

Revista **Económica**

AÑO XXXIX / N° 187 / JULIO-AGOSTO 2024

Ezequiel Caracoche

HONDA PISA FUERTE
EN EL NEGOCIO MARINE

CADIEEL

BAJÓ LA ACTIVIDAD EN
EL SECTOR ELECTRÓNICO

Industria Minera

LOS PERFILES MÁS
DEMANDADOS DEL SECTOR

RSE

Carla Martín Bonito

EL POTENCIAL PRODUCTIVO
Y EXPORTADOR DE LA INDUSTRIA
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

UIA

CONTINÚA LA
CONTRACCIÓN INDUSTRIAL

Consumo

¿CÓMO ANALIZAN LOS
EMPRESARIOS EL
SEGUNDO SEMESTRE?



En BBVA
hacemos
que las cosas
sucedan

116 mil millones invertidos + 1 razón

BBVA en Argentina **movilizó más de 116 mil millones de pesos** durante 2023 en financiación sostenible destinada a acción climática e inclusión financiera.

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

BBVA en Modalidad Sostenible.

bbva.com/es/sostenibilidad/

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

Un rumbo incierto

Transitamos el segundo semestre del año y siguen sin aparecer las señales positivas haciendo que la incertidumbre, basada en datos, ponga en duda a las estimaciones más positivas sobre una recuperación. No hay a la vista ni V ni U en el corto plazo; lo que si se mantiene es la tensión cambiaria, la baja de las reservas, una brecha que no cede y la inflación que pareciera tender al alza.

El último informe del Banco Mundial señala que desmejoraron las perspectivas de recuperación de la economía argentina para este año y pronostica que el PBI caerá un 3,5%, más aún de lo que había previsto apenas dos meses atrás. Esto no hace más que ratificar el desconcierto sobre el futuro económico. El capítulo argentino del informe señala que la caída será más profunda. Se proyecta que la economía argentina se contraiga marcadamente, antes de un hipotético repunte en 2025.

El derrumbe de la demanda ha empujado la parada de producción en las fábricas y suspensiones de personal en diversos sectores de la industria que acumula una fuerte caída de actividad. Este fenómeno es sabido comenzó a registrarse en el primer trimestre de este año y no se ha detenido ya que la actividad industrial sigue en contracción. Si bien la actividad podría estar cerca de un piso, el sector productivo, sobre todo las Pymes, que tienen me-

nos espalda, enfrenta dificultades por la baja demanda, el aumento de los costos y una presión fiscal que no cede.

Precisamente este segmento productivo alertó que en los primeros seis meses del año se perdieron 40 mil empleos. Si se mantiene el actual nivel de recesión, para fin de año esa cifra podría elevarse a 87 mil según el Observatorio de Industrias Pymes Argentinas. De no surgir cambios, para fin de año los puestos de trabajo formales totales en el sector privado destruidos durante todo 2024 serían alrededor de 116 mil en un escenario optimista, de los cuales 47 mil serían del sector pyme. La proyección implicaría el cierre de más de 8 mil empresas.

La estrategia pyme hoy apunta sobre todo a intentar sostener los niveles de empleo, aunque en el corto plazo la mayoría de los empresarios del sector son pesimistas en relación a un repunte de las ventas y prevén que de no haber una recuperación al menos hacia finales de año también se verán obligadas a cerrar.

Como se puede observar un panorama muy preocupante que debe ser abordado por la autoridad económica con la urgencia del caso. ¿La estarán viendo?

Sumario



4 pag.

CLARA MARTÍN BONITO

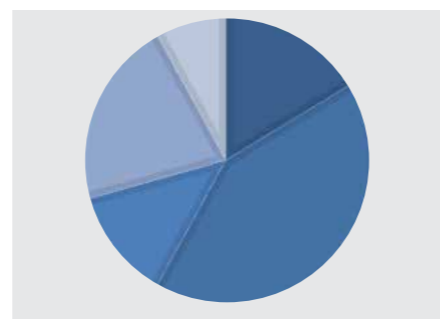
El rol clave de la industria de alimentos y bebidas



6 pag.

EZEQUIEL CARACOCHE

Honda pisa fuerte en el negocio Marine



12 pag.

CADIEEL

Baja actividad en el segundo trimestre



22 pag.

MINERÍA

Cuáles son los perfiles más demandados



24 pag.

SEBASTIÁN FELBERG

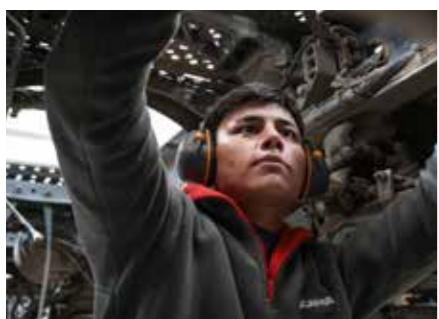
Reinventarse para lograr la resiliencia laboral



28 pag.

LAS EMPRESAS Y LA IA

Más del 50% ya la están utilizando



44 pag.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Novedades del sector

8 pag.

BBVA Y CEMENTOS AVELLANEDA

Financiamiento sostenible a largo plazo

10 pag.

LABORATORIO RAFFO

Una de las cinco farmacéuticas más importantes del país

19 pag.

SHELL

Germán Burmeister nuevo presidente

20 pag.

MOTOROLA

moto tag con nueva función de rastreo



14 pag.

CONSUMO

Cómo proyectan los empresarios el segundo semestre



16 pag.

UIA

Se contrae la actividad productiva



30 pag.

FMI

La entidad recortó expectativas de recuperación



34 pag.

MARIANO ORIOZABAL

El E-commerce y la conectividad 5G

11 pag.

VALTRA

Alta tecnología en la fabricación de tractores

26 pag.

COCA COLA

Elegida la marca preferida de Argentina

18 pag.

GALICIA SEGUROS

Solución integral para PyMEs

32 pag.

NEUMÁTICOS

Gran inversión del Grupo Martín San Luis

Staff

Edición 187

JULIO/AGOSTO 2024

REVISTA ECONÓMICA SE COMUNICA CON MOTO G23

FUNDADOR

Juan Luis Rechax

DIRECTORES

Rodolfo G. Rechax
Luis A. Piñeiro

COLABORADORES

Alberto Junco
Hernán Castiñeira de Dios

JEFE DE ARTE

Mark Rechax

SUPERVISIÓN TÉCNICA

Enrique Rial Martínez

ADMINISTRACIÓN

Bettina Rechax

Revista ECONÓMICA es una publicación digital Santos Dumont 3743

Capital Federal
Tel: (05411) 1544032763

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

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

El rol clave de la industria de alimentos y bebidas: su potencial productivo y exportador

Por Carla Martín Bonito, Presidente de COPAL



La Industria de Alimentos y Bebidas (IAB) es fundamental para el desarrollo y crecimiento de Argentina, tanto por su contribución a la economía como por su papel en el bienestar social. Este sector representa aproximadamente el 30% del PBI manufacturero y genera alrededor de 407,600 empleos directos, lo que equivale a tres de cada diez empleos registrados a nivel industrial. Además, la IAB es responsable de un significativo superávit comercial, exportando 12 dólares por cada dólar importado y contribuyendo con 23 mil millones de dólares a la economía en 2023.

Sin embargo, surge una pregunta crucial: ¿Cómo puede Argentina aprovechar todo el potencial de su industria alimentaria para liderar en el ámbito internacional mientras enfrenta desafíos internos? A pesar de su capacidad y recursos, la IAB ha experimentado un preocupante estancamiento en los últimos 15 años.

La producción ha mostrado una tendencia cíclica sin crecimiento sostenido, con períodos de recuperación seguidos de contracción. Esto se debe a la falta de condiciones de competitividad necesarias para desplegar todo su potencial. En 2023, el nivel de producción fue similar al de 2012 y 2013. Además, la utilización de la capacidad instalada ha disminuido, situándose en un 59% en marzo de 2024, lo que refleja una capacidad ociosa del 41%. Mientras otros países han triplicado sus exportaciones de alimentos y bebidas, Argentina se ha quedado atrás, manteniendo un promedio de 25 mil millones de dólares en exportaciones, nivel inferior al de hace una década.

La caída en el número de empresas exportadoras es otro indicador del estancamiento del sector. Del universo de 14.500 empresas de la IAB, apenas 1,300 registran algún tipo de actividad exportadora. Esto no solo limita la capacidad del país para aumentar sus exportaciones, sino que evidencia las posibilidades para desarrollar el entramado con mayor perspectiva internacional.

La pregunta sobre cómo transformar este estancamiento en crecimiento sostenible es fundamental para el futuro de la economía argentina y su posición en el mercado global.

Para revertir esta situación, desde COPAL hemos identificado varias áreas clave de acción:

Reducir la carga impositiva: La industria enfrenta una de las cargas fiscales más altas del país, que oscila entre el 40% y el 50%, dependiendo de si se trata de alimentos o bebidas. La reducción de esta carga permitiría a las empresas reinvertir en innovación y expansión.

Promover la internacionalización de los sectores: Es fundamental mejorar la integración de nuestros sectores en las cadenas de valor globales, lo que implica entre otras cosas: negociar acuerdos de libre comercio, potenciar la agenda de acceso a mercados, promover la marca Argentina en el extranjero y

trabajar fuertemente en el desarrollo de capacidades de exportación dentro del entramado empresarial.

Modernizar el ámbito laboral: Necesitamos modernizar nuestras políticas para incentivar el empleo formal y reducir la judicialización de los conflictos laborales. Esto incluye la promoción de negociaciones colectivas más dinámicas.

Invertir en infraestructura: Es necesario invertir en la modernización de puertos, rutas y sistemas de transporte para mejorar la conectividad y reducir costos y tiempos de entrega. Esta mejora es crucial para que nuestros productos lleguen a los mercados internacionales en las mejores condiciones posibles, fortaleciendo nuestra competitividad global.

Abordar la informalidad: Es esencial crear un entorno que garantice las condiciones de formalidad (impositiva, laboral y bromatológica) y brinde a las empresas las herramientas necesarias para competir en igualdad de condiciones.

El crecimiento de la industria de Alimentos y Bebidas depende en gran medida de nuestra capacidad para aumentar las exportaciones. Argentina necesita desarrollar una estrategia integral que no solo se enfoque en el acceso a mercados y la facilitación del comercio, sino que también contemple un entorno macroeconómico propicio para el desarrollo productivo. Esto incluye políticas que promuevan la estabilidad económica, la competitividad y la innovación.

¿Podemos realmente permitirnos ignorar el potencial transformador de la IAB en un momento en que la economía global está en constante cambio y exige adaptabilidad y visión de futuro?

En resumen, el sector tiene un enorme potencial para contribuir al crecimiento de Argentina e impulsar su desarrollo. A pesar de los obstáculos, la IAB ha demostrado su capacidad para adaptarse ante los diferentes escenarios que se le han presentado. Desde COPAL, creemos firmemente en la importancia del diálogo y la colaboración entre todos los sectores para superar estos desafíos y construir un futuro próspero para el país. Es esencial que trabajemos juntos para crear un entorno favorable que permita a la industria desplegar toda su capacidad y seguir siendo un motor clave de la economía argentina.



Honda Argentina pisa fuerte en el negocio Marine



Ezequiel Caracoche

Cuáles son los segmentos principales de la actividad náutica? Los segmentos se dividen según el tipo de uso, y son principalmente: Pesca, Paseo, Transporte, Deportivo, Trabajo. Dentro de cada segmento, se encuentran diferentes tipos de embarcaciones que utilizan motores fuera de borda, tales como lanchas, semirrígidos, cruceros y botes.

Cómo es el canal de venta de estas embarcaciones?

Generalmente se dan a través de concesionarios náuticos o astilleros.

¿Cuáles son los motores de mayor demanda en el país?

“EL AÑO PASADO HONDA SE POSICIONÓ COMO NÚMERO UNO DEL MERCADO DE MOTORES 4 TIEMPOS POR PRIMERA VEZ EN LA HISTORIA, SIENDO HONDA ARGENTINA LA PRIMERA FILIAL EN CONSEGUIRLO CONSIDERANDO TODOS LOS PAÍSES DEL MUNDO DONDE EL NEGOCIO DE MARINE ESTÁ PRESENTE”, DIJO A REVISTA ECONÓMICA, EZEQUIEL CARACOCHÉ, SUBGERENTE DE VENTAS DE PRODUCTOS DE FUERZA Y MARINE, DE LA EMPRESA.

Los motores 4 tiempos de mayor demanda en el país son: 1. Segmento liviano: 20 H, 2. Segmento medio: 90, 115 H, 3. Segmento grande: 150, 250 HP

¿Cuáles son las ventajas de los motores fuera de borda 4 tiempos?

Menor consumo, menores emisiones, más torque, menos ruido y vibraciones, menor necesidad de mantenimiento.

¿Cuál es el posicionamiento de Honda en el mercado fuera de borda? ¿Desde dónde se importan los motores que vende la marca?

El año pasado Honda se posicionó como número 1 del mercado de motores 4 tiempos por primera vez en la historia, siendo Hon-



da Argentina la primera filial en conseguirlo considerando todos los países del mundo donde el negocio de Marine está presente. Todos los motores fuera de borda Honda son 4 tiempos y se importan mayoritariamente desde Japón, salvo las potencias chicas de 2.3, 5 y 10 HP que vienen de China.

¿Cómo impacta la coyuntura económica en la venta de motores para embarcaciones?

Sabiendo que el contexto económico argentino es volátil, está en nuestro trabajo adaptarnos constantemente a estos cambios buscando ofrecer la mejor alternativa para nuestros clientes. Citando al propósito de la compañía creado por nuestro fundador Soichiro Honda "...nos dedicamos a proporcionar productos de la más alta calidad a un precio justo para la satisfacción de nuestros clientes...".

En base al desarrollo que tuvimos durante los últimos años, logramos transmitir a nuestros clientes estos principios lo cual nos hizo mantener una posición competitiva en el mercado y alcanzar nuestros objetivos.

¿Cuál es la proyección de ventas para este 2024 siendo que el año pasado lograron una participación de mercado del 31% y 1.259 unidades vendidas?

Los resultados obtenidos el pasado año son la consecuencia de todas las acciones que Honda Argentina y sus concesionarios venimos realizando en post de que más y más clientes sigan confiando en nuestra marca ofreciendo una propuesta de valor integral que vaya desde la experiencia de compra hasta la posventa. Creemos que este es el camino para seguir consiguiendo cada vez mejores resultados, como los que esperamos para este 2024.



¿Hay mercado para seguir creciendo? ¿Cuáles son las acciones comerciales que impulsa Honda para promoverlo?

Creemos que el mercado náutico tiene mucho potencial de crecimiento y profesionalización. Así como también, vemos que este crecimiento se da acercando más gente a realizar actividades en las aguas de nuestro país. Desde Honda procuramos fomentarlo y que se realice de una manera segura y responsable.

¿Por qué decidieron lanzar el motor BF350 y cuál es la expectativa de ventas?

El BF350 es una novedad a nivel global, que muestra la apuesta de Honda al negocio de Marine haciendo foco en la innovación. Es el primer motor V8 disponible comercialmente en una unidad de Honda, creado especialmente para división náutica. Argentina como el principal país de Sudamérica en Marine, no podía ser ajena a este lanzamiento. Además, observamos que el mercado tiende a utilizar potencias cada vez mayores,

por lo que la expectativa de ventas va a ser cada vez mayor.

¿Tienen planificados más lanzamientos para este año?

En los últimos años tuvimos una gran cantidad de lanzamientos como fueron la incorporación del BF40, el BF200, y los nuevos BF115 y B150 también disponibles con la tecnología Drive by Wire (acelerador electrónico). Y luego comenzando el 2024 con el lanzamiento de las versiones Drive by Wire de los BF200 y BF250.

Para el 2025 se esperan importantes novedades las cuales compartiremos con ustedes ni bien sea posible.

BBVA y Cementos Avellaneda: Financiamiento sostenible a largo plazo por \$10.350 millones



BBBVA otorgó financiamiento sostenible por un monto total de 10.350 millones de pesos a Cementos Avellaneda, vinculado a indicadores clave de desempeño sostenible ("ESG KPI-Linked"). Estos fondos están dirigidos específicamente a inversiones de capital, con cumplimiento de objetivos de sostenibilidad (ESG). La empresa cementera se compromete a reducir las emisiones netas de CO2 y aumentar la sustitución térmica en los hornos de Clinker a través de combustibles alternativos, en el período 2024-2027.

"Para BBVA es un orgullo poder acompañar a Cementos Avellaneda con financiación sostenible, porque es una compañía que está sumamente comprometida con el cuidado del medio ambiente. Somos pioneros en el otorgamiento de préstamos 'KPI-linked' vinculando la tasa de interés del préstamo al cumplimiento de KPIs sostenibles. Con este tipo de financiación de estructura ESG promovemos la descarbonización de los procesos productivos con el afán de acompañar a nuestros clientes a

transicionar hacia un mundo más verde y sostenible", señaló Verónica Incera, directora de Corporate & Investment Banking de BBVA en Argentina.

"El compromiso con el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad de nuestras operaciones está intrínsecamente ligado a nuestro modelo de actividad, apostando por gestionar y realizar nuestras actividades industriales de forma sostenible alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsado por la ONU. La obtención de este tipo de préstamo, vinculado a metas de sostenibilidad, reafirman una vez más nuestros compromisos en esta materia, ayudándonos a financiar proyectos de nuestra hoja de ruta de sostenibilidad.", expresó Rodrigo Menéndez, director de Finanzas y Administración de Cementos Avellaneda S.A.

Los Préstamos Vinculados a la Sostenibilidad son todo tipo de instrumento de préstamo que incentiva el alcance, por parte del prestatario, de unos objetivos de sostenibilidad (ESG) materiales, cuantitativos, predeterminados, ambiciosos, regular-

mente monitoreados, y verificados externamente. En ese sentido, los prestatarios se comprometen explícitamente a futuras mejoras en su desempeño en sostenibilidad dentro de un plazo predefinido.

Los préstamos "ESG KPI-Linked" están certificados en el Marco de Banca Transaccional Sostenible BBVA y alineados a los Principios de los Préstamos Vinculados a la Sostenibilidad (Sustainability Linked Loan Principles o SLLPs por sus siglas en inglés) establecidos por Loan Market Association (LMA), Loan Syndications and Trading Association (LSTA) y Asia Pacific Loan Market Association (APLMA).

BBVA acompaña a sus clientes en su camino hacia la sostenibilidad

BBVA pretende acompañar y ayudar a sus clientes a transitar hacia un mundo más sostenible. Para ello, ha situado la sostenibilidad en el centro de su negocio y es una de sus seis prioridades estratégicas para hacer frente a tres grandes retos: luchar contra el cambio climático, conservar el capital natural e impulsar el crecimiento inclusivo.

A través de su Compromiso 2025, BBVA se ha comprometido a movilizar 300.000 millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles y agronegocios, emprendimiento e inclusión financiera.

Cuidamos todo lo importante de tu vida

Laboratorio Raffo sigue creciendo



Claudio Beramendi



Laboratorio Raffo, compañía farmacéutica líder en Argentina, es un equipo multidisciplinario de más de 2.000 colaboradores, entre los que se destacan profesionales médicos, farmacéuticos, bioquímicos, ingenieros y licenciados que trabajan codo a codo en busca de la excelencia y en evolución constante. Estamos presentes en más de 20 países y con una amplia red de distribución para toda la región, exporta sus productos en Latinoamérica.

Importantes compañías de investigación globales confían en Raffo como puerta de entrada al mercado latinoamericano para ofrecer terapias innovadoras que mejoren la vida de los pacientes. La empresa cuenta con la planta farmacéutica más grande de la Argentina situada en la provincia de San Juan donde produce más de 60 millones de comprimidos mensuales.

La empresa anunció un importante cambio en su liderazgo. Luego de 35 años en la compañía, el número uno de Raffo desde hace más de dos décadas, Jorge Belluzzo comunicó su retiro para fines de este año. Claudio Beramendi, será quien asuma a partir de enero de 2025 ese rol.

Bajo el liderazgo de Belluzzo, Raffo ha crecido exponencialmente convirtiéndose en una de las cinco farmacéuticas más importantes de Argentina. Su rol ha sido clave además en la creación de la planta productiva de la compañía en San Juan, una de las más importantes del país con un impulso constante de la

economía y la educación de esa provincia.

En este contexto, Claudio Beramendi asumirá como gerente general de la compañía a partir de enero de 2025. Beramendi tiene más de 25 años de experiencia en el sector farmacéutico y sólida formación y experiencia en áreas clave del negocio como inteligencia de mercado, marketing, acceso y ventas. "Desde su nuevo cargo, Claudio tendrá la misión de continuar con el legado de Jorge y de liderar proyectos de gran impacto y de un proceso de transformación que robustecerá la presencia de la compañía en el país" comentó Patricio Rodríguez, presidente de Laboratorios Raffo.

"Estoy profundamente honrado de asumir esta posición y agradezco la confianza para continuar el legado de expansión y el proceso de transformación que llevamos adelante en nuestra búsqueda de excelencia", afirmó Claudio Beramendi.

Belluzzo continuará a cargo de la presidencia de la Cámara Industrial de Laboratorios Farmacéuticos Argentinos (CILFA), posición que asumió este año.

"Desde mi rol en la cámara, seguiré reafirmando mi compromiso con la mejora de la salud en la Argentina a través de medicamentos de calidad, la promoción de la producción y el impulso del empleo calificado", dijo Belluzzo.

Valtra: Alta tecnología en la fabricación de tractores de mediana y alta potencia

Emiliano Ferrari



VALTRA, líder mundial en la fabricación de maquinaria agrícola, concluyó su participación en la prestigiosa Expo Rural de Palermo. En esta ocasión, la marca presentó una impresionante gama de tractores de Mediana y Alta Potencia, resaltando su enfoque en la tecnología avanzada.

En su stand de 200 m2 reunió a seis concesionarios, principalmente de las provincias de Buenos Aires y Corrientes. Allí, los clientes y visitantes pudieron obtener asesoramiento por parte de expertos en el rubro y familiarizarse directamente con los servicios de posventa, garantizando así un apoyo integral y continuo para sus requerimientos agrícolas.

Quienes se acercaron al stand disfrutaron de la presencia de Valtech, el robot que personifica la esencia de la marca,

quien ofreció un cautivante espectáculo. Además, por primera vez, los asistentes pudieron disfrutar del Valtra Drive en el corazón de la ciudad porteña. En el sector de dinámica, tuvieron la oportunidad de manejar un tractor de la Línea A Hi-tech y experimentar de primera mano su rendimiento y funcionalidad.

"La edición 2024 que ha culminado, nos permitió mostrar de manera tangible el valor de nuestras máquinas en el entorno. Ha sido una oportunidad invaluable para escuchar a los productores, compartir nuestras últimas innovaciones y reafirmar nuestro compromiso con el éxito de sus operaciones diarias", expresó Emiliano Ferrari, Gerente Senior de Ventas para Valtra Hispanoamérica.

En un contexto de alta participación en la feria, la marca se mostró complacida de haber ofrecido una experiencia única y

sobresaliente en el ámbito de la maquinaria agrícola, reafirmando así su compromiso con la innovación y el progreso del sector agropecuario.

Acerca de Valtra: Desarrolla, fabrica, comercializa y da servicio a los tractores Valtra, cada uno de los cuales está diseñado específicamente para satisfacer las necesidades individuales de los clientes. Reconocidos por su versatilidad y confiabilidad, los tractores Valtra están contruidos para soportar los climas más exigentes y garantizar el más alto nivel de rendimiento en las condiciones de trabajo más duras. Valtra es una marca global de AGCO y el fabricante líder de tractores en los países nórdicos, así como una de las marcas más populares en América Latina.

Bajó la actividad industrial en el sector electrónico en el segundo trimestre 2024

El nivel de producción registra una disminución para el 79% de las MiPyMEs encuestadas, con una baja promedio del 36%, siendo los sectores de iluminación y electrónica los más afectados. Se destaca que no se han registrado empresas que señalen incremento en su producción en el presente trimestre.

El nivel de empleo se mantuvo estable para el 63% de las empresas, mientras que el 25% indicó que disminuyó (17% en promedio) y el restante 12% señaló que aumentó (12% en promedio).

El 46% de los encuestados indican que actualmente exportan, de los cuales el 64% señala que la participación en el total de las ventas se mantiene concentrado en el rango del 1 y 10%, manteniéndose este porcentaje estable respecto del trimestre anterior.

Con relación a la utilización de la capacidad instalada, se observa una baja considerable en los últimos trimestres, reflejándose en un incremento de aquellos rangos correspondientes un menor porcentual, subiendo 17 puntos el rango del 1-40% de UCI en el último período.

Con respecto a las expectativas por parte de las empresas para el tercer trimestre son las siguientes: un 38% considera que el mercado no sufrirá cambios, el 37% estima que se recuperará y un 25% en promedio que la actividad caerá.

Cabe destacar respecto al empleo, que sólo el 12% considera que se incrementará y un 21% prevé una baja en el personal.

Cantidad de Empleos

Si bien se observa que la distribución de la cantidad de empleados en las empresas se encuentra distribuida, se destaca que el 42% de las encuestadas cuentan con un plantel de 11 a 50 empleados; ubicándose

el 17% en menos de 10 empleados; el 13% de 51 a 100; y aquellas empresas con más de 100 empleados en un 29%.

Empresas Exportadoras

El 79% de las empresas disminuyó su nivel de producción en el segundo trimestre, siendo los sectores de iluminación y electrónica los más afectados; (la baja promedio fue del 36%), mientras que el 21% indicó que se mantuvo estable.

Se destaca que no se registraron empresas que hayan logrado incrementar su producción en este trimestre.

Considerando un turno como el 100% de la capacidad instalada, se observa una importante merma con el correr de los trimestres.

En el 4° trimestre del 2023 la UCI se centraba entre el 41 y 100%, en el 1° trimestre del 2024, el rango se ubicaba del 21 y 80%, y en el 2° trimestre del 2024, el mayor porcentual se ubicó entre el 21 al 60%.

Inversión, Producción, Demanda Interna, Ventas, Exportaciones y Demanda

Este aspecto es semejante tanto para las empresas que tienen la intención de invertir como para aquellas que optan por abstenerse durante el tercer trimestre del año. Entre las razones que explican la decisión de no realizar inversiones, se destacan una disminución en las ventas, y ante la incertidumbre política y económica actual.

En contraste, las empresas que expresan interés en invertir mayoritariamente señalan que lo harán con el objetivo de desarrollar nuevos productos y aumentar la capacidad instalada.

Un 50% de los encuestados prevé que su producción se mantendrá estable, lo que sugiere una cierta estabilidad en el mercado. Por otro lado, el 29% anticipa un aumento en la producción, lo que podría

interpretarse como un indicador positivo de crecimiento económico y demanda. Sin embargo, es importante mencionar que el 21% de los participantes proyecta una disminución, lo que podría señalar fluctuaciones en la demanda o en las condiciones del mercado.

Los datos relevados ofrecen una visión del panorama económico.

El 38% anticipa una estabilidad en la demanda interna, lo que sugiere una base sólida en el mercado nacional. De manera alentadora, un 37% de los participantes pronostica una suba en la demanda, estimando un incremento del 10 al 30%. Sin embargo, el 20% restante espera una disminución, con una baja superior al 15%.

Demanda Interna

Las expectativas de ventas para el tercer trimestre del año son poco alentadoras ya que sugieren una retracción en el sector. Un 38% de los encuestados prevé que las ventas se mantendrán estables. Es preocupante que sólo un 29% espera un aumento en sus ventas, lo que refleja una baja en el optimismo en comparación con el trimestre anterior. Además, es importante destacar que el 33% anticipa una disminución en las ventas, lo que denota un decrecimiento económico en el corto plazo.

Ventas

(Medido en unidades físicas)

El 73% de los participantes espera que las exportaciones se mantengan estables, lo que sugiere una base sólida en las relaciones comerciales establecidas. Además, es prometedor ver que un 18% anticipa un aumento en sus exportaciones, lo que indica un potencial crecimiento en los mercados extranjeros y una mayor demanda de los productos argentinos en el escena-

rio global. Sólo el 9% prevé una baja en sus exportaciones. En resumen, una gran mayoría anticipa estabilidad o incluso un crecimiento en las ventas al exterior, lo que subraya la importancia de seguir fortaleciendo la posición de Argentina en los mercados internacionales.

Expectativas empleo

Un 67% de los encuestados anticipa que el número de empleados se mantendrá sin cambios, lo que refleja una estabilidad en la fuerza laboral de estas empresas. Sólo un 12% prevé un aumento en la cantidad de personal, fundamentalmente para hacer frente a una suba en su producción. Por el contrario, un 21% de los participantes estima una disminución en la cantidad de empleados, debido a problemas económicos y a cambios en las condiciones del mercado que impactarán negativamente en la contratación de personal.

CANTIDAD ACTUAL DE EMPLEADOS 2do TRIMESTRE 2024



Si bien se observa que la distribución de la cantidad de empleados en las empresas se encuentra distribuida, se destaca que el 42% de las encuestadas cuentan con un plantel de 11 a 50 empleados; ubicándose el 17% en menos de 10 empleados; el 13% de 51 a 100; y aquellas empresas con más de 100 empleados en un 29%.

NIVEL DE PRODUCCIÓN 2do TRIMESTRE 2024 RESPECTO DEL MISMO PERÍODO DEL 2023



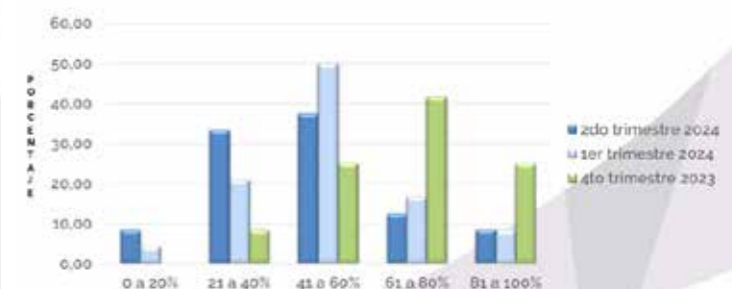
El 79% de las empresas disminuyó su nivel de producción en el segundo trimestre, siendo los sectores de iluminación y electrónica los más afectados; (la baja promedio fue del 36%), mientras que el 21% indicó que se mantuvo estable. Se destaca que no se registraron empresas que hayan logrado incrementar su producción en este trimestre.

EMPRESAS EXPORTADORAS 2do TRIMESTRE 2024



Se observa que el 46% de las empresas encuestadas se encuentran exportando en la actualidad, mientras que el 54% restante participa en el mercado internacional. De este último grupo, una mayoría significativa del 77% señaló que la razón principal para no exportar radica en problemas de costos. Este dato subraya la importancia de abordar las barreras financieras para fomentar la participación en el mercado global y promover un crecimiento en el sector.

UTILIZACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA (UCI)



Considerando un turno como el 100% de la capacidad instalada, se observa una importante merma con el correr de los trimestres. En el 4° trimestre del 2023 la UCI se centraba entre el 41 y 100% en el 1° trimestre del 2024, el rango se ubicaba del 21 y 80%, y en el 2° trimestre del 2024, el mayor porcentual se ubicó entre el 21 al 60%.

¿Cómo analizan los empresarios el primer semestre y proyectan la segunda etapa del año?



De acuerdo a un estudio reciente de Trendsity, en cuanto al consumo, el 40% de los consultados, cree que tendremos signos de recuperación para el próximo año. (40%).

Principales hallazgos del sondeo

- 48% de los consumidores recortaron productos no esenciales.
- 54% compro en diferentes locales para aprovechar ofertas y promociones.
- 51% compro con menor frecuencia.

- 76% cambió su marca habitual por otras más accesibles.

El comercio electrónico como motor de crecimiento

En este marco, el consumo digital se ubica en el podio del canal de preferencia. Según el último estudio de CACE -Cámara Argentina de Comercio Electrónico- se sumaron 1.419.784 nuevos compradores eligiendo este canal y el total ascendió a 23.247.989, subrayando la creciente preferencia por las compras en línea.

La industria en su conjunto experimentó

un impresionante aumento del 175% en la facturación en comparación con el año anterior, alcanzando los \$7.829.000 millones.

El comercio electrónico experimentó una expansión extraordinaria en los últimos años, marcando un camino de crecimiento exponencial. Con un valor total de transacciones estimado en 9,3 billones de dólares para 2027 y un crecimiento anual compuesto del 9,5% a partir de 2022, el panorama del e-commerce deslumbra con cifras y proyecciones asombrosas.

En América Latina, y específicamente en

Argentina, este fenómeno no es diferente. A pesar de los desafíos económicos y la inflación, el mercado de ecommerce sigue expandiéndose a un ritmo impresionante. Según datos de Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI), el mercado de e-commerce en Argentina cerró 2023 con un crecimiento del 26%, alcanzando los US\$28.200 millones, y se espera que continúe creciendo a una tasa anual compuesta del 22% entre 2023 y 2026.

El termómetro del consumo online en el primer semestre

Franco Tertzakian de shipnow analizó "se incrementaron en un 5% el crecimiento en volumen de operaciones versus el mismo período de 2023".

Según las operaciones en shipnow, los rubros con más movimiento en el primer semestre fueron: Indumentaria, textil, Indumentaria deportiva, Cosmetica y perfumería, Electrónica y Alimentos y bebidas. Las ciudades y provincias con mayor nivel de transacciones fueron: AMBA Same Day, 24hs, Córdoba - 24/48 hs, Rosario - 24/48 hs. y Mendoza - 24/48 hs.

Para Alfredo Parody de Presto Tienda, "los rubros con más crecimiento en el primer semestre fueron: Moda-e-Indumentaria, Tecnología, Alimentos y Bebidas, Servicios, Hogar, Muebles y Jardín y Belleza y Cuidado Personal".

Estrategias y tendencias claves para mantenerse y crecer en el segundo

Para Comino, la seguridad es un eje clave: La seguridad es fundamental en las transacciones online. Ante el aumento de estafas dirigidas tanto a compradores como a comerciantes, la factura electrónica actúa como una defensa esencial. "Al proporcionar una factura electrónica inmediatamente después de la compra, aseguramos al cliente que está realizando una transacción legítima y transparente", explica la CEO de Facturante.

Tertzakian de shipnow destacó las entregas Next Day (24hs) y Same Day como tendencias. Esta última modalidad creció en

un 50% en el primer semestre y el envío a domicilio sigue siendo la alternativa más solicitada.

Mariano Orizabala CEO de infracommerce Latam, señala la importancia de la evolución del 5G y la conectividad para el crecimiento exponencial de los negocios digitales. "La velocidad y la capacidad de respuesta mejoradas del 5G transformarán la experiencia de compra en línea, permitiendo la visualización rápida de imágenes y videos en alta resolución, así como un procesamiento de pagos más eficiente".

Un estudio de Nokia y Omdia pronostica que el despliegue del 5G generará un impacto cercano a los 730.000 millones de dólares para 2035, y el comercio será una de las industrias más beneficiadas, con un aumento estimado de 75.000 millones de dólares en sus ingresos gracias a esta tecnología.

Desde shipnow señalan que fulfillment e IA serán estrategias claves para lo que viene. "Fulfillment permite la tercerización de la operación logística, y por ello, es una de las estrategias que permite a las marcas eficientizar procesos y escalarlos. Contar con soluciones logísticas acordes y alternativas tales como Fullfilment de la mano del conocimiento de expertos, se resuelven todos estos recursos, se optimizan los costos, se puede manejar mayor volumen y por tanto, ofrecer precios más competitivos y un mejor servicio, destacó Tertzakian.

Y agregó "IA es un must. El desarrollo y la implementación de herramientas de inteligencia artificial está atravesando a todas las industrias y por supuesto, la logística no está exenta. Esta tecnología permite mejorar en competitividad a través de la automatización de procesos productivos, como la gestión de stock, flotas, depósitos, etc. Con todo ello, contribuye a lograr una mejor experiencia de usuario contando con abundante información para conocerlo y satisfacer sus demandas y preferencias. Además, impacta en la reducción de costos y en prácticas sustentables, ya que gracias a su aporte a la eficiencia y a la puesta en marcha de mejores procesos y alternativas de entrega, permite

la reducción de las emisiones de CO2". Una de las grandes tendencias, que se mantienen y profundizan es la adopción de criptomonedas.

Según Satoshi Tango, el top 5 de monedas más demandadas en el primer semestre de 2024 Bitcoin, USDT, Litecoin, Ethereum y Solana.

Las provincias en las que más se opera: CABA, Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza y respecto al Perfil de usuario registran "mayormente hombres -aunque la cantidad de usuarias está creciendo año tras año-, de entre 25 y 50 años. En general, tienen conocimientos sobre inversiones tradicionales, sobre qué hacer con sus ahorros y conocen de cripto, aunque no son expertos. Les interesa aprender sobre activos digitales y todo el tiempo buscan la manera de proteger su dinero de la inflación", precisaron desde Satoshi Tango.

Otro de los ejes fundamentales para el crecimiento y sostenimiento del consumo de aquí en adelante es el Compromiso que las marcas demuestran con el medio ambiente "En medio de una era marcada por la incertidumbre, asistimos a una reconfiguración constante del vínculo entre consumidores y marcas. En este panorama, los consumidores, más informados que nunca, evalúan a las empresas por sus acciones y por su transparencia. El 53% de los ciudadanos muestra un alto compromiso con la sostenibilidad, y en este contexto, los sellos y certificaciones, junto con herramientas que faciliten decisiones informadas, emergen como elementos clave", enfatizó Mariela Mociulsky CEO de Trendsity.

De este modo, los empresarios coinciden en que la tecnología, ecommerce, IA, cripto, y el compromiso ambiental como tendencia emergente han sido grandes motores de crecimiento para el primer semestre de un año desafiante, y seguirán siendo protagonistas de la segunda parte del año aportando no solo al comercio sino también en lo que hace a creación de empleos, nuevas profesiones, escalabilidad. etc

La industria en caída señala la UIA



Daniel Funes de Rioja

LA ENTIDAD FABRIL MIDió QUE EN RELACIóN A ABRIL TAMBIéN HUBO UNA CONTRACCIóN, DE 0,6 POR CIENTO. LOS DATOS DE JUNIO ANTICIPAN OTRO MES CON NÚMEROS EN ROJO. SE PERDIERON MÁS DE 21 MIL EMPLEOS DESDE AGOSTO 2023.

La actividad en la industria registró en mayo una desplome del 14,3% interanual y una caída del 0,6% respecto a abril, según el último relevamiento de la Unión Industrial Argentina (UIA). Se trata de la onceava caída consecutiva de la producción fabril que mide la entidad y en lo que va del 2024 la retracción es del 12,8% respecto al mismo período del año pasado. El sector perdió 21.285 empleos registrados en el último año.

Según la UIA, los datos adelantados de junio reflejan que la caída interanual persiste y en la serie mensual también podría observarse una nueva disminución. "Es importante destacar que los datos del mes estuvieron parcialmente afectados por los menores días hábiles debido a los feriados. Igualmente, descontando dicho efecto, se observaron caídas de magnitud", resaltó la casa fabril en su último informe de actividad sectorial.

El trabajo reflejó durante mayo bajas pronunciadas en el sector automotor (40,2%), despachos de cemento (32,8%), y patentamientos de

maquinaria agrícola (36,6%). Por otro lado, la Demanda de energía eléctrica de Grandes Usuarios Industriales también continuó cayendo (13,3% interanual) y, en cuanto al intercambio comercial con Brasil, las importaciones disminuyeron (50,8%), mientras que las exportaciones aumentaron (8,8%), detallaron. Finalmente, la liquidación de divisas creció (25%) tras dos meses en baja, impulsada por la recuperación del sector agropecuario.

"Si bien el desempeño del mes se vio en parte afectado por contar con menos días hábiles, la actividad industrial continúa enfrentando dificultades por la baja demanda, así como aumentos de costos. En este marco, en abril, el empleo asalariado registrado en la industria aceleró su caída. Se perdieron 5.074 puestos en el mes y ya se acumula una baja de 21.285 respecto de agosto de 2023, advirtió la UIA.

En ese marco, la entidad tuvo este martes una reunión de Junta Directiva en la que los representantes sectoriales y regionales señalaron "la preocupación por la caída de la actividad, el incremento de los

DATOS DE ACTIVIDAD INDUSTRIAL
Variación i.a. en porcentaje

	ABRIL	MAYO	JUNIO
Despachos de Cemento	-35,6%	-27,1%	-32,8%
Producción de Autos	-21,0%	-27,9%	-40,2%
CAMMESA Grandes Usuarios Industriales	-9,1%	-11,3%	-13,3%
Patentamiento Maquinaria Agrícola	-27,8%	-22,9%	-36,6%
Importaciones desde Brasil	-34,1%	-42,7%	-50,8%
Exportaciones hacia Brasil	36,5%	-3,9%	8,8%
Liquidación de divisas agroindustria	-21,6%	-38,0%	25,0%

Fuente: Datos de cámaras empresariales y organismos del sector público y privado. ADEFA, SIOMA, CAMMESA, AFCEP, Gobierno de Brasil, CIARA.



costos y el impacto del contexto económico en el sector productivo, el aumento de los costos energéticos, especialmente en las pymes".

Dentro de la UIA insistieron en que el Gobierno debería promover una agenda de medidas para reactivar el entramado industrial. EFE/Juan Ignacio Roncoroni/ Archivo

Dentro de la UIA insistieron en que el Gobierno debería promover una agenda de medidas para reactivar el entramado industrial. "Se coincidió en la necesidad de impulsar una agenda de medidas para recuperar la dinámica del mercado interno (focalizadas en el desarrollo de la producción local, el consumo y el empleo formal), promover las exportaciones con valor agregado (aumento de reintegros, baja de derechos) y contrarrestar la competencia desleal (antidumping y valores criterio, entre otros)", informaron a través de un comunicado.

"En abril, el empleo asalariado registrado en la industria aceleró su caída. Se perdieron 5.074 puestos en el mes y ya se acumula una baja de 21.285 respecto de

agosto de 2023, apuntó la UIA.

La entidad impulsa por estas horas además un proyecto para incentivar el desarrollo de las pymes locales, algo similar al Régimen de Incentivo a las Grandes Inversiones (RIGI) que sancionó el Gobierno en el Congreso pero enfocado al sector. "La iniciativa se articula alrededor de seis ejes que buscan potenciar los activos del sector (simplificación tributaria, creación de un régimen de incentivo a las inversiones PyME industriales complementario del RIGI; actualización automática de parámetros de categorización; herramientas para la internacionalización de las empresas; simplificación de la creación de nuevas empresas y acceso a financiamiento)", explicó la UIA.



Galicia Seguros presentó su propuesta Solución Integral Pymes

Galicia Seguros presentó su propuesta Solución Integral Pymes, con el fin de brindarles apoyo en la gestión de riesgos y con productos de financiación directa para que puedan enfocarse en desarrollar su actividad económica.

“Es muy importante para las pymes tener confianza en su seguro y estar tranquilos que tendrán cubierto su esfuerzo de todos los días, así podrán animarse a tomar decisiones que los ayuden a concretar sus sueños. Ese es nuestro propósito como organización”, sostuvo Rodrigo Castia, Gerente de Non Motor de Galicia Seguros.

Entre los principales servicios que brinda la cobertura integral se destacan: incendio edificio, incendio contenido (mercadería, maquinarias, etc.), robo contenido, robo de objetos específicos, cristales, todo riesgo equipos, electrónicos fijos, notebook, responsabilidad civil y responsabilidad civil linderero. Además, la contratación del seguro ofrece una serie de coberturas adicionales por pérdida y/o falta de frío, robo de valores en tránsito, robo de valores en caja, daños por agua, daños al contenido por inundación, remoción de escombros y entre otras.

A su vez, el seguro MiPyme cuenta con servicio de emergencias en el establecimiento, como cerrajería, plomería, electricidad y cristalería y un mantenimiento preventivo en revisión de aires acondicionados y desinfección/ control de Plagas. Además, brinda cursos para empoderamiento de las organizaciones.

Galicia Seguros cuenta con un fuerte modelo operativo para la atención, de gestión ágil y sencilla para hacerle más



fácil la vida a sus clientes y seguir ofreciéndoles soluciones de calidad a la medida de sus necesidades.

Acerca de Galicia Seguros

Galicia Seguros, la compañía de seguros de Grupo Galicia con 27 años en el mercado, acelera su crecimiento con la reciente adquisición de Seguros SURA Argentina. Cuenta con 13 oficinas propias distribuidas por todo el país, una red de 4.000 productores asesores de seguros, un canal digital y una red de aliados comerciales. Se ubica entre las marcas líderes en seguros de hogar, robo, y accidentes personales.

Su objetivo es lograr que las personas se animen a más, respaldarlas para disfrutar, tomar riesgos y cumplir sus metas, mediante soluciones de seguros para personas, pymes, empresas y el sector agrícola. Brindando una experiencia fácil, ágil y simple a los clientes; apalancada en la tecnología y un equipo de especialistas en seguros.



Rodrigo Castia

Es muy importante para las pymes tener confianza en su seguro y estar tranquilos que tendrán cubierto su esfuerzo de todos los días, así podrán animarse a tomar decisiones que los ayuden a concretar sus sueños. Ese es nuestro propósito como organización.

Shell Argentina, Germán Burmeister asumió la presidencia



ES INGENIERO, LLEVA MÁS DE 30 AÑOS EN LA INDUSTRIA ENERGÉTICA Y VOLVIÓ A LA ARGENTINA PARA LIDERAR DESDE EL 1 DE AGOSTO LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA EN EL PAÍS. SE DESEMPEÑABA COMO SENIOR VP Y COUNTRY CHAIR DE SHELL EN KAZAJISTÁN.



Germán Burmeister asumió como nuevo Senior VP y Country Chair de Shell para Argentina, Chile y Uruguay en reemplazo de Ricardo Rodríguez, quien tomará nuevas funciones en Houston.

Burmeister es Ingeniero en Petróleo por el ITBA y cuenta con un MBA de IAE Business School. En sus 23 años de carrera en Shell, ocupó roles comerciales, de estrategia y de gerencia en América Latina, África, Asia y Europa. Actualmente, se desempeñaba como Senior VP y Country Chair de la compañía en Kazajistán.

“Vuelvo a la Argentina con la ambición de llevar nuestras operaciones en Vaca Muerta al próximo nivel y con ello, hacer historia para Shell y para el desarrollo de nuestro país”, adelantó el nuevo presidente. Las operaciones de Shell en Vaca Muerta fueron elegidas Asset of the year del Shell en 2023 y se consolidan como un activo en crecimiento en el portfolio de Upstream de la compañía.

“Es un orgullo tomar posición a poco de

cumplirse los 110 años de Shell Argentina el próximo 10 de septiembre y poder continuar con un legado de muchos éxitos en Vaca Muerta gracias al compromiso y el esfuerzo de muchos colegas a lo largo de estos años”, celebró Burmeister.

Perfil de Germán Burmeister Senior VP y Country Chair de Shell Argentina, Uruguay y Chile

Senior VP y Country Chair de Shell Kazajistán desde agosto de 2021 y asumirá como Senior VP y Country Chair de Argentina, Uruguay y Chile desde el 1 de agosto de 2024.

Lleva 23 años de carrera en Shell, ocupando roles comerciales, de estrategia y más recientemente, de gerencia, basado en Brasil, Nigeria, La Haya y Kazajistán. Ingresó en la compañía en febrero de 2001 en el área de gas, desarrollando nuevos negocios y representante de Shell en Comgas en Brasil. En 2003, fue designado Senior Strategy Advisor para desa-

rollar la estrategia comercial y trading de gas en Europa. En 2006 pasó a liderar las actividades comerciales y los ventures no operados de Shell en Nigeria, Camerún y Gabón. Y entre 2011 y 2014, fue VP Group Strategy & Competitive Intelligence, con base en La Haya. Más tarde, entre 2014 y 2021, residió en Brasil, donde ocupó las posiciones de Vice President Brasil y de VP Upstream Americas -Libra responsable de la producción offshore de petróleo y gas.

Desde 2021 hasta la actualidad es Senior VP y Country Chair de Shell Kazakhstan. Previo a su paso por Shell, ocupó diversos roles en America del Sur para Exxon-Mobil y Pluspetrol.

Es Ingeniero en Petróleo (ITBA) y cuenta con un MBA (IAE Business School).

Motorola anunció for Business y nueva familia edge



Tras el anuncio de la creación del área de Motorola for Business en 2023 dedicado a expandir su fuerza en el segmento B2B, y satisfacer cada vez más las necesidades de los clientes corporativos; hoy Motorola anuncia la llegada su plataforma corporativa a la Argentina. Desde su creación, Motorola for Business ha logrado un crecimiento del +12% interanual durante el último año asegurando importantes victorias en cada país de América Latina. Con enfoque en expandir su consolidación en el segmento B2B, Motorola reiteró que tiene a los clientes en el centro de su estrategia con el pilar de Motorola for Business, dado que con la extensión de sus servicios empresariales, se dedica a atender más necesidades con soluciones para el mercado corporativo, incluyendo un amplio portafolio de dispositivos dedicados, así como también soluciones y servicios como seguridad, soporte y productividad al alcance de empresas de todos los tamaños y sectores. "Nuestra ambición como grupo es asegurar una sólida posi-

ción en este mercado, siendo el principal diferenciador un portafolio completo de teléfonos inteligentes y soluciones, en línea con nuestra estrategia de centralizar a nuestros clientes. Por eso, estamos especialmente entusiasmados de que Motorola for Business ya esté disponible en Argentina", menciona Georgia Sbrana, directora de Negocios de Motorola para América Latina. Motorola for Business ofrece un portafolio de servicios, desde dispositivos inteligentes ricos en funciones para adaptarse a una variedad de tipos de usuarios y aplicaciones comerciales, hasta servicios y soluciones de soporte que ayudan a minimizar el tiempo de inactividad del usuario final y maximizar la productividad para ayudar a las empresas a tener éxito en su negocio, independientemente del tamaño de sus operaciones.

Motorola anunció una nueva familia edge

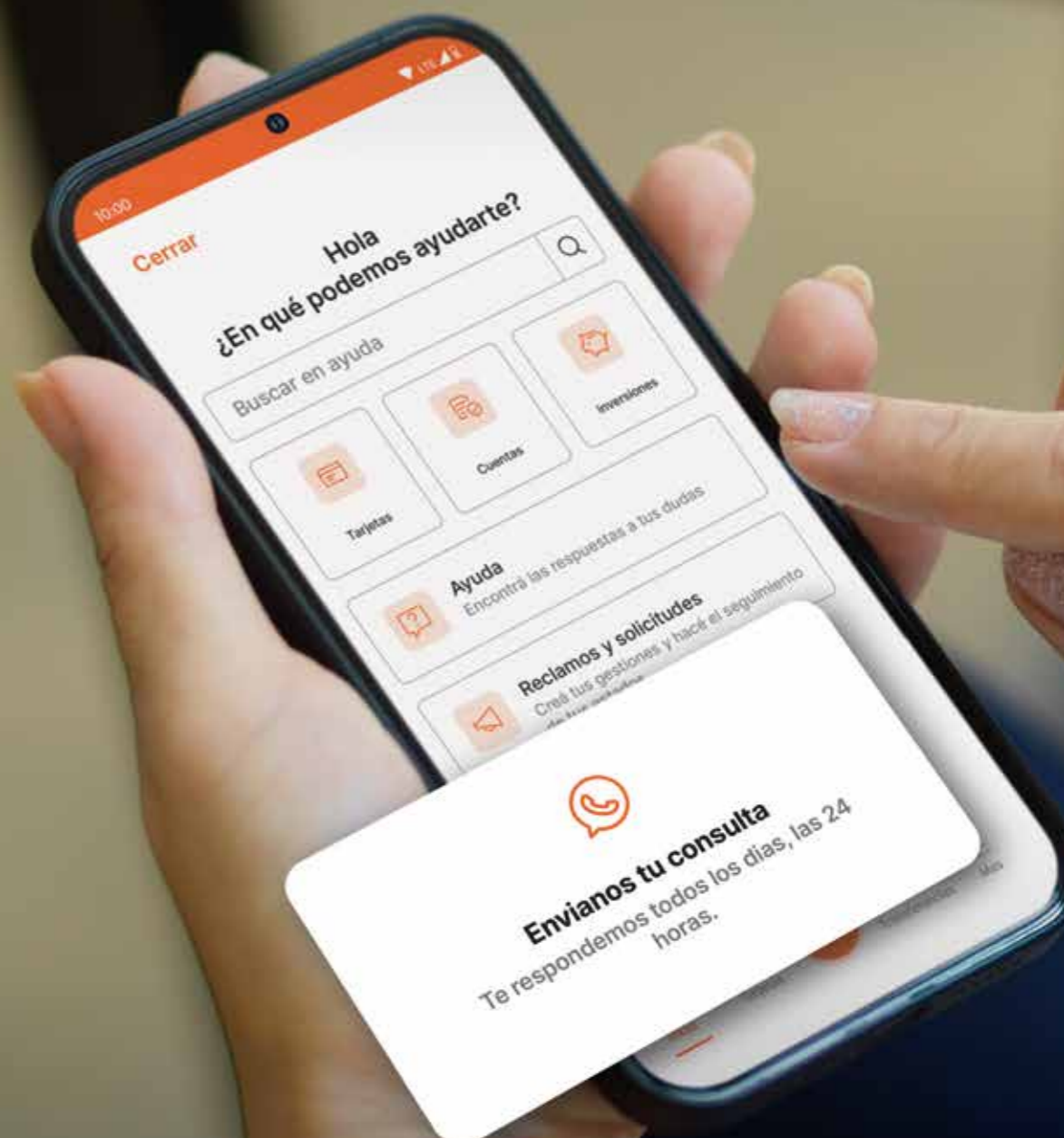
Motorola anunció una nueva familia edge compuesta por tres integrantes: Motorola edge 50 ultra, Motorola edge 50 pro y Motorola edge 50 fusion. Estos dispositivos traen una combinación más inteligente de componentes, ofreciendo un diseño elevado, junto con un sistema de cámara avanzado que está repleto de mejoras impulsadas por IA.

A su vez, los nuevos Motorola edge 50 ultra y Motorola edge 50 pro son los primeros dispositivos del mundo en incorporar la experiencia de Pantone a la pantalla del dispositivo y al ajuste de la cámara con Pantone™ Validated y Pantone SkinTone™ Validated. Estos programas pendientes de patente prueban el dispositivo de un fabricante para garantizar colores y tonos de piel Pantone auténticos.

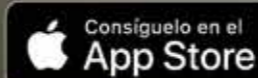
Por otro lado, Motorola incorpora la familia moto buds, compuesta por moto buds+ y moto buds y a su vez, anuncia una asociación con Bose. Estos dispositivos se destacan por ofrecer a los usuarios una combinación perfecta de claridad, intensidad, estilo e innovación.

Tenés respuesta
a todas tus dudas.

Tenés atención 24/7.



Descargala de tu store:



Tenés 

¿Cuáles son los perfiles más demandados en la industria minera?



Erica Ibarra

La industria minera continúa experimentando un crecimiento sostenido y una importante demanda de servicios de personal altamente calificado. Adecco Argentina, filial de la empresa líder en el mundo en consultoría integral en Recursos Humanos, cuenta con una División Minería especializada en el sector. A raíz de ello, identificó cuáles son los perfiles profesionales más demandados en una industria que ha generado grandes expectativas de desarrollo para el país.

Los perfiles más demandados

- Técnicos químicos
- Auxiliares de laboratorio
- Analistas de compensaciones y beneficios
- Analistas en capacitación y desarrollo
- Directores de proyectos

- Operadores de almacén
- Administradores de empresas
- Ingenieros/as industriales, químicas y/o en minas
- Traductores
- Superintendentes de operaciones.

Más allá de la prosperidad del sector, no puede escaparse del entorno económico. La inestabilidad económica del país determina la necesidad de realizar ajustes salariales de manera mensual con el objetivo de retener un talento que no abunda y que es crucial para el sector. Por otro lado, el trabajo con las comunidades es parte de la genética de la nueva División Minera, ya que Adecco reconoció allí un propósito fundamental para el impacto en la sociedad local. En este sentido, han desarrollado acciones en conjunto con otras instituciones en la Puna Salteña, con excelentes resultados.

¿Dónde está el talento?

Esa es la gran pregunta y para encontrar perfiles calificados Adecco trabaja con las universidades públicas y privadas, y tecnicaturas superiores. En este marco, se realizan acciones de posicionamiento en las comunidades y entes públicos.

En línea con estas acciones y compromisos, cabe destacar que se firmó un convenio de colaboración entre el Ministerio de Educación y Trabajo de Salta, la secretaría de Minería y Energía, y Adecco Argentina en alineación con el Plan Provincial de Desarrollo Minero 2030 (Ejes: 1, 4, 7 y 10). En el caso de los perfiles no calificados, Adecco trabaja con las oficinas de empleo de San Antonio de los Cobres, Campo Santo, General Güemes, Campo Quijano y de la Ciudad de Salta para cumplir con la exigencia de contratación local en las zonas de influencia, en aquellas comuni-



dades que sean cercanas a los principales proyectos mineros.

La División Minería respeta, contribuye y acompaña a sus clientes a dar cumplimiento con la normativa de empleo local, respetando las zonas de influencia, y así todos los puestos se cubren con perfiles locales.

Camino por recorrer...

Aunque se trata de un sector en crecimiento, hay algunos aspectos que todavía pueden mejorarse. Desde la División Minería de Adecco Argentina explican que los desafíos se presentan en la formación cuando por requerimiento algunos aspectos no están cubiertos, por ejemplo, idioma inglés y chino mandarín. "Las empresas, el cliente y nosotros como mediadores en el proceso, apelamos a la flexibilidad. Así es que en muchas oportu-

nidades los candidatos ingresan con plan de estudio a finalizar durante su estadía en la empresa. Otro tema muy importante que estamos trabajando es la inclusión, sobre todo de mujeres en esta industria tan masculinizada," explicó Erica Ibarra, Gerente de la División Minería de Adecco para Argentina.

Además, Erica destacó que "hay que seguir impulsando las carreras vinculadas al litio ya que las especializaciones en diferentes minerales y estudios afines son el semillero de futuros profesionales para esta industria que continúa creciendo con una proyección a más de 20 años". Actualmente, Adecco Argentina cuenta con clientes en Salta, Jujuy, Catamarca y Santa Cruz. En su mayoría, grupos empresarios internacionales, característica vital por la que buscan a Adecco como

garante de confianza local por su trayectoria y respaldo, tanto legal como financiero a nivel global.

Acerca de Adecco Argentina

Presente en el país desde hace más de 30 años, Adecco Argentina es líder absoluto en la contratación de personal y ofrece soluciones integrales en el área de Recursos Humanos. Cuenta con más de 35 sucursales ubicadas en las principales ciudades del país. Adecco Argentina dispone de una media semanal de 1.200 clientes activos en cuyas empresas prestan servicios más de 7.500 personas.

Reinventarse para lograr la resiliencia: el secreto para crecer en el entorno empresarial actual

Por **Sebastián Feldberg**
Managing director de Industry
X de Accenture Argentina



En un entorno empresarial que se está tornando cada vez más complejo y desafiante, la capacidad de adaptación y resiliencia se ha transformado en algo fundamental para que las organizaciones puedan llegar al éxito. Según un reciente informe de Accenture, menos del 20% de las empresas han logrado mantener un crecimiento rentable antes, durante y después de eventos disruptivos. La encuesta, que contó con la participación de 1.615 empresas globales, comprueba que aquellas empresas que demuestran un 'crecimiento rentable a largo plazo' tienen un equilibrio excepcional de capacidades en todas las dimensiones estudiadas. Esto significa que dichas organizaciones no solo son



más resilientes durante instancias de disrupción, sino que además demuestran un crecimiento y rentabilidad superiores a largo plazo en comparación a sus pares de la industria. Entre los resultados más destacados del estudio se destaca, que las empresas que sobresalen tanto en tecnología como en talento tienen cuatro veces más probabilidades de tener más resiliencia ante desafíos de índole empresarial, dato que resalta la importancia crítica de la inversión en capacidades digitales y talento humano para garantizar dicha resiliencia de carácter organizacional en un sector donde aumenta la incertidumbre. En ese sentido, el informe también subraya el significativo aumento de la disrupción empresarial en los últimos años con

un crecimiento exponencial del 200% en esta última década. Incremento que, en la velocidad y magnitud de los cambios, representa un desafío considerable para los directores ejecutivos, quienes se encuentran enfrentando un amplio abanico de desafíos de carácter global. Justamente, el 93% de los líderes empresariales están tratando con 10 o más de estos desafíos en sus negocios. Tras esto se llega a la conclusión de que la resiliencia empresarial se vuelve algo cada vez más necesario. "Los directores ejecutivos de hoy tienen la tarea de navegar en un entorno empresarial extraordinariamente complejo", comenta Sebastián Feldberg, Managing director de Industry X de Accenture Argentina. "La resiliencia se ha convertido en una prioridad estratégica, y nuestro informe proporciona una guía invaluable para los líderes empresariales que buscan asegurar un crecimiento rentable a largo plazo en medio de la incertidumbre", concluye el ejecutivo. El estudio otorga diversas recomendaciones para que los directores ejecutivos puedan impulsar de mejor forma la resiliencia organizacional y de esta forma, generar un crecimiento duradero con el paso de los años. Entre estas sugerencias están:

1- Invertir en capacidades tecnológicas y en talento humano: destinar una buena cantidad de recursos para la mejora de la infraestructura tecnológica y al desarrollo del talento humano, para así aumentar la resiliencia organizacional.
2- Fomentar un enfoque equilibrado en todas las dimensiones de desempeño: Desarrollar capacidades sólidas en disciplina financiera, capacidades comerciales y madurez tecnológica para garantizar

una resiliencia integral ante los desafíos empresariales.
3- Evolucionar y adaptarse constantemente: Adoptar un enfoque ágil y versátil para poder responder eficazmente a los cambios del entorno empresarial y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento. El informe de Accenture hace valer la resiliencia empresarial dando la importancia de su existencia en una actualidad que se torna cada vez más disruptiva y cambiante. Los directores ejecutivos tienen en contienda una tarea de gran magnitud al desarrollarse en un entorno empresarial cada vez más complejo y exigente. No obstante, emerge como solución invertir en capacidades tecnológicas y talento humano para crecer en un sector así.

El estudio otorga diversas recomendaciones para que los directores ejecutivos puedan impulsar de mejor forma la resiliencia organizacional y de esta forma, generar un crecimiento duradero con el paso de los años.

Coca-Cola elegida nuevamente como la marca preferida en Argentina

Coca-Cola fue elegida una vez más como la marca favorita de los argentinos, según revela el onceavo estudio "Brand Footprint", realizado por la consultora Kantar Worldpanel. Además, la marca se posicionó en el primer lugar del ranking general de todos los productos de consumo masivo, que abarca a todas las industrias. El relevamiento fue realizado por Kantar Worldpanel, la consultora líder mundial de datos e insights sobre consumidores.

A su vez, Coca-Cola también logró ocupar el primer puesto en Latinoamérica, en Europa y a nivel global, manteniendo el podio al igual que en años anteriores. En todo el mundo, la gaseosa mejoró un 2.6% su performance (CRP) en comparación al 2022, y fue la bebida más elegida en 26 países de los 40 monitoreados.

"En Coca-Cola, nos mantenemos fieles a los valores que la marca lleva en su corazón. Esto se refleja en 'Juntos en todas', nuestra campaña más reciente en respuesta al contexto actual que atraviesa la Argentina. Este reconocimiento, que es de los consumidores, nos impulsa a continuar trabajando para acompañar a cada argentino con nuevos productos y sabores, y a que nos sigan eligiendo como su marca preferida", concluyó Gabriela Carracedo, Directora de Marketing de Argentina de Coca-Cola "

"Estamos muy agradecidos por ser elegidos por cuarto año consecutivo como la marca favorita de los argentinos, y como la bebida que eligen para acompañar sus mejores momentos", declaró Abelardo Gudiño, Gerente General de Coca-Cola para Argentina. A su vez, añadió: "Esto es fruto del trabajo que realizamos en conjunto con nuestros Socios Embotelladores: Coca-Cola Femsa, Coca-Cola Andina, Arca y Reginald Lee.

Coca-Cola está presente en el país desde hace más de 81 años, y tiene un fuerte compromiso con el bienestar de los argentinos, que se evidencia en el efecto multiplicador de sus operaciones: cada dólar que genera el Sistema Coca-Cola, triplica su impacto en la economía local. Esto es posible gracias a su extensa y heterogénea cadena de valor, que abarca desde productores de frutas hasta pequeños almaceneros, aportando el 0.7% del PBI nacional.

"En Coca-Cola, nos mantenemos fieles a los valores que la marca lleva en su corazón. Esto se refleja en 'Juntos en todas', nuestra campaña más reciente en respuesta al contexto actual que atraviesa la Argentina."



MÁS DE 100 AÑOS INVIRTIENDO EN EL DESARROLLO DE LA ENERGÍA EN EL PAÍS.



Más del 50% de las grandes empresas globales ya están utilizando IA



Experis, la marca líder en identificación y gestión de Talento Tecnológico y Digital de ManpowerGroup, encuestó a más de 40.000 empleadores en 42 países para entender el estado actual de la integración de la Inteligencia Artificial (IA), así como previsiones sobre el valor que las nuevas tecnologías basadas en la IA pueden aportar a las operaciones de la plantilla y los recursos humanos para 2030 y más allá.

Los resultados indican que más de la mitad de las grandes empresas globales con más de 5.000 colaboradores (52%) utilizan actualmente la IA. Mientras que, un tercio (33%) que no son usuarios actuales afirman que su organización planea implementar esta herramienta

en los próximos tres años. Es decir que esto aumentará el uso medio global de estas aplicaciones en hasta el 81% de los empleadores alrededor del mundo para 2027.

Al ser consultados por los posibles retos organizativos para el despliegue de estas tecnologías, el 33% de los líderes empresariales globales encuentran el alto costo de inversión como el principal. Le siguen la preocupación sobre la privacidad y las regulaciones (31%), la falta de habilidades para utilizar la IA de forma efectiva (31%), la falta de herramientas apropiadas (26%) y la resistencia al cambio (26%). Sin embargo, en todos los sectores y regiones del mundo, los encuestados creen que la IA tendrá un impacto positivo en el rendimiento empresarial y en la formación,

contratación, incorporación, compromiso y diversidad de los colaboradores.

Por otro lado, la investigación plantea que para 2030, es probable que las tecnologías basadas en la IA se implementen en las dotaciones de personal de todo el mundo en diversas formas, entre las que se incluyen las siguientes:

Democratización de la autoridad: distribuyendo la toma de decisiones y eliminando jerarquías, dando así más autonomía a los colaboradores.

Análisis objetivo del rendimiento: evaluando la productividad con mayor precisión y transparencia.

Desarrollo de competencias a medida: identificando carencias y recomendando estrategias para subsanarlas mediante programas de upskilling y reskilling.



La velocidad en la se adopte masivamente dependerá de la población de individuos que ya trabajen con estas tecnologías y del entorno normativo y ético en el que se produzca la adopción.

Formación rápida de equipos: creando equipos altamente capacitados, a más corto plazo, en tiempo real, según las necesidades del proyecto.

Asistentes autónomos de IA: agentes artificiales con interfaces de lenguaje natural que actúan como asistentes personales, gestionando tareas diarias como reservas y responder emails.

De todas formas, la velocidad en la se adopte masivamente dependerá de la población de individuos que ya trabajen con estas tecnologías y del entorno normativo y ético en el que se produzca la adopción.

Además, para crear una estrategia de IA centrada en las personas, los líderes de las compañías deberán:

Elegir las implementaciones que tengan sentido para su empresa y seleccionar a

los socios adecuados.

Considerar la infraestructura de Tecnología de la Información (TI) y la capacidad tecnológica existente.

Rediseñar los puestos de trabajo en función del talento que ya tienen.

Ampliar sus iniciativas de upskilling y reskilling.

Comportarse éticamente a la hora de recopilar y gestionar datos de IA

La Inteligencia Artificial no debe verse como un sustituto de los trabajadores, sino como una poderosa herramienta que puede mejorar sus capacidades y mejorar los resultados en el lugar de trabajo", afirma Marcelo Roitman, Managing Director de Experis. Y agrega: "Esta investigación destaca la importancia de diseñar sistemas de IA que sean fáciles de usar y estén alineados con los objetivos y valores de la organización".

Pronóstico del FMI para Argentina. La actividad caerá más de lo esperado



El organismo actualizó las perspectivas económicas globales y recortó sus expectativas de contracción del PBI al 3,5% desde el 2,8% que había calculado en abril; anticipó un rebote del 5% en 2025 y destacó la fuerte baja de la inflación por las medidas que adoptó el Gobierno. El Fondo Monetario Internacional recortó las previsiones de actividad económica de la Argentina para este año del 2,8% de retroceso que esperaba en abril a una caída aún mayor, del 3,5% en su Informe de Perspectivas de la Economía Global. Mientras tanto, mantuvo sin cambios su cálculo de una recuperación en 2025: los economistas del Fondo todavía consideran que habrá un rebote y será del 5% el año próximo. Como cada trimestre, el organismo internacional da a conocer sus perspectivas económicas globales que se mantuvieron sin grandes cambios.

El economista jefe del Fondo, Pierre Olivier Gourinchas, dijo: "En primer lugar, la

inflación ha bajado y esa es la buena noticia. La inflación ha bajado significativamente en Argentina". "En 2024, estamos proyectando alrededor de 140 por ciento. Sigue siendo una cifra alta, pero también refleja gran parte de la inflación que ya se ha producido. Y la inflación secuencial está bajando con bastante rapidez gracias a las enérgicas medidas aplicadas por las autoridades del país". En cuanto al ajuste, indicó que "el aspecto fiscal siempre ha sido un problema durante muchos, muchos años en Argentina. Y aquí, por primera vez en mucho, mucho tiempo, el Gobierno ha logrado un presupuesto equilibrado". "La cuestión es si podrá seguir haciéndolo en el futuro. Y ahí es donde el compromiso con el Parlamento y la adopción de medidas fiscales de alta calidad van a ser muy importantes. Y hay indicios de que se está avanzando en esa dirección. A ello se suma el endurecimiento de la política monetaria y la financiación monetaria del gobierno. Así que todas estas cosas van en la dirección de contro-

lar la inflación, que ha sido un problema clave en el país", aseguró. De todos modos, aclaró que estas medidas "tienen un impacto en términos de actividad económica, por supuesto, porque hay menos gasto público, hay condiciones monetarias más estrictas". "Todas estas medidas van en la dirección de poner la inflación bajo control, que ha sido un problema clave en el país. Pero tiene un impacto en términos de actividad económica, por supuesto, porque hay menos gasto público, hay condiciones monetarias más estrictas, y esto ha llevado a una desaceleración muy significativa para 2024", explicó.

Por su parte, Petya Koeva Brooks, subdirectora del Departamento de Investigación, agregó que "la revisión a la baja del 0,7, es realmente una especie de arrastre negativo de la muy considerable contracción que vimos en el último trimestre del año pasado. Pero de cara al futuro, incluso en los próximos trimestres de este año, esperamos que el crecimiento repunte y



"La inflación de los precios de los servicios está frenando los avances en materia de desinflación, lo que está complicando la normalización de la política monetaria. Por lo tanto, los riesgos al alza para la inflación han aumentado, aumentando la perspectiva de tasas de interés más altas durante un período aún más largo, en el contexto de crecientes tensiones comerciales y una mayor incertidumbre política",

se recupere a medida que veamos cómo se desvanecen los efectos del ajuste fiscal, así como cómo vuelve la confianza y, por supuesto, suben los salarios reales". "Se proyecta que el crecimiento mundial estará en línea con el pronóstico de Perspectivas de la economía mundial (WEO) de abril de 2024, de 3,2 por ciento en 2024 y 3,3 por ciento en 2025. Sin embargo, el variado impulso de la actividad a principios de año ha reducido la divergencia de producción entre las economías a medida que los factores cíclicos disminuyen y la actividad se alinea mejor con sus potencial".

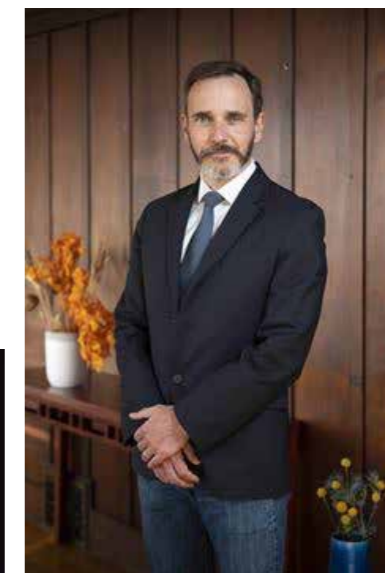
"La inflación de los precios de los servicios está frenando los avances en materia de desinflación, lo que está complicando

la normalización de la política monetaria. Por lo tanto, los riesgos al alza para la inflación han aumentado, aumentando la perspectiva de tasas de interés más altas durante un período aún más largo, en el contexto de crecientes tensiones comerciales y una mayor incertidumbre política", agregó.

El recorte de las expectativas de actividad argentinas vino de la mano de una peor perspectiva para la región. "En cuanto a América Latina y el Caribe, el crecimiento se ha revisado a la baja para 2024 en Brasil, reflejando el impacto a corto plazo de las inundaciones, y en México, debido a la moderación de la demanda. Sin embargo, el crecimiento se ha revisado al alza en 2025 para Brasil para reflejar la recons-

trucción después de las inundaciones y factores estructurales de apoyo (por ejemplo, la aceleración de la producción de hidrocarburos)", señalaron los técnicos del organismo.

En su último staff report el Fondo se refirió a las perspectivas de la Argentina. Allí se señaló: "Esperamos comprometernos a su debido tiempo en un posible nuevo programa plurianual respaldado por el FMI con el objetivo de continuar abordando nuestros desafíos profundamente arraigados y construir una Argentina más próspera".



Gran Inversión de Grupo Martín San Luis y Bandag en su primera planta industrial de recapados



2024 MARCARÁ UN GRAN HITO EN LA HISTORIA DEL GRUPO MARTÍN SAN LUIS, DUEÑOS DE LAS MARCAS NEUMAR, IVEMAR, VIALMAR, AGRIMAR Y REDMAR, YA QUE, POR PRIMERA VEZ, Y LUEGO DE UNA INVERSIÓN CONJUNTA DE 1 MILLÓN DE DÓLARES, INGRESAN EN LA FABRICACIÓN INDUSTRIAL CON UNA PLANTA PROPIA DE RECAPADOS DE NEUMÁTICOS DE CAMIONES Y BUSES, SEGMENTO DONDE SE MUEVE UNA PARTE IMPORTANTE DE SU CARTERA DE CLIENTES.

La nueva planta se hace junto a su socio estratégico Bridgestone y su marca Bandag, permitiéndole a Grupo Martín San Luis sumar un eslabón más a los servicios integrales que brindan. La inauguración se llevó adelante el 24 de junio y representa una gran apuesta en la región. "Para Grupo Martín San Luis esto representa un antes y un después en nuestra historia empresarial y familiar ya que damos el primer paso en el marco de la política de desarrollo que nos planteamos junto a mis hijos. Además, complementamos con las otras empresas de servicios integrales para las industrias automotriz, vial y agrícola" describió Fabián Martín, Director del grupo empresario. "Desde San Luis, con nuestra experiencia de 30

años y las nuevas generaciones, proyectamos crecer sostenidamente con profesionalismo y respuestas integrales a un sector tan dinámico como lo es el transporte en general y el tratamiento del neumático, más allá de su uso cotidiano", finalizó.

"Gracias al recapado, brindamos un servicio integral a cada flota de transportistas en lo que llamamos Golden Cycle: a través de Bridgestone, Firestone y Bandag ofrecemos productos y soluciones que cubren el ciclo de vida completo del neumático", expresa Rodrigo Escudero, Gerente de Asuntos Públicos y Prensa de Bridgestone Argentina. "Queremos impulsar y fortalecer el negocio de recapado ya que no solo representa una variante sostenible, sino que también una oportunidad para dis-



minuir el impacto en el medio ambiente", finalizó.

La fábrica está ubicada en el Parque Industrial Norte de la ciudad de San Luis, tras adquirir un lote bajo el amparo de la ley de Fomento Industrial, y cuenta con 2.300 metros cuadrados cubiertos convirtiéndose en la segunda planta de todo el país en equipar tecnología de última generación. La maquinaria, aportada por Bandag en comodato, tiene una capacidad de recapar, inicialmente, unos 880 neumáticos al mes, aunque podría incluso llegar a las 1.000 unidades.

En esta primera etapa se emplearán 15 personas en forma directa, aproximadamente, con la posibilidad de ampliarse si la demanda así lo requiriese.

Grupo Martín San Luis, Bridgestone y Bandag

La alianza con Bridgestone y Bandag es esencial para este desafío ya que no sólo aportan el equipamiento, que representa un 40% de la inversión, sino también el know how, siendo líderes a nivel mundial en este segmento. Viajaron, desde Brasil, expertos en el equipamiento para el armado, montaje y la puesta a punto. Desde esta planta, Grupo Martín San Luis -a través de su empresa Neumar- atenderá

la demanda de camiones y buses de esa provincia, del sur de Córdoba, La Pampa, Mendoza y el norte de Neuquén. Asimismo, no descartan, en caso de que se agilice los trámites para exportar, poder brindar servicios a empresas chilenas.

Segunda etapa: una planta de reciclado de caucho

Atentos a las políticas para el cuidado del medioambiente y a las necesidad global de que las industrias se ocupen de sus propios residuos, Grupo Martín San Luis se encuentra desarrollando un plan para inaugurar, frente a la actual fábrica, una planta para la recuperación y tratamiento del caucho para la fase donde ya no se puede utilizar como neumáticos.

"Estos proyectos son un compromiso con el desarrollo sostenible. Queremos ser parte de un nuevo camino hacia el futuro del sector automotriz en la región, trabajando meticulosamente para asegurar que cada etapa cumpla con las más estrictas normativas ambientales internacionales y se integre de manera eficiente en nuestras políticas de gestión sostenible" describió Juan Ignacio Martín, gerente General de Grupo Martín San Luis.

Para esta segunda etapa se proyectan

"Estos proyectos son un compromiso con el desarrollo sostenible. Queremos ser parte de un nuevo camino hacia el futuro del sector automotriz en la región, trabajando meticulosamente para asegurar que cada etapa cumpla con las más estrictas normativas ambientales internacionales y se integre de manera eficiente en nuestras políticas de gestión sostenible"

El e-commerce y la Conectividad 5G

Por **Mariano Orioizabala**
Co-CEO de Infracommerce Latam



El comercio electrónico experimentó una expansión extraordinaria en los últimos años, marcando un camino de crecimiento exponencial. Con un valor total de transacciones estimado en 9,3 billones de dólares para 2027 y un crecimiento anual compuesto del 9,5% a partir de 2022, el panorama del e-commerce deslumbra con cifras y proyecciones asombrosas.

En América Latina, y específicamente en Argentina, este fenómeno no es diferente. A pesar de los desafíos económicos y la inflación, el mercado de ecommerce sigue expandiéndose a un ritmo impresionante. Según datos de Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI), el mercado de e-commerce en Argentina cerró 2023 con un crecimiento del 26%, alcanzando los US\$28.200 millones, y se espera que continúe creciendo a una tasa anual compuesta del 22% entre 2023 y 2026.

Sin embargo, esta expansión palidece en comparación con la nueva fase de desarrollo y crecimiento que el comercio electrónico experimentará con la masificación del 5G.

“La transición a las redes 5G se está acelerando y se prevé que tenga un impacto significativo en el comercio electrónico”, señala Mariano Orioizabala, Co-CEO de Infracommerce Latam. “La velocidad y la capacidad de respuesta mejoradas del 5G transformarán la experiencia de compra en línea, permitiendo la vi-

sualización rápida de imágenes y videos en alta resolución, así como un procesamiento de pagos más eficiente”.

La demanda de los públicos por una mejor conectividad y velocidad de respuesta de los dispositivos que usan en la vida cotidiana trasciende el ecommerce. De acuerdo con un estudio de Trendsity, el 88% de las personas considera que la conexión a internet es un servicio de necesidad. En este sentido, “la tecnología y la conectividad han tomado un rol preponderante como posibilitadores, facilitadores, mediadores y garantes de la comunicación entre las personas, del desempeño del trabajo y/o el estudio, de la continuidad de muchas rutinas, y también del entretenimiento”, apunta el trabajo de la consultora de tendencias. Pero además de la mejora en la velocidad y la capacidad de respuesta, el 5G ofrecerá una reducción significativa en la latencia, lo que “facilitará la comunicación en tiempo real entre los dispositivos”. Esto impulsará el desarrollo de herramientas como la Realidad Virtual para el metaverso y el Live shopping, combinando compras y transmisiones en vivo de manera interactiva”, suma Orioizabala.

“Una de las mayores ventajas del 5G para el comercio electrónico es su capacidad para manejar grandes cantidades de dispositivos conectados simultáneamente”, destaca el co CEO de Infracommerce.

“Esto permitirá mejorar las experiencias omnicanal y superar las limitaciones geográficas, ofreciendo acceso a las compras en línea incluso en áreas remotas”.

Qué es el 5G y en qué estado se encuentra en la Argentina

El 5G, según el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), se refiere a las redes móviles que utilizan tecnología de quinta generación, capaces de conectar múltiples dispositivos inalámbricos simultáneamente para proporcionarles acceso a servicios de Internet y telefonía con una velocidad y latencia muy superiores a las generaciones anteriores. Esto se logra mediante el uso de bandas de frecuencia más altas que las redes LTE 4G, lo que aumenta el rendimiento de la red de manera significativa.

En Argentina, la implementación del 5G es un proceso en desarrollo. Según un mapa de cobertura elaborado por la empresa francesa nPerf, que evalúa y mejora la comprensión de la conectividad a Internet en el mundo, se pueden identificar las áreas con señales de 5G en Argentina.

Con respecto a Claro, se observa una presencia limitada de la red 5G en varias provincias argentinas, como Jujuy, La Rioja, San Luis, San Juan, Tucumán, Mendoza, Santa Fe, Córdoba, Neuquén, Río Negro, Tierra del Fuego y Buenos Aires. En el caso de Movistar, la situación es similar, con una presencia limitada de la red 5G en provincias como Río Negro, Neuquén, Mendoza, San Juan, Jujuy y Buenos Aires. Por último, Personal muestra señales de cobertura 5G dispersas en varias zonas y provincias



Mariano Orioizabala

“Esto permitirá mejorar las experiencias omnicanal y superar las limitaciones geográficas, ofreciendo acceso a las compras en línea incluso en áreas remotas”.



del país, según el mapa de cobertura de nPerf. Se pueden identificar zonas con presencia de 5G en provincias como Río Negro, Neuquén, Catamarca, Tucumán, San Juan, Santiago del Estero, Salta, Jujuy, Mendoza, Corrientes, Misiones y Entre Ríos. Sin embargo, es en ciudades como Córdoba, Santa Fe (especialmente en Rosario) y Buenos Aires donde la presencia de 5G es más notable.

Los números que retratan una revolución

Que el impacto del 5G en el comercio electrónico será revolucionario queda demostrado con cifras. Según un informe de Adobe Digital Insights, se espera que el 5G aumente los ingresos del comercio electrónico en 12.000 millones de dólares para 2024, siempre y cuando el despliegue se realice según lo previsto por las principales empresas de telecomunicaciones. Además, se proyecta que los smartphones 5G alcancen los 5 mil millones de unidades para 2028. Por su parte, un estudio de Nokia y Omdia pronostica que el despliegue del 5G generará un impacto cercano a los 730.000 millones de dólares para 2035, y el comercio será una de las industrias más beneficiadas, con un aumento estimado de 75.000 millones de dólares en sus ingresos gracias a esta tecnología.

Una por una, las ventajas del 5G para el ecommerce

El 5G ofrecerá una serie de ventajas que transformarán la experiencia de compra en línea. Entre estas ventajas se encuentran:

- Mejora en la velocidad de descarga y respuesta: Con el 5G, será posible mostrar imágenes y videos en alta resolución, así como contenido multimedia en cuestión de segundos. Esto mejorará la presentación de productos, el proce-

samiento de pagos y el servicio al cliente en tiempo real.

- Reducción de la latencia: La tecnología 5G ofrece una tasa de latencia significativamente menor que la 4G, lo que permite una comunicación más fluida y en tiempo real entre los dispositivos. Esto facilitará el desarrollo de herramientas como la Realidad Virtual para el metaverso y el Live shopping, combinando compras y transmisiones en vivo de manera interactiva.

- Experiencias omnicanal mejoradas: La capacidad del 5G para manejar grandes cantidades de dispositivos conectados simultáneamente permitirá mejorar las experiencias omnicanal, incluso en eventos masivos donde la saturación de la red solía ser un problema.

- Experiencia de compra móvil mejorada: El 5G mejorará significativamente las compras móviles con tiempos de carga más rápidos y una navegación más fluida, lo que puede aumentar las tasas de conversión y satisfacción del cliente.

- Procesamiento y personalización de datos en tiempo real: La velocidad y el ancho de banda superiores de 5G permiten el procesamiento de datos en tiempo real, lo que posibilita experiencias de compra más dinámicas y personalizadas.

- Compras en realidad virtual y aumentada: La baja latencia y la alta velocidad de 5G hacen que sea ideal para aplicaciones de realidad aumentada y realidad virtual en el comercio electrónico, ofreciendo a los clientes experiencias inmersivas de probar antes de comprar.

- IoT y logística inteligente: La integración de 5G con dispositivos IoT puede revolucionar la logística del comercio electrónico, permitiendo procesos de gestión, seguimiento y entrega de inventario más eficientes.

- Superación de limitaciones geográficas: La tecnología 5G puede hacer que el acceso a Internet de alta velocidad esté más disponible, incluso en áreas remotas, lo que abrirá nuevos mercados para las empresas de comercio electrónico y ofrecerá a más consumidores acceso a las compras en línea.

De este modo, queda claro el enorme potencial que traerá aparejado el avance del 5G en el ecommerce y otras áreas de la vida cotidiana.

Mercedes-Benz Compañía Financiera y Banco Galicia firman acuerdo para impulsar la financiación de Buses



Florencia Román y Diégo Martín

EL CONVENIO PERMITIRÁ A LAS EMPRESAS ACCEDER A SOLUCIONES FINANCIERAS PARA LA ADQUISICIÓN Y RENOVACIÓN DE UNIDADES, FORTALECIENDO UN SECTOR CLAVE PARA LA ECONOMÍA ARGENTINA.

Mercedes-Benz Compañía Financiera, empresa del grupo Daimler Truck, y Banco Galicia firmaron un acuerdo estratégico para promover la financiación de Buses Mercedes-Benz en Argentina. La compañía alemana, líder indiscutida en el segmento de buses con más del 70% del mercado, refuerza así su compromiso con el desarrollo del transporte en el país. Este acuerdo estratégico permitirá a las pequeñas y medianas empresas, así como a los prestadores de servicios de transporte público y privado de pasajeros de corta, mediana y larga distancia, acceder a so-

luciones financieras para la adquisición y renovación de sus unidades de buses Mercedes-Benz en Argentina.

Se trata de un producto prestatario con un plazo de hasta 60 meses, incluyendo los primeros meses de gracia de capital y una tasa fija, lo que brinda tranquilidad para planificar la inversión sin preocupaciones financieras. Esta solución es ideal tanto para la renovación de flotas como para su ampliación, facilitando el acceso a vehículos de última tecnología que contribuyan a la modernización del transporte público y privado.

Diego Marín, Presidente de Mercedes-Benz Financiera, expresó: "Estamos muy contentos de haber sellado este acuerdo que, además de promover nuevos negocios, se centra en aportarle solu-

ciones a los clientes".

Florencia Román, Gerente de Alianzas Comerciales de Banco Galicia, destacó: "Este acuerdo representa un hito significativo en nuestra estrategia de ofrecer nuevas soluciones financieras para nuestros clientes. Estamos convencidos de que la colaboración con Mercedes-Benz Financiera nos permitirá no solo fortalecer nuestra oferta de financiamiento, sino también impulsar el desarrollo de nuestros clientes y contribuir al crecimiento del sector de transporte en Argentina". Con este acuerdo, Mercedes-Benz Compañía Financiera y Banco Galicia reafirman su compromiso con la innovación y el desarrollo del transporte en Argentina, promoviendo su modernización, eficiencia y sostenibilidad.

Genneia colocó su 14° Obligación Negociable Verde

LA COMPAÑÍA LÍDER EN GENERACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES DE ARGENTINA, COLOCÓ SU 14° OBLIGACIÓN NEGOCIABLE VERDE (ON) POR UN MONTO EQUIVALENTE A US\$ 60 MILLONES, SUPERANDO AMPLIAMENTE SU OBJETIVO INICIAL DE US\$ 20 MILLONES. EN TOTAL, LA COMPAÑÍA RECIBIÓ OFERTAS POR MÁS DE US\$ 90 MILLONES. DE ESTA MANERA, LOS FONDOS RECAUDADOS SERÁN DESTINADOS PARA IMPULSAR DISTINTOS PROYECTOS SOLARES Y EÓLICOS.



La colocación de la ON dólar-linked Clase XLVI fue por el monto máximo del aviso de suscripción de US\$60 millones. Esta ON cuenta con un cupón fijo del 2%, intereses pagaderos trimestrales y vencimiento en junio 2026. Fue emitida a un precio de 103.1%, lo que implica un rendimiento del 0.4%. La alta demanda por este instrumento en el mercado de capitales local llevó a declarar desierta la ON dólar hard Clase XLV. La nueva ON Clase XLVI se incorporará al panel de Bonos Sociales, Verdes y Sustentables (SVS) de ByMA, la Bolsa de Valores local que nuclea a los principales actores del mercado de capitales, siendo su decimo-cuarto instrumento con etiquetado verde. Destacamos que las órdenes superaron ampliamente el objetivo inicial de la compañía, con la mayoría de las ofertas provenientes de inversores privados e institucionales interesados en proyectos de infraestructura baja en carbono que promuevan el desarrollo equitativo y sostenible del país. Esta operación se realiza bajo la coordinación de Macro Securities como Organizador, mientras que Macro Securities S.A.U., BACS Banco de Crédito y



Securización S.A., Balanz Capital Valores S.A.U., Banco BBVA Argentina S.A., Banco de la Provincia de Buenos Aires, Banco de Servicios y Transacciones S.A., Banco Hipotecario S.A., Banco Mariva S.A., Banco Patagonia S.A., Banco Santander Argentina S.A., Facimex Valores S.A., Invertir en Bolsa S.A., Parakeet Capital S.A., Banco Suplevielle S.A. y TPCG Valores S.A.U. actúan como Colocadores. De esta manera Genneia sigue consolidando su liderazgo en finanzas sostenibles, habiendo emitido bonos verdes por más de US\$ 800 millones de dólares en los mercados de capitales local e internacional. Todas sus emisiones con etiquetado verde se encuentran alineadas con su firme compromiso con el medio ambiente, reflejado en el desarrollo de numerosas iniciativas y buenas prácticas que contribuyen a combatir el cambio climático.

Acerca de Genneia

Genneia es la compañía líder en la provisión de soluciones energéticas sustentables en Argentina, con un 19% del total de la potencia instalada, alcanzando el 21% de la generación de energía eólica y el 12% de la solar. Con la entrada en operación del Parque Solar Tocota III, alcanzó 1.004 MW de energía renovable consolidando su liderazgo en el sector de energías limpias y destacándose este logro como un hito nunca visto en el país.

Con sus parques eólicos Rawson, Trelew, Madryn, Chubut Norte, Villalonga, Pomona y Vientos de Necochea, la empresa cuenta con una potencia de 784 MW en energía eólica; y actualmente se encuentra avanzando en la construcción del Parque Eólico La Elbita en Tandil, donde se montarán 36 aerogeneradores de última generación con una potencia de 162 MW y que entrará en operación para fines del 2024. Asimismo, la empresa avanza en la construcción del parque solar en Malargüe, con una capacidad de 90 MW, y está iniciando la construcción del parque solar Anchoris, con una capacidad de 180 MW. Genneia cuenta con 220 MW de capacidad instalada en sus parques solares operativos, distribuidos en tres parques que suman un total de 520,000 paneles solares.

Honda Motor de Argentina

Honda Motor de Argentina presentó su primer Reporte de Sostenibilidad local que contempla los hitos más importantes de la compañía, así también como las acciones llevadas adelante por las áreas de Relaciones Corporativas, Recursos Humanos, Administración, Producción, Gobierno Corporativo, Ambiente, Safety y Responsabilidad Social; a través de sus cuatro pilares de acción: ambiente, educación, comunidad y seguridad en el tránsito.

Se trata de un documento que invita a compartir los logros alcanzados y los desafíos futuros, y una herramienta para fortalecer el diálogo abierto y constructivo con sus grupos de interés.

El trabajo de la compañía se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, y con este horizonte sustentable busca liderar el avance de la movilidad permitiendo a las personas mejorar su vida cotidiana. En este marco, el 2023 fue un año de grandes logros para Honda que coincidió con la celebración de su 45° aniversario en el país. Este hito estuvo acompañado con lanzamientos, anuncios y excelentes resultados en sus 3 unidades de negocio: motocicletas, automóviles y productos de fuerza y marina:

A nivel negocio, Honda produce 9 modelos de motocicletas en la planta de Campana, 3 de los cuales (Wave, XR150, GLH150) figuran en el top 10 de ventas acumuladas del año. Cabe agregar que el 98% de sus proveedores son nacionales y que el 2% de las unidades fabricadas se exporta a otros mercados. En 2023, vendió más de 100 mil motocicletas, 14 mil productos de fuerza y marina, y 1.300 automóviles.

En materia sostenible, la planta de Campana, ubicada en la Provincia de Buenos Aires, cuenta con la certificación ISO 14001 y el 100% de la energía que utiliza es renovable, siendo la única fábrica de motos a nivel local que usa energía sustentable en sus operaciones. Además, y



fomentando la economía circular, en su patio ecológico clasifica y entrega 180 Kg. de material reciclado por mes a 6 instituciones para que puedan realizar nuevos productos. Y a través de su planta de tratamiento de efluentes procesa 16m3/hora, volviendo a parámetros seguros los efluentes que genera.

En lo referido a su impacto social, comunitario y en seguridad vial, impulsó 6 proyectos y más de 100 acciones de responsabilidad social; 105 instituciones con 51.000 personas beneficiadas directamente, más de 200 voluntarios y más de 45.000 personas alcanzadas directamente con los programas Conciencia en Movimiento, Pioneros en Movimiento y Pacto Vial.

Su visión global a 2050 se fija en dos ambiciosos objetivos: cero colisiones fatales con vehículos Honda y alcanzar la neutralidad de carbono en todos sus productos y actividades corporativas.

Para que esto sea posible, Honda Motor de Argentina trabaja en colaboración con concesionarios, comunidades, asociaciones civiles y otros grupos de interés con el fin de potenciar los resultados y contribuir a la construcción de un mundo mejor. De esta manera, la compañía reafirma su compromiso con la construcción de un



futuro sostenible, liderando el avance de la movilidad y contribuyendo al bienestar de las comunidades en las que opera.

Honda Power of Dreams + How We Move You

Honda lleva mucho tiempo impulsada por el poder de los sueños. La movilidad con la que sueña Honda es el "poder" que conecta los nuevos sueños de todos. Por eso la compañía asume desafíos sin miedo a lo desconocido, persiguiendo nuevos sueños para ayudar también a que se vuelvan realidad los de otros. Honda conecta a las personas con sueños: así es como moviliza a la gente desde hace más de 75 años.

CNH comprometida con la educación de las futuras generaciones agrícolas



A TRAVÉS DE SU MARCA AGRÍCOLA CASE IH, CNH Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA (UNC) SE UNEN PARA POTENCIAR LA FORMACIÓN DE NUEVOS PROFESIONALES.

Cada vez más jóvenes se forman y capacitan con herramientas que les permiten tener un contacto con la realidad del mundo laboral actual, buscando ser futuros profesionales del agro.

Con el objetivo de vincular a la industria de la maquinaria y la tecnología agrícola local con los estudiantes y profesionales de las ciencias agropecuarias y carreras afines, CNH y su marca Case IH anunciaron junto a la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) la formalización de un convenio de colaboración académica.

Una de las propuestas del proyecto es promover la industria del conocimiento, implementando la innovación abierta en el sector, fomentando el conocimiento de las tecnologías y herramientas disponibles como complemento necesario para una formación integral, tanto para los estudiantes, profesionales y colaboradores del sector agro-productor.

En el marco de la iniciativa, en el último mes, un total de 400 alumnos tuvieron la oportunidad de visitar y recorrer la planta de CNH en Córdoba, junto a especialistas

en el área, pudiendo conocer en profundidad el Centro de Entrenamiento, las líneas de fabricación de los productos nacionales, la Isla Ecológica y el Control Room.

"A partir de este convenio, nos comprometemos a aportar los recursos, conocimientos, capacidades e informaciones para impulsar el desarrollo educativo y social de las futuras generaciones de profesionales, quienes continuarán en el camino hacia la digitalización y tecnificación del agro. Ellos son semillero del futuro que el día de mañana estarán trabajando en el campo, en un concesionario o incluso en nuestra planta", afirmó Daniel Álvarez, Plant Manager.

Del aula, al campo

Mediante la participación de los concesionarios de la zona en actividades cooperativas, se realizarán durante el año demostraciones de maquinarias, herramientas de Agricultura de Precisión y prototipos a campo, entre otros, para promover la formación de los estudiantes de grado y posgrado de la Facultad.

En esta ocasión, en el campus de la Uni-



versidad, en la Facultad de Ciencias Agropecuarias, se desarrolló la "Semana de la Cosechadora", el primer encuentro organizado por Máquinas del Centro, concesionario oficial Case IH. Las jornadas se dividieron en 4 días y reunieron a un total de 400 alumnos de segundo año de la carrera de Ingeniería Agronómica, que se capacitaron y formaron sobre el funcionamiento de las cosechadoras.

Las capacitaciones estuvieron a cargo de Martín Gómez, soporte de Producto de CNH, junto a Pablo Petit, Marketing de Producto de Case IH para América Latina, y Alan Vidal, jefe de Taller de la sucursal Córdoba del concesionario. La protagonista de las jornadas fue la cosechadora "Axial-Flow" 5150, haciendo foco en sus beneficios y ventajas competitivas, además de destacar las virtudes de la Serie 150 y 250.

Facundo Carrera, estudiante de la UNC, participó del evento y destacó que "la charla fue muy informativa y las expectativas que teníamos se cumplieron totalmente. Es la primera vez que tenemos la posibilidad que un concesionario nos

traiga una cosechadora, así que durante la jornada buscamos evacuar todas las dudas posibles, llevando a la práctica los contenidos que abordamos en la cátedra. Agradecemos a Case IH y a la facultad por darnos esta oportunidad".

"Esta experiencia busca incentivar y promover la educación de las próximas generaciones. Es una vía para que los alumnos puedan conocer de primera mano y en profundidad los atributos de nuestras cosechadoras y su funcionamiento, acercándolos a la industria agrícola", afirmó Rodrigo Lanciotti, Gerente de Marketing de Case IH.

Esta experiencia busca incentivar y promover la educación de las próximas generaciones. Es una vía para que los alumnos puedan conocer de primera mano y en profundidad los atributos de nuestras cosechadoras y su funcionamiento, acercándolos a la industria agrícola

Naturgy

Programa Cuidemos Nuestros Recursos



María Verónica Argañaraz

participativo para toda la comunidad. Los docentes valoran mucho el intercambio de conocimientos y experiencias entre sus pares a nivel nacional. Al mismo tiempo realizamos actividades presenciales en los diferentes municipios, como las plantaciones, limpiezas y actividades de educación ambiental, que tienen un impacto positivo en la comunidad local.", señaló Verena Böhme, directora ejecutiva de Manos Verdes.

El programa "Cuidemos Nuestros Recursos" surgió como respuesta a la creciente necesidad de adoptar prácticas sostenibles y responsables en el uso de la energía y el gas. A través talleres y cursos de capacitación destinados a docentes y alumnos, y también a funcionarios y/o colaboradores de diferentes organizaciones aliadas, que abordan temáticas tales como Uso Responsable y Eficiente de la energía; desarrollo y mantenimiento de huertas y compost; y las 3R de la ecología: reducir, reutilizar y reciclar.

El portal www.CuidemosNuestrosRecursos.com cuenta con material didáctico y videos para que los docentes puedan utilizar en clase con sus alumnos, así como también podrán acceder a tomar diversas capacitaciones, obteniendo su respectivo certificado que acredita su realización. Por su parte, los niños pueden, a través de contenido informativo y de juegos lúdicos, concientizarse y aprender a realizar un uso eficiente del agua, el gas natural, la electricidad y el papel. Sobre cada uno de estos tópicos, hay información científica, datos de interés, recomendaciones de uso y juegos interactivos para comprobar los conocimientos adquiridos.

A su vez, el portal posee una sección exclusiva para docentes, cuyo objetivo es concientizar sobre el rol protagónico que posee la energía en la vida diaria y en la economía y desarrollo del país, poniendo énfasis en la importancia de educar en hábitos y conductas eficientes y amigables con el medio ambiente.

catoria a aquellos docentes del conurbano bonaerense para que se puedan inscribir para recibir un taller de educación ambiental en el aula.

"Estamos entusiasmados de dar comienzo, un nuevo año, del programa 'Cuidemos Nuestros Recursos' el cual representa un pilar fundamental para nuestro compromiso con la sostenibilidad, dando a conocer los principios sobre la importancia de la eficiencia energética y proporcionar herramientas prácticas para reducir el consumo y minimizar el impacto ambiental", afirmó María Verónica Argañaraz, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Naturgy Argentina. "Este programa no solo busca educar y asesorar, sino también motivar a toda la comunidad a tomar acciones concretas en la protección de nuestros recursos naturales".

"A través de las actividades presenciales que realizamos con la Fundación Manos Verdes y la plataforma virtual logramos desarrollar un programa interactivo y par-

Naturgy Argentina lanzó la edición 2024 de su programa "Cuidemos Nuestros Recursos" de uso eficiente de los recursos naturales, acción centralizada alrededor de su portal www.CuidemosNuestrosRecursos.com.

Esta iniciativa que, se lleva adelante todos los años, tiene como objetivo promover la eficiencia energética y la conservación de los recursos naturales en las comunidades, mediante capacitaciones para docentes y estudiantes, a fin de brindarles herramientas sobre el cuidado del medio ambiente y el buen uso de las distintas fuentes de energía y recursos naturales con que cuenta nuestro planeta.

Naturgy, en alianza estratégica con Fundación Manos Verdes, acompaña a la comunidad en la que distribuye gas natural en su transición hacia el desarrollo sostenible, ofreciendo acciones de concientización ambiental en los municipios e instituciones educativas. Por tal motivo, en la web del Programa está abierta la convo-

- Turismo nacional e internacional
- Viajes a medida

- Salidas grupales
- Viajes de ocio



- Viajes de negocios
- Incentivos para empresas

- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel



Mercedes Benz Argentina



Como parte de sus acciones de apoyo a la Educación que engloba su Estrategia de Sustentabilidad, Mercedes-Benz Argentina fue Sponsor Gold del Bootcamp, un evento de tres jornadas organizado por Trama, realizado días atrás, que reunió a 150 estudiantes de toda la Argentina. Trama es una organización de estudiantes que nace en 2012 en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA). Su principal objetivo es "acercar el mundo laboral, tecnológico y del emprendedurismo a los estudiantes". El sponsoreo incluyó la exposición de directivos de Mercedes-Benz Argentina quienes interactuaron con los jóvenes. Ellos fueron Roberto Gasparetti, Managing Director de la División Autos; Jorge Lucini, gerente de Ventas y Marketing de la División Autos; Verónica Niemann, gerente de Asuntos Públicos, Comunicaciones y AGS; Mónica Ostreika, Gerente de Calidad y Medio Ambiente; y Daniel Sáenz Medina, Gerente Senior de Logística. Durante los días en que se llevó adelante el evento, la EQA, la SUV 100% eléctrica de Mercedes-Benz, fue exhibida en el patio interno del edificio despertando el interés de quienes pasaron por el lugar. "Desde Mercedes-Benz Argentina ha sido una gran oportunidad participar del BootCamp generando el ida y vuelta con los jóvenes. Para nosotros es clave compartir y dar a conocer nuestra estrategia

corporativa Ambition 2039", afirmó Jorge Lucini, gerente de Ventas y Marketing de la División Autos en Mercedes-Benz Argentina. El BootCamp se desarrolló dentro de bloques de trabajo y de charlas. Emprendedores y representantes de organizaciones relacionadas a las temáticas tratadas presentaron problemáticas propias con soluciones y herramientas útiles para el desarrollo de los proyectos. En la sala había "mentores" que son expertos en las distintas categorías, dispuestos a orientar y generar un intercambio con los participantes. El valor del BootCamp radica en la trama que se pueda generar a partir de la conexión de personas con distintos conocimientos y vivencias. En esta edición, el evento estrella fue una competencia de emprendedurismo, totalmente gratuita reuniendo a jóvenes de toda la Argentina. Durante el evento, los participantes se agruparon en equipos para idear un emprendimiento, armar un plan de negocios, y presentar el proyecto ante jurados que decidirán los ganadores. Dicho proyecto de negocio debía solucionar de manera práctica e innovadora la problemática elegida. Cada grupo presentó su proyecto ante el jurado de su categoría en un pitch, que simuló las exposiciones reales de propuestas de emprendimientos. Tres equipos fueron seleccionados

por categoría para exponer nuevamente en la final, en donde se definió el ganador. El evento busca que los participantes desarrollen habilidades y adquieran conocimientos en emprendedurismo, negocios, tecnología y otras temáticas, a través de dinámicas, trabajo en equipo, charlas y experiencias inspiradoras. El foco es motivar a pensar de manera diferente, interactuar con diversidad de personas, salir de la zona de confort y crecer tanto personal como profesionalmente. Trama nuclea a cinco clubes y tres proyectos transversales: emprendedores, finanzas, IT, media y consultoría. Además, tienen más proyectos: podcast, agro y proyecto 0. Cada uno de estos clubes organiza distintas actividades como charlas, eventos, talleres, cursos y demás, buscando acercar su respectiva industria a los estudiantes. Además, en estas actividades se fomentan aquellas habilidades blandas que se adquieren "fuera del aula" y son esenciales para el desarrollo futuro de los estudiantes. Por su parte, el director de Trama Martín Casá afirmó: "Desde el Club de Emprendedores creado por Trama estamos muy satisfechos con los resultados alcanzados y queremos expresar nuestro agradecimiento a Mercedes-Benz por ser Sponsor Gold del evento, lo que nos ayudó a poder brindar esta propuesta de forma totalmente gratuita a estudiantes universitarios de todo el país".

BMW GROUP

BMW GROUP ARGENTINA LANZA LA NUEVA BMW X6 Y CONTINÚA LA EXPANSIÓN DE SU GAMA

El modelo que inauguró el segmento de las Sports Activity Coupé (SAC) regresa al país y amplía la oferta en los segmentos superiores de la marca BMW, con el rediseño que actualiza su tercera generación y un nuevo impulsor Mild Hybrid. Con el estreno de su motor con tecnología Mild Hybrid, un extenso equipamiento y un nuevo rediseño, BMW Group Argentina comunica el lanzamiento de la BMW X6, la Sports Activity Coupé (SAC) grande que ofrece en un mismo vehículo las ventajas de una Sport Activity Vehicle (SAV) y el rendimiento y atractivo de una silueta coupé. Leandro Larregina, Gerente de Ventas y Desarrollo de Red de BMW y MINI, manifiesta sobre el modelo que "Por su particular impronta y el impacto que generaron sus evoluciones anteriores, la BMW X6 es uno de los vehículos más rupturistas y exitosos de los últimos años de la marca. Sin dudas se trata de un vehículo muy reclamado por nuestros clientes más vanguardistas, que además buscan un vehículo de alta performance sin abandonar las bondades de una SAV".



Llega a la Argentina la nueva BMW X5

En el año del 25° Aniversario del modelo, BMW Group Argentina comunica oficialmente la nueva evolución de su tradicional SAV grande. Con diseño renovado, motor de seis cilindros con tecnología Mild Hybrid, tracción integral, paquete M Sport Pro y un equipamiento de confort exclusivo para la gama. La nueva BMW X5 arriba al país desde la Planta de BMW Group en Spartanburg, Estados Unidos (una de las sedes de producción tradicionales de los modelos X) con una mecánica naftera de seis cilindros BMW TwinPower y tecnología Mild Hybrid de 48V, que desarrolla 381 cv y 540 Nm. de torque entre las 1.850 y 5.000 rpm. Este impulsor representa un nuevo paso en el camino de la electrificación de BMW Group. "La BMW X5 significa el regreso de BMW al segmento grande, una tradicional fracción

del mercado Premium argentino donde la marca siempre ha tenido gran arraigo, suceso y tradición. Se trata de un vehículo muy esperado por nuestros clientes y la red de concesionarios, con el estreno del sistema Mild Hybrid para lograr una mejor performance y permitir un mayor ahorro de combustible" afirma respecto al modelo Ivana Dip, CEO & Managing Director de BMW Group Argentina.



FORD ARGENTINA

COMIENZA LA PRODUCCIÓN DE LOS MOTORES DE LA NUEVA RANGER EN EL PAÍS

Ford Argentina inauguró su nueva planta de motores en Pacheco, Argentina, donde producirá dos motores turbodiesel: el Lion V6 3.0L y el Panther 2.0L de cuatro cilindros, como parte de una inversión de 80 millones de dólares, que se suman a los 580 millones de dólares ya invertidos para la transformación del centro industrial y la producción de la nueva Ranger.

La planta de motores de Ford fue completamente transformada, es 20% más grande, sigue conceptos de manufactura 4.0, con sistemas inteligentes, alto nivel tecnológico, automatización y digitalización al servicio de la calidad. La sustentabilidad y experiencia de los colaboradores también fueron prioridades en esta transformación.

“La mejora continua de nuestros productos y nuestra competitividad es clave para el negocio de Ford en la región. Desde su lanzamiento, la Nueva Ranger ha mejorado en todos los indicadores. La calidad es un gran diferencial del producto, lo que impacta directamente en la satisfacción de nuestros clientes”, afirmó Martín Galdeano, presidente de Ford Argentina y Sudamérica.

Calidad y ventas

“En Argentina y Brasil, la Ranger fue la camioneta que más creció volumen de ventas durante 2023, con un aumento del 84% y 42,5%, respectivamente. Este año, hasta mayo, Ranger continúa creciendo en participación de mercado, alcanzando un 30%” afirma Sebastián Trotta, director de Ventas y Marketing de Ford Argentina.



La Nueva Bronco Wildtrak ya está disponible

La Nueva Ford Bronco Wildtrak V6 ya se encuentra disponible en los concesionarios de todo el país.

Nacida salvaje, y diseñada para la aventura, Bronco es la legendaria SUV de Ford que combina la robustez de la Serie F con el espíritu rebelde del Mustang, y que, gracias a su diseño inteligente, robusto hardware y tecnología de última generación, lleva la capacidad off-road a niveles inéditos para un vehículo de este tipo.

La llegada de la Nueva Bronco Wildtrak V6, es una muestra del compromiso de Ford para ofrecer a los consumidores argentinos lo mejor del portafolio global de la marca, sean pick-ups, SUV's o vehículos comerciales, Ford ofrece vehículos emocionantes y con tecnología de vanguardia.

MERCEDES BENZ ARGENTINA

LA EMPRESA INGRESA A LA ERA DE ELECTROMOVILIDAD EN ARGENTINA

Mercedes-Benz Camiones y Buses Argentina, la subsidiaria local de Daimler Truck AG, presentó el chasis eO500U, diseñado para satisfacer la creciente demanda de transporte urbano sustentable, fusionando eficiencia y seguridad. La empresa alemana, tiene como objetivo liderar la transformación hacia la sustentabilidad y abordar los desafíos del mañana mediante la visión “cero emisiones” con vehículos eléctricos.

En la sede del Centro de Capacitación Mercedes-Benz ubicado en Tortuguitas se realizó un evento de presentación con la presencia del Secretario de Transporte de la Nación, Dr. Franco Mogetta.

La combinación de tecnología avanzada y diseño innovador del chasis eléctrico asegura su preparación para enfrentar los desafíos del transporte urbano moderno, proporcionando una solución sustentable y confiable para las ciudades del futuro. Sebastián Gysin, Director de Ventas y Marketing de Buses Mercedes-Benz, subrayó la importancia de este avance.

SelecTrucks celebra 5 años

Mercedes-Benz Camiones y Buses celebra el quinto aniversario de SelecTrucks. Federico Amden, Gerente de SelecTrucks, destacó la excelencia que caracteriza a la marca.

Mercedes-Benz Actros 2548 LS/33

Mercedes-Benz Camiones y Buses destaca el Actros en su versión 2548 LS/33. Este vehículo se describe como el socio ideal tanto para transportistas como para impulsar negocios relacionados con el transporte de cargas pesadas y viajes de larga distancia ya que son ideales para escalabilidad y bitrenes de 60 toneladas. “En Mercedes-Benz Camiones y Buses, estamos comprometidos con la innovación y la excelencia en cada uno de nuestros productos que también refleja nuestro compromiso con ofrecer soluciones avanzadas que impulsen la productividad y la satisfacción del cliente en todos los sectores”, comentó Roberto Faist, Geren-



te de Producto & Marketing de Mercedes-Benz Camiones.

Acuerdo de Mercedes-Benz Compañía Financiera y Banco Galicia

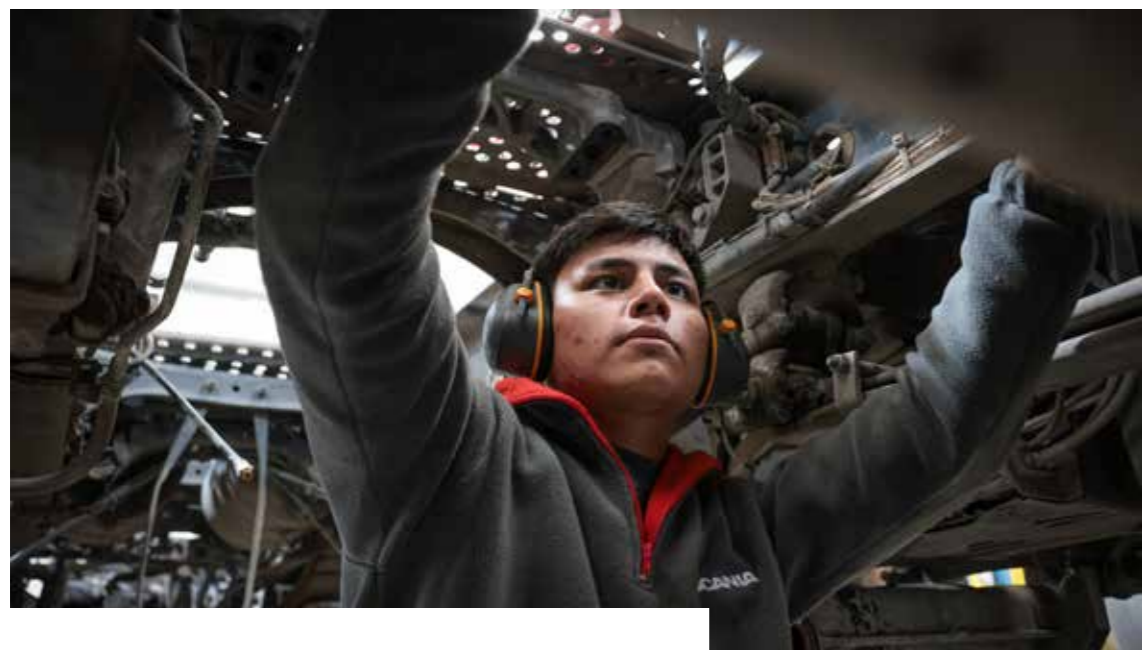
Mercedes-Benz Compañía Financiera, empresa del grupo Daimler Truck, y Banco Galicia firmaron un acuerdo estratégico para promover la financiación de Buses Mercedes-Benz en Argentina. El convenio permitirá a las empresas acceder a soluciones financieras para la adquisición y renovación de unidades, fortaleciendo un sector clave para la economía argentina.



Sebastián Gysin junto al chasis eléctrico eO500U

SCANIA ARGENTINA

CONSOLIDACIÓN DE SU CRECIMIENTO EN CUYO



Con puntos de atención comercial, servicios de mantenimiento y venta de repuestos, la compañía invirtió más de dos millones de dólares en la zona que abarca San Juan, Mendoza y San Luis.

Con 29 posiciones de servicio distribuidos a lo largo y ancho del territorio argentino, la firma robustece su compromiso con el país y continúa realizando inversiones para mejorar la experiencia de sus clientes y sus colaboradores. "Cada provincia argentina tiene sus particularidades, y sabemos que la región Cuyo es una de las zonas más importantes en lo que respecta al transporte de cargas nacional e internacional, a la movilidad turística de pasajeros, y a la actividad minera", explicó Sandro Milazzotto, gerente de Región Cuyo de Scania Argentina.

A mediados de 2022, Scania inauguró su nuevo punto de servicio ubicado en la localidad Sanjuanina de Pocito. Este concesionario, representó una inversión de más de un millón de dólares.

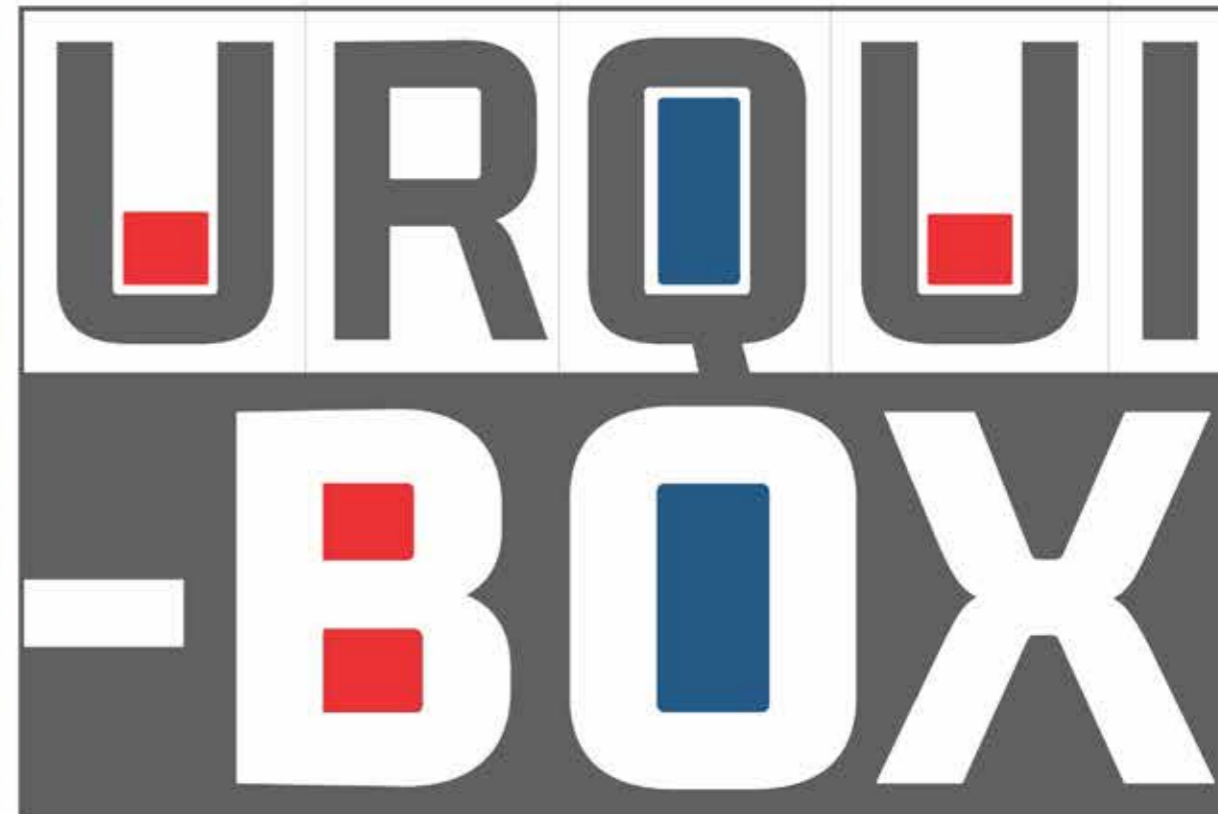
A partir de un desembolso del mismo monto, este año se completaron reformas en el concesionario de Mendoza y con una reciente inversión de cien mil dólares, la firma posee también en San Luis un taller móvil.

En los últimos once años, Scania invirtió en Argentina más de 135 millones de dólares, distribuidos en sus operaciones comerciales, en la planta productiva de Tucumán y en los puntos de servicio. Con 48 años de operación ininterrumpida en el país, emplea a más de 1200 colaboradores y cuenta con una fábrica 100% exportadora.



Cada provincia argentina tiene sus particularidades, y sabemos que la región Cuyo es una de las zonas más importantes en lo que respecta al transporte de cargas nacional e internacional, a la movilidad turística de pasajeros, y a la actividad minera

BAULERAS



➔ **Promo Apertura** ←
Primer Mes Bonificado

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



info@urqui-box.com.ar



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

- Espacios de
almacenamiento
temporales y
permanentes.

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

- Renovación mensual
automática.

www.urqui-box.com.ar

STELLANTIS ARGENTINA

Nuevo Peugeot 2008

Para Peugeot, el mundo es mejor con belleza, sofisticación y exclusividad. Y así es el Nuevo Peugeot 2008, un vehículo que lleva estos atributos a otro nivel, especialmente con la nueva versión GT. Un nuevo vehículo, con un diseño impactante, irresistible y único en el mundo. Con el Nuevo Peugeot 2008, la marca refuerza su identidad innovadora y felina, al tiempo que eleva los estándares de elegancia, tecnología y robustez en su segmento. Dotado de elementos inconfundibles, el vehículo desprende audacia y modernidad, con dosis de sofisticación y tecnología de vanguardia en partes iguales.



Ram Rampage Laramie

En enero de este año, la marca de pickups premium de Stellantis presentó en Argentina la Rampage, el primer modelo RAM diseñado y desarrollado en la región latinoamericana. A las versiones iniciales denominadas Rebel y R/T, se suma la Laramie, completando un line-up con tres propuestas visiblemente diversas que ofrecen respectivamente aventura, deportividad y, ahora también, versatilidad. Casi automáticamente, este nuevo vehículo marcó un hito significativo, no sólo por el hecho de ser el primer modelo de la marca RAM diseñado y desarrollado en Latinoamérica, sino por la gran aceptación que recibió por el público argentino.



Más de 100 años en argentina

Con más de 100 años de historia en Argentina, Fiat desembarcó su primer vehículo en nuestro país en 1903 en manos de un distribuidor independiente. Con el éxito de los modelos italianos, la empresa abrió su primera fábrica en el 1960, en Caseros, provincia de Buenos Aires.



La empresa celebró la fabricación del Fiat Cronos número 400.000 en Argentina

Presentado en 2018, el Fiat Cronos suma un nuevo hito llegando a la unidad número 400.000. Con la presencia de Martín Zuppi, Director General de Stellantis Argentina, y Glauber Fullana, Vicepresidente de Producción para Stellantis en América Latina, el grupo automotriz más grande de Argentina celebró la fabricación del Fiat Cronos número 400.000 en su planta de Ferreyra, provincia de Córdoba.

125 años de Fiat

La marca nació el 11 de julio de 1899 en el Palazzo Bricherasio, en Turín, donde se fundó la Società Anonima Fabbrica Italiana di Automobili - Torino, luego simplificada a Fabbrica Italiana Automobili Torino - y conocida por todos por su acrónimo: FIAT. Con modelos que son parte de la vida de millones en toda América del Sur, Argentina y Brasil representan un capítulo importante en la historia de Fiat. La marca se expandió más allá de las fronteras italianas y se convirtió en una de las más grandes del sector automovilístico del mundo.



BAGÓVIT LANZA LA NUEVA LÍNEA CAPILAR PLASMA VEGETAL



Bagóvit Capilar lanza una nueva línea de cuidado capilar, formulada con ingredientes obtenidos a partir de sustancias de origen natural.

En Bagóvit mantenemos nuestro compromiso con la salud de la piel y es por eso que desde hace 75 años trabajamos para innovar con mejores propuestas para su cuidado. Presentamos la nueva línea Capilar Plasma Vegetal conformada por un shampoo, un acondicionador y una máscara de tratamiento que estimulan el crecimiento aportando volumen y elasticidad al cabello debilitado. Su exclusiva formulación con ingredientes obtenidos a partir de sustancias de origen vegetal, como la alfalfa, el romero, el lúpulo y el meliloto, en combinación con la pura Vitamina A de Bagóvit, refuerza la estructura del cabello y ayuda a reactivar su ciclo de crecimiento.

Bagóvit cuenta con el respaldo de Laboratorios Bagó. Por eso su calidad, innovación y portafolio de productos Bagóvit están a la vanguardia en dermocosmética.

BBVA FIRMA UN ACUERDO CON TELEFÓNICA TECH POR CIBERSEGURIDAD A ESCALA GLOBAL

BBVA ha elegido a Telefónica Tech para impulsar la ciberseguridad de sus operaciones a escala global con la incorporación de las tecnologías más avanzadas en inteligencia artificial y automatización de procesos para la prevención de ciberamenazas. Además, esta alianza conlleva la creación de un nuevo centro especializado en México, que funcionará como espejo del Centro Global de Ciberseguridad de BBVA ya existente en España. La combinación de ambos permitirá ofrecer una cobertura integral e ininterrumpida a todo el Grupo.



NUEVOS NEUMÁTICOS PIRELLI PARA EL PORSCHE 911 GT3 Y 911 GT3 RS

El trabajo en equipo entre Pirelli y Porsche ha dado como resultado cuatro neumáticos deportivos para el emblemático 911 del fabricante de Stuttgart: P Zero Trofeo RS y P Zero Corsa para el Porsche 911 GT3 RS, así como P Zero Trofeo R y P Zero Corsa para el 911 GT3. Todos estos nuevos neumáticos han sido diseñados específicamente para ofrecer una conducción segura y agradable tanto en carretera como en circuito. Entre ellos, el P Zero Trofeo RS, el producto más orientado al rendimiento de la gama Pirelli, acaba de ser considerado el mejor neumático semi-slick legal para la conducción en pista por la revista alemana Auto Bild Sportscars, que recientemente comparó varios neumáticos en un 911 GT3 RS.





LUCIANO'S: IMPORTANTE INVERSIÓN PARA PRODUCIR ALFAJORES

Luciano's presentó su nueva línea de alfajores premium producidos en Mar del Plata.

Luciano's, reconocido por sus helados únicos, sabores extravagantes y su impresionante expansión internacional, ha decidido dar un nuevo paso adelante con la creación de una línea de alfajores premium, que lo posiciona frente a otras marcas líderes de este producto marplatense.

"Estamos seguros de que vamos a reinventar la historia del alfajor porque cada uno está elaborado con las mejores materias primas y bañado en chocolate belga de altísima calidad", afirma Christian Otero, cofundador de la empresa que nació en 2011 y que ya tiene más de 85 locales en Argentina y en el extranjero.

Inversión inicial \$350.000 USD.

La compañía tiene grandes expectativas de comercializar el alfajor en el exterior dentro de un año. "Creemos que los argentinos que visitan nuestros locales en otros países estarán ansiosos por disfrutar de este nuevo producto", comparte Otero. "En los extranjeros vamos a generar una nueva cultura, un cambio de época, ya que el dulce de leche argentino se está transformando en un producto apreciado en todo el mundo."

MOSTAZA ABRIÓ SU LOCAL 186

La cadena de comida rápida líder en Argentina, amplía su presencia en Capital Federal con la apertura de su local número 186, ubicado frente a Parque Centenario. Esta nueva sucursal, con capacidad para 150 personas, está diseñada para ofrecer una experiencia única a sus clientes, contando con una moderna sección de cafetería.

La inauguración de este espacio, que cuenta con un equipo de 30 empleados, es parte del ambicioso plan de expansión y aperturas de Mostaza, el cual busca superar las 200 sucursales hacia fin de año. En línea con este último punto, el gigante del fast food espera cerrar el año con un total de 30 nuevos locales, estimando una inversión de más de USD 30 millones.



LIDHERMA PRESENTÓ NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS

Lidherma lanzó una nueva línea de productos: Vita B12+. Tanto el contorno de ojos como la crema y emulsión de esta línea están diseñados específicamente para energizar y revitalizar la piel sensible.

De acuerdo con un estudio clínico realizado en el laboratorio, los resultados destacan múltiples beneficios:

Reparación de la barrera cutánea en tan solo dos horas.

El 93% de los usuarios destacan la hidratación profunda y duradera, logrando prevenir la pérdida de agua por 24 horas.

8 de cada 10 personas que la probaron notaron mejoras en la descamación de la piel. El 100% de los usuarios reportan una evolución en la luminosidad y unificación del tono de la piel.



EVOLUCIONAR EN EL DISEÑO ES CAMBIAR PARA MEJOR



FATE.COM.AR

Desarrollar los neumáticos que tu auto necesita. En confort, seguridad y control de marcha. Eso es Fate. Evolución en diseño constructivo.

fate ○

Diseñada para superar tus expectativas



NEW

CR-V

 HONDA UTILIZA  YPF INFINIA


HONDA