica, y el amplio conocimiento y experiencia en los diferentes segmentos del mercado permitirán consolidar aún más el liderazgo de Claro, que redundará en una mejor calidad y variedad de servicios en beneficio de nuestros clientes y de la comunidad.

Hay un amplio portafolio de productos que convergerán y que al cliente le permitirá tener una solución integral tanto en su hogar como en su empresa u oficina.

Claro ha lanzado para PyMEs y hogares un nuevo producto, y para ello estamos desplegando nuevas redes de última generación, para la provisión de servicios convergentes de telefonía y banda ancha, apoyado en tecnologías híbridas de fibra óptica y coaxil, como así también con fibra óptica directo al hogar. Esto nos permite dar gran capacidad de navegación, de hasta 100 MB con la mejor tecnología directa al usuario. Esta red ya está disponible en Gran Buenos Aires y con un acelerado despliegue, pronto estará disponible en otras zonas del conurbano bonaerense. Para el próximo año el servicio se ofrecerá también en las principales ciudades del interior del país. Esto es posible gracias al alto nivel de inversión que afronta la Compañía para dar día a día la mejor tecnología en comuni-

caciones. De hecho, tenemos previsto invertir en 2011 más de 1.400 millones de pesos destinados principalmente en tecnología y redes.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Puedo decir que confío en que habrá un crecimiento sostenido. En lo que respecta a nuestro rol, Claro continuará invirtiendo en el país, para generar valor a nuestra oferta y seguir desarrollando infraestructura con tecnología de punta que nos permita mantener y consolidar nuestro liderazgo. ■



Codere Argentina

Beatrice Rangel

Presidenta de Codere Argentina

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Durante 2010 la compañía continuó el camino de transformación de la industria del entretenimiento responsable, sobre la base del profesionalismo y en defensa del juego legal.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Como compañía líder en la industria del entretenimiento Codere Argentina tiene la responsabilidad y el compromiso de conducir al sector, trabajando sobre un marco regulatorio exigente y respondiendo a las necesidades que tiene la comunidad a través de

las normas de Responsabilidad Social Corporativa. En el resto del mundo el sector es reconocido y valorado por la contribución que hace en términos de empleo, aportes fiscales y desarrollo tecnológico. Ese es el modelo a seguir.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Sigue siendo un tema central –no sólo para el sector de nuestra actividad sino en general– que el Estado brinde un marco de seguridad jurídica y de previsibilidad como condición necesaria para atraer inversiones extranjeras. ■



Ditecar

Sebastián Dañil

Gerente General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Siendo este año el start up de nuestra empresa, es difícil medir los resultados desde lo cuantitativo, pero si destacamos que ha sido un año de inicio de un proceso de reconstrucción de marca, tanto para Volvo, Land Rover y Jaguar y el inicio de sentar las bases sólidas para un crecimiento futuro, afianzando nuestra operación y comenzando a desarrollar la red de Ventas y Postventa.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

A partir de haber consolidado durante el 2010 el proceso de Start up de

Ditecar como representante de Volvo, Land Rover y Jaguar, proyectamos un afianzamiento de nuestras marcas durante el 2011 basado principalmente en la presentación de nuevos modelos y el desarrollo de una red de Ventas y Post Venta con cobertura nacional, permitiéndonos proyectar en inicio de un proceso de crecimiento muy importante en las ventas y en la presencia de marca en el país.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En lo que es lo macro, el Gobierno debería reconocer finalmente la inflación para poder tomar partido en el tema y buscar soluciones reales. A su vez, es clave generar la confianza y reglas de juego claras y condiciones de negocio sustentables que permitan inversión genuina en el país del extranjero y que sea la base para una continuidad sana de crecimiento para el futuro.

Yendo al sector automotriz, es cla-

ve agilizar los procesos administrativos relacionados a la operación de las empresas (ejemplo homologaciones y obtención de las Licencias de configuración de modelo), y en lo particular a las marcas importadas, brindar una posición arancelaria que permita una situación más competitiva, considerando que quienes comercializamos productos que han sido recientemente presentados a nivel global con los últimos estándares de tecnología aplicada a la industria, empujamos a la producción local a desarrollar productos de niveles más avanzados a nivel de tecnología, seguridad, equipamiento, etc. ■

¿Cuanta energía consume
cuando Ud. surfea?

¿Aquí o en la red?



Las soluciones IT de Siemens incrementan la sustentabilidad.

Desde soluciones completas para un datacenter hasta pequeñas redes consumen hasta un 65% menos de energía: Siemens IT Solutions and Services ayuda a las compañías a mejorar la eficiencia en el uso de la energía y los recursos a través de todo el proceso operativo, reduciendo las emisiones de CO₂ y al mismo tiempo bajando los costos.

La sustentabilidad protege los fundamentos esenciales de la vida.

www.siemens.com.ar/it-solutions

Answers.

SIEMENS



D-Link

Enzo Pezzani

Territory Sales Manager

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Para D-Link, 2010 representó un año altamente positivo, de crecimiento y consolidación a nivel local, a tono con la tendencia de la industria en el país. En Argentina, replicamos el reconocimiento de la compañía a nivel mundial, posicionándonos como líderes en equipamiento de networking, conectividad y de comunicaciones de datos. Durante este año, hemos avanzado en todos los segmentos de mercado, donde se destacan los logros en el sector estatal y en el empresarial, en el cual nos hemos anticipado en ofrecer una completa gama

de herramientas que brinden el soporte necesario para acompañarlos en el crecimiento de sus negocios. En un año donde la tecnología presenta una gran oportunidad para ser más eficientes, creemos que debemos acompañar a nuestros socios estratégicos en su desarrollo.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el próximo año, tenemos muy buenas perspectivas. Auguramos un escenario positivo para el sector, que continuará creciendo y consolidando su estructura en la industria nacional. En cuanto a D-Link, continuaremos trabajando en torno a nuestro objetivo principal: concentrándonos en nuevas oportunidades y proveyendo un sólido portafolio de soluciones con un servicio de soporte único en la región. Presentaremos varias novedades para el mercado local en cuanto a productos y soluciones, dirigidas tanto a empresas como a usuarios hogareños. Por supuesto, seguiremos desarrollando e impulsando proyectos que constituyan

un factor clave de la estrategia de nuestro crecimiento en el país.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Creemos en el trabajo en conjunto entre el sector público y privado, orientado a brindar apoyo a la industria nacional. Alentamos el esfuerzo de ambas partes, tendiente a incrementar el bienestar social, dado que es uno de los pilares fundamentales del crecimiento de un país. Como parte de ello, la determinación de políticas públicas que favorezcan la inclusión de nuevas tecnologías, es primordial para el desarrollo de iniciativas que permitan la integración entre los diversos actores del mercado. En este sentido, trabajamos en la planificación que potencie los resultados a largo plazo y respaldamos aquellos proyectos orientados al mejoramiento de la calidad de vida; conceptos que se alinean a la política global de D-Link y a la visión local de crecimiento. ■



DuPont Argentina

Juan Vaquer

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Superada la crisis que afectó las economías mundiales estimamos cerrar este año con un índice de crecimiento importante. Si bien la restricción energética que afectó al sector industrial tuvo un impacto desfavorable en un

20% de nuestra capacidad de producción, debido al amplio portafolio de productos que comercializamos, terminaremos el año con un incremento en nuestras ventas.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Respecto del 2011 y, a pesar de ser un año electoral, confiamos en que la economía se mantendrá estable dando continuidad al rumbo de reactivación que lentamente se viene evidenciando y a las crecientes demandas de países - tal es el caso de Brasil - cuyas economías contribuyen a acelerar las de la región.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Sin dudas la planificación a largo plazo de políticas públicas permitirán el desarrollo, crecimiento y reactivación de los sectores productivos. DuPont participa de muchas cadenas de valor de industrias muy diferentes. La planificación genera un clima de mayor confianza y previsibilidad permitiendo análisis de posibles inversiones y la sustentabilidad del conjunto de la actividad económica de nuestro país. ■

FATE

Miguel Canay
Gerente Comercial



¿Cómo le fue a su empresa este año?

FATE ha tenido un año altamente satisfactorio, tanto desde el punto de vista de sus resultados económicos como por el comportamiento de sus productos en los mercados de la región.

En la Argentina, la demanda de neumáticos mostró en el año un desempeño sostenido, acorde con el nivel de consumo y de actividad que registró la economía del país. En ese contexto, FATE tuvo una activa y creciente par-

ticipación, tanto en el segmento de cubiertas para reposición como en el mercado de la industria automotriz, que este año se encamina a superar sus máximos registros históricos de actividad.

En Brasil, por su parte, y merced a un acuerdo estratégico de complementación celebrado con la firma Vipal de ese país, FATE logró consolidar la presencia de su marca tanto en el mercado de neumáticos para automóviles y camionetas como en el muy disputado segmento de camiones y ómnibus, cuyo desarrollo en los últimos años ha acompañado el fuerte crecimiento de la economía brasileña.

Cabe recordar, al respecto, que FATE es el único productor argentino de neumáticos radiales para camiones y ómnibus. Durante el año 2010, la empresa completó y puso en marcha un importante aumento de su capacidad productiva, que ya se encuentra plenamente ocupada. El desempeño en servicio, el papel fundamental que cumple en la región el transporte carretero y la eficiencia costo-rendimiento que ofrece este tipo de cubiertas, han permitido desarrollar sólidas corrientes de demanda, que tanto en ambos países son tributarias de las crecientes necesidades de transporte de productos agrícolas e industriales.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

En consonancia con esos hechos, FATE ha encarado ya un importante programa de expansión de su capacidad fabril en la planta de San Fernando, constituyendo la línea de neumáticos radiales para camiones y ómnibus el núcleo central de esa expansión.

Por otra parte, habrá de encararse a breve plazo la construcción y puesta en marcha de una nueva planta industrial, a radicar en Brasil, la que estará destinada fundamentalmente a la producción de neumáticos para automóviles y uso agrícola. Esta nueva fuente de productos le permitirá a FATE contar con mayor seguridad y fluidez en el abastecimiento y mejorar su eficiencia productiva, tanto por beneficios de escala como de complementación industrial.

¿Que medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

La forma genuina de sostener el crecimiento económico es la inversión productiva, apoyada en una adecuada política de facilidades en materia de recursos financieros, monetarios y fiscales, que coadyuven a la ejecución de los proyectos en condiciones macroeconómicas competitivas. ■



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Fue un año razonablemente positivo para Fiat Auto Argentina. Continuamos aumentando los volúmenes de producción y exportaciones, y mantuvimos la cuota esperada en el mercado local sin caer en prácticas que atentan contra la rentabilidad y sustentabilidad de la

Fiat Auto Argentina

Cristiano Rattazzi
Presidente

estrategia de mediano y largo plazo. Tuvinos un segundo semestre con importantes novedades de producto, como el lanzamiento del Nuevo Uno, el nuevo Idea y la incorporación de las motorizaciones E.torQ. También continuamos adelante con un intenso programa de desarrollo de proveedores, y además, obtuvimos el Premio Nacional a la Calidad, un reconocimiento que nos enorgullece a todos los que somos parte de la empresa, ya que se trata de un premio focalizado en el análisis pormenorizado de la gestión integral y de los procesos de la compañía.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Estamos confiados en que seguirá la tendencia positiva, tanto para la Argen-

tina como para la región, lo cual nos permitirá continuar con niveles de producción importantes y preparándonos para la producción de un nuevo modelo en nuestra planta de Córdoba. En definitiva, es factible que los récords de producción y ventas que se alcancen en 2010 podrán ser superados en 2011.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Mi mayor preocupación es el proceso inflacionario, ya que se trata de un ajuste desordenado de la economía, que potencia aumentos de costo que restan competitividad, más allá de perjudicar a los sectores más vulnerables de la población y a quienes tienen ingresos fijos.



Ford Argentina

Enrique Alemañ

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El año 2010 ha sido un excelente año para Ford tanto a nivel local como a nivel global. El mercado argentino continúa fortaleciéndose desde el punto de vista de la demanda y la oferta por parte de las terminales ha crecido tanto en cantidad como en variedad terminales a precios muy favorables para los consumidores. Estimamos que el año cerrará con un volumen de mercado record de alrededor de 640.000 automotores.

En el caso de Foro las continuamos con importantes novedades de producto en el año 2010. Hemos lanzado el Crossover Kuga., la renovación de la línea del Fiesta One y la presentación del Fiesta Kinetic Design, en forma casi simultánea con Estados Unidos, que complementará nuestra oferta en el competitivo segmento de los autos chicos, ubicándose en la parte más alta del mismo. Este vehículo corresponde a la primera plataforma global para autos chicos de Ford Motor Co, de gran aceptación en todos los mercados donde se ha presentado. Sobre fin de año comenzaremos con la venta del prestigioso utilitario Transit, en sus versiones Van y Minibús. Estimamos cerrar el año con un incremento en las ventas de 20%, alcanzando alrededor de 81.000 unidades vendidas.

Los mercados de exportación, hacia donde enviamos las dos terceras partes de nuestra producción, también muestran comportamientos positivos. Brasil sigue con un crecimiento sostenido y aquellos mercados latinoamericanos que habían sido afectados severamente por la crisis del 2009 como México y Chile se están recuperando.

En la última parte del año retomamos las exportaciones a Venezuela. Estos niveles de mercado están permitiendo seguir aumentando nuestro ritmo de producción. Hemos aumentado la capacidad de producción en un 17%, produciendo actualmente 445 unidades por día. Estimamos llegar a más de 97.000 unidades producidas en el 2010.

En Ford, continuamos poniendo mucho foco e inversión en área de atención al cliente, invirtiendo en capacitación de nuestra red para satisfacer plenamente a nuestros clientes tanto en la experiencia de venta como de postventa.

Asimismo en Abril el CEO de Ford Motor Co, durante su visita a nuestro país, anunció un nuevo programa de inversiones de \$ 1000 millones de pesos para poner en producción en la planta Pacheco de Ford Argentina un nuevo producto correspondiente a una nueva plataforma global que entrará en producción en el año 2012. Un aspecto relevante de nuestra actividad durante este año ha sido el desarrollo de autopartistas locales. A tal efecto, se ha profundizado la integración nacional en los productos hoy en producción en nuestra planta: el automóvil Focus y pick up Ranger. Alrededor del 20% (\$ 200 millones) de la nueva inversión tendrá como destino el desarrollo de proveedores para esa nueva plataforma, y también hemos creado un parque de proveedores automotrices en terrenos de Ford al lado de nuestra planta. Ya han comenzado las obras de los primeros cuatro proveedores que han decidido sumarse a este proyecto.

A nivel internacional Ford esta sólidamente posicionada en la zona de utilidades, ganando participación en todos los mercados de la mano de nuevos y atractivos productos altamente valorados por los consumidores, logros que confirman en éxito del plan denominado "One Ford" que la corporación viene implementando a lo largo de los últimos años. Una prueba tangible de esos resultados es el recorrido del valor de la acción de Ford y los resultados finan-

cieros de los tres primeros trimestres del año 2010, en los cuales Ford Motor Company ya lleva acumuladas ganancias por USD 6.4 billones, cashflow operativo positivo y una significativa reducción de su deuda. A nivel de marca, Ford ha resultado elegida en Argentina como la número uno de la industria en todas las encuestas realizadas por terceros en el último año.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Vemos un año 2011 con optimismo. Estimamos que los niveles de actividad serán superiores a los de este año en el mercado argentino y con mercados externos en crecimiento. La oferta de productos en los mismos está en crecimiento, por lo que para seguir creciendo tendremos que continuar poniendo todo nuestro foco en mantener e incrementar nuestros niveles de competitividad. A nivel de productos, Foro se seguirá moviendo en Argentina y continuará con importantes presentaciones de nuevos productos en los próximos años.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

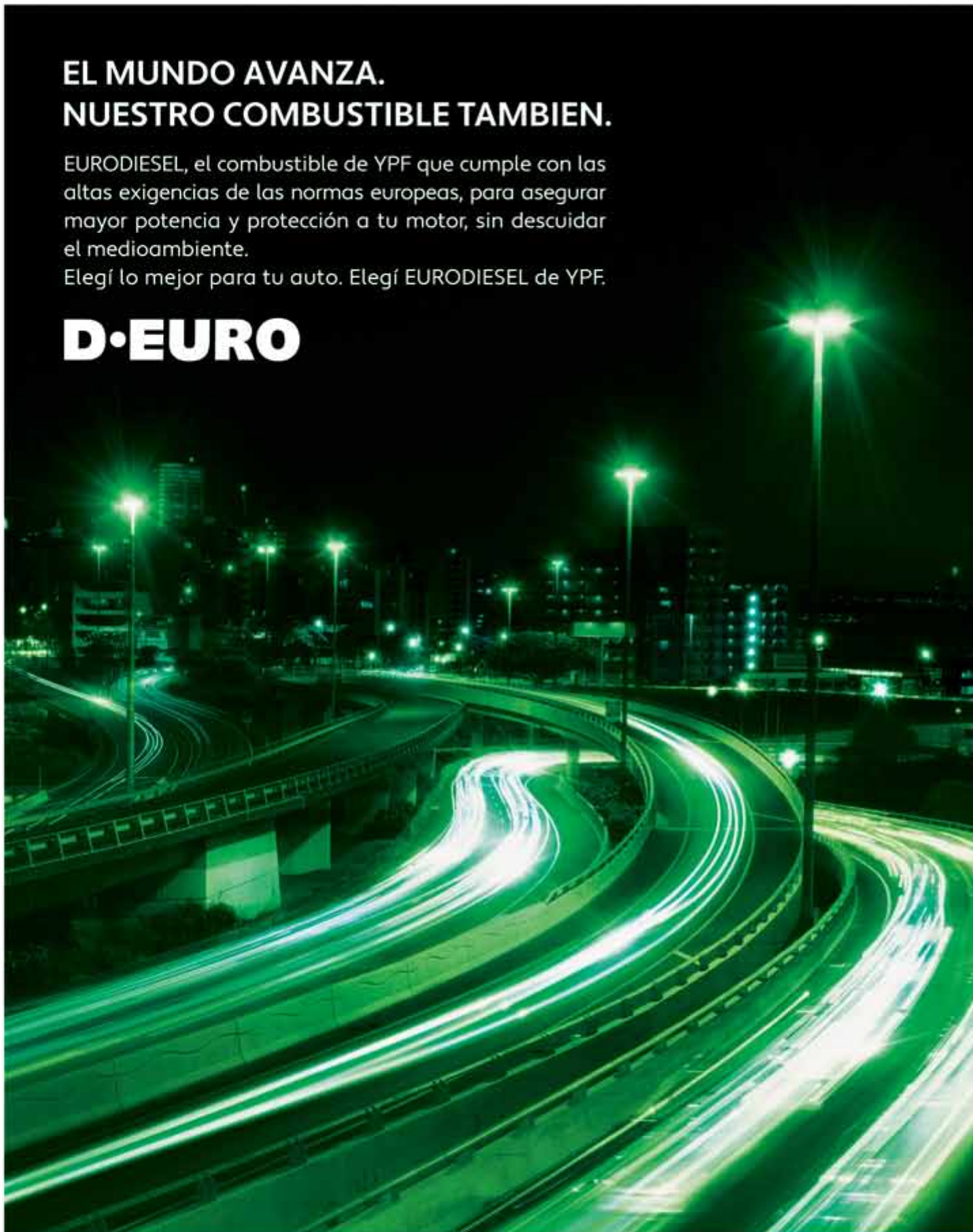
En lo que se refiere al sector automotriz, es muy importante seguir trabajando con toda la cadena de valor en medidas que ayuden a sostener y fortalecer la competitividad de la producción argentina para la exportación para poder compensar la suba de nuestros costos en dólares. ■

EL MUNDO AVANZA. NUESTRO COMBUSTIBLE TAMBIEN.

EURODIESEL, el combustible de YPF que cumple con las altas exigencias de las normas europeas, para asegurar mayor potencia y protección a tu motor, sin descuidar el medioambiente.

Elegí lo mejor para tu auto. Elegí EURODIESEL de YPF.

D•EURO





General Motors de Argentina

Sergio Rocha

Presidente y Director Ejecutivo de GM Argentina, Uruguay y Paraguay

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En 2010, se estima a nivel industria que cerremos el año con 700.000 unidades producidas y 640.000 ventas. Para General Motors Argentina, 2010 ha sido también un año de crecimiento y con grandes noticias positivas. Al inicio del año, en febrero, anunciamos e implementamos una inversión de 90 millones de pesos para ampliar la capacidad de producción de nuestro Complejo Automotor en Alvear, provincia de Santa Fe. Esto nos permitió generar importantes fuentes de empleo directo e indirecto en el país. Asimismo, este incremento a lo largo de este año en la producción nos permitió celebrar recientemente la fabricación de la unidad 100.000 del Chevrolet Agile, a sólo un año de haber iniciado su fabricación.

En cuanto a novedades de nuevos productos, en el mes de abril renovamos la imagen del Classic, el auto de produc-

ción nacional más vendido de la Argentina y en octubre lanzamos el nuevo Chevrolet Cruze, un vehículo que simboliza el nuevo lenguaje global de diseño de la marca y que representa una perfecta combinación entre seguridad, tecnología y confort, única en su segmento.

Y como cierre de este gran año, en GM Argentina anunciamos la cancelación total anticipada del crédito otorgado por el ANSES y que hace un año nos permitió financiar parte de la inversión de más de \$ 500 millones que utilizamos para la nueva línea de producción en la planta de Rosario. Gracias al trabajo en equipo de los 3300 empleados de GM y al éxito en ventas de nuestros vehículos en el mercado local y de exportación, estamos cerrando un excelente 2010.

Por otra parte, en Estados Unidos, GM regresó exitosamente a la Bolsa tras recuperar de nuevo el control accionario de la compañía.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

Seguiremos trabajando para alcanzar nuestra visión de diseñar, fabricar y vender los mejores vehículos del mundo. Además, el año que viene será un año muy especial para nosotros ya que la marca Chevrolet cumplirá 100 años de presencia en el mundo. Las celebraciones comenzarán en enero en el Sa-

lón del Automóvil en Detroit y contará con diversas actividades a lo largo del año hasta culminar los festejos en el mes de noviembre.

Con respecto a vehículos, iniciaremos el primer trimestre de 2011 con una importante exhibición de nuestro portfolio de productos en el stand de Pinamar, con motivo de las actividades de verano. Exhibiremos la nueva pick-up Chevrolet Montana, cuya comercialización se iniciará a principios del año. En febrero, iniciaremos la comercialización del nuevo Chevrolet Cruze con motor diesel y para finales del trimestre haremos la presentación de un nuevo modelo en la gama de los autos mini. Nuestra meta es renovar nuestro portfolio de producto en los próximos dos años.

¿Qué medidas económicas cree se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El sector automotriz está creciendo gracias a una adecuada política industrial que en 2010 permitirá el mejor record histórico de producción y de ventas de la industria. Sin duda, esta tendencia se podrá mantener en la medida en que logremos un mercado competitivo y sustentable, se promueva el desarrollo del autopartismo local y se reduzca el incremento de precios de las materias primas. El crecimiento del mercado podría permitir que para un futuro cercano se alcance un millón de vehículos producidos en la Argentina y General Motors buscará apoyar ese objetivo toda vez que somos la terminal con la mayor producción del país, con más de 120 mil unidades en 2010. ■



Grupo Prominente

Martín Sola

Gerente General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El balance es positivo. Desde Prominente creemos que la industria a nivel local está entrando en una fase de consolidación y madurez. A lo largo de 2010 la crisis llevó al sector a revisar sus estrategias comerciales, operativas y financieras; hoy las nuevas estrategias implementadas y la orientación

al cliente están impulsando el crecimiento de la industria. Dentro de este vaivén, Prominente ha consolidado su posicionamiento como jugador de servicios, ya que este año recibimos por 2º año consecutivo el reconocimiento de prestigiosas organizaciones de outsourcing por nuestra performance. Global Services y la International Association of Outsourcing Professionals



¿PyMe o Multi?

Las necesidades de las empresas evolucionaron en forma indiscutible. Nosotros conocemos el futuro del mundo del trabajo, por eso te ofrecemos más y mejores opciones en Selección de Personal Permanente, Eventual, Outsourcing, capacitación y consultoría.

Si todavía no pensaste en Manpower ingresá a: www.manpower.com.ar

Seguinos tambien en:



What do you do?

45
años
EN ARGENTINA
1965 • 2010



Manpower®

(IAOP) nos han distinguido como una de las 100 empresas de IT que definen el negocio de la provisión de servicios de IT, y como uno de los 100 mejores proveedores de outsourcing del mundo (obteniendo el puesto n° 81 y ascendiendo 9 posiciones desde el año pasado), respectivamente. En ambos rankings, hemos sido la empresa mejor posicionada de Argentina.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

En 2011 continuaremos haciendo foco en las tecnologías que son tendencia y prioridad para los CIOs: SaaS, BPM y virtualización. Estas tres tecnologías tienen lo que las empresas están buscando para impulsar su negocio: ahorro de costos, productividad y modalidades comerciales más eficientes como "pay per use". Creemos que la dinámica de servicios (tanto a nivel comercial como productivo) ha llegado para quedarse y afectará a todos los sectores y actores. El software como servicio (SaaS) está creciendo en Latinoamérica al ser una tecnología que le permite a las empresas simplificar y controlar sus costos de IT. Existen ciertos aspectos de la infraestructura de IT de las empresas que son difíciles de internalizar; debido a esto las compañías comienzan a con-

fiar en terceros que puedan proveerles lo que necesitan como un servicio. La gestión por procesos (BPM por su sigla en inglés) ha cobrado una mayor importancia en Latinoamérica. De hecho, Argentina es el tercer país de mayor implementación en BPM luego de México y Brasil y si bien existe aún un camino por recorrer para que esta tecnología siga creciendo en el país, las empresas ya comienzan a reconocer esta tecnología y a considerarla para administrar los procesos de manera eficiente. En lo que respecta a la virtualización, recientemente anunciamos nuestra oferta de servicios de virtualización de servidores basada en tecnologías Microsoft, empresa de la cual somos Certified Partner desde hace más de 10 años. La virtualización es una tecnología clave para aquellas empresas tanto grandes como PyMEs que desean ser más productivas, reducir sus costos y optimizar el trabajo de su capital humano. Gracias a las soluciones de Microsoft Windows Server 2008 R2 Hyper-V y Microsoft System Center, creemos que esta tecnología permite ofrecer mejores garantías de funcionamiento de los servicios que nuestros clientes ofrecen, enfrentar nuevos requerimientos de forma más rápida y mejorar la administración del entorno.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El nuevo desafío para el sector será sumar de manera intensiva conocimiento de negocios a los productos que el sector tecnológico elabore. La clave pasará por garantizarle al cliente que esa tecnología redundará en un beneficio concreto para mejorar su negocio: aumentar la productividad y ahorrar costos. En ese sentido, las dos grandes tendencias que vemos para este año y el que viene son SaaS y Cloud Computing tanto privado como público. Ambas tecnologías tienen lo que las empresas están buscando para impulsar su negocio: ahorro de costos, productividad y pago por uso. ■

GE

Alex Bottan
CEO



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En GE cerraremos el año con crecimiento. La buena noticia es que crecemos y que viene un mercado favorable a nivel internacional para los próximos años porque la Argentina produce lo que el mundo necesita. Por supuesto que hay temas que debemos continuar profundizando y mejorando, como por ejemplo, impulsar un ambiente de negocios entre la Argentina y el mundo que contribuya al desarrollo de nuestra sociedad en un marco de equidad e igualdad de oportunidades.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Entendemos que en el 2011 la economía global experimentará un crecimiento y habrá una gran demanda de productos argentinos en el exterior. De hecho la región crece vigorosamente. Hoy más del 50% de la facturación mun-

dial de la compañía proviene fuera de los Estados Unidos, y nuestra región tiene un papel protagónico en este escenario.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

GE implementa políticas a largo plazo que buscan generar un crecimiento sostenido en el tiempo, enfocándose en las áreas de mayor crecimiento y haciendo de la crisis una oportunidad. Hace tres años, antes de la crisis, el 45% de nuestras ventas tenían que ver con el negocio financiero, tanto para el consumo como para el financiamiento de las empresas. A partir de la crisis GE tuvo una nueva mirada en la composición de su portafolio y está enfocándose aun más en infraestructura, área de mayor crecimiento. ■

Hewlett-Packard Argentina

Agustín Urtubey

Gerente General para HP Enterprise Services - Cono Sur, Región Andina, América Central y Caribe- y Presidente Interino de HP Argentina, Uruguay y Paraguay.



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

2010 ha sido otro gran año para HP en materia de crecimiento. Hemos logrado consolidar nuestras operaciones en el área de Networking tras la integración de 3Com -líder en infraestructura de redes informáticas-. Lo mismo para el área de servicios, con la consolidación de la integración de EDS (Hoy HP Enterprise Services) -especializada en servicios de infraestructura, aplicaciones y tercerización de procesos de negocios-. En este sentido, hemos avanzado muchísimo en servicios, tanto en Buenos Aires, como en las plazas del interior del país -Córdoba y Rosario-. Lo cual nos permite continuar con la política de brindarle a nuestros clientes las soluciones de negocio que necesitan, para poder desarrollar sus proyectos de una manera rentable y eficiente.

Adicionalmente, continuamos ampliando nuestra oferta para el mercado con la adquisición de Fortify Software, una compañía privada de control de seguridad de software, y la compra de Palm en el mes de julio. Los obstáculos que visualizamos con respecto a la industria, continúan siendo los mismos: los recursos humanos capacitados en el área no son suficientes. En el último tiempo, la industria de IT ha generado muchos puestos de trabajo, cuya demanda no ha sido respondida en igual medida por la oferta de profesionales capacitados para esas posiciones. Esta situación se ve alimentada por dos factores; por una parte, hay poca cantidad de gente que estudia carreras orientadas a la tecnología, en comparación con carreras como medicina, derecho o ciencias económicas. Por otro lado, existe una gran cantidad de estudiantes de ciencias duras y de tecnología que hoy cuentan con trabajo bien remunerado, motivando en muchos casos la deserción de sus estudios, reduciendo así la cantidad de graduados. Adicionalmente, no existen en el país carre-

ras cortas que apunten a la formación de técnicos, con lo cual es complicado para la industria contar con un volumen importante de personal idóneo.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

2011 será seguramente un año desafiante en donde tendremos nuevas oportunidades como compañía para seguir ganando mercado, gracias a la amplia oferta de productos y servicios para todas las industrias y segmentos. En este sentido, en HP continuaremos trabajando de modo comprometido con nuestros clientes, nuestros socios de negocio y con toda la comunidad argentina.

Entendemos que seguiremos creciendo en todas las áreas de negocios locales, especialmente en networking y servicios. Adicionalmente, estimamos que continuaremos observando una tendencia muy positiva en cuanto a la exportación de servicios desde Argentina hacia países del exterior, en función de las características favorables con las que contamos como país - el huso horario, los costos competitivos, el personal calificado con dominio de idiomas y flexibilidad suficiente que le permite adaptarse a los diferentes proyectos-. Estimamos que durante 2011, la demanda de provisión de servicios va a incrementarse aún más. Es por eso que estamos trabajando para poner en funcionamiento operativo un nuevo sector del edificio que tenemos en la ciudad de Córdoba, desde el cual proveemos servicios off-shore, desarrollo de aplicaciones, testing e infraestructura tecnológica. Esta ampliación edilicia estará lista antes de finalizar 2010.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En línea con lo anterior, sin dudas, uno de los desafíos de las empresas de tecnología es continuar trabajando

conjuntamente, en alianza con las instituciones gubernamentales, universidades públicas y privadas, y también con las cámaras, para promover y apoyar la formación de nuevos profesionales del sector. Hoy en día, el contexto internacional y las particularidades del mercado local comienzan a demandarle al país el desarrollo de acciones que estén alineadas con las políticas de competitividad que se dieron en los últimos años, particularmente para el sector de servicios de valor agregado y tecnología. Esto surge a partir del hecho de que hoy la Argentina compite en los mercados regionales, los cuales son sumamente dinámicos y exigentes y demandan constantemente adecuaciones tácticas de las estrategias planteadas. ■



IBM Argentina

Guillermo Cascio

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Durante 2010, en IBM, continuamos con la consolidación de nuestro modelo de negocio, relacionado con la oferta de servicios de valor agregado. En este sentido, inauguramos un nuevo centro de exportación de servicios, Olivos 3, trabajamos fuertemente en el desarrollo de los mercados del interior del país y nos dedicamos a aumentar sustancialmente nuestro modelo de cobertura, poniendo soluciones al alcance de las PyMEs. También nos dedicamos a continuar desarrollando el área de servicios, llegando a más empresas con

soluciones a medida, focalizados en la generación de valor y en mantener los más altos estándares de calidad. Continuamos trabajando para la construcción de un mundo más inteligente, ofreciendo a las empresas soluciones tecnológicas como cloud computing, virtualización y SOA y nos abocamos al lanzamiento de nuevas versiones de productos de hardware, como es el caso de POWER 7 y X5 siendo estas tecnologías de última generación en materia de servidores.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

IBM celebrará en el 2011 su centenario a nivel global. En el marco de esta celebración, desde el negocio, nuestro objetivo es continuar creciendo consistentemente en todas nuestras unidades, llegando cada vez a más empresas. Como actor social, continuaremos con nuestro intenso trabajo con universidades, asociados de negocio y la comunidad, con el objetivo de generar un mayor crecimiento para el país.

Nuestra expectativa es continuar cre-

ciendo a través de iniciativas referidas al desarrollo de los mercados del interior del país, trabajando con un sólido ecosistema de asociados de negocio que nos permita acercar nuestras soluciones a las pequeñas y medianas empresas. Enfocaremos nuestros esfuerzos a continuar desarrollando el mercado de servicios de tecnología y de negocios, tanto para el mercado local como el internacional.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Desde nuestro punto de vista, el mercado de tecnología continuará creciendo durante el próximo año, sobre todo en lo relacionado con la exportación de servicios, tercerización y optimización de infraestructura (soluciones de hardware, software y servicios). Observamos como dato positivo que el gobierno está avanzando en el reconocimiento del sector tecnológico, en su potencialidad y aporte a la economía y al posicionamiento del país en el escenario global. ■



Cervecería Argentina S.A. Isenbeck

Hernán Pflaum

Vicepresidente & CEO

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El balance del año 2010 es moderadamente positivo ya que si bien estuvo fuertemente afectado por los hechos políticos y las presiones salariales y de costos en general, la economía finalizará con un crecimiento más que aceptable. El mayor obstáculo ha sido

y continúa siendo el contexto de fuerte incremento de los precios, potenciado por las expectativas inflacionarias que existen en la sociedad en general.

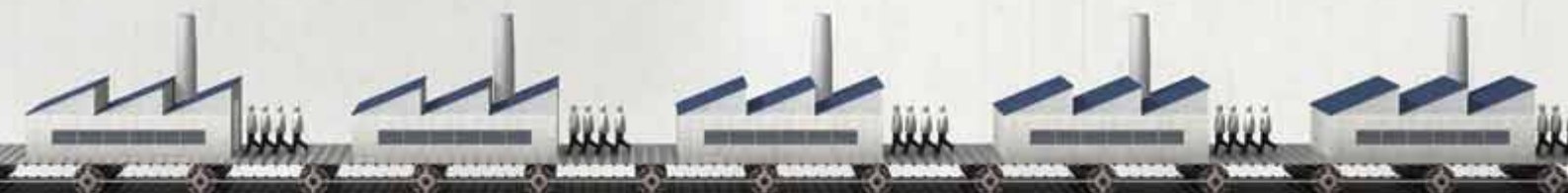
¿Qué expectativas tiene para el 2011?

En el 2011 esperamos que el mercado argentino continúe creciendo y que nuestra empresa acompañe este crecimiento. Teniendo en cuenta que será un año electoral, nuestro enfoque estará puesto en controlar los costos, para no perder rentabilidad en un contexto que es altamente competitivo.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El crecimiento de nuestra economía ha sido sostenido en los últimos años.

A esto habría que adicionarle simplemente medidas que aseguren que esa situación se sostenga y que permitan disminuir la incertidumbre existente para invertir a mediano y largo plazo. El sector de consumo masivo y, el de las bebidas en especial, se podría desenvolver mejor si las expectativas inflacionarias se moderaran. A su vez, toda medida que favorezca las inversiones y disminuya las incertidumbres propias del mediano y largo plazo, sin duda contribuirá a impulsar al sector y a la economía en general. ■



**Realizar inversiones
es también una manera de crecer
haciendo crecer.**

En Ford seguimos apostando a la producción argentina, por eso no sólo fabricamos automotores, además implementamos un plan de inversión de 1.000 millones en el período 2010-2012 para un nuevo producto global. Y creamos un agrupamiento industrial para el desarrollo de proveedores en nuestra Planta Pacheco.

Hace 97 años que nos movemos en Argentina.



Seguí moviéndote





Intel

Esteban Galuzzi

Gerente General Cono Sur

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El balance del año es altamente positivo. Durante 2010, hemos avanzado en todos los segmentos de mercado, destacándose especialmente nuestra participación en el área de educación con la puesta en marcha del programa *Una computadora un Alumno* para escuelas técnicas, a través de la entrega de *Classmate PCs*. A comienzos del año, presentamos la nueva familia de procesadores Intel® Core™ i3, i5 e i7, lo que representó una gran apuesta de Intel. Con este lanzamiento, renovamos casi la totalidad de la oferta en el mercado, no sólo entre los usuarios finales sino también en el rubro corporativo, obteniendo en general un gran nivel de

aceptación. En cuanto al nivel de ventas obtuvimos excelentes resultados, ejemplo de ello es el segmento de notebooks avanzadas, en el cual triplicamos nuestra participación.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Esperamos un 2011 con buenas perspectivas. Por un lado, daremos un paso al frente renovando nuevamente toda nuestra línea de procesadores, a partir de la nueva arquitectura Sandy Bridge. La Segunda Generación de procesadores Intel® Core™ brindará a nuestros usuarios características visuales mejoradas que se centran en las áreas más utilizadas hoy: video en alta definición, 3D, juegos, realización de múltiples tareas al mismo tiempo y redes sociales o uso de multimedia en línea. Además, continuaremos con la expansión de la línea Atom™, procesadores idealmente pensados para todo tipo de dispositivos móviles que puedan conectarse a Internet. Por supuesto, seguiremos desarrollando e impulsando planes de educación y capacitación a nivel nacional

ya que constituyen un factor clave en la estrategia de crecimiento del país.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Creemos que será fundamental continuar brindando apoyo a la industria nacional, a fin de consolidar un crecimiento sólido y sostenido. Como parte de ello, la determinación de políticas públicas que favorezcan la inclusión de nuevas tecnologías en los procesos educativos, es primordial para el desarrollo de iniciativas que tiendan a la integración en todo el país. En este sentido, alentamos el trabajo en conjunto entre los sectores público y privado, que potencie los resultados a largo plazo. Continuar respaldando aquellos proyectos orientados a la disminución de la brecha digital, se alinea a la política global de Intel cuyos esfuerzos se orientan a mejorar la educación en la región, promoviendo la inclusión de nuevas tecnologías de la información y la implementación de metodologías interactivas. ■

KPMG Argentina

Alberto Schuster

Senior Partner



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Para KPMG este ha sido un año positivo. Con respecto a nuestros clientes, en general las empresas están ganando dinero. Otras están en sectores regulados y tienen problemas para el manejo de sus precios. El problema es cómo impacta en la rentabilidad de las empresas que exportan que el tipo de cambio esté fijo y los salarios aumenten.

Lograr un entorno más próspero para el desarrollo de negocios beneficiará a nuestra firma pues cada vez serán más los clientes del mercado que confíen en

los servicios profesionales que brinda KPMG para focalizar sus inversiones y definir sus estrategias con el fin de generar sus propias ventajas competitivas. Porque, en definitiva, nuestra tarea es ayudar a nuestros clientes a superar la complejidad brindando soluciones claras.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el año próximo esperamos una continuación del contexto actual profundizando el rol protagonista de los mercados emergentes, donde estamos incluidos gracias a la gran relevancia

que posee Brasil a nivel regional. Creemos que podemos encontrar grandes oportunidades en las áreas de Fusiones y Adquisiciones, Corporate Finance, Planificación y Optimización de Procesos de Negocios, y Asesoramiento

Impositivo Internacional. Asimismo, en Investigación de Fraude, Asesoramiento en Finanzas Corporativas y Asesoramiento en Compra y Venta de Empresas. En cuanto al fraude, porque es una actividad en crecimiento en todo el mundo y todavía más en épocas recesivas. Respecto de las Finanzas Corporativas y los Procesos de Negocios, pronosticamos que las necesidades financieras de las empresas generarán mayores oportunidades de asesoramiento.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Dado el actual contexto político, será de vital importancia promover el diálogo y una articulación público-privada, que sea capaz de desarrollar el mercado local y nos permita resultar atractivos para recibir inversión extranjera directa. Todavía los precios de los commodities están a favor de nuestra economía y el tipo de cambio nos favorece, pero

debemos tener cuidado con el manejo de la inflación. Asimismo, hay que trabajar sobre la competitividad. Es decir, desde la calidad del sistema político hasta la educación y la infraestructura. Para que la inversión en infraestructura tenga mayor componente privado y menos público, el sistema político debe ponerse de acuerdo sobre ciertas políticas que no cambiarán. ■

LoJack

Carlos Mackinlay (h)
Gerente General de Cono Sur



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

2010 ha sido hasta el momento un año muy intenso. Sin dudas, un año marcado por la búsqueda de la máxima eficiencia operativa posible. El foco de LoJack Cono Sur estuvo puesto en mejorar todos los procesos de la organización. En un contexto inflacionario es vital operar con la máxima eficiencia y eficacia, de manera de hacer el mayor aprovechamiento de los recursos disponibles. Otro desafío es el de consolidar la regionalización del Cono Sur – Argentina, Uruguay y Chile – brindando servicios de valor agregado a la región. Dentro de este contexto de regionalización, estamos desembarcando en Brasil, lo que sin dudas marcará un gran desafío para 2011

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Las expectativas para el 2011 son alentadoras, al igual que lo fueron en 2010. Durante el próximo año esperamos poder completar el proceso de regionalización de la empresa en el

Mercosur, iniciando formalmente las operaciones en Brasil y sumarla así a las de Argentina, Chile y Uruguay.

Hoy vemos un mercado altamente demandante en materia de soluciones y servicios vinculados a la prevención y a la búsqueda de mayor tranquilidad en todo lo que hace a la movilidad, tanto en el segmento para particulares como para el sector corporativo. En este último segmento, hay un marcado enfoque por parte de las empresas en la aplicación de tecnología de punta que permita reducir los costos logísticos y así poder operar con mayor eficiencia.

Es por ello que en 2011 seguiremos invirtiendo fuertemente en el desarrollo de tecnología de última generación para toda la región que nos permita seguir brindando un servicio de excelencia. Estaremos también enfocados en tener una política empresarial socialmente responsable en el desarrollo de la gestión con todo nuestro entorno y comunidad de socios de negocio. De ahí que continuaremos con programas como “Huellas – Lo tuyo es tuyo, la responsabilidad es de todos”, extendiendo el programa a otras regiones y contri-

buyendo y acompañando a sus padres en la formación y cuidado de las generaciones más jóvenes.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El acceso al crédito seguirá siendo un tema clave y vital para seguir creciendo, por lo que los distintos agentes crediticios deberán implementar e instrumentar políticas que impulsen esta herramienta esencial para el desarrollo de los negocios en todos los segmentos. Al ser un año electoral, las posibilidades de implementar políticas públicas de largo plazo será más compleja, con lo cual esperamos que haya algunas medidas de impacto inmediato que beneficien al sector. ■



Loma Negra C.I.A.S.A.

Ricardo Lima

Director General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Desde hace años que en Loma Negra venimos concretando inversiones para convertir nuestras plantas en multicom bustibles. Algo que surgió durante este año y nos preocupó, fue el aumento que registró, por ejemplo, el petcoke (coque de petróleo) durante 2010 ya que este insumo ajusta por las variaciones del precio internacional

del petróleo. Asimismo, podemos decir con orgullo que este año la Fundación Loma Negra alcanzó la conformación y consolidación de los Consejos de Desarrollo Comunitario de las comunidades de Olavarría, Zapala, Cañuelas, Barker y Ramallo así como la ejecución de los programas comunes orientados a mejorar la calidad de vida de los jóvenes en cada una de esas ciudades, por tanto nuestro balance es muy positivo y nos motiva a continuar en esta dirección.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

Para 2011 prevemos iniciar las operaciones con las nuevas inversiones ya concretadas en las plantas de L'Amali, Lomaser y Catamarca. Existe una demanda sostenida, parte de la cual está basada en proyectos de mediano y lar-

go plazo que albergan una perspectiva positiva para el año que viene.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En cuanto al sector de la construcción, el impulso más fuerte está dado por las políticas públicas orientadas a los potenciales consumidores: el poder adquisitivo de la población en general, el acceso al crédito para vivienda, así como el estímulo a los sectores económicos que construyen (el sector industrial, minero, agropecuario, turístico). ■



Manpower Argentina

Alfredo Fagalde

Director General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El balance general lo podemos considerar como positivo porque el nivel de demanda de nuestros servicios se ha recuperado luego de la crisis. Además cabe señalar que las encuestas de expectativas de contratación que nuestra empresa desarrolla en forma trimestral mostraron hacia mediados de año una caída en la intención de contratar probablemente derivada de la incertidumbre que generó la discusión salarial.

Ese factor puede ser clave también el año entrante.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

La demanda de personal tendrá durante el año próximo una tendencia parecida a la de este año, esto es, de crecimiento pero con niveles moderados. No obstante, un dato que no puede dejarse de lado es que a pesar de un crecimiento muy leve en el nivel de empleo, más del 50% de las empresas locales tiene problemas para cubrir los puestos claves de su organización. Nuestro principal desafío para el año próximo consiste en consolidarnos como un socio estratégico en las necesidades de recursos humanos de nuestros clientes, que ya nos demandan servicios con valor agregado para contribuir con sus negocios de manera más eficiente y aumentar su rentabilidad.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Creemos que avanzar con la ratificación del Convenio 181 de la OIT que oportunamente nuestro país aprobara ante ese organismo internacional es importante. Tal como ha ocurrido en muchos países del mundo, y aún de nuestra región, esta herramienta jurídica crea el marco adecuado para lograr un mercado laboral flexible y dinámico con el valioso aporte de agencias privadas de empleo. ■



**SI NO
PUEDE
PARAR
NO PUEDE
JUGAR**



MAPFRE Argentina

Diego Sobrini

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El Grupo MAPFRE en la Argentina obtuvo \$ 27,8 millones de utilidades antes de impuestos, tras finalizar el ejercicio, según muestran los respectivos estados contables de sus tres compañías aseguradoras argentinas al 30 de junio de 2010. (Seguros Generales \$18,9 millones, ART \$ 6,3 millones y Vida, \$ 2,6 millones.)

A la misma fecha, el Patrimonio Neto alcanzó los \$ 380,4 millones, lo que representa un incremento del 18% respecto del ejercicio anterior.

En cuanto al superávit global de capital fue de \$ 16,4 millones y los fondos disponibles de inversiones de \$ 838 millones.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Un año electoral se caracteriza por leves turbulencias en lo político, y una ralentización en las decisiones de inversión. No obstante soy optimista, porque el arrastre del año 2010 permitirá continuar con el crecimiento de la

actividad económica, y por consiguiente, de nuestro mercado. Igualmente en MAPFRE ARGENTINA siempre hemos trabajado para el mediano y largo plazo, y el año 2011, cuando estemos cumpliendo nuestro 25 aniversario en la Argentina, no será la excepción. Creemos que, con el apoyo de nuestro accionista, y el esfuerzo de nuestro personal, podremos seguir mejorando el servicio a los clientes que año a año, nos siguen eligiendo.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Varias son las medidas que creemos se pueden adoptar para que podamos tener un crecimiento económico sostenido. Entre ellas, nos parece oportuno destacar tres que afectan a los seguros de riesgos del trabajo, automóviles y vida.

La primera de ellas es la definición de una Ley para Riesgos del Trabajo que otorgue certezas a la industria pues la litigiosidad judicial –que provoca la ausencia de una ley– es una preocupación para cada una de las partes: empleados, empleadores y aseguradores.

En segundo término, también creemos necesario que el Gobierno continúe reforzando el control de la seguridad vial. Desde las Compañías de Seguros hemos acompañado con total convicción la sanción de la Ley de Seguridad Vial y la creación de la Agencia

Nacional de Seguridad Vial. La instrumentación de los planes para lograr tareas de concientización, prevención, control y sanción en materia vial son apoyados fuertemente por el sector y todas estas medidas están comenzando a dar sus frutos y es importante seguir trabajando en este sentido.

Finalmente, entendemos que es esencial para el desarrollo del sector, el incremento los beneficios fiscales para los tomadores de seguros de vida. Al igual que en los países desarrollados, este es un aspecto fundamental para el crecimiento y la mejora de la calidad de vida de la población, ya que es clara la necesidad de protección y ahorro. Lamentablemente, la deducción del impuesto a las ganancias no representa un beneficio significativo que pueda fomentar una exposición más masiva de los seguros de Vida y especialmente los de Retiro. Asimismo la aplicación del IVA en los seguros de Salud, Sepelio y Accidentes Personales, son temas que deberían ser revisados.

A través de las cámaras empresariales y asociaciones respectivas del sector asegurador, se debe seguir trabajando a fin de lograr la atención correspondiente y tratamiento de estos temas a nivel de los poderes Legislativo y Ejecutivo.

Todas estas medidas generarían un gran impulso a la actividad aseguradora en su conjunto, redundando en un mayor crecimiento de toda la economía. ■

Elegir bien es un placer.
Passat CC completa su gama.



Passat CC combina toda la sofisticación y estilo del Passat con el vértigo y la emoción de un deportivo.

A su impactante diseño y su potente motorización 3.6 FSI V6 de 300 CV, ahora se suman las nuevas motorizaciones 2.0 TSI de 200 CV y 2.0 TDI de 140 CV que incluyen la quinta plaza trasera en su confortable interior. Las llantas de aleación de 18", el techo panorámico, los faros Bi-xenón con luz dinámica para curvas y la tracción 4Motion, le harán sentir nuevas emociones para vivir una experiencia exclusiva cada día.

BLUEMOTION
TECHNOLOGIES

Passat CC. Coupé Comfort.

Desde **\$180.000***



Das Auto.

ORIGEN DEL PRODUCTO: ALEMANIA. FOTO NO CONTRACTUAL. EQUIPAMIENTO SEGÚN VERSIÓN. *PRECIO ESPECIAL SUGERIDO A PÚBLICO PARA VERSIÓN VOLKSWAGEN PASSAT CC 2.0 TSI ADVANCE - MANUAL 200 CV; PESOS \$180.000. LOS PRECIOS INCLUYEN IVA, NO INCLUYEN GASTOS DE FLETE, PATENTAMIENTO, ADMINISTRATIVOS Y SEGURO. VIGENCIA DESDE EL 01/11/10 AL 30/11/10 O HASTA AGOTAR STOCK DISPONIBLE DE 20 UNIDADES, LO QUE OCURRA PRIMERO. VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A., MAIPÚ 267, PISO 11, BUENOS AIRES, ARGENTINA. PARA MAYOR INFORMACIÓN: 0800 666 1414 O WWW.VOLKSWAGEN.COM.AR



Massalin Particulares

Chris Dilley

Managing Director para Argentina, Bolivia Chile, Paraguay y Uruguay

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

La compañía está satisfecha con los resultados obtenidos a lo largo este año.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Nuestras expectativas para el año próximo son positivas. Seguiremos

consolidando nuestro liderazgo en el mercado, a través del desarrollo y comercialización de productos de alta calidad que conquistan la preferencia de los consumidores.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

La libre competencia opera mejor en un ambiente con estabilidad y predictibilidad, con reglas claras, aplicables a todos los participantes del sector.

El tabacalero es un sector que da trabajo directa o indirectamente a miles de personas, entre las cuales podemos mencionar, productores tabacaleros, técnicos agrarios, obreros, empleados, distribuidores, kioskeros, etc. El Go-

bierno recauda 2/3 del precio final de venta al público, en concepto de varios impuestos.

Considerando que la regulación es importante para cualquier industria, pero es clave para la industria tabacalera, el gran desafío de las actuales autoridades consiste en desarrollar e implementar una regulación nacional, amplia y efectiva para todo el sector y asegurar que los niveles impositivos sean estables y predecibles.

Una legislación apropiada puede contribuir a cumplir con los objetivos de salud pública y de la sociedad en general, y al mismo tiempo brindar a los fabricantes un contexto en el cual la actividad comercial pueda desarrollarse en un marco estable y previsible. ■



Michelin Argentina

Pascal Roche

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En general el 2010 ha sido un año positivo para nuestra compañía, hemos generado inversiones para el país, realizando diversas aperturas de nuevos puntos de venta Michelin en diferentes

ciudades, incrementado de este modo la cantidad de puestos de trabajo y fortaleciendo nuestra presencia y llegada al público. Además, desarrollamos proyectos medioambientales para continuar con nuestra filosofía de una movilidad sustentable, aquí y en todo el mundo, por ejemplo, el proyecto junto al INTI y el CEAMSE de la nueva planta de reciclado de neumáticos de REGOMAX.

Todo esto nos permitió lograr volúmenes de ventas superiores a los previstos a fines de 2009, que nos dará un balance positivo hacia fines de este año.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Creo que el 2011 presentará un escenario competitivo y con muy buenas perspectivas de crecimiento tanto para nuestro sector como para la industria automotriz en general.

Michelin tendrá un 2011 con muchas novedades. Nuevos productos y proyectos desarrollados localmente especialmente para nuestro país que contribuirán a una gestión corporativa alineada con las necesidades específicas de nuestro mercado.

No tenemos dudas que el próximo año será positivo para nuestra empresa. ■

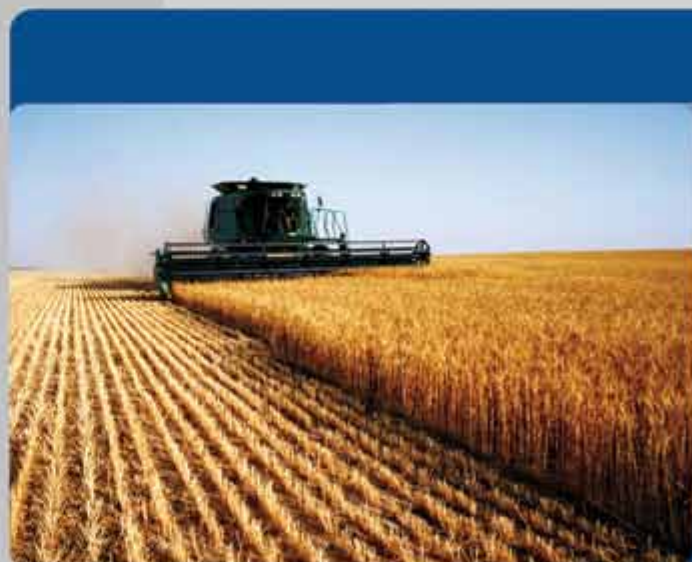


Fondo de Garantías Buenos Aires



Ministerio de la
Producción
Buenos Aires
LA PROVINCIA

Su Pyme también
puede recibir
el financiamiento
que necesita para
empezar a crecer.



www.fogaba.com



Mastellone Hnos. S.A.

Pascual Mastellone

Presidente

tintos segmentos del mercado en donde estamos presentes, principalmente a través de la línea de quesos.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el año entrante, prevemos seguir acompañando el crecimiento que hemos tenido durante 2010 en nuestros volúmenes de venta de las distintas líneas de productos. Esto se debe a que una materia prima tan importante para nuestra industria como es la leche, ha tenido una importante recuperación en el precio internacional, lo que ha generado una reactivación de los niveles de consumo en el mercado global.

En este sentido, seguiremos trabajando para aportar mejoras en las diferentes líneas de producto, a fin de mantener e incrementar la importante participación de mercado que hemos logrado en el país a través de los años.

En el plano externo, trabajaremos para alcanzar un crecimiento en el mercado internacional, incrementando nuestros niveles de exportaciones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Es fundamental que se garanticen las condiciones necesarias para que toda la cadena láctea mantenga una rentabilidad atractiva, tanto para el productor tambero como para el comerciante mismo.

En un escenario de estabilidad, previsibilidad y reglas de juego claras, se podrán garantizar mayores inversiones por parte de cada uno de los actores de la cadena, que ayudarán a aumentar la producción y la oferta, mejorando la competitividad del sector lácteo argentino a nivel mundial. ■

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El 2010 ha sido muy positivo para nuestra compañía. A comienzos de año hemos podido encarar y completar exitosamente nuestro canje de deuda, lo que nos ha permitido comenzar a recuperar gradualmente los balances de nuestra empresa. En este sentido, hemos tenido un crecimiento positivo en nuestros volúmenes de venta y hemos aumentado la participación en los dis-



Mercedes-Benz Argentina

Roland Zey

Presidente

En cuanto a los vehículos de alta gama, se espera un record de ventas del sector y un crecimiento del 31% de la marca Mercedes-Benz con respecto al año pasado. Además, estimamos finalizar el 2010 liderando con un 40% en el segmento de nuestro vehículo "estrella" —el Clase C—, ratificando el liderazgo tal como lo venimos haciendo desde el año 2007. Por otra parte, como lo venimos haciendo desde 1996, continuaremos con la fabricación del Mercedes-Benz Sprinter, que se ofrece con más de 26 versiones y es el único utilitario pesado fabricado en el país.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

El 2011 será un año de importantes celebraciones para Mercedes-Benz. La empresa está cumpliendo 60 años de su llegada al país, habiendo sido la primera planta instalada fuera de Alemania. En toda su historia productiva en Argentina, Mercedes-Benz produjo en su Cen-

tro Industrial más de 130.000 camiones, 100.000 buses y casi 200.000 Sprinter. A su vez, tenemos el orgullo de festejar los 125 años de la creación del primer automóvil. Y también se cumplen los cien años del aniversario del nacimiento de nuestro querido Juan Manuel Fangio. Además, Mercedes-Benz Argentina espera un 2011 con nuevos lanzamientos que se sumarán a la gran renovación de modelos de la marca.

¿Qué medidas económicas cree se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El Gobierno ha venido trabajando fuertemente en medidas de apoyo a la cadena de valor automotriz. Necesitamos que continúen ayudando a mantener nuestras ventajas competitivas y a permitirnos competir en pie de igualdad con nuestros vecinos a la hora de atraer nuevas inversiones de nuestras casas matrices. ■

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Podemos decir que el 2010 ha sido muy bueno para nosotros. Presentamos el nuevo SLS AMG y lanzamos en Argentina la marca Smart. Además, comenzó la venta de una nueva gama de motores del Clase C aún más eficientes y ecológicos. Con relación a los vehículos comerciales, llegó a la Argentina el camión super pesado Actros que ha recibido los máximos premios internacionales.



Monsanto Argentina

Pablo Vaquero

Vicepresidente Latinoamérica Sur

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Durante el 2010 el negocio evolucionó positivamente, no sólo por la creciente demanda de tecnologías por parte del productor argentino, sino también porque desde Monsanto Argentina, estamos abasteciendo de semillas y agroquímicos a un número cada vez mayor de países.

Particularmente para nuestro principal producto –el maíz–, las ventas de esta campaña muestran un significativo aumento en el área sembrada, y hasta ahora, el clima y los precios son aliados de la cosecha.

El gran logro del negocio del maíz en esta campaña fue la aprobación para el uso comercial del maíz Genuity VT Triple Pro. Esta nueva tecnología ofrece más rindes y una mayor protección ya que reúne en una misma planta: la segunda generación de eventos para el control de insectos lepidópteros (aéreos), el primer evento para el control de ciertos insectos coleópteros (subterráneos) y el de tolerancia a glifosato (RR). El otro gran logro en la región fue la aprobación de la soja BT RR2Y en Brasil, una nueva tecnología con dos eventos acumulados desarrollada exclusivamente para los países del Mercosur. Está compuesta por dos eventos

transgénicos acumulados, el RR2Y y el BT con importantes beneficios en rinde y protección. Se espera que incremente los rindes en el orden del 7,1 al 11% con respecto a la RR. En lo que hace al negocio de agroquímicos, nuestro paquete tecnológico, liderado por el herbicida Roundup, ha seguido consolidándose como líder del mercado y un insumo clave para la agricultura sustentable.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

De cara al 2011, Monsanto busca continuar creando productos que ayuden a los productores a aumentar sus rindes de manera sustentable. En junio de 2008 presentamos nuestro Compromiso de Agricultura Sustentable, que apunta a duplicar los rendimientos en maíz, soja y algodón para el año 2030, en relación con la producción alcanzada en 2000, maximizando la eficiencia de los recursos utilizados y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los productores y las comunidades. Así, actualmente estamos trabajando en importantes innovaciones para estos cultivos, que marcarán un salto en la producción de alimentos. Con el reciente lanzamiento de la tecnología Genuity® VT Triple PRO® el maíz será clave en el 2011. Esta nueva tecnología combina la mayor protección frente a las principales plagas que afectan al cultivo del maíz en nuestro país con el mejor sistema de control de malezas y la mayor energía disponible para transformarla en rendimiento.

Debido al incremento de la ilegalidad en el reconocimiento de la Propiedad Intelectual en semillas, en los últimos años nuestra empresa no comerciali-

zó semillas de soja en el país, ya que la facilidad de su multiplicación tornó muy difícil garantizar a quien invierte en este cultivo obtener un retorno razonable por el desarrollo tecnológico. Así, uno de nuestros principales desafíos para el 2011 es seguir avanzando hacia un entendimiento con todos los eslabones de la cadena que permita alcanzar una solución definitiva en la protección de la Propiedad Intelectual y la introducción de nuevas tecnologías que seguirán revolucionando al campo argentino y a la economía de nuestro país.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El factor determinante para el crecimiento del sector agroindustrial ha sido y seguirá siendo el crecimiento sostenido de la demanda mundial de alimentos. Esto generará grandes oportunidades para la agroindustria nacional, las cuales deberán ser aprovechadas por nuestro país por medio de la generación de condiciones propicias para invertir. Desde Monsanto continuaremos trabajando para ofrecer al productor las más avanzadas tecnologías con productos que garanticen la mayor productividad y rendimiento, mayor resistencia a plagas, menor uso de agroquímicos y mayor preservación del medio ambiente, así como un asesoramiento personalizado constante. ■



Movistar

Leandro Musciano

Director de Productos y Servicios

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Este fue un año muy bueno para Movistar, donde hemos continuado ampliando la oferta de servicios de valor agregado apalancados en Internet Móvil y sus nuevos contenidos y aplicaciones, acompañando la expansión de capacidad de nuestra red de 3,5G en todo el país, que nos da mayor conectividad a más velocidad.

Con respecto al crecimiento de Internet Móvil, iniciamos el año con cerca de 300 mil usuarios y estamos alcanzando el millón de clientes que utilizan Internet en forma móvil, tanto desde conexiones dedicadas como modems USB, netbooks o las nuevas tablet PC, como desde teléfonos. Esto da una muestra del importante crecimiento que tuvo el servicio.

Por otro lado, este año también tuvo como foco central la mejora de la satisfacción de nuestros clientes. En la actualidad, Movistar es la operadora de telefonía móvil que lidera el ranking de satisfacción de clientes, con índices superiores a los 8 puntos sostenidos, en una medición que va del 0 a 10. Esto estuvo basado en la optimización continua de nuestros procesos de negocio

y atención tradicionales, pero también sobre todo en la evolución que hemos comenzado a liderar en esta industria de aprovechar las nuevas tecnologías para estar cerca de nuestros clientes a través de los medios web, la autogestión desde el móvil, y la fuerte presencia en redes sociales, donde somos reconocidos como un caso de referencia para la atención a clientes.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Las expectativas son positivas. Durante el 2011 estimamos que seguirá creciendo el uso de los servicios de datos y de valor agregado tradicionales como la navegación, la descarga de contenidos y aplicaciones, que incluye dos negocios muy importantes como la música y los juegos, sin olvidar la mensajería o el mail y el chat., pero a la vez habrá un desarrollo de nuevas funcionalidades como los pagos a través del móvil, las conexiones Machine 2 Machine o el mobile marketing.

En ese sentido, desde Movistar seguimos trabajando en innovación, nuevas tecnologías y mayores beneficios para nuestros clientes. Esto se verá reflejado en varios ejes:

-Nuevos canales de contacto: liderando la comunicación y atención a clientes en medios 2.0, algo que comenzamos a desarrollar hace más de un año con nuestro exclusivo foro de clientes y la atención especial en redes sociales.

-Convertirnos en una empresa online: dándoles a nuestros clientes medios alternativos desde web y desde sus móviles para gestionar sus consultas, trámites, comprar, pagar o recargar. Entendemos que tenemos un cami-

no recorrido muy importante y reconocido por nuestros clientes y analistas del tema, pero que tiene todavía mucho más por desarrollarse.

-Ampliar la oferta de nuestros servicios a estos otros nuevos usos como el crecimiento de la banca móvil o el desarrollo del negocio M2M (comunicación entre máquinas).

Obviamente todo esto sin descuidar el liderazgo histórico de Movistar en la oferta de voz, con el desarrollo de su exclusiva comunidad, la oferta de nuevos planes por servicio para el negocio de Internet móvil y el lanzamiento continuo de servicios exclusivos de valor agregado.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En lo que se refiere específicamente al crecimiento de las telecomunicaciones, nosotros creemos que se debería implementar un programa de desarrollo estratégico del sector en el que incluya no solo a las empresas sino a todas las instituciones vinculadas a las telecomunicaciones.

Existen además una serie de palancas que son clave para el desarrollo del sector, a través de promover una mayor penetración de la banda ancha, desarrollo de nuevos servicios móviles y un mayor acceso de la población a la sociedad de la información. ■

Motorola Argentina

Pablo Orsei
Country Manager



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Este año ha sido muy positivo para Motorola en todas sus áreas. Durante 2010 colaboramos en la generación de nuevas ciudades digitales en la región, a través de nuestros productos tecnológicos y hemos consolidado nuestras soluciones de próxima generación de seguridad pública. Por otra parte, nuestra unidad de movilidad empresarial fue una de las que más novedades presentó durante todo el año; se destaca especialmente el lanzamiento de una nueva categoría de computadoras móviles empresariales: el ES400, un dispositivo que marca un hito en lo referente a movilidad empresarial.

Y en el segmento de smartphones hemos tenido un año muy exitoso, apuntalado por nuestros productos innovadores potenciados con el sistema operativo Android.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el próximo año nuestras expectativas continúan siendo muy buenas. Seguiremos ayudando a gestar nuevas ciudades digitales y a mejorar las capacidades de seguridad pública a gobiernos de toda la región. En el sector empresarial vemos grandes oportunidades por el aumento de trabajadores móviles y a la apuesta de las empresas de incrementar la productividad a través de la tecnología.

En lo que respecta al usuario final, el segmento de smartphone sigue creciendo a buen ritmo y Motorola tiene un lugar de liderazgo de la mano del sistema operativo Android que maximiza el rendimiento de nuestros equipos.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Una de las cosas fundamentales para mantener el crecimiento es lograr un

escenario competitivo favorable para el país, y esto se logra mediante el trabajo conjunto de la dirigencia política y empresarial.

Otro de los factores indispensables es que las empresas tengan estabilidad y seguridad jurídica que proteja sus activos e incentive a realizar nuevas inversiones.

También es importante trabajar con universidades y establecimientos educativos para fomentar la formación de estudiantes de carreras tecnológicas e informáticas que permitan mantener el crecimiento de la industria con recursos de la calidad que distingue a nuestro país en el mundo. ■



Nextel Argentina

Ruben Butvilofsky
Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Muy bien, hemos crecido respecto del año 2009. Este año 2010 es bueno, tenemos más de 1.100.000 suscriptores, con un negocio sólido y sano. Seguimos enfocándonos en la calidad y en nuestro compromiso de seguir ofreciendo más y mejores servicios a nuestros

clientes. Lanzamos servicios y productos al mercado con diseños y funcionalidades acordes a los distintos segmentos que forman la base de clientes de Nextel.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Una gran expectativa es que, dado que el Secretario de Telecomunicaciones ha anunciado que va a iniciar el proceso de licitación de frecuencia 3G, esperamos que en lo que resta de este año o principios del que viene salga la licitación prometida para poder participar de la misma y otorgar más beneficios a nuestros clientes. Somos la única empresa de telecomunicaciones móviles que no tiene 3G. El mercado va a seguir creciendo a niveles más ba-

jos, a pesar de la alta penetración; pero mientras haya movimiento económico los clientes van a seguir necesitando comunicaciones, sobre todo en el área de negocios, que es la nuestra. La preocupación es la inflación. Al haber una competencia tan fuerte no se pueden aumentar tanto los precios, se aumentan un porcentaje de la inflación y claramente los márgenes se van reduciendo.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Hay un tema clave para el desarrollo de los negocios que tiene que ver con el control de la inflación. Los niveles de inflación que observamos hacen muy difícil una planificación. ■



OCA (Organización Coordinadora Argentina S.R.L.)

Alfredo Romero

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

La empresa creció en su facturación por encima del 15% y produjo fuertes inversiones ampliando su capacidad operativa. El año presentó mucha

complejidad pero cerrará con signo positivo. Hemos consolidado nuestro crecimiento en el negocio de logística y estamos aplicando mucha tecnología en servicios que requieren nuestros clientes.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Las expectativas no son malas. Creemos que seguiremos creciendo a tasas parecidas al 2010. Estamos ampliando nuestras capacidades operativas para crecer fuertemente en el negocio de logística y trabajamos para consolidar a OCA como una empresa de servicios

integrales para nuestros clientes. Si la economía sigue con guarismos parecidos a los de este año habría que mirar muy de cerca los costos de mano de obra.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

El control de la inflación, del gasto, la eliminación del trabajo informal y generar mejores inversiones. Es muy importante generar confianza en el mediano y largo plazo para poder planificar el futuro de las distintas actividades. ■



OSDE

Eduardo Forte

Gerente de Comunicación

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Los números demuestran que fue un año muy bueno y que la Argentina ha de-

jado atrás la crisis. Nuestra empresa no ha sido ajena a este fenómeno. Al contrario, nuestro crecimiento refleja el del empleo formal, que es una de los principales indicadores de la economía real.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Creemos que la misma tendencia continuará. Seguiremos incrementando nuestra masa de socios, que ya supera ampliamente el millón y medio, y apuntalando el crecimiento de las restantes empresas del grupo.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Compartimos los lineamientos generales del modelo. Sin embargo, en algunas actividades la incertidumbre acerca de los costos afecta más profundamente. Es el caso de la salud, por ejemplo, donde los márgenes de rentabilidad son ínfimos y un error de proyección puede cambiar el color de un balance. En sectores como el nuestro, se requiere un marco institucional más sólido en el cual dar la lógica puja distributiva. ■

1%

No es una tasa de interés.
Es el porcentaje de AGUA
disponible en el planeta, de fácil
acceso para ser potabilizada

El cuidado del agua,
es un compromiso
de todos.

En AySA trabajamos
día a día, preservándola
y cuidándola.

Que todos cuenten
con este elemento vital
es nuestro principal
compromiso.

Sumamos

- **4.500 sanitarios**
trabajando los 365 días del año, las 24 hs,
para 10 millones de argentinos.
- **1.500.000 habitantes**
incorporados y en proceso de incorporación
a los servicios de agua y desagües cloacales.
- **700 obras**
de agua y desagües cloacales ejecutadas
y en ejecución.
- **500.000 análisis**
anuales en toda la red para garantizar la calidad
de los servicios.
- **20.000 puestos de trabajo**
generados para la ejecución de obras.
- **6.000.000 de argentinos**
beneficiados por la construcción de una planta
potabilizadora y una depuradora.
- **3.000 millones de pesos**
invertidos en obras de agua y desagües cloacales.

Entre todos contribuimos a la construcción de una Argentina pujante e inclusiva.



Agua y Saneamientos Argentinos S.A.



200 AÑOS
BICENTENARIO
ARGENTINO



Presidencia de la Nación



Personal

Ignacio Nores

Director de Marketing

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En base a los últimos resultados financieros, las ventas netas, totalizaron \$ 6.748 millones (+\$ 1.232 millones o +22% vs. 9M09).

Asimismo, continúa creciendo el tráfico de Voz y, principalmente SMS el cual pasó de un promedio mensual de 2.647 millones de mensajes en 9M09 a 4.449 millones en 9M10

Personal termina el año con más de 16 millones de clientes, lo que representa un aumento de más del 14 % respecto del año anterior. Este crecimiento se produce en un mercado con una penetración móvil superior al 117%.

Personal continuó durante 2010 afianzando su posicionamiento de la marca como líder en innovación, apalancados por las estructuras de servicios, contenidos, entretenimiento y alianzas estratégicas.

En esta dirección, Personal presentó Personal Black, la primera plataforma de servicios y atención PREMIUM para clientes de la telefonía móvil que incluye una línea de teléfonos inteligentes high end a precios disruptivos, con el primer abono del mercado con Internet ilimitado, una serie de beneficios exclusivos y atención especializada.

Esto permite a Personal continuar destacándose en la entrega de la mejor combinación de tecnología, servicio e innovación disponible en el mercado. Resultado de esta estrategia, Personal se consolidó como el operador con mayor participación de VAS (servicios de valor agregado) s/ ventas en Latinoamérica, con el 39% sobre facturación y consolidó su liderazgo en ventas de Smartphones en Argentina con el 50% de share de unidades vendidas (la fuente de este dato es la Consultora GFK).

En materia de redes, durante 2010 se consolidó la cobertura de nuestra

red 3G, cubriendo el 85% del volumen de tráfico de nuestros clientes con un importante crecimiento en la velocidad de transmisión de datos y la penetración del servicio.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Son varios los pilares que marcarán la actividad de la industria móvil durante el próximo año: las inversiones ejecutadas en materia de redes que permitirán crecientes velocidades de transmisión, y mayores capacidades y cobertura; el recambio del parque de terminales, principalmente los smartphones y el crecimiento en la penetración de las funcionalidades de los nuevos dispositivos (datos, video, redes sociales, juegos, música, email), junto con el desarrollo de servicios de valor agregado con una amplia oferta de contenidos.

En materia de redes, durante 2011 se consolidará la cobertura de la red 3G de Personal, a fin de continuar garantizando capacidad y cobertura adecuadas para soportar la evolución de los servicios de internet móvil y los distintos servicios de valor agregado que ofrece Personal. En este objetivo, durante 2010, Personal terminará el año con una inversión cercana a 1100 millones de pesos, principalmente enfocada a desarrollo de red.

Asimismo, se seguirá experimentando con aquellas tecnologías que permitan continuar evolucionando los servicios móviles. En este sentido, Personal presentó a mediados de este año, la primera experiencia de Cuarta Generación 4G (mediante tecnología LTE) en la Argentina, un hito en infraestructura que revolucionará a futuro las comunicaciones móviles.

Durante 2011, continuará el crecimiento de Internet móvil a partir de la masificación de los distintos dispositivos hoy ya existentes en el mercado que brindan alternativas para cada una de las necesidades de navegación: modems usb 3G, netbooks y Tablets, además de los smartphones.

En lo referido a dispositivos se potenciará la penetración de smartphones y terminales con acceso a internet móvil, redes sociales, e-mails y aplicaciones y features como: Wi Fi, GPS y pantallas

táctiles. Al mismo tiempo, se continuará diversificando la oferta de equipos que contengan las plataformas más exitosas consolidadas del mercado, como Android, Windows Mobile, IOS (iPhone) además del ya consolidado BlackBerry OS, que brindan una excelente experiencia de usuario.

En materia de servicios y contenidos, continuará el desarrollo de los vinculados con el entretenimiento como música, juegos y video y también información (noticias, estado del tránsito) y localización (Personal Finder -localiza personas y lugares, Navegador Personal guía mediante GPS), además de aquellos que incentivan expresiones como las redes sociales, (Facebook, Twitter, Windows Live Messenger, Hi5, MySpace, etc) y blogging.

Por otra parte, durante 2010 se han comenzado a desarrollar las condiciones para el crecimiento de servicios como Mobile advertising y Mobile Payment, dos modelos que se irán profundizando durante 2011.

Sin dudas, el mayor desafío que deberá encarar la industria móvil durante 2011 es la Portabilidad Numérica. Personal se distingue por su compromiso con la calidad y la innovación del servicio que brinda y considera a la Portabilidad Numérica una excelente oportunidad para continuar mejorando y un interesante desafío para revalidar las preferencias de sus clientes.

La implementación de la portabilidad numérica impacta en múltiples aspectos de la gestión de clientes y de la estructuración y gestión de las redes que cursan las llamadas, por lo que Personal se encuentra trabajando intensamente para adecuar sus procesos, redes y sistemas con el fin de instrumentar esta nueva opción, lo que implica un importante desafío y recursos necesarios, no solo tecnológico, de operaciones y procesos, sino también financieros. ■



PSA Peugeot Citroën Argentina

Javier Varela Sobrado

Presidente y Director General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En lo que se refiere a la industria automotriz el año 2010 va a concluir con cifras claramente positivas y con un récord de producción y ventas históricas que nos confirma las buenas expectativas que previmos al inicio del año. El cumplimiento del plan de inversiones que habíamos trazado oportunamente nos permitió afrontar eficientemente estos niveles de demanda creciente del mercado.

Para PSA Peugeot Citroën, estos hechos confirman la importancia y funcionalidad estratégica de la Argentina y la región para el Grupo en su conjunto.

Las presentaciones de los nuevos vehículos Citroën Berlingo y Peugeot Partner a principios del año, sumado al reciente lanzamiento del Peugeot 408, son un paso más del programa de inversión que asumimos hace tres años y que no se detuvo a pesar de los cambios y avatares del contexto económico.

Nuestra mirada es a largo plazo y el camino que elegimos no se vio intimidado por los vaivenes del mercado internacional. Argentina, Brasil y los demás países de América Latina son mercados pujantes que ratifican nuestras expectativas positivas para la región. Por ello confiamos en incrementar los volúmenes, tanto los de exportación como las ventas en el mercado local.

Sin embargo, estas expectativas de crecimiento en los mercados externos e interno deben ser acompañadas por una mejora en la competitividad de la producción, para enfrentar una competencia externa cada vez más agresiva y eficiente.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

El complejo de El Palomar está equipado para proveer vehículos de calidad internacional a cualquier plaza mundial. Estamos orgullosos y trabajamos día a día para alcanzar estándares de competitividad y calidad que nos posicionen como referentes de la industria.

El grupo tiene la invaluable ventaja de contar con Peugeot y Citroën, dos marcas muy pujantes y vitales, cada una innovadora y precursora a su manera y estilo.

Esa vitalidad debe seguir manifestándose de manera constante, renovando metas y desafíos, no solamente a través del lanzamiento de nuevos productos y adelantos, sino también con nuevas

propuestas a sus clientes y una excelencia en el servicio.

Somos optimistas y aspiramos a un crecimiento sostenido para el año 2011, no sólo en el mercado local sino también en los mercados de exportación.

En este sentido, el mercado automotor de la región muestra inmejorables perspectivas para el próximo año, con muy buenas oportunidades en los mercados de exportación, especialmente Brasil, que sigue exhibiendo una fortaleza superior a la de otros destinos de exportación.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

De acuerdo a las perspectivas de crecimiento, y también con el objetivo de incrementar la competitividad de la producción local de vehículos, es necesario promover medidas que favorezcan la producción local de autopartes, especialmente para el caso de las PYMEs, volcando al mercado el financiamiento necesario para ampliar la capacidad instalada e incorporar nuevas tecnologías.

Asimismo, y en línea con la mejora de la competitividad de la producción local, es de esperar que exista una adecuación progresiva de la carga impositiva sobre la producción y comercialización de vehículos, así como también el desarrollo de políticas de incentivo a la actividad exportadora ■



Procter & Gamble Argentina

Fernando Del Carril

CEO

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

La industria de consumo masivo creció este año entre un 5 y 6%. En Procter & Gamble Argentina este año seguimos creciendo con nuestras marcas líderes en las principales categorías del mercado, y esto fue posible gracias al permanente compromiso de nuestro equipo, que trabaja día a día para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores. Creemos que la Argentina presenta

muchas oportunidades. En consumo masivo hay categorías que aun están poco desarrolladas y permiten seguir innovando. Hay muchos segmentos para seguir creciendo, y el consumidor argentino está muy preparado para recibir estos productos.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Creemos que 2011 va a ser un año muy bueno para nosotros. Desde Procter & Gamble planeamos crecer alre-

dedor del 10% y vamos a seguir invirtiendo e innovando para seguir posicionando nuestras marcas y traer nuevas propuestas al mercado. Este año estamos invirtiendo 25 millones de dólares en un centro de distribución, que va a estar operando a partir de 2011.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Desde Procter & Gamble apoyamos y respaldamos todas las medidas del gobierno que contribuyan al desarrollo de las empresas que operan en el país y a

promover inversiones de emprendedores tanto argentinos como extranjeros que vean aquí valiosas oportunidades de crecimiento y desarrollo. Creemos que las políticas públicas que se implementen deben estar signadas por un marco de previsibilidad y seguridad jurídica. ■



Prudential Seguros

Mauricio Zanatta

Presidente

dólares en la compra de las oficinas de nuestra sede central y, adicionalmente, a lo largo del 2010 celebramos nuestro décimo aniversario de actividad comercial en Argentina, con actividades culturales y solidarias especiales en Buenos Aires, Córdoba y Mendoza.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Nuestra expectativa para 2011 es seguir creciendo; tenemos planes de desarrollo previstos y seguiremos focalizándonos en ellos. Continuaremos trabajando sobre nuestro portafolio de productos a fin de dar respuesta a las diversas necesidades de protección de nuestros

clientes, apuntando a lograr productos diferenciales que resulten atractivos para el universo de clientes potenciales. En línea con esto, recientemente lanzamos al mercado "Prudential Futuro", un nuevo producto financiero que permite el ahorro en dólares, como una forma de proteger el futuro del propio asegurado.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Todas aquellas que impliquen reglas de juego claras y, particularmente en nuestra industria, un tratamiento impositivo que aliente un fuerte desarrollo de la actividad. ■

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El balance de los primeros nueve meses del año es positivo, seguimos creciendo y proyectamos terminar el año en la misma línea. Realizamos una inversión cercana a los tres millones de

Cervecería y Maltería Quilmes

Bernardo Paiva

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

2010 ha sido muy especial para Cervecería y Maltería Quilmes y para la marca Quilmes, con motivo de la celebración de sus 120 años. Este año ha sido tiempo de festejo con nuestros consumidores, tiempo para renovar nuestro compromiso con la sociedad.

En lo estrictamente relacionado con el negocio, y pese a la mejor performance macroeconómica, los volúmenes no se recuperaron. 2010 fue un año exigente para todas las categorías de bebidas, y especialmente para las gaseosas. En este contexto, amortiguar las presiones salariales fue un desafío difícil. La clave para lograr los objetivos pasó, una vez más, por la capacidad de nuestra gente para pensar alternativas y focalizar nuestros recursos de la manera más eficiente. Esto nos permitió seguir in-

virtiendo fuerte en nuestras marcas, en nuestra gente y en nuestra estructura productiva, y reforzar el compromiso de largo plazo que la Compañía tiene con su gente y la Argentina.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Confiamos en que durante 2011 se consolide la recuperación de la economía y que esto apunte a una buena performance de la industria de bebidas. Tanto la rentabilidad como el volumen son aspectos básicos para mantener un negocio exitoso en el largo plazo. El próximo año seguiremos invirtiendo para consolidar nuestro liderazgo en cervezas y nuestras excelentes participaciones de mercado en gaseosas y aguas. Estas inversiones se destinarán a presentar innovaciones en todas las categorías de las que participamos, mejorar nuestros procesos de elaboración y logística, las acciones comerciales y



reforzar nuestros sistemas relacionados con el cuidado del medioambiente.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Los incentivos al consumo, los estímulos a las inversiones y la morigeración de la presión salarial y tributaria son algunos de los temas que van a seguir siendo clave en la agenda de la economía y definirán el clima de los negocios en 2011. ■



Bolsa de Cereales

156 años

de trayectoria junto al agro

www.bolsadecereales.com





Renault Argentina

Dominique Maciet

Presidente y Director General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En 2010 inauguramos las obras de ampliación, modernización y puesta a punto de la Fábrica Santa Isabel. Este proceso, que demandó una inversión de 165 millones de pesos, ubica a la planta de Córdoba entre las más modernas del mundo Renault. Así quedó instalada la línea monoflux que permite fabricar de manera alternada vehículos diferentes como Clio, Symbol, Kangoo y también el Fluence, el nuevo vehículo lanzado en noviembre. Para responder a la demanda interna y a la de los mercados de exportación, este año se comenzó a trabajar en 2 turnos diarios de soldadura, pintura y montaje. De manera paulatina se aumentó la producción diaria y el año termina con un total de 550 vehículos fabricados por día. Además la planta de estampado, que trabajaba en 3 turnos para abastecer la demanda de piezas del vehículo Logan que se exportan a Brasil, pasó a trabajar en 4 turnos y llegó casi a la totalidad de su capacidad productiva. Este año finalizará con una producción total de alrededor de 98.000 vehículos, un 47% más que el año anterior y un récord de fabricación en los 55 años de actividad ininterrumpida de Santa Isabel.

El 2010 termina con el lanzamiento industrial y comercial del Fluence, un vehículo para el cual se invirtieron 335 millones de pesos. Este sedán tricuerpo, que será exportado a toda la región, tiene un estilo elegante, un habitáculo confortable y una línea que expresa deportividad y robustez, características que lo posicionan para diferenciarse en su categoría.

En el segmento furgones, Kangoo Express y Master terminaron 2010 como líderes absolutos. Kangoo Express sumó un nuevo beneficio para sus clientes: la

garantía de toda la gama se extendió a 24 meses o 100.000 km. Master también fue este año número uno de su segmento, lo que marcó un nuevo hito para Renault que había logrado esta posición por última vez con Trafic en 2003.

También fue año fundamental para Logan, que presentó un nuevo diseño con atributos inigualables en su segmento: mayor espacio interior y de baúl, una mecánica robusta pensada para las condiciones de rodaje de la región y bajo costo de mantenimiento. Además el Nuevo Logan ahora posee tres años de garantía o 100.000 Km., transformándose así en el primer auto de su segmento en ofrecer 36 meses de garantía de fábrica.

Por su parte Koleos avanzó en su objetivo de posicionarse como el SUV 4x4 más equipado y performante del segmento. Así mejoró su gama ampliando la oferta y aumentando su ya destacado equipamiento Premium.

En un mercado que finalizará con casi 620.000 vehículos vendidos, Renault planea terminar el año con una participación de mercado del 13 % y un total aproximado de 80.000 unidades patentadas. Además la marca estará tercera en el mercado total en las categorías VP + VU, escalando una posición en relación con 2009 que finalizó cuarta.

Siguiendo el lineamiento estratégico mundial del Grupo Renault de hacer la movilidad sostenible accesible para todos, la Alianza Renault-Nissan suscribió en 2010 un acuerdo fundamental con la Municipalidad de Córdoba para analizar en conjunto la viabilidad de la implantación del vehículo eléctrico. Así esta ciudad se convirtió en la primera en el país y la segunda de Latinoamérica (después de San Pablo) que se compromete a investigar, junto con la compañía, la viabilidad de los vehículos cien por ciento eléctricos que no sólo tienen el potencial de mejorar la movilidad urbana y la independencia energética, sino también la calidad de vida.

También fue un año de intenso trabajo para la Fundación Renault que desarrolló nuevas ediciones de sus programas educativos de seguridad vial y medio ambiente. Seguridad para todos llegó a 10.000 chicos de entre 7 y 10

años de Córdoba y Buenos Aires y Precursores de un Nuevo Tránsito capacitó a más de 1000 adolescentes de Capital Federal y Provincia de Buenos Aires. El programa Educación Ambiental para todos sumó una nueva ciudad de implementación y llegó a 6000 chicos de 11 y 12 años de escuelas de Córdoba y Buenos Aires. En el marco de su trabajo en pos de la salud, la Fundación finalizará en 2010 la construcción del 8° Centro de Prevención de la Desnutrición que administrará la Fundación CONIN. También continuó con su trabajo de apoyo al Instituto Técnico Renault de Córdoba aportando materiales y equipamientos de trabajo.

¿Que expectativas tiene para el 2011?

Nuestro objetivo sigue siendo mejorar la rentabilidad para terminar de recuperarnos de la crisis internacional. Pensamos que a partir de 2011 comenzaremos a registrar un balance positivo. De todas maneras este ha sido un buen año para la industria automotriz local, que debe pensarse como parte de un gran mercado regional. Será importante monitorear cómo evoluciona la situación macro y especialmente la de Brasil. ■



Tienda Diversa

HUMBERTO 1º 580 | SAN TELMO | 4362-1262



Robert Bosch Argentina

Axel Gros

Director General

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

2010 ha sido un año muy satisfactorio para Robert Bosch Argentina, hemos crecido en todas nuestras divisiones. Las unidades de negocio de Autopartes y Equipamiento Original, por ejemplo, participaron del sólido crecimiento de

la producción automotriz y del mercado de reposición. Nuestro Bosch Communication Center -el único que tiene la compañía en América- sumó en el transcurso del año importantes clientes y nuevos proyectos, operando para diferentes países en 4 idiomas. La división de Sistemas de Seguridad, por su parte, experimentó un importante crecimiento asociado a proyectos de monitoreo urbano en diversas ciudades de país. Impulsado por la nacionalización de productos y nuevos lanzamientos, nuestro negocio de Herramientas también acompañó la tendencia. En resumen, podemos decir que para nosotros ha sido un año positivo.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Creemos que en el año próximo las condiciones serán muy parecidas a 2010.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Sin dudas uno de los grandes desafíos será hacer frente al contexto inflacionario. Uno de los objetivos de la compañía será conseguir nuevos mercados para nuestros productos actuales y aprovechar nuevas oportunidades en nichos de mercado inexplorados con una nueva oferta de productos y servicios. ■



SanCor

Vicente C. Bauducco

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

La permanente y dinámica dedicación en todos nuestros ámbitos de actuación, nos permitió alcanzar buenos resultados, trasladando un precio muy competitivo a nuestros productores por la leche remitida para la industrialización. También tuvimos un significativo crecimiento en algunas categorías de productos que contribuyen de manera decisiva en los resultados positivos. En SanCor profundizamos decididamente las políticas aplicadas durante los años anteriores y establecimos las bases de una profunda renovación.

Fue un período rico en actividades y concreciones para la Cooperativa.

Como consecuencia, afirmamos que fue un buen año.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Durante el Ejercicio 2010/2011 creemos que tendremos un importante crecimiento de la actividad, al punto que estimamos que aumentaremos en alrededor del 15% la cantidad de materia prima procesada.

Este crecimiento se debe a una normalización de las cuestiones climáticas y a un impulso importante de la actividad lechera, dado especialmente por la demanda sostenida del mercado interno y oportunidades que se abren en el comercio internacional de lácteos.

Prevemos el crecimiento a partir de una profundización de nuestra política de agregar valor a nuestros productos, insistiendo fuertemente en la innovación, con lanzamientos de novedades y renovación de líneas.

En el mercado externo, en particular, habremos de expandir nuestra presencia también con productos de valor agregado, especialmente con las fórmulas infantiles.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Creemos que es necesario procurar un ordenamiento del sector, partiendo por algunas acciones prioritarias en la etapa de la producción primaria, proporcionando herramientas que permitan un horizonte productivo y de inversión más claro, que impulsen al progreso. Algunas de estas medidas son la liquidación única y los laboratorios certificados, que contribuirán a un pago de la leche que contemple características distintivas en beneficio del productor y de la transparencia entre las partes.

En cuanto al comercio internacional, abogamos por el logro de acuerdos entre países, que posibiliten el desarrollo de nuevos mercados, en forma armónica y en condiciones que permitan una mayor y más profunda penetración de los productos lácteos argentinos en otras naciones del mundo. ■

Grupo Sancor Seguros

Néstor Abatidaga
Gerente General



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El Grupo Sancor Seguros viene creciendo de forma constante en los últimos años, hecho que ha permitido posicionarnos como uno de los operadores líderes en materia de seguros en nuestro país, así como también, en el marco de nuestra estrategia de expansión hacia Latinoamérica, hemos alcanzando una positiva imagen en los países de Uruguay, Paraguay y Brasil. Indudablemente este espacio ocupado nos enorgullece enormemente porque, más allá de ser la primera aseguradora de capitales nacionales que decidió exportar su filosofía de trabajo, sus productos y servicios a países vecinos, hemos sabido ganarnos la confianza de las personas a partir de escuchar sus necesidades concretas de acuerdo a su contexto socio-económico, en los diversos países mencionados, brindándoles, de esta forma, una respuesta en función de lo acordado.

Sin dudas, la decisión de estar presentes en cada lugar físico donde nuestros clientes nos necesitan, es clave para lograr no sólo escuchar las necesidades de los mismos, sino estar cerca cuando más nos necesitan.

Desde una visión global, al finalizar el año 2010, nuestras empresas han superado, en facturación, los \$ 3.200 millones, alcanzando un 8,5% de participación de mercado. Nos mantenemos como la empresa de seguros de Argentina que cuenta con mayor Patrimonio Neto, habiendo superado los \$ 520 millones.

Nuestro Grupo está conformado por 1.500 empleados y más de 3.140.000 asegurados. Nuestro cuerpo comercial está constituido por 4.200 Productores Asesores de Seguros, distribuidos a lo largo y ancho de Argentina, así como también de dichos países latinoamericanos.

Este hecho ha permitido identificar a nuestro Grupo en cada rincón de nuestra Argentina. Lo mismo estamos haciendo en Uruguay y Paraguay, abriendo nuevas sucursales.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Consideramos que 2011 será un año positivo, aunque con una leve desaceleración del crecimiento hacia valores más sostenibles. Todo esto en la medida que el contexto internacional, sobre todo en relación a los precios de los commodities, se mantengan estables y sin sobresaltos porque Argentina no puede permanecer al margen y seguir creciendo si en el resto del mundo hay problemas.

En nuestro caso en particular, estamos trabajando fuertemente para alcanzar, durante el próximo año, el liderazgo del Mercado Asegurador Argentino.

En lo que respecta a nuevas oficinas comerciales de nuestro Grupo, el año entrante será clave para seguir ampliando nuestra presencia en el país con la apertura y remodelación de oficinas comerciales y Centros Médicos Laborales (dependientes de nuestra Aseguradora de Riesgos Laborales – Prevención ART), en distintas localidades, tales son los casos de Rosario, Capital Federal, Córdoba, San Juan, Santa Fe, Paraná, Corrientes, Concordia, Pilar en la Provincia de Buenos Aires, así como también en Ushuaia.

En febrero de 2011, inauguraremos nuestro edificio corporativo a la vera de la ruta nacional Nº 34 a la altura de Sunchales, ciudad donde nuestra cooperativa tiene su casa central. Esta obra implica la concreción de un proyecto que hemos iniciado a fines de 2007. El edificio comprende una superficie de 15.000 m2 cubiertos, construidos en un predio de 14 hectáreas lindantes con el aeropuerto que también es propiedad de nuestro grupo. Hemos invertido en esta obra U\$S 30 millones.

De forma paralela, continuaremos firmemente con la iniciativa de expandirnos a nivel latinoamericano. En esa tónica, en el transcurso de 2011 sumaremos a nuestro Grupo, que ya cuenta con Sancor Seguros Uruguay, Sancor Seguros Paraguay y Sancor Seguros do Brasil Servicios Técnicos, la constitución de una compañía de seguros en la hermana República Federativa del Brasil.

Hoy pensamos no sólo en seguir fortaleciendo nuestra presencia en Argentina, sino que nuestra marca sea reconocida en América. En tal sentido, seguimos trabajando fuertemente en proyectos que incluyen a otros países de la región.

Un punto crucial en el logro de los objetivos de nuestro Grupo es afianzar, cada día más, nuestra gestión de Responsabilidad Social Empresaria, siguiendo con los planes de acción que llevamos a la práctica y que se basan en el agregado de valor a las comunidades. Muchas de las acciones que desarrollamos, se fortalecen de la mano de nuestra Fundación Grupo Sancor Seguros.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Las proyecciones sobre la marcha de la economía argentina para el próximo año son positivas.

Para el 2011 esperamos un crecimiento en torno al 8%. No obstante, necesitamos mayores niveles de inversión en muchos ámbitos. Este punto, junto con el “reacomodamiento de los precios” ante una demanda muy activa que lógicamente impacta en la inflación, constituyen los grandes interrogantes hacia el futuro.

Ante este escenario, debemos formular políticas de Estado en las que estén todos los sectores de la economía involucrados para, de esta forma, poder continuar generando el crecimiento de la producción de nuestro país. ■



Scania Argentina

Jose Antonio Mannucci

Director

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El año 2010 viene siendo un buen año para el sector de comercialización de vehículos pesados, siendo consecuencia del incremento sustancial de la utilización de la flota de transporte del país lo cual conllevó a la necesidad de reemplazos en busca de eficiencia, así como también a necesidades de incrementos de flota para ciertos segmentos del transporte, entre ellos por ejemplo los vinculados a trabajos de minería, construcción y transportes especiales.

Por otro lado, la oferta de financiamiento se reactivó lo cual es vital para el sector, llegando los transportistas a acceder a niveles de tasas de interés fijas menores a la inflación lo cual es un importante incentivo para concretar sus inversiones.

Todo ello, nosotros como Scania lo vemos reflejado no sólo en la venta de vehículos pesados, sino que lo monitoreamos de cerca en los talleres y puntos de servicio a nivel nacional donde claramente se puede ver que la utilización de los vehículos ha venido en aumento.

Para continuar colaborando con la búsqueda de eficiencia en el transporte Argentino, durante el primer trimestre del 2010 Scania introdujo la nueva serie de camiones Scania los cuales fueron reconocidos y galardonados en su momento con el premio de "Camión del año 2010" en Europa.

Los transportistas argentinos siguen reconociendo la calidad de nuestros productos y nuestra vocación de servicio, gracias a lo cual nuestra participación de mercado en el segmento pesado (300hp) donde participamos, se ha incrementado a 30 % manteniendo el liderazgo de este importante segmento.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Nuestro análisis del 2011 es positivo en lo económico tanto por la coyuntura regional y de estabilización global, así como por el posicionamiento de los precios de los productos de exportación Argentinos; y si el proceso electoral se lleva con madurez por parte de los directamente involucrados, deberíamos tener un año de crecimiento que permita ir formando una base sólida para implementar las mejoras/medidas requeridas para consolidar una expansión hacia el largo plazo.

Durante el 2011, manteniendo el foco en nuestros clientes y los servicios de la flota rodante Scania, seguiremos realizando importantes inversiones en nuestra red de concesionarios, con ampliaciones y aperturas de nuevos puntos de ventas en zonas estratégicas del país. Así, terminaremos la obra actualmente en proceso de un concesionario de 10.000 m² en el acceso Oeste de la provincia de Buenos Aires, continuaremos con un proceso similar en la zona Sur del país e iniciaremos el proceso de construcción de 3 nuevos locales en las zonas centro y Norte del país. Asimismo se continuará con las inversiones en la planta de Tucumán para estar en capacidad de producir los componentes para la nueva generación de cajas de cambio Scania.

Asimismo, seguiremos invirtiendo en capacitación intensiva para el personal mecánico y, tal como venimos haciendo hace años y con excelentes resultados, continuaremos invirtiendo en la capacitación de nuestros conductores, para lograr un manejo eficiente de las unidades que se vea reflejado en la rentabilidad del negocio de nuestros clientes.

En cuanto a lo que respecta a los Servicios y la oferta que brindamos, seguiremos desarrollando y adecuando nuestra contratos de mantenimiento y paquetes de servicio a las distintas necesidades de cada segmento de operación de transporte de la Argentina, desde la operación de carga en larga distancia hasta la operación más extrema fuera de carretera y/o minería.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Las políticas del gobierno deben ser lo más estables en el tiempo y no ser modificadas y/o ajustadas constantemente, buscando con ello que el país gane en previsibilidad y genere confianza para atraer las inversiones externas e internas que permitirán el buen desarrollo del mercado interno y del sector exportador Argentino.

Específicamente a nivel del comercio bilateral entre Argentina y Brasil, existe una tarea pendiente de evaluar y coordinar la legislación referida a precios de transferencia, la cual hoy no está bien interrelacionada afectando la seguridad y estabilidad con la cual las empresas que operan en los 2 países se pueden desenvolver. ■



Shell CAPSA

Juan José Aranguren

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Aún subsiste en el sector un escenario en el que no se presentan incentivos a la inversión mientras que, además, por el hecho de mantener los precios bajos, fijos y aislados del mercado internacional, la demanda continua en aumento obligándonos a ser cada vez más dependientes del abastecimiento externo.

Asimismo, continúa vigente la MEyP 394/07 que desde hace 3 años provoca que las exportaciones de aquellos productos que se generan en el proceso de refinación y que no tienen salida en el mercado local generen importantes pérdidas a las refinadoras; ya el precio de venta descontado los impuestos a la exportación (retenciones) no llega a cubrir el 60% del costo de la materia prima necesaria para producirlos.

Sin perjuicio de lo anterior, desde diciembre del año pasado y durante los primeros siete meses de 2010 se experimentó una recuperación en los precios de los combustibles en el mercado local que le permitió a los productores de petróleo crudo reencauzar sus planes de inversión, a las provincias ver mejorados sus ingresos por regalías, a las refinadoras recuperar sus márgenes para encarar las inversiones necesarias para cumplir con las nuevas regulaciones en cuanto a calidad de combustibles, a los estacioneros escapar aunque sea momentáneamente de la idea del cierre de la actividad al poder hacer frente a sus costos de operación y en todos los casos a poder responder a las demandas salariales.

Sin embargo, a partir de que los diarios reflejaron la realidad y que ésta coyunturalmente no coincidiera con el relato que se pretende instalar, mediante una norma de menor jerarquía

(la Resolución SCI 295/10) que aquellas ratificadas por el Congreso de la Nación que liberaron el mercado de los combustibles 20 años atrás, se decidió que los precios de todos los combustibles líquidos debían retrotraerse a los valores vigentes al 31/07/10. Como indicamos en su momento, consideramos que la norma en cuestión es ilegítima, contraria a derecho y también discriminatoria por cuanto no es clara en cuanto a la inclusión de todos los actores de la cadena de comercialización y producción de combustibles líquidos.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Como mencionara anteriormente, en el escenario actual, en el que se continúa con la intención de mantener precios bajos en surtidores –para todos los niveles de ingreso– y aislados del mercado internacional, sólo se contribuye a empeorar la situación, constituyendo un verdadero populismo energético que ha provocado un visible deterioro en el nivel de reservas tanto de petróleo crudo como de gas natural.

Estas señales contradictorias, sumado a un contexto regulatorio poco claro y a la ausencia de políticas de estado tendientes a revertir la situación, generan, desde ya, expectativas limitadas y una imposibilidad de desarrollar la actividad como corresponde, así como mantener una visión de largo plazo.

De todas formas, Shell continuará realizando sus mejores esfuerzos, como lo hace desde hace 96 años en nuestro país, para responder de la mejor forma posible a las necesidades de sus clientes, brindando productos de la mejor calidad, alineados con el cuidado del medioambiente y producidos en Argentina.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico sostenido?

En primer lugar, consideramos que se debe realizar un sinceramiento gradual pero continuo de la realidad de nuestra industria, de forma tal que se reduzca la brecha de precios con aquellos in-

ternacionales para permitir el abastecimiento pleno y sustentable.

Así también, proponemos la eliminación de los subsidios vía precios para todos los niveles de ingreso (tanto en el transporte como el gas licuado) y su remplazo por subsidios específicos sólo para quienes realmente los necesitan.

Con el ahorro fiscal subsecuente, sugérimos una reducción temporaria del impuesto a los combustibles en la nafta y el gasoil en el límite permitido por ley.

Proponemos el desarrollo del mercado de los biocombustibles en función de su menor impacto ambiental pero a precios de equilibrio con el de los combustibles fósiles que sustituyen y/o complementan.

Por supuesto, se debe también plantear un marco impositivo previsible que permita suavizar el efecto adverso de los ciclos de volatilidad en el precio internacional del petróleo crudo y los combustibles, de modo tal que favorezca el desarrollo de la actividad de forma sostenible. ■



Siemens IT Solutions and Services

Gustavo Buontempo

Vicepresidente Ejecutivo y CEO para Latinoamérica

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El 2010 fue un año importante para Siemens IT Solutions and Services ya que se consolidó la presencia en Latinoamérica mediante el desarrollo de soluciones informáticas de alcance regional. Principalmente, se logró el ob-

jetivo de crecimiento en el mercado industrial afianzando el posicionamiento como empresa líder para la provisión de soluciones IT en sectores claves como automotriz y químico ofreciendo servicios de alcance regional en importantes cuentas internacionales. Además, se incrementó la participación en el mercado local proveyendo soluciones de pago electrónico con tarjetas sin contacto para el proyecto SUBE.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

En el 2011, Siemens IT Solutions and Services continuará el proceso de ex-

pansión en Latinoamérica ofreciendo soluciones IT en cada uno de los países donde actualmente tiene presencia: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

Al mismo tiempo y dadas las condiciones favorables para la exportación de servicios, desde el Global Production Center que se encuentra en Buenos Aires, se potenciará el negocio de offshoring de Application Management y Application Operation hacia el resto del mundo. ■

Sintoplast



Claudio Rodríguez

Director

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

En este año las ventas en volumen crecen un 17% alcanzando los niveles del año 2007, recuperando de esta forma el pico más alto en ventas. Este crecimiento fue impulsado por los lanzamientos más recientes, la línea de esmaltes base acuosa Recuplast Hidroesmalte, el látex anti bacterias y gérmenes Recuplast Interior con Biopruñ, la línea de impregnantes para maderas Foresta y la línea Recufloor para la protección y embellecimiento de pisos.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Descartamos que el año que viene será un año con crecimiento, seguramente no podremos repetir los números de este año, pero nuestro presupuesto es superior al 10%.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Hoy toda la economía mundial juega a favor de la Argentina, y las estimaciones son que continuará igual en el 2011. En cuanto a lo interno deberíamos prestar atención a la inflación, a la capacitación para lograr la reinserción de los desocupados, una ley de ART que de previsibilidad, y hacer foco en la inequidad. ■

Tecsener



Guillermo Fuertes

Director Comercial

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Muy bien. Duplicamos la facturación con respecto al año anterior, incorporamos un nuevo segmento de mercado a los servicios que brindamos y ampliamos la cartera de clientes.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Pensamos continuar creciendo, pero en menor medida que este año. Espera-

mos que la política no influya negativamente en la economía.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Lo más importante debería ser controlar la inflación. En líneas generales el resto de las variables económicas han demostrado funcionar adecuadamente. ■

Telefónica Empresas

Daniel Miodownik

Director de Marketing



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Telefónica, a través de Telefónica Empresas, el área que desarrolla soluciones de comunicaciones para grandes clientes, organismos públicos y gobierno, consolidó durante 2010 las ofertas de movilidad corporativa a través de propuestas integradas que contemplan todas las etapas del proceso y facilitan la interconexión de distintos sistemas de gestión. Entre las soluciones más destacadas que contribuyen a eficientizar los procesos de las empresas se encuentran localización vehicular, la telemetría y el correo colaborativo.

En el ámbito privado, hemos impulsado varios proyectos de *Outsourcing* en Bancos y Call Centers y de servicios de *Disaster Recovery* para organismos públicos. También hemos implementado soluciones sectoriales que facilitan a los gobiernos y municipios la incorporación de tecnologías que permiten transitar el camino hacia una ciudad digital y mejorar la comunicación con la ciudadanía.

Entre los principales proyectos de este tipo se destacan las soluciones de Emergencia 911, de Atención Ciudadana 147 y de Estacionamiento Controlado. Estas soluciones combinan las tecnologías de TI y Telecomunicaciones, tanto móviles como fijas, que integran la gestión ciudadana en tiempo real.

En el segmento financiero, Telefónica trabaja intensamente para desarrollar una propuesta de valor que sea la mejor combinación de tecnología, procesos y servicios profesionales, con el fin de brindar soluciones integrales que acompañen el crecimiento del negocio del sector financiero.

Esta estrategia nos permitió tener presencia en el 70 por ciento de los clientes del sector -que incluye bancos, aseguradoras y empresas de medios de pago-, a través del tendido de redes de fibra óptica en todo el país que soportan la prestación de distintos servicios de voz (fija y móvil), datos, servicios de data center, outsourcing y soluciones de movilidad.

En el sector Salud, Telefónica acom-

paña la evolución de los servicios sanitarios contribuyendo a mejorar la gestión de las instituciones y el bienestar de los pacientes. Este año la compañía avanzó en la implementación de soluciones de movilidad aplicadas a la atención de pacientes. Además, facilita la incorporación de la TICs a los modelos de medicina, a través de servicios como la Gestión de Imágenes Médicas (GIM) y la telepresencia, que permite llevar adelante prácticas de telemedicina, consolidando una tendencia mundial.

Por otra parte, distintos servicios asociados al concepto de Cloud Computing vienen marcando la preferencia de las corporaciones, que encuentran en el modelo una optimización de costos tanto en software como en hardware, mayor disponibilidad y capacidad de almacenamiento y la posibilidad de acceder a aplicaciones desde cualquier equipo, entre otros beneficios de alta valoración.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para 2011 estimamos un crecimiento en las inversiones de TI y Telecomunicaciones de nuestros clientes acompañando el desarrollo de sus negocios.

La disposición de las grandes empresas y organismos públicos a incorporar sistemas de gestión móviles que aporten mayor dinamismo y eficiencia a su operación determina la creciente expansión de servicios que contribuyen a incrementar la competitividad de las compañías en el mercado y a optimizar la actividad en dependencias gubernamentales.

En el sector corporativo, prevemos una mayor incorporación de tecnologías móviles a la empresa, principalmente para la interconexión a los sistemas de gestión, y el desarrollo de soluciones que faciliten la relación de las empresas con sus clientes a través de Internet y a través de los dispositivos celulares.

Para el sector público, continuaremos consolidando un modelo de prestación que permite a gobiernos y organismos estatales introducir prácticas de gobierno digital, con el objetivo de

facilitar la interacción con los ciudadanos y a eficientizar la gestión de las administraciones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Actualmente el Gobierno Nacional está impulsando algunas prácticas que entendemos que, de mantenerse en el tiempo, serán palancas claves para la incorporación de las TICs, tanto en el sector público como en el privado.

De esta manera podremos contribuir, como empresa de servicios, a hacer más eficientes las gestiones internas y externas en el sector Salud, Financiero y retail, entre otros, favoreciendo el acortamiento de la brecha digital. ■



Compañía Textil Avellaneda SRL

Verónica Cerrudo

Socia Gerente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Durante el 2010 tuvimos la suerte de seguir creciendo y ese crecimiento se transformó en la apertura de un taller de costura propio.

En el mes de Septiembre pudimos lanzar al mercado nuestra marca de vestidos de fiesta, diseñados, confeccionados y comercializados por nosotros mismos. Son productos que

pueden adquirirse en nuestra tienda: Diversa Tienda de Diseño, ubicada en el barrio de San Telmo, en tiendas de diseño de Palermo y zona norte del gran Buenos Aires y también en las provincias de Córdoba y Chubut.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Esperamos seguir creciendo al mismo ritmo. Creemos que si el modelo se mantiene nosotros podemos mantener nuestro nivel de venta para lo que es el mercado interno y tenemos la esperanza de poder conquistar el mercado europeo para mediados del año 2011. Por lo que podemos saber, de parte de los turistas que visitan nuestra tienda, es que nuestro producto es muy bien recibido por los europeos, así como también por el mercado latinoamericano.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Por lo que a nosotros respecta, creemos que necesitamos una fuerte inversión en el área comercial y tal vez la apertura de una nueva sucursal le haría muy bien a la marca. Sabemos que no hay como nosotros para comercializar al público nuestros productos. Estos son específicamente de diseño muy moderno y requiere de una buena gestión de consultoría en tendencias a la hora de estar frente al cliente. Debe ser alguien que comprenda hacia donde va el mercado de la moda y sepa transmitírselo a la compradora en un lenguaje llano y vacío de tecnicismos; para que la clientela se sienta cuidada y atendida. ■

Toyota Argentina

Aníbal Borderes

Presidente

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Consolidamos un gran paso con el lanzamiento del Prius 3ra. Generación - ícono de la movilidad sustentable - que ha marcado un hito en la industria automotriz mundial con más de 2 millones de unidades vendidas en todo el mundo. En Argentina, alcanzó un total de 100 unidades vendidas en este primer año y 26 Concesionarios de la Red Oficial TOYOTA en todo el país que lo comercializan.

Asimismo, Hilux pick up y Hilux SW4, fabricados en nuestra Planta Industrial de Zárate, mantuvieron el liderazgo en ventas en sus segmentos con un 36% y 30% respectivamente.

En término de las exportaciones, hubo un incremento sostenido durante el año previendo un crecimiento del orden del 10%.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Para el 2011, en Toyota Argentina, proyectamos un año con un crecimiento de nuestra participación en el mercado interno similar al del año 2010, sin afectar los mercados a donde se exporta Hilux pick up y Hilux SW4 en virtud de nuestra capacidad de producción.

Respecto del sector automotriz en 2011, se prevé que continuará el crecimiento de la industria automotriz de la mano del crecimiento de la economía local, así como también de las exportaciones.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Para el desarrollo de la industria automotriz, dado que la mayor parte de la producción se destina a la exportación, entendemos que el sector público y



privado deben trabajar en todas aquellas medidas para mantener la calidad y competitividad de la industria local.

Debemos trabajar en áreas que vuelvan a hacer de la Argentina un país atractivo para concretar inversiones futuras en el mediano plazo. Por ello, junto a la industria y el gobierno debemos trabajar con toda la cadena de valor (proveedores y concesionarios) para lograr un crecimiento de todos los que formamos parte de ello. ■

Zanella

Walter Steiner
Presidente



¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

Zanella tuvo un fuerte crecimiento en sus ventas generada por el alza de la economía, la disponibilidad de crédito y gracias a las nuevas formas de comercialización que se llevaron a cabo como ser el nuevo Canal de Concesionario Premium.

Desde otro punto de vista creo que se sufrió mucho el aumento de los costos nacionales lo que afectó la competitividad y generó una caída en la rentabilidad.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Según los pronósticos de todos los economistas, se estima un crecimiento

de, por lo menos, un 5% del PBI lo que representa técnicamente un crecimiento del 10% en el mercado de la moto.

Zanella crece año a año en participación del mercado por lo que con la incorporación de nuevos productos y negocios se estima que nuestra empresa crecerá en un 20%.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Cualquier crecimiento sostenible requiere que una inflación muy superior a los niveles mundiales sea acompañada con una devaluación en la misma forma que la moneda nacional. Como base fundamental se debe establecer

una política de Estado que genere confianza, seguridad y previsibilidad para atraer inversiones. ■



Zurich Argentina

Alcides Ricardos
CEO Seguros Generales

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El 2010 ha sido un buen año para Zurich fruto de la implementación de una estrategia consistente con una visión de largo plazo. Hemos profundizado en nuestra estrategia multicanal, multiproducto y multisegmento, alcanzando resultados positivos y rentables en nuestras líneas de negocio. Invertimos en el desarrollo de productos innovadores y que respondan a una necesidad concreta de los usuarios, como por ejemplo "Zurich Invest Advanced" (programa de inversión diseñado a medida), "Protección en vía pública" (cubre los bienes personales en la vía pública) y "RC profesional" (cubre a los profesio-

nales en el ejercicio de su función). Además, profundizamos en el desarrollo de nuestra marca, de capacidades comerciales y en nuestra plataforma de operaciones y servicios.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Hoy la industria del seguro en la Argentina está en crecimiento debido a que es un sector ligado al desarrollo de la economía. Si el crecimiento se mantiene dentro de los niveles esperados, podemos esperar desarrollos del mercado cercanos a entre un 6% y un 7% para 2011. Argentina crece y nuestro sector crece y las proyecciones para el 2011 son muy alentadoras. Por eso en Zurich estamos convencidos de que el mercado tiene grandes y excelentes posibilidades de crecimiento.

Para 2011 nos proponemos como objetivo principal seguir construyendo nuestra aspiración de ser referentes del mercado asegurador del país. Potenciaremos todas las líneas de productos y continuaremos desarrollando canales

alternativos de distribución, a fin de ampliar las formas de llegar a más argentinos. Continuaremos brindando un fuerte apoyo a nuestros productores asesores como así también a nuestros aliados (bancos, tarjetas de crédito, terminales automotores, etc.) y, por supuesto, seguiremos en el camino hacia el desarrollo integral de nuestro capital humano y nuestro aporte a la comunidad como agentes sociales responsables.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

En Zurich fomentamos y celebramos las medidas que apunten a que las compañías operemos estructuralmente con rentabilidad técnica; políticas que fomenten mayor transparencia y cercanía con el cliente, y todo lo relacionado a incentivos fiscales que fomenten en la sociedad la cultura del ahorro y de la protección. ■



MasterCard

Martin Lang

Country Manager Argentina y Uruguay

¿Cómo le fue a su empresa durante este año?

El 2010 ha sido muy positivo para nuestra compañía. Durante este año, MasterCard ha continuado con la apertura del mercado realizando grandes esfuerzos para sumar nuevos clientes principales, a través de la alianza con el Banco de Córdoba; el NBERSA (Nuevo Banco de Entre Ríos) y sus bancos afiliados, todos pertenecientes al Grupo Petersen: Banco de Santa Fe, Banco de San Juan y Banco de Santa Cruz.

Además, hemos lanzado exclusivos beneficios para nuestros tarjetahabientes como la "Tarjeta Xeneize" junto con el BBVA Banco Francés y el Club Atlético Boca Juniors, hemos renovado por noveno año consecutivo nuestro apoyo a la Copa América que se disputará el año entrante, celebramos un acuerdo para ser sponsors oficiales del Mundial de Rugby "Nueva Zelanda 2011", entre tantas otras iniciativas vinculadas al deporte.

También durante este año, hemos trabajado fuertemente en el fortalecimiento de nuestras plataformas digitales. En este sentido, en el mes de junio lanzamos "Ana", una iniciativa dirigida a la mujer actual, a través de la cual brindamos distintos descuentos y beneficios, además de contenidos de interés desarrollados principalmente para este importante segmento.

Por último, hemos fortalecido la emisión de nuestra tarjeta "Black" a través de distintos bancos asociados, para responder a las necesidades de crédito del segmento poblacional con altos ingresos, a través de un abanico de beneficios exclusivos, desarrollados especialmente para ellos.

¿Qué expectativas tiene para el 2011?

Somos muy optimistas respecto al 2011. Creemos que será un año de grandes oportunidades para que los medios de pago electrónicos continúen ingresando en el mercado local apalancados en las grandes innovaciones tecnológicas que se han presentado este último tiempo.

Hoy el mundo está transitando hacia una mayor bancarización y ante este escenario, nuestro país no se encuentra ajeno. Esta tendencia global representa una gran oportunidad para que nuestra compañía siga creciendo.

Si bien en Argentina todavía hay un largo camino por recorrer, existen importantes segmentos poblacionales que han empezado a realizar la mayor parte de sus transacciones diarias con tarjetas de crédito y débito, porque han descubierto las grandes ventajas que otorgan este tipo de medios de pago.

En MasterCard, nuestro gran desafío es poder continuar brindando mayores y mejores soluciones de pago y beneficios Priceless para todos nuestros tarjetahabientes. Así como también, seguir ofreciéndole al mercado una sofisticada cartera de productos innovadores y mejores servicios de procesamiento de transacciones y de consultoría.

¿Qué medidas se deberían adoptar para sostener el crecimiento económico?

Creo que es importante que sigamos garantizando los niveles de crecimiento que hemos evidenciado en los últimos 2 años. En este contexto de crecimiento sostenido, en MasterCard seguiremos invirtiendo en el desarrollo de nuevos productos, campañas de promoción al consumo, e inclusión de nuevos segmentos para continuar fortaleciendo la propuesta de valor. ■

Pasión por hacer las cosas bien.

En Bridgestone asumimos constantemente nuevos desafíos. Nuestro esfuerzo y vitalidad están focalizados en el desarrollo de productos innovadores. Nuestra pasión es el valor diferencial que nos permite brindar a la sociedad calidad superior. Nuestro liderazgo se refleja en una amplia variedad de productos y servicios tanto para la vida diaria como para la industria. Es por ello que hoy Bridgestone desempeña un papel clave en el liderazgo mundial de la industria del neumático.



NUEVO UNO

TE SUBÍS?



nuevofiatuno.com.ar



- Motor 1.4L, 85CV de Potencia.
- Dirección Asistida / Aire Acondicionado.
- Radio CD, MP3 y Puerto USB.
- Neumáticos de Uso Mixto.
- Despeje del Suelo Elevado.



CONSEJO
NACIONAL DE
CONSUMIDORES



FIAT RESPONDE:
0800-777-8888
www.fiat.com.ar

Fiat Auto Argentina S.A. C.M. Della Paolera 299, Capital. Origen: Brasil.
Equipamiento según versión. Fotos no contractuales.

LA NUEVA FIAT