

# Revista **Económica**

AÑO XL / N° 191 / MAYO-JUNIO 2025

## **BYMA**

AVANZA EN SU ESTRATEGIA  
TECNOLÓGICA WORLD CASS

## **Lundin**

UNO DE LOS MAYORES  
YACIMIENTOS DE COBRE,  
ORO Y PLATA DEL MUNDO

## **Genneia**

CUARTO PARQUE SOLAR  
EN SAN JUAN



## **Merck**

INAUGURÓ SU PRIMER  
INICIATIVA DE AUTONOMÍA  
ENERGÉTICA EN EL PAÍS

## **BBVA**

CAMPAÑA PYMES 2025

## **Coca - Cola**

NUEVA INVERSIÓN EN LÍNEA  
DE ENVASES RETORNABLES



# Futuro

Construir un futuro sostenible, con la confianza que transforma tus ideas en realidad.

BBVA, décadas en Argentina brindando respaldo e impulsando sueños y proyectos.

¿Avanzamos?

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

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

## La Industria Nacional en jaque

**E**n este año y medio de gobierno la política económica del presidente Milei, sustentada en un dogmático liberalismo de mercado, ha desatado una crisis profunda en el tejido productivo nacional.

Con la promesa de dinamitar el "modelo empobrecedor", el gobierno ha optado por una combinación de ajuste fiscal brutal, apertura comercial indiscriminada y desregulación, que lejos de revitalizar la economía, ha puesto en peligro la subsistencia de miles de pequeñas y medianas industrias.

Uno de los pilares del "plan motosierra" es el recorte del gasto público. En la práctica, esto ha significado el cierre o la paralización de obras públicas, la caída abrupta del consumo interno y el abandono del rol del Estado como dinamizador de la economía. Para las industrias nacionales, especialmente las PYMES, esto se traduce en menos demanda, menos inversión y más incertidumbre.

La apertura comercial sin ningún tipo de protección ha resultado ser un golpe letal para muchos sectores productivos. Mientras el dólar oficial permanece controlado, el ingreso de bienes importados a precios subsidiados en sus países de origen compete en condiciones desiguales con la producción local, que carga con impuestos, tarifas en alza y falta de financiamiento. El resultado es la pérdida de competitividad y el cierre de empresas, con el consiguiente aumento del desempleo industrial.

A esto se suma una política monetaria que, en nombre de la estabilidad, ha estrangulado el crédito productivo. Las tasas de interés reales positivas, promovidas para frenar la inflación, hacen inviable cualquier proyecto de inversión. La industria, sin acceso al financiamiento y sin mercados que demanden sus productos, se encuentra asfixiada por una lógica que prioriza el ajuste macroeconómico por sobre la preservación del aparato productivo.

Milei prometió "ordenar la economía" eliminando lo que llama "cargas estatales innecesarias". Sin embargo, al desmantelar las políticas de promoción industrial, al dejar libradas al mercado actividades estratégicas y al desmontar la infraestructura pública, está socavando las bases sobre las que se construyó el desarrollo argentino. La historia demuestra que ningún país se ha industrializado sin algún grado de protección y planificación.

La industria nacional no solo es una fuente de empleo calificado y valor agregado: es una condición indispensable para la soberanía económica. La política actual, con su desprecio por el rol del Estado y su idolatría por el libre mercado, está empujando al país hacia una reprimarización económica que solo beneficia a los sectores concentrados del agro y las finanzas.

El discurso de la "libertad" no puede justificar un modelo que condena al cierre de empresas, al éxodo de talentos y a la dependencia estructural. Si no se corrige el rumbo, el legado económico de este gobierno será la destrucción de la industria nacional y la profundización de la desigualdad social.



# Sumario



**4 pag.**

## BYMA

Avanza en su estrategia tecnológica world class



**8 pag.**

## REDISEÑAR EL TIEMPO

Del burnout al bienestar laboral



**10 pag.**

## YPF

Finalizó construcción primer tramo gasoducto Añelo



**12 pag.**

## LUNDIN

Argentina tiene uno de los mayores yacimientos de cobre, oro y plata del mundo



**14 pag.**

## NORTON

130 años abrazando la pasión del vino argentino



**16 pag.**

## GENNEIA

Construirá su cuarto parque solar en San Juan



**18 pag.**

## MARIELA NAVAZO

El lado invisible de emprender



**20 pag.**

## COCA - COLA

Inversión nueva en línea de envases retornables



**22 pag.**

## BBVA

Nueva campaña PyMEs 2025



**24 pag.**

## MERCK

Inauguró primera iniciativa de autonomía energética en Argentina



**51 pag.**

## INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Novedades del sector

**23 pag.**

## SUTHERN ENERGY

Segundo barco de liquefacción en Río Negro

**26 pag.**

## HITACHI

Iniciativa en AI para diagnóstico de fallas en equipos industriales

**28 pag.**

## SINTEPLAST

Trimas, línea de productos para la industria automotriz

**30 pag.**

## BALL

Resultados primer trimestre 2025

**32 pag.**

## YOU TUBE

La mayor herramienta de generación de ingresos digitales

**34 pag.**

## PEDIDOS YA MARKETS

5° aniversario con crecimiento en su volumen de ventas

**37 pag.**

## GAFA

Nueva línea de heladeras no frost inverter A+

**38 pag.**

## CÁMARA QUÍMICA Y PETROQUÍMICA

Alinear operaciones que garanticen desarrollo sustentable

# Staff

## Edición 191

MAYO - JUNIO 2025

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](mailto:reveconomica@gmail.com)  
[rechax2@gmail.com](mailto:rechax2@gmail.com)  
[www.revistaeconomica.com.ar](http://www.revistaeconomica.com.ar)

# BYMA invierte USD 21 millones y avanza en su estrategia tecnológica world-class

EN EL CONTEXTO DE CRECIMIENTO EXPONENCIAL DE OPERACIONES QUE EN 2024 ALCANZÓ RÉCORDS HISTÓRICOS, BYMA ANUNCIÓ EL FOCO DE SUS PROYECTOS TECNOLÓGICOS PROTAGONISTAS DE SU ESTRATEGIA IT PARA SEGUIR INCORPORANDO TECNOLOGÍA WORLD-CLASS AL MERCADO LOCAL. EL DESEMBOLSO DE LA INVERSIÓN TENDRÁ LUGAR EN UN 80% DURANTE 2025 Y 2026.



**Claudio Zuchovicki presidente de BYMA**

**M**ediante alianzas con AWS, EPAM, Nasdaq, Red Hat, Oracle -entre otros- la Bolsa Argentina seguirá potenciando la escalabilidad y la capacidad de los sistemas que viabilizan volúmenes de operaciones cada vez más altos.

En los últimos años, el Mercado de Capitales viene creciendo a ritmos exponenciales. Las inversiones se han transformado en una alternativa a través de la cual cada vez más argentinos buscan obtener un rendimiento y estar al día con el dinamismo del contexto económico local.

Este interés creciente se traduce en volúmenes que rompen récords constantemente. 2024 finalizó en diciembre con el pico máximo de operaciones en un día del año alcanzando la cifra de 1.121.572 (18 de diciembre), lo cual representa un 76% más respecto al promedio diario 2024. 2025 comenzó manteniendo la tendencia creciente de operaciones, en el primer mes del año el promedio diario de operaciones superó en un 32% el promedio diario 2024. Estos volúmenes de procesamiento superan los de Bolsas líderes como la de Londres (LSEG).

Para potenciar este escenario, BYMA avanzará en su estrategia tecnológica world-class mediante el desarrollo de proyectos que implican una inversión de 21 millones de dólares para los próximos años, de los cuales el 80% se destinará entre 2025 y 2026.

Esto implica casi duplicar el monto invertido en los últimos 3 años para el próximo período, materializando un fuerte compromiso con el impulso de la evolución tecnológica para el ecosistema local.

Mediante alianzas con líderes mundiales como Amazon Web Services, EPAM, Nasdaq, Oracle, Red Hat -entre otros-; BYMA



proyecta seguir robusteciendo la infraestructura IT del mercado argentino. El foco es potenciar la escalabilidad y la capacidad de los sistemas que viabilizan volúmenes de operaciones cada vez más altos. Algunos proyectos en curso que están generando impacto en el ecosistema son:

Junto a Amazon Web Services, BYMA continuará introduciendo soluciones innovadoras para acrecentar la disponibilidad, capacidad, eficiencia, seguridad y escalabilidad en sus sistemas y plataformas. Y llevar al siguiente nivel la estrategia de datos y la innovación, tanto de BYMA como de los participantes del mercado.

Con Oracle, BYMA evolucionará la oferta de servicios tecnológicos para los Agentes Miembro del mercado.

Junto a Nasdaq, BYMA renovará a lo largo del año su sistema de liquidación y riesgo, conocido internacionalmente como clearing; luego de haber implementado junto al proveedor líder el sistema de custodia en 2023.

Así, el ciclo de la operatoria viene evolucionando hacia su integración punta a punta con tecnología world-class: Negociación y Market Data (Millennium, EPAM); Postrade (Nasdaq) y Custodia (Nasdaq).

#### Generación de empleo.

La inversión tecnológica potencia también la mayor generación de empleo. A nivel interno, la evolución IT abre nuevas oportunidades para el desarrollo de colaboradores de BYMA con foco tecnológico. Durante 2024, BYMA incorporó 80 personas, y hoy más del 44% del staff del Grupo BYMA son perfiles tecnológicos, especialistas en innovación y nuevas tecnologías.

Este escenario también es fuente de empleo indirecto, mediante la articulación con empresas, emprendimientos y pymes de diversas regiones de Argentina que acompañan en el desarrollo de implementaciones y transformaciones IT.

Un recorrido de innovación. El anuncio de las proyecciones son parte de una estrategia de evolución tecnológica que

BYMA viene llevando adelante desde hace años. Desde 2022, BYMA ya invirtió 25.4 millones de dólares[1] en proyectos clave.

#### Crecimiento de mercado en números: 2024 vs. 2025

En diciembre 2024, se registró un incremento exponencial que superó y marcó un punto de inflexión en la tendencia evolutiva del año que terminó. Y que estableció un punto de partida favorable para 2025.

#### Operaciones

En 2024 se registraron cerca de 640 mil operaciones diarias, un 92% más si se lo compara con el promedio diario de 2023. Este número ha mantenido un sostenido crecimiento, por ejemplo, el promedio diario de diciembre 2024 fue de 820 mil operaciones. Además, en una jornada excepcional que tuvo lugar el 18/12, el número ascendió a 1.121.572 operaciones en un solo día. Estos resultados se superaron en el primer mes de 2025, durante el cual el promedio diario de operaciones fue 32% mayor que el promedio diario 2024, alcanzando un total de 843.000 operaciones en una jornada.

#### Transferencias

En 2024 se registró un promedio mensual de transferencias de más de 10.7 millones.

En lo que va de 2025, esta cifra se superó en un 56%, alcanzando un total de 16.7 millones transacciones mensuales.

Durante este año, ya se registró un pico máximo de transacciones que alcanzó las 2.89 millones en un día, lo cual superó en un 464% el promedio diario 2024 y 297% el promedio diario 2025.

ADTV (Volumen promedio diario de negociación) En 2024, el ADTV promedio fue de 5.701 millones USD y ex-

perimentó saltos desde octubre. Desde dicho mes a noviembre, el ADTV ascendió a USD 7.861 millones. De noviembre a diciembre, las cifras fueron aún mayores. El ADTV aumentó a USD 9.018 millones.

En 2025, la tendencia del ADTV fue incremental. El promedio diario de 2025 muestra un crecimiento del 57% respecto al promedio diario de todo el 2024.

#### Cuentas Comitentes Abiertas

2024 finalizó con 16.5 millones de cuentas comitentes abiertas, un 80.9% más respecto al total con el que finalizó en 2023. Y las billeteras virtuales explican un gran porcentaje de ese total, representando el 37%. Todos los meses se abren 600.000 nuevas cuentas aproximadamente.

En el primer mes de 2025, las cuentas comitentes crecieron un 26% respecto al total con el que finalizó 2024. Hoy, el total es de 20 millones.

#### Contexto internacional

El escenario local es cada vez más atractivo, e incluso está generando volúmenes que superan a mercados internacionales. El análisis de datos arroja las siguientes comparaciones: el promedio diario de operaciones registradas en BYMA durante 2024 fue un 9% mayor al de una bolsa líder del mundo como la London Stock Exchange, cuyo promedio anual se alojó en las 597.361 operaciones diarias. Si comparamos el promedio diario de operaciones de diciembre, el de BYMA es superior al de dicha bolsa en un 44%.

#### ¿Qué indican estos números?

Que el mercado local se está agrandando y adquiriendo mayor profundidad, acercándose y elevándose por sobre la actividad de otros mercados que hasta hace un tiempo resultaban lejanos. En este escenario, la capacidad de procesamiento de la infraestructura tecnológica del mercado argentino cobra un rol central.

#### Que las empresas pueden acceder a más oportunidades de financiamiento.

Según datos de la Comisión Nacional de Valores, el financiamiento de las empresas acumulado a diciembre 2024 alcanzó los US\$ 23.932 millones, un récord histórico que más que duplicó lo colocado en 2023. El monto del año 2024 también superó en un 20% el máximo histórico previo alcanzado en 2018. Si las personas deciden transformar sus ahorros en inversiones, las empresas pueden obtener fondos para concretar proyectos. Si las condiciones económicas actuales se sostienen, se profundizará la consolidación de una estructura de ahorro de la población cada vez más sólida, que favorecerá la visión largoplacista y la llegada de inversiones internacionales.

#### Desafíos y proyecciones

Tal como expresan los números, el creciente interés y acceso de los participantes al mercado no se trata de un hecho aislado ni de un comportamiento circunstancial, sino sostenido en el tiempo que indican que Argentina hoy está posicionada sobre nuevas bases.

Desde BYMA venimos generando las condiciones para que esto pueda suceder, con preparación, invirtiendo en la incorporación de los sistemas que usan los mercados líderes del mundo. Como en todo camino evolutivo, existe un proceso de adaptación por parte de todos los factores y participantes del mercado, y pueden presentarse instancias en las que nuestros sistemas puedan percibir situaciones de estrés.

El enfoque de BYMA es seguir invirtiendo para introducir soluciones que puedan viabilizar el creciente interés de los inversores por el mercado argentino.

#### El rol de los Agentes

Un factor clave en este recorrido es el trabajo de nuestros Agentes Miembros, quienes alientan y generan el incremento del número de operaciones mencionado junto con el de inversores. Los Agentes Miembros están respondiendo con recursos, profesionalidad y, por sobre todo, con el trabajo cotidiano que demanda sobrellevar los desafíos asociados al crecimiento y su articulación constante con BYMA. El mercado resuena y es una buena noticia.

#### Acerca de BYMA

BYMA es la Bolsa de Valores de Argentina que combina de manera inteligente mercados y tecnología, para convertir la inversión en crecimiento y desarrollo.

Integrada bajo una plataforma tecnológica de última generación y con los estándares de calidad y seguridad de los principales mercados del mundo, BYMA ofrece un acceso seguro y transparente al mundo de las inversiones, tanto a las instituciones, como a las empresas y al público en general. BYMA es la evolución del mercado de capitales argentino, conjuga liquidez, conocimiento y profesionalismo, para afrontar los desafíos y exigencias del mundo actual, transformando las inversiones en trabajo y desarrollo para el país en un ámbito de buenas prácticas de gobierno corporativo.



está expresado en dólar MEP.



**CELEBRANDO  
NUESTRA HISTORIA  
TRANSFORMANDO  
EL MAÑANA**

# Rediseñar el tiempo: del burnout al bienestar laboral

DURANTE MUCHO TIEMPO CREÍMOS QUE EL TRABAJO QUE MERECIÁMOS ERA ESE QUE NOS DEJABA SIN ALMUERZO, SIN PAUSA Y SIN RESPIRO. QUE EL COMPROMISO SE MEDÍA EN SACRIFICIOS, Y LA PRODUCTIVIDAD EN AGOTAMIENTO. PERO ALGO CAMBIÓ. Y NO, NO FUE SOLO LA PANDEMIA, EL HOME OFFICE O LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. LO QUE ESTÁ CAMBIANDO, DE FORMA SILENCIOSA PERO IRREVERSIBLE, ES LA MANERA EN QUE VALORAMOS NUESTRO TIEMPO, NUESTRA ENERGÍA Y NUESTRA SALUD MENTAL.



Por: Analía Tarasiewicz  
Psicóloga del trabajo de la nueva era |  
CEO en @trabaja.mejor

## La cultura del "trabajar hasta el límite" ya no inspira a nadie

Durante años confundimos productividad con sobreexigencia. Se aplaudía al que respondía mails a las 23:00, al que no se tomaba vacaciones, al que vivía "apagando fuegos". Hoy, incluso las nuevas generaciones -y cada vez más profesionales de todas las edades- están empezando a cuestionar esa lógica.

No es que no quieran trabajar. Lo que no quieren es quemarse por sistema. Y tienen razón: no se innova desde el agotamiento, ni se construye cultura desde el piloto automático.

## Humanos en la era de la IA

Según el informe Future of Jobs 2025 del World Economic Forum, la mitad de los trabajadores deberá reentrenarse en los próximos cinco años. ¿La razón? La automatización y la inteligencia artificial están reformulando millones de roles. Pero el dato más revelador no está en lo técnico: lo que más van a necesitar las organizaciones es pensamiento crítico, empatía, aprendizaje activo, manejo emocional y liderazgo humano.

Sí, en plena era tecnológica, lo más es-

caso -y más valioso- sigue siendo lo humano. Y eso no se aprende en un tutorial de YouTube.

## Liderar también necesita una actualización

El modelo de liderazgo basado en el control, la exigencia y la omnisciencia está quedando obsoleto. Hoy se necesitan líderes que conecten con su equipo, que escuchen, que puedan decir "no sé" sin perder su rol, y que sepan sostener conversaciones difíciles sin evadirlas ni explotarlas.

Un buen líder ya no es quien tiene todas las respuestas, sino quien sabe hacer las preguntas correctas en el momento oportuno. Liderar no es coordinar tareas ni acumular medallas. Es crear las condiciones para que otros se desarrollen sin romperse en el intento.

## Microretiros: trabajar sin dejar de vivir

Algunas empresas están probando semanas laborales de cuatro días. Otras, licencias extendidas o pausas planificadas. Y entre las nuevas generaciones empieza a cobrar fuerza un concepto que nació en 2007 con The 4-Hour Workweek de Timothy Ferriss: los mini-retiros. La propuesta es simple, pero revolu-

cionaria: distribuir descansos profundos a lo largo de la vida laboral, en lugar de esperar 40 años para tener "tiempo libre". Son microjubilaciones que pueden durar semanas o meses, con fines personales, creativos, formativos o simplemente vitales.

No se trata de vacaciones de lujo. Se trata de validar el derecho a frenar. De reconocer que el tiempo humano no es solo un recurso a exprimir, sino un espacio a cuidar.

## RR.HH.: de área operativa a motor estratégico

La transformación no depende solo de discursos inspiradores. El área de Recursos Humanos necesita dejar de ser un apéndice administrativo y que deje de ver a las personas como meros recursos para convertirse en un núcleo estratégico. ¿El nuevo desafío? Integrar datos, tecnología, cultura, humanidad y bienestar psicoemocional en un mismo mapa.

Ya no alcanza con medir desempeño o dar altas y bajas. Se trata de diseñar experiencias laborales sostenibles acordes a estas generaciones en transición y aprender a integrarlas con las nuevas, construir pertenencia, facilitar aprendizajes y habilitar espacios donde se pue-



da hablar de emociones sin miedo a ser descartados.

## ¿Y desde nuestro lugar, qué podemos hacer?

### Como trabajadores:

Hacer un check-in emocional diario.

Dormir, pausar, cortar. No es pereza, es prevención.

Pedir feedback. Y darlo. Aunque incomode.

Aprender algo nuevo, sin necesidad de que sea "útil ya mismo".

Cuestionar hábitos laborales heredados. Conocer qué es la IA, antes de esperar que nos entienda.

Ir a terapia, hablar de lo que duele, sin culpa.

El estrés no desaparece por ignorarlo.

### Como organizaciones:

Invertir en líderes, no solo en formaciones sino en su desarrollo psicoemocional.

## ¿Sino desde dónde se conectarán con las personas?

Incorporar la tecnología de manera estratégica y no ir tras modas sin comprender los impactos.

Preguntar "¿cómo estás?" y escuchar la respuesta.

Medir impacto y compromiso, no horas. Crear trayectorias, no solo tareas.

Habilitar pausas sin miedo a perder productividad: lo que se gana es salud, creatividad y sostenibilidad.

El futuro del trabajo se está rediseñando. Y sí: nos necesita lúcidos

No se trata de elegir entre robots o humanos. Se trata de construir entornos

donde la tecnología nos potencie, no nos desgaste. Donde trabajar no sea sinónimo de sobrevivir. Y donde, por fin, podamos dejar de preguntar: ¿vivís para trabajar? Porque la respuesta ya habrá cambiado.



# YPF finalizó la construcción de obra clave para que Añelo tenga gas



Walter Actis, vicepresidente de Supply Chain de YPF; Horacio Marín, presidente y CEO de YPF; Martín Migoya, Co-fundador y CEO de Globant; Diego Schargorodsky, Chief Business Officer Latinamerica de Globant.

EL PRESIDENTE Y CEO DE YPF, HORACIO MARIN, JUNTO CON EL GOBERNADOR DE NEUQUÉN, ROLANDO FIGUEROA, RECORRIERON EL PRIMER TRAMO DEL GASODUCTO DE AÑELO, QUE PERMITIRÁ QUE EL SERVICIO DE GAS NATURAL LLEGUE A LA ZONA DE LA MESETA DE AÑELO. TAMBIÉN PARTICIPARON EL INTENDENTE DE AÑELO, FERNANDO BANDERET, Y EL VICEPRESIDENTE DE INFRAESTRUCTURA DE YPF, GUSTAVO GALLINO.

Esta instalación habilitará el transporte de alrededor de 100.000 m<sup>3</sup> día, que abastecerán a cuatro barrios donde habitan más de 2.000 personas. También, beneficiará al Instituto de Formación de Añelo, la Escuela Técnica Prov N°23, la Escuela Primaria N°368, una extensión del Jardín de Infantes N°52, una sala de salud del Hospital de Añelo y decenas de comercios. Durante la recorrida, el presidente y CEO de YPF, Horacio Marín, señaló que “esta obra mejora la calidad de vida de la gente de Añelo. Sin ustedes, nosotros no vamos a lograr el resultado que esperamos, que es convertir Vaca Muerta en un polo exportaron de 30 mil millones de dólares para 2030”. En tanto, el intendente de la ciudad, Fernando Banderet, agradeció a YPF por ha-

ber “escuchado a la comunidad” y destacó que esta obra mejora la convivencia entre el desarrollo de Vaca Muerta y la comunidad. Por último, el gobernador de Neuquén, Rolando Figueroa, reconoció a YPF “porque cada vez que planteamos una necesidad podemos tener una solución”. “Horacio Marín es un amigo de la provincia, así lo sentimos”, concluyó el gobernador. Los trabajos se realizaron en tres meses y forman parte del aporte que YPF realiza a las comunidades donde opera. La obra ya fue entregada al gobierno provincial, que está a cargo de la puesta en marcha y la conexión del servicio de gas naturales en los hogares.

Esta primera etapa consta de dos instalaciones de reducción de presión y un gasoducto de 2,5 kilómetros de 6 pulgadas que las vincula. La segunda etapa sumará unos 14 kilómetros más de ducto para llegar hasta instalaciones en Tratayén y poder cuadruplicar el suministro a la zona, habilitando el consumo industrial.

La obra fue realizada por una contratista neuquina y generó más de 200 puestos de trabajo tanto en campo como en los talleres.

YPF y Globant se unen para acelerar la transformación digital de la compañía aplicando inteligencia artificial

El presidente y CEO de YPF, Horacio Marín, y el Co-fundador y CEO de Globant, Martín Migoya, firmaron un Memorandum de Entendimiento (MOU) que marca un hito en la transformación del área de Supply Chain de la compañía.

“Esta alianza contribuye con el trabajo que estamos haciendo en YPF para ser cada vez más eficientes. Nosotros competimos con los principales jugadores del mundo y los proveedores juegan un rol clave en nuestra competitividad. Confiamos en que el conocimiento de Globant, nos ayude a sumar herramientas para gestionar mejor toda la cadena de valor de YPF”, afirmó el presidente y CEO de Horacio Marín.

“Pensar proyectos para YPF siempre es motivo de alegría y un desafío. Fundada hace más de 100 años, YPF fue pionera en mostrarle al mundo lo que los argentinos somos capaces de hacer. Que hoy ellos



confíen en Globant para analizar juntos cómo podemos modernizar sus procesos incorporando inteligencia artificial producida en la Argentina, me llena de orgullo”, destacó Martín Migoya, Co-fundador y CEO de Globant.

YPF administra una cartera de 5.000 proveedores aproximadamente y consume más de 100.000 productos o servicios, lo que convierte al área de Supply Chain en estratégica para el funcionamiento de la empresa y la búsqueda de la eficiencia. Este acuerdo permitirá utilizar todo el conocimiento y la capacidad de Globant en Inteligencia Artificial y agéntica basada en IA para generar un modelo operativo innovador y articulado que aprenda y evolucione incrementalmente; sea capaz de tomar decisiones complejas utilizando algoritmos supervisados por expertos; y asegure el cumplimiento de las políticas y normas internas de la organización. Estas herramientas reducen fricciones operativas, mejoran la eficiencia y escalan capacidades a lo largo de toda la cadena de suministro.

Esta alianza potencia el trabajo que lleva adelante YPF con el Plan 4x4 que busca mejorar la eficiencia de todas sus operaciones para posicionar a la compañía como una compañía competitiva a nivel mundial y que contribuya con el objetivo de generar exportaciones por 30.000 millones de dólares en 2030.



## Sobre Globant

En Globant creamos productos nativos digitales que la gente ama. Cerramos la brecha entre negocios y consumidores a través de la tecnología y la creatividad, aprovechando nuestra experiencia en IA. Nos atrevemos a transformar digitalmente las organizaciones y nos esforzamos por deleitar a nuestros clientes.

Contamos con más de 31,200 empleados y estamos presentes en 35 países y 5 continentes trabajando para empresas como Google, Electronic Arts y Santander, entre otras.

Fuimos nombrados Líderes Mundiales en Servicios de IA (2023) y Líderes Mundiales en Servicios en la Nube para Consultoría de Medios, Integración y Operaciones Comerciales (2024) por el informe de IDC MarketScape.

Somos la marca de TI de más rápido crecimiento y la quinta marca de TI más fuerte a nivel mundial (2024), según Brand Finance.

También fuimos destacados como un caso de estudio empresarial en Harvard, MIT y Stanford. Somos miembros activos de The Green Software Foundation (GSF) y del Cybersecurity Tech Accord.

# Argentina tiene uno de los mayores yacimientos de cobre, oro y plata del mundo



LUNDIN EN EL "PROYECTO VICUÑA" ANUNCIÓ QUE SE COMPLETÓ LA ESTIMACIÓN INICIAL DE RECURSOS DE COBRE, ORO Y PLATA PARA FILO DEL SOL Y JOSEMARÍA, EN SAN JUAN.

Argentina vuelve a posicionarse en el radar internacional de la minería gracias a un anuncio de alto impacto: Lundin Mining Corporation, junto a BHP, dio a conocer la estimación inicial de recursos minerales del yacimiento Filo del Sol, así como una actualización de los recursos de los proyectos Filo del Sol (óxidos) y Josemaría. El potencial, según la compañía, es extraordinario: estamos ante una de las mayores reservas de cobre, oro y plata sin desarrollar del planeta.

"La cantidad de riquezas que debemos tener en nuestro subsuelo no tenemos idea", dijo el ingeniero Eduardo Gigante.

### El distrito Vicuña: el futuro del cobre, oro y plata en los Andes

Los proyectos Filo del Sol y Josemaría for-

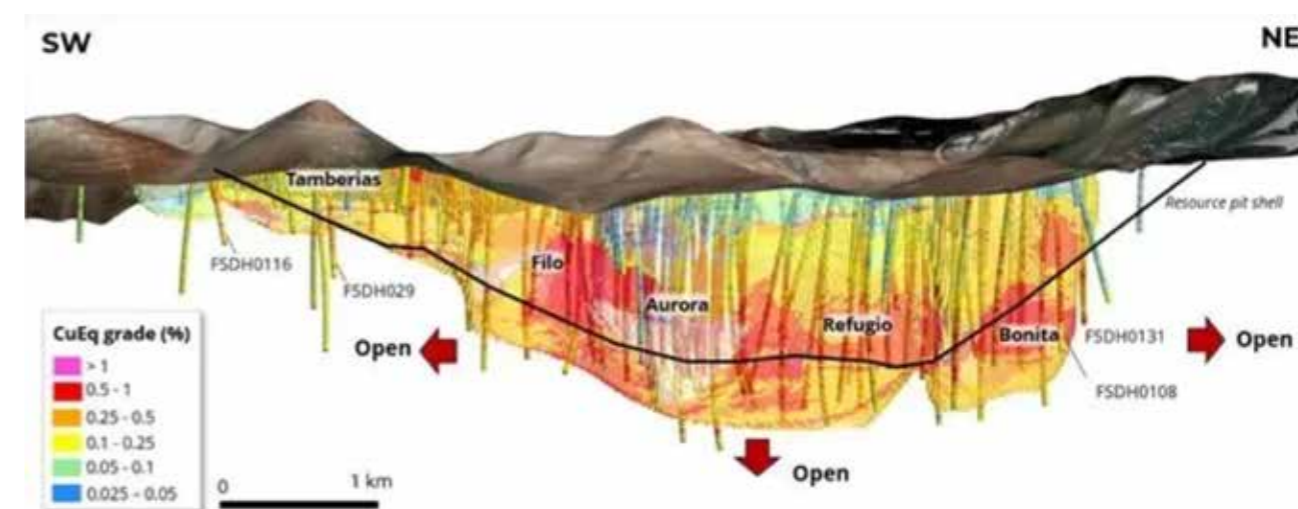
man parte del denominado distrito Vicuña, una iniciativa conjunta entre Lundin Mining y BHP en partes iguales.

Este "joint venture" busca desarrollar una zona minera de clase mundial en la provincia de San Juan, aprovechando la cercanía entre ambos yacimientos para maximizar sinergias, optimizar infraestructura y escalar su operación.

Los resultados difundidos por la empresa dan cuenta del tamaño colosal del descubrimiento:

13 millones de toneladas de cobre contenido en recursos medidos e indicados (M&I), y 25 millones de toneladas adicionales inferidas. 32 millones de onzas de oro M&I y 49 millones inferidas. 659 millones de onzas de plata M&I y 808 millones inferidas.

Según Lundin Mining, este hallazgo figu-



ra entre los 10 principales yacimientos de cobre a nivel global, y constituye la mayor mina de cobre "greenfield" descubierta en los últimos 30 años.

### Una mineralización de alto grado que impresiona

El potencial económico del distrito no solo radica en el volumen, sino también en la mineralización de alto grado detectada en zonas claves. En Filo del Sol, el núcleo de alta ley alcanza:

606 millones de toneladas (M&I) con 1,14% CuEq, incluyendo 4,5 Mt de cobre, 9,6 Moz de oro y 259 Moz de plata.

Por su parte, Josemaría presenta un núcleo superficial con:

196 millones de toneladas (M&I) con 0,73% CuEq, equivalente a 978 mil toneladas de cobre, 2,4 Moz de oro y 11 Moz de plata.

Además, la presencia de mineralización oxidada en superficie permite proyectar una fase inicial de bajo costo de capital mediante lixiviación en pilas, una ventaja significativa en el contexto actual de inversiones mineras.

### Exploración con potencial de expansión

El informe técnico destaca que el yacimiento Filo del Sol permanece abierto en profundidad y hacia los extremos este y oeste, lo que ofrece claras oportunidades de expansión. También se identificaron zonas adicionales de interés, como Bonita al norte y Tamberías al sur, con indicios de mineralización en perforaciones previas.

Con base en esta actualización, Lundin

Mining reportó un incremento del 29% en sus recursos medidos e indicados de cobre, y un salto del 650% en los recursos inferidos, consolidando su posición como jugador clave en el mercado de minerales críticos.

### Un hito estratégico para Argentina y la región

Jack Lundin, CEO de la compañía, afirmó: "Filo del Sol ha sido uno de los descubrimientos más importantes de las últimas tres décadas. Este recurso inicial demuestra que estamos ante uno de los proyectos de cobre a cielo abierto de más alta ley sin desarrollar en el mundo, y una de las mayores reservas de oro y plata también. Vicuña está listo para convertirse en un complejo minero de clase mundial".

La compañía espera publicar un informe técnico integral que combine los proyectos Filo del Sol y Josemaría en el primer trimestre de 2026.

La riqueza del subsuelo argentino vuelve a ser protagonista de una historia de escala global. Con socios estratégicos, recursos de alta ley y un entorno geológico excepcional, el distrito Vicuña se proyecta como uno de los pilares del futuro minero del país.

Esta clase de hallazgos no solo consolidan a Argentina como potencia en minerales estratégicos, sino que también redefinen su rol en la transición energética global.



# Norton: 130 años abrazando la pasión con el vino argentino



El 2025 es sinónimo de celebración en Norton. La bodega cumple 130 años, un hito marcado por la pasión, la elaboración de vinos excepcionales y un profundo compromiso con la tierra que los nutre. Norton fue la primera bodega en establecerse en el corazón de Luján de Cuyo, al sur del río Mendoza, y pionera en el cultivo de variedades no tradicionales, como Grüner Veltliner. Además, fue la primera en exportar el primer Malbec 100% al mundo.

Fundada en 1895, nació del sueño de transmitir al mundo la riqueza de la tierra y el carácter único del vino argentino. Hoy, más de un siglo después, ese sueño sigue vivo en cada botella. Presente en más de 72 países y con más de 45 vinos y 36 spirits, ha evolucionado, expandiendo su pasión a cada rincón del mundo.

Hoy, a través de iniciativas de impacto social y ambiental -como sus prácticas sostenibles y programas de apoyo comunitario en fincas- Norton sigue reforzando su compromiso con un futuro vitivinícola responsable e innovador. Inspirada por el concepto "Los sueños toman tiempo", la bodega invita a todos a celebrar no solo una historia, sino una filosofía de vida: la de cultivar los sueños con paciencia, pasión y convicción. Porque como el buen vino, los grandes logros se construyen con el tiempo.

"Haber cumplido 130 años solo refuerza que, para realizar nuestros sueños, hace

falta tiempo", expresó Rafael García, CEO de Norton. "Estamos muy orgullosos de esta historia y buscamos seguir inspirando a todos los apasionados del mundo a cumplir sus sueños".

Desde el corazón de Finca Agrelo, emerge un Malbec único, arraigado en un viñedo con historia, cuyo cuartel más antiguo data de 1912. La cosecha selectiva del cuartel N.º 3 da vida a un vino de color profundo y aromas frescos a frutos rojos con un toque especiado. En boca, se distingue por su carácter

suave, redondo y aterciopelado, sello distintivo de un Malbec añejo de Agrelo. Cosechado a mano y criado durante 12 meses en barrica, este vino sin clarificar ni filtrar expresa la pureza de su origen, prometiendo una evolución excepcional durante dos décadas para las aproximadamente 2000 botellas magnum destinadas a quienes tengan el privilegio de disfrutarlo.

"Si algo nos ha enseñado el vino es la importancia del tiempo y la constancia. Este año es particularmente significativo para Norton, no solo por ser una añada única como todas, sino porque celebra 130 años de historia. Me enorgullece profundamente ser parte de este hito trascendental y contribuir con un Malbec especial, concebido para conmemorar nuestro aniversario." afirma David Bonomi, Winemaker de Norton.



David Bonomi

*"Estamos muy orgullosos de esta historia y buscamos seguir inspirando a todos los apasionados del mundo a cumplir sus sueños".*



Rafael García

**Sinteplast**

## Colores que cuentan historias

TENDENCIAS 2025 / 26



# GENNEIA construirá su cuarto parque solar en San Juan



**G**enneia, la compañía líder en generación de energías renovables en Argentina, anunció una inversión de USD 110 millones para la construcción del Parque Solar San Juan Sur, su cuarto desarrollo fotovoltaico en la provincia. El proyecto, que estará ubicado en el departamento de Sarmiento, tendrá una capacidad instalada de 130 MW y generará aproximadamente 300 puestos de trabajo en el pico de la obra.

El anuncio fue realizado en la Casa de Gobierno de San Juan, con la participación del equipo directivo de Genneia, encabezado por César Rossi, presidente; Bernardo Andrews, CEO; y Gustavo Castagnino, Director de Asuntos Corporativos. Por parte de las autoridades provinciales, participaron el gobernador Marcelo Orrego y su asesor Federico Conte Grand; el Arq. Fernando Perea, Ministro de Infraestructura, Agua y Energía; Gustavo Fernández, Ministro de Producción, Trabajo e Innovación; y el Ing. Lucas Estrada, presidente de EPSE.

Con este nuevo parque, Genneia refuerza su compromiso con el crecimiento sustentable de San Juan, acompañando el desarrollo minero e industrial de la región

mediante soluciones energéticas limpias, confiables y a gran escala. La energía generada estará destinada al abastecimiento de grandes usuarios del mercado a término (MATER).

El nuevo centro de generación, ubicado a un kilómetro al este de la localidad de Retamito, ocupará una superficie de 500 hectáreas y contará con 250.000 paneles solares bifaciales, capaces de captar la radiación directa y reflejada del sol, lo que optimiza su eficiencia energética. Con su puesta en marcha para el segundo semestre de 2026, se evitará la emisión de 160.000 toneladas de CO<sub>2</sub> por año, y se generará energía limpia suficiente para abastecer el equivalente a 90.000 hogares. Bernardo Andrews, CEO de Genneia, afirmó: "Este nuevo proyecto representa un paso estratégico para seguir fortaleciendo nuestra presencia en San Juan y acompañar el desarrollo de la minería, uno de los motores económicos clave de la provincia. Con la entrada en operación del parque San Juan Sur en 2026, alcanzaremos los 350 MW instalados en la provincia, reafirmando nuestro compromiso con la transición energética, el desarrollo regional y el abastecimiento sostenible para los grandes consumidores del país".



*La continuidad de inversiones de la empresa Genneia es una excelente noticia para San Juan.*

Por su parte, el gobernador Marcelo Orrego afirmó que: "La continuidad de inversiones de la empresa Genneia es una excelente noticia para San Juan. No sólo impulsamos el crecimiento de una matriz energética más limpia, sino que además promovemos el empleo local y el desarrollo económico sustentable para todos los sanjuaninos. Esto destaca nuestro rol pionero en el desarrollo renovable aprovechando nuestro recurso natural más importante, el sol".

En el marco de su plan de inversiones de los últimos cinco años (2022-2026), Genneia alcanzará una inversión total de casi USD 900 millones, incluyendo proyectos estratégicos como el parque eólico La Elbita en Buenos Aires y los desarrollos solares Sierras de Ullum, Tocota III y San Juan Sur en la provincia de San Juan, así como Malargüe I, San Rafael y Anchoris en Mendoza. Estas iniciativas refuerzan el compromiso de la compañía con la expansión de las energías limpias y el crecimiento sostenible en distintas regiones del país. Para 2026, Genneia habrá superado los 1,7 GW de capacidad instalada en energías renovables, consolidando su posición como líder indiscutido del sector en Argentina.



## Acerca de Genneia

Genneia es la compañía líder en la provisión de soluciones energéticas sustentables en Argentina, con un 20% del total de la potencia instalada, alcanzando el 22% de la generación de energía eólica y el 16% de la solar. La reciente puesta en marcha del Parque Eólico La Elbita, en la provincia de Buenos Aires, y del Parque Solar Malargüe 1 en Mendoza, ha elevado la capacidad total de energía renovable de Genneia a 1.256 MW, consolidando su liderazgo en el sector de energía limpia y marcando un logro sin precedentes en el panorama energético del país.

Con sus parques eólicos Rawson, Trelew, Madryn, Chubut Norte, Villalonga, Pomona, Necochea y La Elbita, Genneia cuenta con una capacidad total de 945 MW en energía eólica. Actualmente, la compañía avanza con la construcción del Parque Solar Anchoris, en la provincia de Mendoza, con una potencia proyectada de 180 MW. Además, ha anunciado una nueva inversión para desarrollar su tercer parque solar en esa provincia, ubicado en la localidad de San Rafael, con una capacidad de 150 MW. Entre sus cuatro parques solares en funcionamiento, Ullum I, II y III, Sierras de Ullum, Tocota III y Malargüe 1, suma 310 MW en energía solar.

# El lado invisible de emprender



**Por: Mariela Navazo**  
Lic. en Comercialización  
y directora de MKT Activa

tan ligado a quién sos, cada acierto y cada traspí se vive en carne propia. No hay distancia entre la persona y el proyecto. Eso vuelve todo más intenso: el orgullo, el miedo, la vulnerabilidad

En ese escenario, aprender a gestionar el caos se vuelve clave. Y no se logra de un día para el otro. Con el tiempo, una empieza a reconocer la importancia de los límites, del equilibrio, del autocuidado. A veces alcanza con salir a caminar, otras con apagar el celular antes de dormir, o simplemente con encontrar alguien con quien compartir el peso emocional del camino.

Porque eso también se aprende: que no hace falta cargar todo sola. Rodearse bien -de mentores, colegas, redes sinceras- marca una diferencia enorme. Poder hablar de lo que pasa, más allá del resultado, es parte del sostén.

Y mientras todo esto ocurre, también se transforma una misma. El negocio puede crecer, claro. Pero hay algo más profundo: la emprendedora también evoluciona. Aprende a confiar en su intuición, a convivir con los altibajos, a resignificar los fracasos y a celebrar esas pequeñas victorias que nadie ve, pero que sostienen.

Emprender no es solo crear algo nuevo. Es, también, construir una forma propia de habitar el trabajo, una identidad que se fortalece al ritmo de cada desafío. Y en ese proceso, aprender a cuidarse deja de ser un lujo para convertirse en una necesidad. Porque la sostenibilidad no se limita al modelo de negocio. La verdadera sostenibilidad empieza por quien lo lidera.

**E**mprender es una decisión que suele venir acompañada de entusiasmo, ideas frescas y una energía arrolladora. Es ese momento en el que todo parece posible: el proyecto entusiasma, la motivación desborda, y la intuición marca el ritmo. Pero cuando la idea empieza a tomar forma concreta y el día a día se impone, también aparece la otra cara: la del esfuerzo sostenido, las dudas, el estrés, la incertidumbre. El lado invisible de emprender.

Es común encontrarse con situaciones que no estaban en los planes. Imprevistos que exigen decisiones urgentes, momentos de soledad frente a elecciones difíciles, y una sensación persistente de estar pisando terreno inestable. La adrenalina inicial se transforma, muchas veces, en presión constante.

A eso se le suma algo que pocos anticipan:

la carga emocional. Porque emprender no es solo ejecutar una idea de negocio. Es también sostener expectativas, responder ante los demás -clientes, socios, equipo, familia- y, al mismo tiempo, lidiar con la propia vara interna: esa autoexigencia que no siempre da tregua, que empuja, pero también agota.

Y en el medio, la comparación. Las redes sociales muestran lanzamientos, logros, agendas llenas, creatividad infinita. Pero detrás de cada "gran anuncio" hay cientos de horas de trabajo silencioso, decisiones difíciles, días en los que las cosas no salen. La narrativa del éxito muchas veces omite lo más humano del proceso, y eso genera una presión adicional: sentir que una debería estar siempre produciendo, siempre inspirada, siempre al frente.

Emprender también toca fibras más profundas. Porque cuando lo que haces está

# LG anunció los resultados financieros del primer trimestre de 2025

LA COMPAÑÍA LOGRÓ INGRESOS RÉCORD EN EL PRIMER TRIMESTRE IMPULSADOS POR EL CRECIMIENTO EQUILIBRADO EN LOS SECTORES DE ELECTRODOMÉSTICOS Y B2B

**L**G Electronics Inc. (LG) anunció ingresos consolidados de 15,67 mil millones de dólares y una ganancia operativa de 868,39 millones de dólares para el primer trimestre de 2025. Esto marca los ingresos más altos del primer trimestre en la historia de la compañía y el sexto año consecutivo en el que la ganancia operativa superó los 600 millones de dólares durante el primer trimestre. El sólido desempeño fue impulsado por el crecimiento cualitativo en áreas comerciales clave, especialmente en B2B, segmentos no relacionados con hardware (como suscripciones y la plataforma webOS) y ventas directas al consumidor (D2C).

Las soluciones para vehículos y la calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC), ambos críticos para la estrategia B2B y el crecimiento futuro de LG, generaron ingresos y ganancias operativas trimestrales récord. La ganancia operativa combinada de Vehicle Solution Company y Eco Solution Company aumentó un 37,2 por ciento año tras año, con un aumento de los ingresos del 12,3 por ciento.

La Home Appliance Solution Company, el negocio insignia de LG y el principal generador de ganancias, también registró sus ingresos trimestrales más altos de la historia, manteniendo al mismo tiempo el liderazgo en el mercado global. El negocio se está transformando rápidamente a través de modelos innovadores como los servicios de suscripción y las ventas D2C. Mientras tanto, el segmento de medios y entretenimiento demostró un sólido desempeño, liderado por el crecimiento continuo en la plataforma de contenido y publicidad basada en webOS de LG. Además, reportaron ingresos en el primer trimestre de 4,62 mil millones de dólares y una ganancia operativa



de 444,17 millones de dólares. En comparación con el mismo período del año pasado, los ingresos aumentaron un 9,3 por ciento, estableciendo un nuevo récord, y la ganancia operativa creció un 9,9 por ciento. La compañía continúa manteniendo su liderazgo en el mercado mientras acelera el crecimiento de sus ventas de suscripción y D2C.

De cara al segundo trimestre, la compañía anticipa una mayor incertidumbre debido a las cambiantes políticas comerciales globales y al aumento de la competencia en el mercado. Para abordar estos desafíos, la compañía ampliará su cartera de productos nuevos y de zona de volumen, al tiempo que profundizará su enfoque en los negocios de suscripción y en línea. Las prioridades adicionales incluyen centrarse en las oportunidades en B2B, como los electrodomésticos integrados y las ventas externas de componentes clave como motores y compresores. Los esfuerzos de rentabilidad se centrarán en mejorar la competitividad de costos mediante la optimización de la eficiencia operativa. La LG Media Entertainment Solution

Company registró ingresos en el primer trimestre de 3,41 mil millones de dólares y una ganancia operativa de 3,38 millones de dólares. Si bien la demanda de televisores se mantuvo baja, el crecimiento en los servicios de contenido y publicidad basados en webOS contribuyó en mayor medida al desempeño. Los ingresos se mantuvieron en línea con el año anterior, aunque la rentabilidad se vio afectada por el aumento de los precios de los paneles LCD y el mayor gasto en marketing.

En el segundo trimestre, la compañía buscará crear sinergias en todos sus negocios centrados en pantallas, incluidos televisores, pantallas comerciales y productos de TI como computadoras portátiles y monitores. Si bien el mercado se recupera lentamente, la compañía enfatizará la rentabilidad, particularmente a través de productos premium. La plataforma en expansión basada en webOS tendrá como objetivo aumentar el alcance geográfico y la base de productos, al tiempo que avanza en las asociaciones estratégicas con proveedores de contenido para mantener su trayectoria de crecimiento.

# Coca-Cola avanza en sus planes para Argentina

REGINALD LEE INAUGURA NUEVA LÍNEA DE ENVASES



**E**l Sistema Coca-Cola avanza en sus planes para Argentina: Reginald Lee inaugura una nueva línea de envases retornables con una inversión de 18,5 millones de dólares. Reginald Lee, único fabricante argentino y el primero de la marca en el país, inaugura una nueva línea de envases retornables; siendo este uno de los hitos del plan que el Sistema Coca-Cola anunció recientemente.

Como parte del plan de inversiones del Sistema Coca-Cola en Argentina (compuesto por The Coca-Cola Company y sus 4 socios embotelladores -Coca-Cola Femsa, Reginald Lee, Coca-Cola Andina y Arca Continental-) de más de 1.400 millones de dólares por cuatro años, Reginald Lee, el primer embotellador de Coca-Cola en el país, anuncia el lanzamiento de una nueva línea de producción de envases retornables en su planta de Ranelagh,

partido de Berazategui. Esta iniciativa se ejecutó a través de una inversión de 18,5 millones de dólares que se destinó a la incorporación de tecnología y al fortalecimiento de su red logística con el fin de potenciar sus operaciones.

#### Una apuesta por la retornabilidad

La flamante línea aumenta la producción de envases retornables RefPET de 2 litros, únicos en el mercado, y botellas de vidrio de 1 litro, formatos innovadores que reducen el uso de resina virgen. Con una capacidad de 18.000 botellas por hora, incorpora tecnología avanzada para la inspección de envases y la eficiencia energética, consolidando a Reginald Lee como líder en innovación en la industria de bebidas.

La inversión está alineada con la estrategia del Sistema Coca-Cola en impulsar la retornabilidad en los mercados donde opera. Los consumidores pueden acceder



a una opción más conveniente desde el precio ya que sólo pagan por el contenido y no por el envase. Consecuentemente, tienen a disposición una alternativa más sustentable que fomenta el consumo responsable. "Queremos seguir liderando el mercado en nuestro territorio, como lo hacemos desde hace 82 años. Siempre hemos tenido la capacidad de reinventarnos para darles nuevas soluciones al alcance del bolsillo y de las inquietudes de nuestros consumidores", afirmó Victoria Lee, Gerente General de Reginald Lee. La retornabilidad funciona gracias al compromiso de cada actor que forma parte de una red. Comienza cuando una persona elige un envase retornable y, una vez vacío, lo devuelve al kiosco, almacén o punto de venta más cercano. Desde allí, los camiones de distribución -que ya recorren esos mismos caminos- lo llevan de regreso a la planta en un proceso de logís-

tica inversa. Es una cadena que comienza en la elección de cada persona y que se extiende hasta la tecnología que hace posible su reutilización. Esta inversión representa un paso clave en la evolución de nuestra operación en Argentina, con una mirada puesta en el largo plazo. Al fortalecer nuestra capacidad productiva, apostamos por un modelo que integra eficiencia, sustentabilidad y valor para los consumidores. Es también un hito fundamental para acompañar el crecimiento del Sistema Coca-Cola en el país", agregó Victoria Lee.

#### Juntos en todas: 82 años de compromiso con Argentina

El anuncio se enmarca en la campaña "Juntos en Todas" y refuerza el compromiso de la compañía con la vida de los argentinos, acompañándolos en cada etapa: desde los momentos más memora-

bles hasta los más desafiantes. "Nuestras inversiones son destinadas al desarrollo productivo del país para impulsar la economía y fortalecer el entramado local en cada rincón donde operemos", destacó Leonardo García, gerente general de Coca-Cola para Argentina y Uruguay. Reginald Lee es un actor clave en el desarrollo económico del país, desde su fundación en 1942, cuando Norman Lee se convirtió en el primer representante autorizado de Coca-Cola en Argentina. Hoy, más de ocho décadas después, la compañía emplea a más de 800 personas de manera directa y continúa apostando por el desarrollo local con inversiones que generan empleo, crecimiento y valor para las comunidades.

*Queremos seguir liderando el mercado en nuestro territorio, como lo hacemos desde hace 82 años*

## BBVA presentó su nueva campaña Pymes 2025

BBVA EN ARGENTINA PRESENTA SU NUEVA CAMPAÑA DONDE PRESENTA SOLUCIONES PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS QUE BUSCAN TRANSFORMARSE. LA ENTIDAD BRINDA BENEFICIOS DE CONTRATACIÓN, PROMOCIONES Y HASTA 400 MILLONES DE PESOS EN FINANCIACIÓN PARA CLIENTES PYME.



**E**n BBVA consideramos a las PyMEs y emprendedores como actores clave para el crecimiento económico de nuestro país. Para acompañarlos, brindamos atención diferenciada presencial y a través de canales digitales. En este 2025 estamos trabajando en la creación de productos que faciliten la construcción del historial crediticio desde el inicio de la relación del cliente con el banco, con el objetivo de que obtenga productos de manera más rápida y eficiente", señala Adrián Alabaster director de Banca Minorista y PyMES de BBVA en Argentina. Y respecto a la nueva campaña agrega que el concepto "saca tu préstamo pyme para tu negocio de mañana" se centra en la idea de que BBVA está presente junto al cliente en cada etapa de crecimiento, "para que pueda desarrollarse en el presente y también planificar hacia dónde quiere ir con la tranquilidad de que habrá alguien para acompañarlo".

La nueva campaña Pymes 2025 cuenta con piezas para televisión, radio y redes sociales. La protagonista se llama Florencia, es pastelera y se encuentra en la primera etapa de desarrollo de su pyme. Mientras trabaja, se aparecen en su cocina

las Florencias del futuro, que le traen esperanza, tranquilidad y también un poco de ansiedad de saber cómo será el crecimiento de su negocio.

### Beneficios para las pymes y sus clientes

Desde una pequeña empresa que quiere cambiar su forma de producción a una mediana que está buscando un salto de calidad, BBVA brinda opciones de financiación customizables. La financiación dependerá de las necesidades de cada cliente, con un máximo de 400 millones de pesos.

Para quienes recién hayan formalizado el emprendimiento y quieran abrir una cuenta, BBVA ofrece seis meses de bonificación. Además, los clientes de esa pyme podrán obtener un 30% de reintegro todos los jueves abonando con Tarjetas de Crédito BBVA.

Ya sea para la Florencia del presente que cocina en casa, para la Florencia del futuro cercano que abre su propia pastelería gracias a un Préstamo Cuenta Pyme o para la Florencia de dentro de tres años que ya tiene varios locales, BBVA tiene financiación y soluciones que se ajustan a cada paso del camino.



Adrián Alabaster

*En este 2025 estamos trabajando en la creación de productos que faciliten la construcción del historial crediticio desde el inicio de la relación del cliente con el banco, con el objetivo de que obtenga productos de manera más rápida y eficiente*

## Suthern Energy suma un segundo barco de licuefacción al proyecto de exportación de GNL

LA COMPAÑÍA, PROPIEDAD DE PAN AMERICAN ENERGY, YPF, PAMPA ENERGÍA, HARBOUR ENERGY Y GOLAR LNG, INSTALARÁ OTRO BUQUE DE LICUEFACCIÓN EN RÍO NEGRO Y AVANZA EN EL PROYECTO PARA POSICIONAR A LA ARGENTINA COMO UN NUEVO PROVEEDOR EN EL MERCADO MUNDIAL DE GNL. LOS DOS BUQUES PODRÁN PRODUCIR 6 MILLONES DE TONELADAS ANUALES DE GAS NATURAL LICUADO Y SE PREVÉ QUE OPEREN TODO EL AÑO A PARTIR DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN GASODUCTO DEDICADO.



**S**outhern Energy y Golar LNG firmaron un acuerdo por 20 años para la instalación de un segundo buque de licuefacción en el Golfo San Matías, provincia de Río Negro, que producirá gas natural licuado destinado a los mercados de exportación. Este buque, denominado "MKII", se suma al "Hilli Episeyo", el primer barco acordado entre las partes, y que en conjunto tendrán una capacidad de producción de 6 millones de toneladas anuales de GNL, equivalentes a 27 millones de metros cúbicos día de gas natural. La compañía prevé que las dos terminales flotantes de licuefacción puedan operar todo el año para lo cual se requerirá la construcción de un gasoducto dedicado entre Vaca Muerta y el Golfo San Matías.

Con la firma de este acuerdo, Southern Energy, propiedad de Pan American Energy, YPF, Pampa Energía, Harbour Energy y Golar LNG, cumple con la primera fase del "Argentina LNG", proyecto que prevé contar con la participación de toda la industria, y cuyo objetivo es convertir a la

Argentina en un país exportador de GNL a través de distintas etapas durante los próximos años. Las exportaciones de GNL comenzarán en 2027 con el inicio de la operación del "Hilli Episeyo". El buque "MKII", propiedad de Golar LNG, actualmente se encuentra en construcción en un astillero en China y se estima que llegará a nuestro país en 2028, previéndose el inicio de la operación comercial hacia finales de dicho año. El barco tendrá una capacidad de producción de 3,5 millones de toneladas anuales de GNL, equivalente a casi 16 millones de metros cúbicos día de gas natural.

A partir del acuerdo firmado, los socios de Southern Energy tendrán la siguiente participación accionaria: PAE (30%), YPF (25%), Pampa Energía (20%), Harbour Energy (15%) y Golar LNG (10%). Asimismo, Southern Energy informa que avanzó con la decisión final de inversión (FID, según sus siglas en inglés) relacionada a la instalación del "Hilli Episeyo", con lo cual confirma una inversión cercana

a USD 7.000 millones a lo largo de los 20 años de operación en toda la cadena de valor y que además permitirán viabilizar mayores inversiones adicionales de desarrollo en Vaca Muerta. El proyecto, que presentó su solicitud de adhesión al Régimen de Incentivo para Grandes Inversiones (RIGI), ya cuenta con el certificado de Autorización de Libre Exportación de Gas Natural Licuado por un plazo de 30 años, -otorgado por la Secretaría de Energía de la Nación-, como así también tiene aprobado el Estudio de Impacto Ambiental por la provincia de Río Negro.

La instalación de los dos buques de licuefacción en Río Negro favorecerá la creación de empleo, el desarrollo de proveedores locales, la introducción de nuevos procesos productivos y tecnológicos y generará exportaciones de productos que actualmente no se exportan en mercados internacionales, accediendo a nuevos destinos de exportación.

# Merck inauguró su primera iniciativa de autonomía energética en la Argentina



De izquierda a derecha: Fernando Amarilla -Vicepresidente del Honorable Concejo Deliberante del Municipio de Ezeiza-, Gastón Granados -Intendente del Municipio de Ezeiza-, Marcelo Ponte -Director General de Merck Argentina-, Pablo Berardi -Director del Centro de Distribución de Carlos Spegazzini de Merck Argentina-, y Alejandra Carrere -Directora de Facility Management de Merck Argentina-.

MERCK, COMPAÑÍA LÍDER EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA, CONCRETÓ SU PRIMERA INICIATIVA DE AUTONOMÍA ENERGÉTICA EN LA ARGENTINA AL INAUGURAR UN PARQUE DE 510 PANELES SOLARES EN SU SEDE DE CARLOS SPEGAZZINI, LA PRIMERA INSTALACIÓN DE ESTE TIPO EN LA ARGENTINA PARA MERCK Y LA PRIMERA PARA EL MUNICIPIO DE EZEIZA. DURANTE GRAN PARTE DEL AÑO, LA EMPRESA LOGRARÁ AUTONOMÍA ENERGÉTICA EN ESA SEDE, Y PODRÁ INCLUSO DEVOLVER ENERGÍA

El Municipio de Ezeiza contará por primera vez con una instalación de un sistema fotovoltaico con 510 paneles solares, gracias a la inversión que Merck Argentina realizó para su Centro de Distribución situado en Carlos Spegazzini. "Se trata de un gran paso para Merck en el marco de nuestra estrategia de sustentabilidad, ya que logramos reducir el consumo eléctrico al 50% lo que permite reducir cada año 350 toneladas de dióxido de carbono alcanzando un total de ahorro de 9.000 toneladas en los 25 años de vida útil del proyecto", explicó Marcelo Ponte, Director General de Merck Argentina, compañía líder de ciencia y tecnología que este año cumple 95 años de historia en el país. El proyecto, que representó una inversión de 416.000 dólares, se enmarca en el compromiso de la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) incluidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas (ONU), un plan global para promover la paz, la prosperidad y para proteger el planeta en el que desde hace varios años trabajan organizaciones de todo el mundo. "Esta iniciativa responde a una de las prioridades de Merck en relación con el medio ambiente: lograr para 2040 la neutralidad climática y reducir nuestro consu-



mo de recursos. En Merck trabajamos para que nuestro impacto sea responsable con la sociedad y el ambiente y nos esforzamos por lograr un impacto positivo para generar valor de forma sostenible y respetuosa con el mundo que nos rodea", afirmó Ponte. A principios de 2023, Merck Argentina recibió la convocatoria para presentar proyectos de sustentabilidad en el marco de un programa global interno de la compañía. La propuesta de Merck Argentina fue seleccionada entre más de 100 proyectos presentados. Con la aprobación del proyecto y el presupuesto asignado, se inició un proceso de licitación que se llevó a cabo entre noviembre de 2023 y principios de 2024, en el que fue seleccionada la empresa Nabla Electric como proveedor. En enero de 2025 el parque de paneles solares comenzó a generar energía, lo que permitió abastecer la totalidad del consumo de la sede en la temporada estival, reducir el consumo eléctrico al 50% (con la reducción de 350 toneladas de CO2 por año) y, hacia el futuro, poder devolver el excedente de energía no consumida a la red pública durante todo el año. Durante los días más calurosos del verano, la demanda máxima alcanzó los 287 kW y pudo ser cubierta sin inconvenientes a través de la generación de energía aportada por los paneles solares. "En un año tan especial para nuestra compañía, que cumple 95 años en el país, este proyecto no solo representa un avance significativo hacia la sustentabilidad, sino que también reafirma nuestro compromiso con las energías renovables y con la sustentabilidad en el Municipio de Ezeiza y en nuestro país", concluyó Ponte.

#### Los detalles técnicos del proyecto:

El sistema fotovoltaico incluyó la instalación de 510 paneles solares LONGI LR5-72HTH-580M, que generan un total de 300 kWp de energía solar, complementado con tres inversores Huawei SUN2000-100KTL-M2.

Se estima una generación anual aproximada de 456.5 MWh/año, lo que representa una reducción en la huella de carbono de CO2 equivalente de 8.938 toneladas al año.

Las estructuras para los paneles fueron construidas con base de concreto, con una inclinación de 30° Norte, y el sistema se encuentra instalado a nivel del suelo en un terreno adicional propiedad de Merck.

El sistema está conectado a la red eléctrica conforme a la resolución 269/08 del Régimen de Autogeneración Distribuida, permitiendo vender el excedente de energía al sistema interconectado.

*En un año tan especial para nuestra compañía, que cumple 95 años en el país, este proyecto no solo representa un avance significativo hacia la sustentabilidad, sino que también reafirma nuestro compromiso con las energías renovables y con la sustentabilidad en el Municipio de Ezeiza y en nuestro país*

#### El Centro de Distribución de Life Science de Merck en Carlos Spegazzini

Desde 1982, el Centro Logístico de Carlos Spegazzini, en el partido de Ezeiza, provincia de Buenos Aires, es el centro de distribución de los productos de Life Science que comercializa Merck en Argentina.

Cuenta con 7100 metros cuadrados construidos que alojan diferentes depósitos (desde cámaras de frío hasta depósitos para inflamables) para recibir y almacenar, según la peligrosidad y características especiales (como condiciones especiales de temperatura), un portfolio de más de 300.000 productos de laboratorio o químicos, que pueden ser corrosivos, líquidos, inflamables y sólidos, entre otros, provenientes principalmente desde Estados Unidos y Alemania.

Cuenta con un stock constante de aproximadamente 5000 productos -los más requeridos por los clientes-, mientras que los demás se traen a pedido, consignando un movimiento de aproximadamente 14.000 productos por año.

El Centro tiene un lugar fundamental dentro de la operación de Life Science ya que es el nexo para que los más de 400 clientes de todo el país reciban los productos en un plazo que puede ser de hasta 48 horas hábiles como máximo -dentro de la Argentina-, o según los requerimientos del cliente.

Todo el trabajo es realizado bajo normas y estándares internacionales de seguridad e higiene.

En 2018 se comenzó un plan de inversión muy robusto que duplicó la capacidad de almacenamiento y mejoró las medidas de seguridad ambiental.

# Iniciativa en IA de Daikin e Hitachi para diagnóstico de fallas en equipos industriales



Daikin Industries y Hitachi han iniciado, a través de un proceso de cocreación, una operación piloto en la planta Sakai-Rinkai (ubicada en la ciudad de Sakai, prefectura de Osaka), donde Daikin produce equipos de aire acondicionado comercial. El objetivo es desarrollar y comercializar un agente de inteligencia artificial (IA) que asista en el diagnóstico de fallas en equipos industriales (Agente de IA para Diagnóstico de Fallas en Equipos). Este proyecto integra la experiencia en tecnología operativa (OT)<sup>\*1</sup> que ambas empresas han acumulado a lo largo de los años en sus respectivas plantas, con la tecnología de información (TI) avanzada de Hitachi. Cuando un técnico de mantenimiento detecta una falla en una bomba o válvula durante la inspección de equipos, el "Agente

de IA para Diagnóstico de Fallas" le indica la causa y las acciones correctivas necesarias desde una tableta. El sistema funciona convirtiendo primero los diagramas técnicos de Daikin, incluyendo equipos de producción y servicios, en grafos de conocimiento<sup>2</sup> que pueden ser interpretados por la IA generativa. Luego, la IA aprende a partir de datos OT como los grafos, los registros de mantenimiento, y un proceso exclusivo de análisis de fallas de Hitachi<sup>3</sup> basado en metodologías como STAMP<sup>\*4</sup>. Así, se logra un diagnóstico tan preciso, o incluso más, que el de un técnico estándar de mantenimiento en Daikin. Una prueba inicial confirmó que el agente es capaz de identificar la causa de la falla y sugerir una solución en menos de 10 segundos, con una precisión superior al 90%<sup>\*5</sup>.

Planes futuros Daikin y Hitachi prevén concluir esta fase piloto en septiembre de 2025, con el objetivo de iniciar la implementación práctica del agente de IA. Daikin planea desplegar esta herramienta en sus centros de producción tanto en Japón como en el extranjero, con la finalidad de convertir el conocimiento técnico implícito en conocimiento organizacional, fortaleciendo así la calidad global, la transferencia de habilidades y la productividad del personal en planta.

Por su parte, Hitachi planea incorporar el "Agente de IA para Diagnóstico de Fallas en Equipos" como parte de sus soluciones Lumada<sup>\*6</sup> dirigidas a la industria manufacturera.

Asimismo, ofrecerá aplicaciones que combinen conocimiento OT con tecnología IT para otros campos distintos al mantenimiento. Además, brindará servicios como el "Servicio de desarrollo, operación y provisión de entornos para agentes de IA"<sup>\*7</sup>, diseñado para crear rápidamente agentes inteligentes que aprovechen el conocimiento operativo, ayudando así a los trabajadores de primera línea a mejorar su eficiencia.

## Ejemplo de uso

El sistema permite presentar de forma inmediata las causas probables de una falla y las acciones correctivas recomendadas, facilitando una toma de decisiones ágil por parte del técnico en sitio.



## Glosario

OT (Operational Technology): Tecnología operativa utilizada para el control de procesos físicos y maquinaria industrial.

Grafo de conocimiento: Modelo de datos que representa el conocimiento como un conjunto de nodos (componentes) y aristas (relaciones). En diagramas de equipos, los componentes como válvulas o bombas se representan como nodos, y sus relaciones, como aristas.

Proceso patentado por Hitachi (en trámite). La información aquí contenida refleja el estado al momento del anuncio. El estatus de la patente puede cambiar debido a procedimientos legales, objeciones de terceros o actualizaciones administrativas.

STAMP (System Theoretic Accident Model and Processes): Modelo de causalidad de accidentes basado en teoría de sistemas. Mejora el análisis tradicional de árboles de fallas al considerar interacciones entre elementos del sistema, permitiendo identificar causas no evidentes.

Durante una prueba inicial, se evaluaron cinco escenarios de fallas en cinco tipos de equipos. Dos técnicos experimentados calificaron la precisión de las recomendaciones en una escala de cinco niveles, concluyendo un nivel de precisión superior al 90%. Lumada: Término que agrupa las soluciones, servicios y tecnologías digitales avanzadas de Hitachi, diseñadas para extraer valor de los datos de los clientes y acelerar su innovación digital.

El 26 de marzo de 2025, Hitachi emitió el comunicado de prensa "Hitachi lanza servicio de desarrollo de agentes de IA para apoyar al personal operativo."

Antecedentes

## Antecedentes

La industria manufacturera enfrenta una doble presión: la disminución de la población en edad productiva y la escasez de técnicos especializados. Al mismo tiempo, la globalización y la expansión de las plantas de producción han incrementado la demanda de personal calificado, agravando aún más la falta de mano de obra.

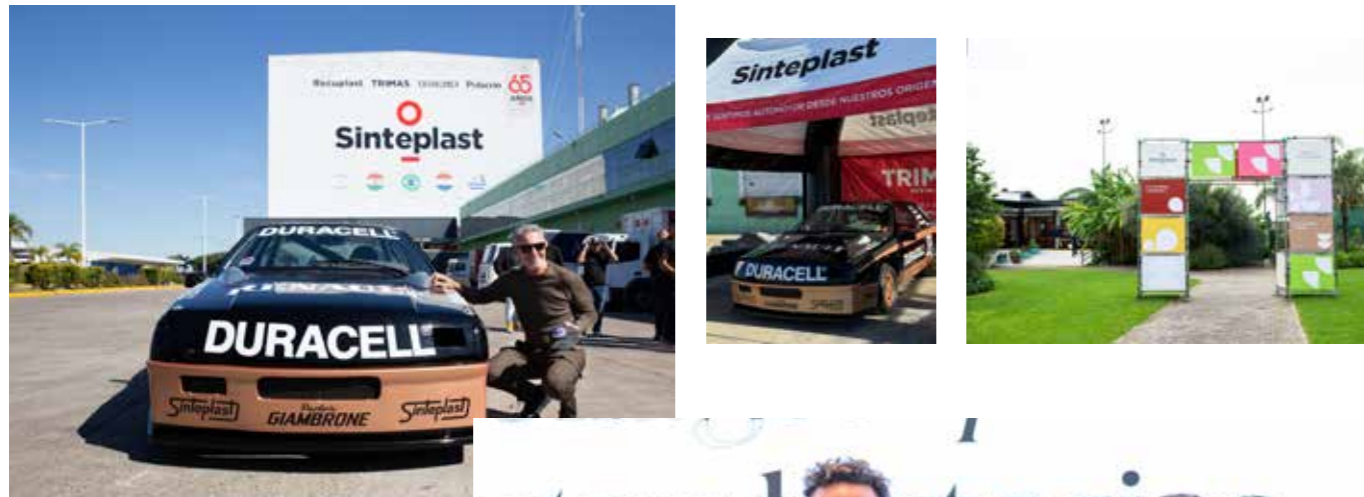
Daikin opera más de 90 plantas en 28 países y continúa acelerando su expansión global. Sin embargo, algunas de sus fábricas en el extranjero han tenido dificultades para contratar técnicos de mantenimiento y formar personal altamente calificado, especialmente ante la creciente complejidad de los equipos. Esto ha provocado problemas como tiempos prolongados para las reparaciones y una calidad de mantenimiento desigual. Además, aunque se han recopilado datos como registros de mantenimiento y bitácoras de equipos, aún no se han aprovechado de manera eficiente para mejorar la operación.

Frente a este panorama de envejecimiento

poblacional y creciente complejidad social, reducir la carga de trabajo de los operadores en planta y mejorar su productividad se ha vuelto una prioridad. En respuesta, Hitachi creó en mayo de 2023 el Centro de IA Generativa, con el objetivo de promover el uso seguro y eficaz de la IA tanto dentro como fuera de la empresa. Desde ahí, impulsa el valor que ofrece a sus clientes y busca aumentar la productividad mediante soluciones Lumada. Hitachi también aplica su fortaleza combinada en IT, OT y productos, así como el profundo conocimiento de la industria acumulado a través de su colaboración con numerosos clientes del sector manufacturero, para resolver desafíos complejos.

Hasta ahora, Daikin y Hitachi han trabajado juntos en iniciativas de cocreación orientadas a desarrollar un modelo de producción de nueva generación, aprovechando sus tecnologías y conocimientos. Entre estas iniciativas se incluyen la digitalización del proceso de soldadura<sup>8</sup>, la digitalización del control de calidad en reacciones químicas<sup>9</sup> y el desarrollo de soluciones para crear y ejecutar planes óptimos de producción y ventas en el negocio de químicos<sup>\*10</sup>. Con esta nueva iniciativa, ambas empresas fortalecen su colaboración para lograr fábricas que evolucionen constantemente, operen sin interrupciones y eliminen las fallas en los equipos.

# La legendaria Coupé Fuego de “Tito” Bessone vuelve a brillar



La icónica Coupé Renault Fuego que supo hacer historia en el TC2000 de los años 80, vuelve a rugir gracias a un trabajo de restauración lleno de amor, memoria y pasión. Más de un año de trabajo, decenas de profesionales involucrados, y un objetivo claro: devolverle el alma a un ícono del automovilismo argentino.

Este proyecto fue posible gracias a una alianza tan potente como emotiva: el equipo de Sinteplast y los hermanos Medina, verdaderos apasionados del automovilismo deportivo, unieron fuerzas para rendir homenaje a una época dorada y a una figura entrañable como Ernesto “Tito” Bessone. “Esto no es solo trabajo, es algo que nos atraviesa. Restaurar estas máquinas nos conecta con lo que somos: apasionados por el automovilismo. Y eso es lo que queremos transmitir, es una pasión que mueve montañas” resumen los hermanos Medina. Por su parte, Guillermo Tonello, Gerente Comercial de Trimas -la línea de repintado automotor de Sinteplast- expresó: “En Sinteplast sabemos y sentimos automotor desde nuestros orígenes. Esa pasión que está en nuestro ADN, es la que nos permite darle vida hoy a la Coupé Fuego, pero también soñar con revivir cualquier vehículo que merezca una segunda oportunidad.”

## Trimas

Trimas es la línea de productos para la in-



dustria automotriz Sinteplast. La misma se especializa en soluciones para el repintado y reparación de vehículos. Incluye masillas, primers, barnices y otros productos diseñados para lograr acabados profesionales en trabajos de chapa y pintura.

## Colores que cuentan historias Sinteplast presenta las tendencias 2025-2026

Sinteplast presentó “Colores que Cuentan Historias”, el concepto inspirador sobre el que se basaron las 4 nuevas paletas de color de la compañía como tendencias 2025-2026. Las mismas reflejan la profundidad y

singularidad de cada vivencia, convirtiendo diferentes espacios en un verdadero testimonio de las historias de cada persona. Estas historias que cuentan los colores, incluyen desde la más profundas y arriesgadas hasta aquellas que generan calma y esperanza, dándole la bienvenida a la alegría y la fluidez donde los relatos emergen como inspiración y desafíos. Marina Zamirowsky, Facundo Escalante y Damián Betular fueron los encargados de ponerles su impronta y conocimiento a la presentación de “Colores que cuentan historias”



# Multiplicando nuestro impacto



# Ball Informó los resultados del primer trimestre 2025



Daniel W. Fisher

**B**all Corporatio anunció los resultados del primer trimestre de 2025. Las referencias a las ventas netas y las ganancias operativas comparables no incluyen el antiguo negocio aeroespacial de la empresa. Las ganancias netas interanuales atribuibles a la corporación y las ganancias netas comparables incluyen el desempeño del antiguo negocio aeroespacial de la compañía hasta la fecha de venta del 16 de febrero de 2024.

#### Estos son los aspectos destacados

Ganancias diluidas por acción según los principios contables GAAP de EE. UU. de US\$ 0,63 frente a US\$11.61 en 2024. Ganancias diluidas comparables por acción en el primer trimestre de US\$ 0,76 frente a US\$ 0,68 en 2024. Los envíos globales de envases de aluminio aumentaron un 2.6%. Se devolvieron US\$ 612 millones a los accionistas mediante recompras de acciones y dividendos en los primeros tres meses de 2025; en camino de devolver al menos US\$ 1.5 mil millones a los accionistas para fin de año. En 2025, la compañía está posicionada para avanzar en el uso de empaques de aluminio sostenibles, aumentar las ga-

nancias diluidas comparables por acción en el rango del 11-14 por ciento, aumentar el valor económico añadido, generar un fuerte flujo de caja libre y continuar con el retorno de valor a largo plazo para los accionistas.

Sobre la base de los PCGA de EE. UU., Ball reportó ganancias netas atribuibles a la corporación en el primer trimestre de 2025 de US\$ 179 millones, o ganancias diluidas totales por acción de US\$ 0,63, sobre ventas de US\$ 3.10 mil millones, en comparación con ganancias netas atribuibles a la corporación de US\$ 3.69 mil millones, o ganancias diluidas totales por acción de \$11.61, sobre ventas de US\$ 2.87 mil millones en 2024.

Las ganancias netas comparables de Ball en el primer trimestre de 2025 fueron de US\$ 216 millones, o US\$ 0,76 por acción diluida, en comparación con US\$ 217 millones, o US\$ 0,68 por acción diluida en 2024. "Entregamos sólidos resultados en el primer trimestre, devolviendo 612 millones de dólares a los accionistas. Nuestra sólida base financiera, nuestro modelo operativo más ágil y nuestra estrategia de crecimiento enfocada nos permitieron impulsar un volumen significativo y un crecimiento comparable de las ganancias diluidas por



acción. Si bien seguimos siendo conscientes de la mayor incertidumbre geopolítica en mercados seleccionados, confiamos en nuestra capacidad para cumplir nuestros objetivos para 2025. Nuestro compromiso con la excelencia operativa sigue siendo fundamental para nuestra estrategia. Seguimos desbloqueando la eficiencia de la fabricación, invirtiendo en innovación y sostenibilidad, y gestionando estrictamente nuestra estructura de costos. Estas acciones nos posicionan bien para navegar los desafíos a corto plazo y ofrecer constantemente valor a largo plazo para nuestros accionistas", afirmó Daniel W. Fisher, presidente y director ejecutivo. Los detalles de las ganancias operativas comparables de los segmentos declarables, la consolidación empresarial y otras actividades, las descripciones de los segmentos empresariales y otros elementos no comparables se pueden encontrar en las notas a los estados financieros consolidados condensados no auditados que acompañan a este comunicado de prensa. Las referencias a los datos de volumen representan las unidades enviadas.

#### Envases de bebidas, América del Norte y Central

Las ganancias operativas comparables del segmento para el primer trimestre de 2025 fueron de US\$ 195 millones sobre ventas de US\$ 1,46 mil millones, en comparación con US\$ 192 millones sobre ventas de US\$ 1,4 mil millones durante el mismo período en 2024. Las ventas del primer trimestre reflejan un mayor volumen y una mejor combinación de precio/producto. Las ganancias operativas comparables del segmento en el primer trimestre aumentaron en comparación interanual principalmente debido al volumen. El volumen del segmento en el primer trimestre aumentó un porcentaje bajo de un solo dígito en comparación interanual.

#### Envases de bebidas, EMEA

Las ganancias operativas comparables del segmento para el primer trimestre de 2025 fueron de US\$ 96 millones sobre ventas de US\$ 903 millones, en comparación con US\$ 85 millones sobre ventas de US\$ 810 millones durante el mismo período en 2024. Las ventas del primer trimestre reflejan mayores envíos interanuales y una mejor combinación de precio/producto, compensados parcialmente por la conversión de divisas.



Las ganancias operativas comparables del primer trimestre reflejan un mayor volumen. El volumen del segmento en el primer trimestre aumentó un porcentaje medio de un solo dígito en comparación interanual.

#### Envases de bebidas, América del Sur

Las ganancias operativas comparables del segmento de empaques para bebidas en América del Sur para el primer trimestre de 2025 fueron de \$69 millones sobre ventas de \$544 millones, en comparación con \$55 millones sobre ventas de \$482 millones durante el mismo período en 2024. Las ventas interanuales reflejan un mayor volumen y una mejor combinación de precio/producto. Las ganancias operativas comparables del segmento en el primer trimestre aumentaron en comparación interanual, impulsadas por un mayor volumen del segmento y una mejor combinación de precio/producto. El volumen del segmento en el primer trimestre aumentó un porcentaje bajo de un solo dígito en comparación interanual.

#### No declarable

Los no declarables se componen de gastos corporativos no distribuidos, netos de

ingresos por intereses corporativos, los resultados del negocio global de cuidado personal y del hogar (anteriormente envases de aerosol) de la empresa, las instalaciones de fabricación de latas de bebidas en India, Arabia Saudita y Myanmar y el negocio de vasos de aluminio de la empresa.

El 21 de marzo de 2025, Ball cerró una transacción relacionada con el negocio de vasos de aluminio, lo que resultó en la desconsolidación de dicho negocio por parte de Ball. Los resultados financieros del negocio de vasos de aluminio se presentan en "otros no reportables" hasta la fecha de la transacción.

Los resultados del primer trimestre reflejan mayores ganancias operativas comparables para los negocios de empaques de aluminio en "otros no reportables" y menores gastos corporativos no distribuidos en comparación interanual.

# YouTube

## 20 años después, la mayor herramienta de generación de ingresos digitales de nuestra era



**Por: Juan Morell**  
Consultor en estrategia digital y SEO aplicable a YouTube for business y Director de Random Access.

*Cumplir 20 años en el universo digital no es solo una cuestión de tiempo: es una demostración de adaptación, visión y escucha activa.*

**Y**ouTube no solo cambió la forma en la que consumimos contenido. Cambió el eje económico de toda una generación. Hoy, con más de 2.500 millones de usuarios activos mensuales y una proyección de ingresos que superó los USD 50.000 millones en 2024, es la plataforma de monetización digital más poderosa para creadores, marcas, empresas y profesionales.

En 2005, cuando "Me at the zoo" se convirtió en el primer video publicado en la historia de la plataforma, nadie imaginaba que estábamos presenciando el nacimiento de un ecosistema que reuniría medios, educación, entretenimiento, servicios, formación profesional y ventas en un mismo lugar. Hoy, cada minuto se suben más de 500 horas de video a YouTube y, según Statista, el 62% de los usuarios usan la plataforma para buscar información antes de realizar una compra. YouTube dejó de ser un espacio de ocio: ahora es el lugar donde se toman decisiones de negocio.

### La economía del creador: un modelo de ingresos que trasciende lo individual

Como consultor en SEO para YouTube, pude ver a empresas que pasaron de no tener visibilidad a generar leads calificados solo optimizando sus videos en base al algoritmo actual. También acompañé a creadores independientes o proyectos de emprendedores que, con estrategias adecuadas, escalaron sus audiencias y hoy monetizan con cinco fuentes clave: AdSense, membresías, patrocinios, productos propios y consultoría.

El "YouTube Partner Program" (YPP) fue clave en esto. Desde 2023, se amplió la elegibilidad para Shorts y simplificó el acceso a la monetización. Pero YouTube no se quedó ahí: permitió nuevas herramientas como Super Thanks, Live Shopping y Fan Funding, que consolidan el ingreso directo sin intermediarios.



Esto convierte a la plataforma en una incubadora de negocios personales y profesionales. Ya no se trata solo de ganar suscriptores. Se trata de construir una audiencia que compre, recomiende, confíe y regrese.

### SEO en YouTube: el arte de entender el algoritmo y al usuario al mismo tiempo

Una miniatura bien pensada puede aumentar el CTR en un 70%. Un título optimizado, con la palabra clave principal, puede hacer que un video posicione en la primera página tanto de YouTube como de Google. Y una buena retención de audiencia -el porcentaje que ve tu video más allá del minuto 1- es más determinante que el número de likes.

Las reglas del juego han cambiado. Hoy, quien crea contenido debe comprender que YouTube es un buscador con intereses comerciales. Como tal, prioriza los contenidos que retienen, convierten y ofrecen valor sostenido. Las técnicas SEO aplicadas al contenido en video se volvieron imprescindibles: no se trata solo de visibilidad, sino de posicionamiento estratégico.

### El salto exponencial: YouTube como canal de ventas y expansión para empresas

Más del 90% de las empresas B2B que utilizan video como parte de su estrategia aseguran que YouTube les ha permitido mejorar la comprensión de sus productos (según HubSpot 2024). Empresas en sectores tan dispares como tecnología, salud, construcción, banca o turismo utilizan YouTube como:

- Canal educativo (tutoriales, FAQs, demostraciones)
- Embudo de ventas (captación de leads, remarketing desde visualizaciones)
- Soporte técnico (ahorro en tickets)
- Motor de posicionamiento orgánico
- Y no hay que olvidar su integración con

Google Ads, lo que permite segmentar públicos por intención de búsqueda, etapa del proceso de compra, o incluso comportamiento reciente.

### La revolución silenciosa: la inteligencia artificial y el nuevo lenguaje audiovisual

En 2024, YouTube incorporó funciones basadas en IA como la creación automática de subtítulos multilingües, doblajes con voces sintéticas y resúmenes de videos. Esto no solo optimiza la experiencia, también amplía el alcance geográfico de los contenidos.

YouTube ya tiene herramientas que permiten a los creadores de contenido generar su próximo video mediante sugerencias de IA que simplifican su trabajo. Actualmente, los usuarios pueden incluso recibir miniaturas, guiones y títulos de videos que generarán impacto en su canal, todo a través de un asistente nativo dentro de la plataforma.

Veo con claridad que el contenido audiovisual generado por IA va a cambiar radicalmente la manera en que se crea, se escala y se monetiza el contenido. Y YouTube es la puerta de entrada.

### Lo que viene: más allá del entretenimiento

En estos 20 años, YouTube pasó de ser un videoclub casero a convertirse en una

universidad abierta, una vidriera global y una plataforma de generación de ingresos masivos.

Pero el futuro es aún más ambicioso.

YouTube se está convirtiendo en una plataforma integral para comprar, vender, educar y contratar, gracias a la expansión de funciones interactivas, el aumento de los formatos cortos y la integración con herramientas que pueden impulsar las ventas.

Desde mi experiencia, los próximos años no se tratarán de quién tiene más suscriptores, sino de quién entiende mejor a su comunidad, aplica inteligencia comercial a sus métricas y genera contenido con propósito. Cumplir 20 años en el universo digital no es solo una cuestión de tiempo: es una demostración de adaptación, visión y escucha activa.

YouTube lo logró porque entendió que no se trata de competir con la televisión, sino de darle voz a quienes nunca la tuvieron.

Como creador y consultor, celebro estos 20 años porque no solo transformaron mi carrera: transformaron la manera en que miles de personas viven de sus ideas, de sus conocimientos y de su autenticidad.

El video no es el futuro. El video es el ahora. Y YouTube, su escenario principal.

# PedidosYa Markets

Quinto aniversario con un crecimiento de 55% en su volumen de ventas



ESTA INNOVADORA FORMA DE COMPRAR 100% ONLINE QUE PEDIDOSYA LANZÓ EN LA ARGENTINA EN 2020, EN PLENO INICIO DE LA PANDEMIA, NO DEJÓ DE CRECER Y EXPANDIRSE EN TODO EL PAÍS, GANANDO PARTICIPACIÓN A TAL PUNTO DE LIDERAR EL MERCADO DE E-COMMERCE DE CONSUMO MASIVO. PESE AL CONTEXTO DESAFIANTE, SUS VENTAS CONTINÚAN EN ALZA.



**P**edidosYa, la compañía de tecnología líder en delivery y quick-commerce, estrenó su primer supermercado 100% digital en Argentina en abril de 2020 en el barrio porteño de Palermo, para acompañar los nuevos hábitos de consumo de los argentinos en plena pandemia. Desde entonces, no frenó su crecimiento en ventas ni su expansión por el país: hoy cuenta con 68 locales en 12 provincias de Argentina. A pesar de las dificultades que enfrenta el consumo masivo en Argentina, con una retracción en las ventas presenciales en supermercados de cadena del 7% interanual en el primer bimestre y de 13% en los autoservicios, según datos de la consultora Scentia, los PedidosYa Markets continúan creciendo. En el mismo período, registraron un alza de 55%, que contrasta con la caída de 3% registrada en las ventas online de supermercados en general. Los resultados del primer bimestre, sumados al crecimiento de 43% en unidades de 2024, impulsaron un incremento de su participación de mercado, que lo sostienen como líder en

compras online de consumo masivo con fuerte peso en categorías como productos de consumo principal, frescos, conservas, platos preparados y bazar. "Si bien el lanzamiento coincidió con la pandemia, la demanda continuó creciendo después, incluso en contextos desafiantes para el consumo masivo. Los argentinos ya se acostumbraron a esta nueva forma de comprar, rápida, desde la comodidad de su hogar y a precios atractivos, y cada vez nos eligen más", comentó Federico Barberis Long, director de PedidosYa Markets. Los PedidosYa Markets ofrecen más de 4.500 productos que incluyen carnes, frutas, verduras, lácteos, fiambres, productos de almacén, golosinas, artículos de limpieza, alimento para mascotas y bebidas. Operan con inventario en tiempo real con entregas a partir de los 10 minutos y emplean a alrededor de 1.500 personas en todo el país. Los productos están organizados según su demanda, lo que permite a los colaboradores preparar las compras en 2 o 3 minutos. Además, el algoritmo optimiza el proceso de asignación de pedidos a repartidores

según cercanía y tiempos de entrega, garantizando una experiencia de compra ágil y eficiente para los usuarios.

#### Nuevos hábitos a la hora de comprar

En los últimos años, los hábitos de consumo experimentaron una transformación significativa. En este contexto, los PedidosYa Markets, espacios 100% digitales ubicados en zonas estratégicas y de alta densidad poblacional, se posicionan como una alternativa que sigue creciendo no solo porque permiten realizar compras desde la comodidad del hogar, de forma rápida y casi inmediata en la entrega, sino también porque ofrecen productos a precios competitivos y con atractivas promociones. "Los resultados obtenidos reflejan la consolidación del negocio de PedidosYa. A lo largo de estos cinco años, fuimos innovando, incorporando mejoras, acortando tiempos y adaptando promociones en función de las preferencias de nuestros usuarios, lo que nos permitió lograr este éxito y ser líderes del mercado", destacó Barberis Long.

- Turismo nacional e internacional
- Viajes a medida



- Salidas grupales
- Viajes de ocio



- Viajes de negocios
- Incentivos para empresas



- Vacaciones en familia
- Lunas de Miel

# Grupo Dia España logra mejores ventas que en Argentina

Los resultados de España continúan la buena tendencia del 2024, cerrando 1T25 con una venta neta de 1.060 millones de euros. Esto supone un crecimiento de +7,2% frente a 1T24 (+7,3% en venta like-for-like) gracias a un mayor número de clientes fidelizados y de tickets, las categorías de productos frescos, así como por el crecimiento del negocio online. Este resultado nos pone en la buena senda para cumplir nuestros objetivos del Plan Estratégico 2025-29 (4-6% CAGR venta). Gracias a esto, Dia gana cuota de mercado en España en 1T25 vs 1T24 (+0,1pp) y en el acumulado de 12 meses (TAM1).

En Argentina continúa el contexto de caída generalizada del consumo que ha impactado la segunda parte del 2024. Esto ha impactado la venta comparable (LFL) de Dia Argentina un -18,8%, mejorando ligeramente frente a 4T24 (+1,0pp). El impacto del tipo de cambio ha sido positivo, lo que ha hecho que la venta neta se vea menos afectada y se reduzca sólo -8,3%.

## Resultados del Grupo

En el 1T25, las ventas netas del Grupo alcanzan los 1.401 millones de euros (incluyendo efecto IAS29), un +3,0% mejor que el año pasado, impulsadas mayoritariamente por el buen resultado de España. Excluyendo el efecto hiperinflacionario de Argentina (IAS29), las ventas netas crecen un +6,5%.

Los negocios vendidos (Clarel, Portugal y Brasil) suponen un diferencial de venta neta de 361 millones de euros en el trimestre por su salida del perímetro.

## Valoración de Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia



"Grupo Dia cierra el primer trimestre del año con un sólido desempeño del negocio, lo que nos da la confianza necesaria para cumplir con los objetivos de nuestro Plan Estratégico 2025-29 recientemente compartido con el mercado. El crecimiento de las ventas en España, se apoya en la fortaleza de nuestra propuesta de valor en proximidad, reflejada en el aumento en clientes y frecuencia de compra en tienda y online, y en el incremento del peso en la cesta de nuestro surtido de alimentos frescos y productos Dia. Como resultado, Dia gana cuota de mercado en España en el trimestre y en el acumulado de 12 meses.

En Argentina, la caída del consumo ha impactado en la venta en el primer trimestre; sin embargo, se observa ya una ligera mejora frente al trimestre anterior que confiamos en consolidar manteniéndonos cerca del cliente con una marca sólida y una propuesta de valor que se acomoda a sus preferencias. Estamos comprometidos con que Dia siga creciendo cada día y generando valor para sus accionistas y ecosistema. Datos como los que comunicamos hoy nos impulsan para seguir trabajando con pasión por el cliente. Gracias a todos los equipos en tiendas, almacenes y oficinas y a nuestra red de franquiciados y proveedores por su profesionalismo para



*Grupo Dia cierra el primer trimestre del año con un sólido desempeño del negocio, lo que nos da la confianza necesaria para cumplir con los objetivos de nuestro Plan Estratégico 2025-29 recientemente compartido con el mercado.*

# GAFSA lanza su nueva línea de heladeras No Frost



GAFSA, marca perteneciente al grupo sueco Electrolux, da un paso más en su evolución con el lanzamiento de su nueva línea de heladeras No Frost Inverter A+, una propuesta que combina diseño moderno, eficiencia energética y sustentabilidad. Este nuevo lineal reafirma el compromiso de la marca con la innovación, sin perder su esencia: ofrecer soluciones prácticas, duraderas y accesibles. Disponibles en dos tamaños, tres colores (blanco, negro y plata) y dos versiones (con y sin dispenser de agua), estas heladeras ofrecen opciones para cada tipo de hogar. En la constante búsqueda de actualizarse, la marca incorpora funcionalidades clave como luz LED, estantes de vidrio templado, compartimentos especializados, un cajón para frutas y vegetales que mantiene la frescura por más tiempo, Ice Twister para extraer hielos de forma práctica y puerta reversible que permite adaptar el lado de apertura de la heladera según la comodidad o el diseño de la cocina. Además, incluye 10 años de garantía en el compresor.

## Tecnología Inverter y A+

La tecnología Inverter permite mantener la temperatura de la heladera más estable, ayudando a reducir, en estos modelos, hasta un 34% el consumo de energía en comparación con modelos tradicionales. Esto no solo significa menor impacto en la factura de luz, sino también un funcionamiento más eficiente. En línea con la sustentabilidad, estas heladeras utilizan gas ecológico R600a, que ayuda a reducir el impacto ambiental sin comprometer el rendimiento.

## Classified as Internal

Estas heladeras cuentan con clasificación energética A+, lo que indica que consumen menos electricidad que otros modelos.

## Heladeras Cíclicas vs No Frost

En Argentina, casi el 70% de los hogares aún utiliza heladeras Cíclicas. Sin embargo, las heladeras No Frost han ganado terreno en los últimos años gracias a su practicidad, fácil mantenimiento y una experiencia de uso mucho más moderna, sin formación de escarcha.

Las heladeras No Frost utilizan un sistema de ventilación que distribuye el aire frío de manera homogénea, evitando la acumulación de hielo y permitiendo un mantenimiento sencillo. Son ideales para quienes buscan comodidad y una refrigeración pareja en todos los compartimentos.

Por otro lado, las heladeras Cíclicas son una opción más accesible en precio y funcionalidad para el uso cotidiano: operan con un sistema de enfriamiento por ciclos que ayuda a conservar mejor la humedad natural de los alimentos, manteniéndolos frescos por más tiempo.

De esta manera, GAFSA reafirma su compromiso con la calidad, el diseño y la sustentabilidad en el uso de energía, asegurando que cada hogar encuentre la heladera perfecta para su estilo de vida. Conseguí todos los productos GAFSA en su tienda online oficial.

# Cámara de la Industria Química y Petroquímica (CIQyP®)



Rolando García Valverde



En un contexto global cada vez más enfocado en la sostenibilidad, las empresas enfrentan el desafío de alinear sus operaciones con marcos internacionales que garanticen un desarrollo responsable. Dado esto, dos conceptos clave –el enfoque ESG (Environmental, Social and Governance) y el Programa de Cuidado Responsable del Medio Ambiente® (PCRMA®)– se presentan como aliados estratégicos, especialmente para la industria química y petroquímica.

Ambas iniciativas comparten objetivos fundamentales y pueden complementarse, a pesar de sus diferentes orígenes. Mientras ESG es un estándar aplicable a todas las industrias y muy valorado por inversores y stakeholders globales, el PCRMA® –conocido internacionalmente

como Responsible Care®– es un programa voluntario y específico del sector químico y petroquímico, con una fuerte impronta técnica y operativa.

El Programa de Cuidado Responsable del Medio Ambiente® fue creado en Canadá en 1984 y hoy está presente en más de 70 países. En Argentina, es administrado por la Cámara de la Industria Química y Petroquímica (CIQyP®) y cuenta con acreditación bajo la norma IRAM-ISO/IEC 17067:2015, esquema tipo 6, del Organismo Argentino de Acreditación (OAA). Su aplicación permite a las empresas de la industria química y petroquímica, junto a su cadena de valor, operar bajo principios de mejora continua en áreas clave como salud ocupacional, seguridad de procesos, cuidado ambiental y gestión de riesgos.

Por otro lado, el enfoque ESG evalúa el desempeño empresarial en tres pilares: Ambiental, Social y Gobernanza. Este marco es adoptado por empresas de todos los sectores como una guía para mejorar su reputación, atraer talento, cumplir con las exigencias regulatorias y demostrar solidez a largo plazo ante los inversores.

“La implementación del PCRMA® es una herramienta concreta para que las empresas del sector gestionen y mejoren su desempeño ambiental y social, que son precisamente los pilares evaluados por ESG. No son marcos competitivos, sino complementarios: uno ofrece el marco operativo y el otro, el marco de evaluación y comunicación del compromiso empresarial con la sostenibilidad”, señaló el Ing. Rolando García Valverde, Líder de Desarrollo Sustentable y Medio Ambiente de la CIQyP®.

La implementación del PCRMA® es una herramienta concreta para que las empresas del sector gestionen y mejoren su desempeño ambiental y social, que son precisamente los pilares evaluados por ESG. No son marcos competitivos, sino complementarios: uno ofrece el marco operativo y el otro, el marco de evaluación y comunicación del compromiso empresarial con la sostenibilidad



## ESG y PCRMA®

### SIMILITUDES

- ✓ Promueven la sostenibilidad a largo plazo
- ✓ Impulsan una mejora continua en las empresas
- ✓ Fomentan la responsabilidad ambiental y social

### COMPLEMENTARIEDAD



PCRMA® ayuda a las empresas químicas a mejorar su perfil ESG

Proporciona una base sobre los pilares "E" y "S" de ESG

Facilita la comunicación con los grupos de interés en sostenibilidad

Sin embargo, el pilar de Gobernanza del ESG (la "G") va más allá del enfoque específico del PCRMA®, ya que incluye aspectos como la estructura del directorio, la ética corporativa, la transparencia financiera y el cumplimiento normativo en general. Por lo tanto, para desarrollar una estrategia ESG integral, las empresas deben complementar la gestión técnica del Programa con políticas de gobernanza robustas.

Por todo esto, se puede destacar que el PCRMA® y ESG actúan como piezas que se complementan en el compromiso de las empresas con la sostenibilidad. Responsible Care® proporciona a la industria química y petroquímica un marco para la mejora continua y la gestión responsable, mientras que ESG facilita la comunicación de ese desempeño de manera clara y coherente ante los diferentes grupos de interés.

### Acerca de la CIQyP®

La Cámara de la Industria Química y Petroquímica es una asociación civil sin fines de lucro, fundada en 1949 con el objeto de representar a las empresas del sector químico y petroquímico. Agrupa a más de 180 compañías afines que representan el 80% del valor agregado industrial del sector conformado por grandes, medianas y pequeñas empresas de capital internacional y nacional. Promueve el crecimiento y desarrollo sus-

tentable del sector por medio de iniciativas de sus empresas socias y la administración del PCRMA® (Programa de Cuidado Responsable del Medio Ambiente®), un programa voluntario que impulsa la mejora continua en seguridad, salud ocupacional y medio ambiente.

# Mercedes-Benz Camiones y Buses



*Somos Parte del Cambio' es una acción que proyectamos a largo plazo. Por cada unidad vendida, contribuimos de forma directa a la regeneración de un ecosistema estratégico. Es una invitación concreta a transformar el impacto ambiental de manera conjunta*

**M**ercedes-Benz Camiones y Buses pone en primer plano una causa que ya forma parte de su ADN: la campaña "Somos Parte del Cambio".

Esta iniciativa, combina concientización, acciones concretas y trabajo colaborativo con aliados estratégicos del ecosistema de la marca.

"Somos Parte del Cambio' es una acción que proyectamos a largo plazo. Por cada unidad vendida, contribuimos de forma directa a la regeneración de un ecosistema estratégico. Es una invitación concreta a transformar el impacto ambiental de manera conjunta", expresó Roberto Faist, Gerente de Marketing y Producto de Mercedes-Benz Camiones y Buses.

Desde su lanzamiento, la iniciativa crece año tras año. Su premisa es clara: por cada camión o bus vendido, se planta un árbol nativo en la ecorregión selvática subtropical andina del noroeste argentino.

Esta acción se realiza junto a Seamos Bos-



Somos parte  
del camino

*Restaurar un ecosistema implica compromiso y trabajo sostenido.*

ques, empresa de triple impacto especializada en la restauración y enriquecimiento de bosque nativo degradado. Hoy, ese compromiso ya se traduce en más de 21.060 árboles plantados y en la generación de impacto directo en un entorno clave para la biodiversidad del país, creando al mismo tiempo valor a largo plazo para la comunidad local.

"Restaurar un ecosistema implica compromiso y trabajo sostenido. Gracias a nuestra alianza con Mercedes-Benz Camiones y Buses, hoy damos voz al bosque nativo y potenciamos su regeneración en una región clave para la biodiversidad." destacó Paula Bellsolá, CEO de Seamos Bosques.

Este 2025 la campaña suma un nuevo hito: Automotores Mega, concesionario oficial,

se involucró activamente y contribuyó con la compra de 50 árboles nativos, marcando un precedente dentro de la red comercial. Esta campaña se alinea con la visión de ESG "Environmental, Social and Governance" (ambiental, social y gobernanza), estrategia global de Daimler Truck. Cuyas metas ambientales hacia el 2030 son: reducir el consumo energético en un 16%, disminuir la generación de residuos en un 12%, y reducir emisiones de CO2 en un 41%.

Como empresa subsidiaria local, Mercedes-Benz Camiones y Buses, desarrolla programas de concientización de cuidado ambiental que involucran a todos los actores de su cadena de valor en estas iniciativas. La red comercial, localizada en todo el

país con 45 puntos de atención, se une en cada operación de venta, incentivando a los clientes a unirse al cambio, ampliando así las oportunidades de contribuir al ecosistema y la biodiversidad de la región. Cada cliente que adquiere un vehículo se compromete con el medio ambiente y tiene la posibilidad de seguir el crecimiento y la evolución del árbol que se planta en su nombre, a través del sitio web de Mercedes-Benz Camiones y Buses.

# BBVA y Junior Achievement



Hernán Carboni

Una nueva edición del programa Finanzas personales que busca brindar herramientas financieras a jóvenes estudiantes de entre 16 y 18 años de edad.

BBVA y Junior Achievement Argentina renuevan su alianza y el compromiso con la educación financiera.

Este año, se llevará adelante la 7ª Edición del programa Finanzas personales que capacitará a más de 20.000 jóvenes y 900 docentes de escuelas secundarias de todo el país.

"Desde BBVA reafirmamos nuestro compromiso con la educación financiera de las nuevas generaciones. A través del programa Finanzas Personales, buscamos acercar herramientas concretas que les permitan a los jóvenes incorporar hábitos responsables en el manejo del dinero desde la escuela. Creemos firmemente que este tipo de iniciativas no solo fortalecen su formación, sino que también amplían sus oportunidades de desarrollo personal y profesional.", señaló, Hernán Carboni, Director de Relaciones Institucionales de BBVA en Argentina.

"La educación financiera es una herramienta clave para la autonomía y el desarrollo personal. Los jóvenes lo saben y cada edición del programa reafirma que este tipo de contenidos es fundamental para ellos: quieren aprender a manejar su dinero, pla-

nificar y tomar decisiones con confianza. Con Finanzas personales buscamos dar respuesta a esa demanda con una propuesta práctica y accesible, que llegue a todo el país y que acompañe tanto a estudiantes como a docentes. Esta alianza con BBVA permite potenciar el impacto y avanzar hacia una educación financiera más conectada con la realidad de los jóvenes", destaca Bernardo Brugnoli, director ejecutivo de Junior Achievement Argentina.

Según la 2ª investigación "Los adolescentes y las finanzas. Conocimiento y hábitos en Argentina", desarrollada en 2024 por Junior Achievement junto al Centro de Evaluación de Políticas Basadas en la Evidencia (CEPE) de la Universidad Di Tella y con el apoyo de BBVA, 8 de cada 10 jóvenes consideran que la escuela secundaria debería fortalecer la educación financiera.

Esta investigación alcanzó a un total de 4.575 estudiantes de entre 14 y 19 años de todo el país y tuvo como objetivo caracterizar su conocimiento sobre economía y finanzas. Además, se quiso conocer sus necesidades en relación a la educación financiera, el manejo de conceptos, los hábitos financieros y herramientas y productos utilizados.

### Educación financiera también es sostenibilidad

Con foco en el desarrollo social inclusivo, en el marco de la sostenibilidad como una de las seis prioridades estratégicas de BBVA, la alianza de la entidad financiera con Junior Achievement desde el año 2019, ha alcanzado a más de 44.000 jóvenes y docentes de todo el país.

Con el programa Finanzas personales, ambas organizaciones trabajan en resaltar la importancia de tomar decisiones financieras conscientes, a través del valor de la planificación, la consideración de criterios clave y la toma de decisiones en el contexto de la propia economía personal. El programa propone a los estudiantes desarrollar habilidades para administrar su economía y trabajar nociones básicas sobre planificación e instrumentos financieros.

Tal como se hizo en ediciones anteriores, el programa se desarrolla de manera autogestionada en el Campus virtual de Junior Achievement, donde cada estudiante accede a través de su usuario y contraseña. En el

caso de los docentes, cuentan con instancias de capacitación previa y se les facilita herramientas y recursos para aplicar en el aula.

### ¿Cómo impacta el programa en la vida de los estudiantes?

Tras su participación, los jóvenes son capaces de examinar el papel que juega el ahorro en el propio proyecto de vida, los criterios e instrumentos de inversión y crédito.

En esta nueva edición, y junto a la guía de docentes especializados, los jóvenes abordarán siete módulos con contenido teórico y práctico:

### Bancos tradicionales y digitales: el sistema bancario y la importancia de la inclusión financiera.

**Fintech:** qué son y cómo funcionan los servicios financieros de base tecnológica.

**Inclusión financiera y seguridad:** beneficios y precauciones del sistema financiero.

**Inversiones:** opciones de inversión y su análisis según objetivos y riesgos.

**Finanzas sostenibles:** en qué consiste y qué es la sostenibilidad.

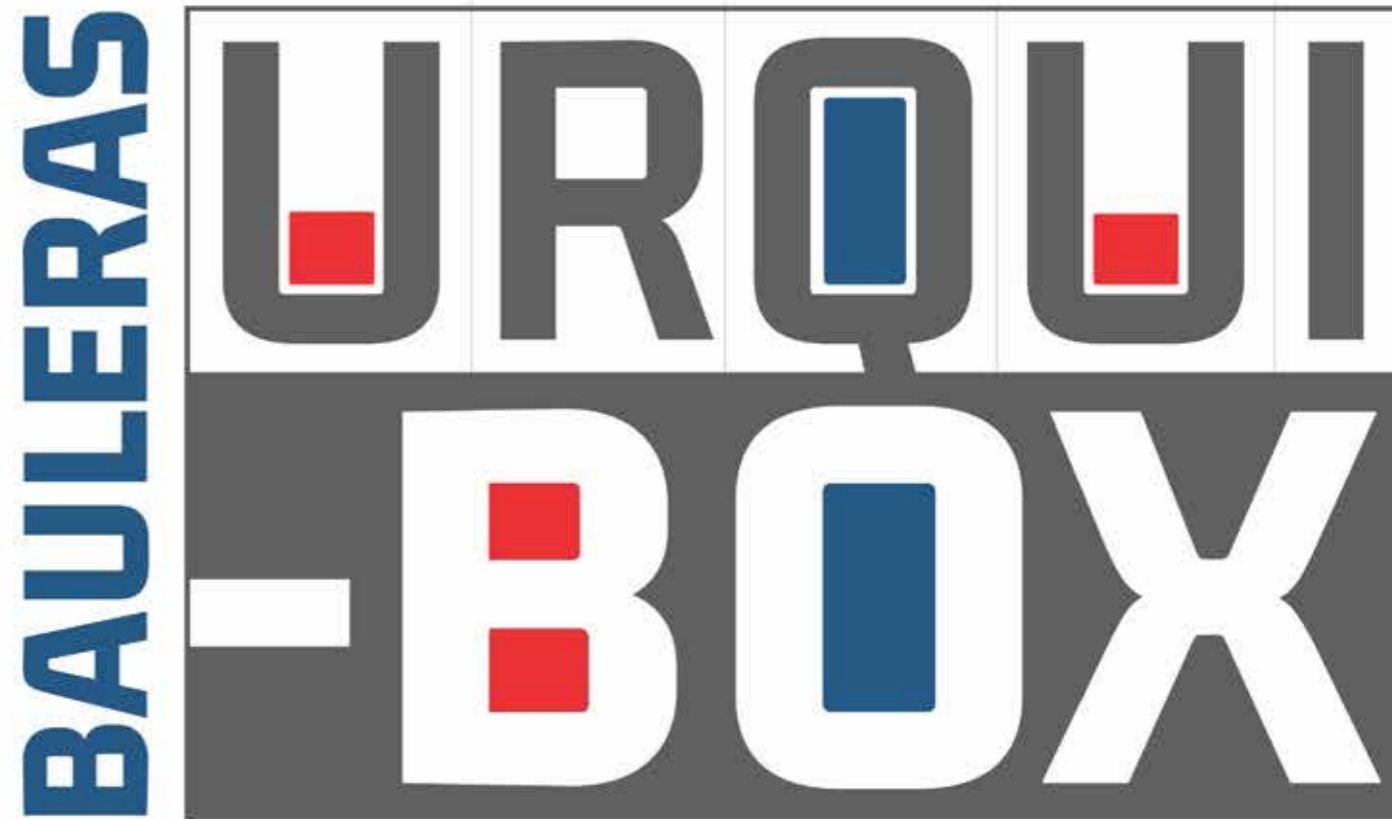
**Crédito:** elementos de los créditos, términos y condiciones.

**Integración:** aplica los conocimientos de manera lúdica y práctica.

Hacia el final del programa, se realizará un 'webinar' de cierre junto a voluntarios de BBVA. La actividad está pensada para que los estudiantes consoliden y complementen los conocimientos adquiridos y los voluntarios de BBVA puedan compartir con ellos sus conocimientos y brindar su experiencia.

### Acerca de BBVA en Argentina

BBVA en Argentina es una de las principales entidades financieras privadas del país. A través de los valores: "el cliente es lo primero, pensamos en grande y somos un solo equipo" trabaja comprometido con el país y el desarrollo sostenible. Cuenta con una amplia red de sucursales en todo el territorio nacional, compuesta de 243 sucursales, 878 cajeros automáticos y 850 terminales de autoservicio. BBVA en Argentina tiene un equipo de más de 6000 colaboradores y mantiene relaciones comerciales con clientes minoristas, pymes y grandes corporaciones.



→ Promo Apertura ←  
Primer Mes Bonificado

ALQUILER DE  
BOXES, BAULERAS  
Y DEPÓSITOS  
EN VILLA URQUIZA



info@urqui-box.com.ar



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

- Espacios de  
almacenamiento  
temporales y  
permanentes.

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

- Renovación mensual  
automática.

www.urqui-box.com.ar

# Grupo Galicia presenta los resultados financieros, sociales y ambientales de su gestión 2024

SE CUMPLEN ASÍ 20 AÑOS DESDE EL PRIMER INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE BANCO GALICIA EN LA ARGENTINA, DONDE FUE EVOLUCIONANDO AÑO A AÑO Y EL SÉPTIMO QUE UNIFICA A TODAS LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO.

Grupo Financiero Galicia presenta su Informe Integrado 2024 ASG mediante el cual describe su desempeño económico, social, ambiental y de gobierno corporativo como organización en el contexto actual. El Grupo está conformado por Banco Galicia, Galicia Más, Naranja X, Fondos Fima, Galicia Ventures, Galicia Securities, Inviu, Nera y Galicia Seguros.

"Este documento expresa nuestra gestión 2024 con la que buscamos mejorar el día a día de más personas, y de la cual quisiera destacar que el principal hito fue la compra de los negocios de HSBC Argentina (hoy Galicia Más). Esta operación, comunicada en abril y concretada en diciembre, nos permite sumar nuevos clientes y sus volúmenes asociados, nuevos productos, talento y la red de sucursales. Hoy en día, conviven Banco Galicia y Galicia Más y nuestro objetivo es fusionarlos durante 2025. De esta manera, Grupo Galicia se consolida como el Grupo Financiero Privado más grande de Argentina, confirmando su compromiso con el desarrollo y crecimiento sostenible del país", remarca Eduardo Escasany, Presidente del Grupo Financiero Galicia.

A la vez Fabián Kon, Gerente General de Banco Galicia, dijo que "Continuaremos con el objetivo de afianzar nuestra posición de liderazgo en el mercado financiero, con la atención puesta en la rentabilidad del negocio, apalancada en la expansión, la captación de nuevos clientes y el crecimiento inorgánico derivado de la adquisición de HSBC Argentina. Esta integración nos permitirá potenciar sinergias, ganar escala y fortalecer nuestra propuesta de valor en un mercado cada vez más competitivo. Grupo Galicia cree que esta estrategia solo es posible en la medida en que se brinde una experiencia diferenciadora, basada en la transformación digital, la simplicidad de la

propuesta y la personalización de la oferta, un pilar clave para que nuestros clientes nos sigan eligiendo".

Por su parte Constanza Gorleri, Gerente de Sustentabilidad de Banco Galicia, señala que "Este compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas no solo refleja nuestras obligaciones, sino que también subraya nuestra vocación a impulsar un futuro sostenible. En Grupo Galicia, creemos que comunicar nuestros avances es esencial para construir confianza y fomentar un cambio positivo en la sociedad. Por lo cual, continuamos profundizando nuestro análisis de materialidad según los Estándares GRI y el concepto de doble materialidad tomado por diferentes lineamientos y requerimientos internacionales. Solo por mencionar algunos: Estándares GRI, SASB, Pacto Global, Principios de Ecuador, Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs), Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, Norma ISO 14001:2015 de Sistema de Gestión Ambiental, LEED y CDP."

## PRINCIPALES RESULTADOS ALCANZADOS EN 2024

### Capital Financiero

Comprende los recursos necesarios para lograr solvencia, rentabilidad y sustentabilidad económica \$6.752 miles de millones de facturación, \$1.618.494 millones de reinversión en Grupo Galicia, 41,78% de eficiencia. Alcanzó un ROE de 33,98% apalancados principalmente por los ingresos financieros del Grupo. Alcanzó una calificación general de KPIs Estratégicos de 4,8. Logró 100% de las iniciativas implementadas. Logró mantener el 74% de las métricas de riesgos dentro de los umbrales definidos en el marco de apetito de riesgo.

### Capital industrial e intelectual

Comprende la cartera de productos y ser-

vicios; la inversión en infraestructura y sistemas, los canales de atención para acompañar a los clientes en su desarrollo, los espacios y herramientas de investigación y desarrollo, y los procesos, sistemas de gestión y los avances en materia de transformación digital. Más de 3 millones de clientes Galicia activos al mes. 2.800.000 millones de clientes diarios en la App Naranja X. Más de 3 millones de pólizas de Galicia Seguros. 1.995 clientes accedieron a su crédito hipotecario. 773.633 clientes Galicia eligen Fondos FIMA. 14.600.000 millones de tarjetas de créditos. 1º Lugar en el Ranking de Emisiones Primarias de ON. Galicia logró reducir en un 66% los costos asociados a la remediación de vulnerabilidades. NAVE pasó de realizar 20 operaciones por minuto a 103, logrando tasas de aceptación y aprobación del 29%. Galicia alcanzó un 2,7% de su cartera total, etiquetada como cartera sostenible. Reconocido con el Sello de la Red de Impacto Social por el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por su compromiso en generar impacto positivo en la integración y el desarrollo de la economía social a través de su aporte a FONDOS.

### Capital Humano

Comprende la inversión para atraer y desarrollar a los colaboradores y generar buenos ambientes de trabajo entendiendo que para proveer un servicio de excelencia necesitamos contar con equipos respetuosos, diversos, innovadores y desafiantes. 9.325 Colaboradores Grupo Financiero Galicia (4.646 mujeres y 4.679 hombres). Grupo Galicia logró alcanzar un 36% de posiciones de liderazgo estratégico ocupados por mujeres. Más de 32 horas de formación promedio por colaborador. Galicia fue reconocido por su gestión en Diversidad e Inclusión por Fundación Flor. Galicia logró mantener una tasa de egresos en colaboradores identificados

como Key Players del 9,18%. Lanzó "Somos Red", un espacio para impulsar el desarrollo de las mujeres líderes de Galicia, promoviendo la construcción de vínculos, el intercambio de experiencias y el aprendizaje colaborativo. Naranja X incorporó atención en Lengua de Señas Argentina (LSA) en su APP para mejorar la experiencia de más clientes. Conformación de la alianza "Igual es Mejor" junto a United Nations Population Fund (UNFPA) y Fundación AVON por la igualdad y la prevención de las violencias basadas en género.

### Capital Social

Comprende la inversión social estratégica basada en el diálogo con los grupos de interés, la construcción de relaciones transparentes y éticas con la comunidad y el desarrollo de la economía local. Más de 1.800.000 personas acompañadas (176.282 estudiantes + 1.624.329 pacientes). 1.035 Organizaciones Sociales impactadas. 2.081 Escuelas impactadas. 24 provincias alcanzadas. \$270 millones invertidos en becas a estudiantes del CBC mediante el Programa Becas +Futuro. 24 estudiantes graduados mediante el Programa Potenciamos Tu Talento. \$222.182.213 invertidos en infraestructura, aparatología y equipamiento en 52 instituciones de salud, a través del Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud de Banco Galicia. 10.860 emprendedores y 61 empresas de triple impacto a través de iniciativas como Emprende Oficinas, Transición Pyme y Escalar el Impacto, con el objetivo de mejorar la empleabilidad de personas, acelerar prácticas sostenibles de Pymes y potenciar la escalabilidad de Empresas de triple impacto. A partir del Programa Redondeo Solidario en 2024, Banco Galicia aportó fondos por \$5.019.436, mientras que los clientes aportaron \$14.287.648. Acompañó 63 proyectos culturales a través de su programa de Mecenas. Galicia logró el 100% de las organizaciones evaluadas por la matriz de análisis de impacto social (MAIS) tengan una calificación de bueno y muy bueno. Galicia aumentó las compras sustentables, bajo el modelo de evaluación de proveedores que contempla criterios ASG, con respecto al año anterior un 172,6%. Galicia alcanzó a 10.578.159 de personas con contenidos de Educación Financiera Naranja X llegó a 1.307.651 usuarios únicos en el Blog "Hablemos de plata" durante 2024, superando la meta de más %13 versus 2023. Reconocido con el Sello de Impacto Social 2024 por la contribución de



Banco Galicia al fortalecimiento de la economía y la sociedad a través de su estrategia de formación, compras y financiamiento de impacto. Grupo Galicia logró el Puesto #2 durante todo 2024 en el ranking de empresas que brindan más acceso al crédito formal en Argentina y un 92% de aporte al bienestar financiero de personas incluidas. PRIAR, el programa de voluntariado corporativo, impulsó 50 proyectos beneficiando a 17.941 personas. Participaron 4.725 voluntarios Galicia. Lanzó Galicia Multiplica, la cual es una plataforma donde se busca interpelar a todos los colaboradores de Galicia en actividades de voluntariado corporativo que tienen como base los 5 ejes de la estrategia de sustentabilidad del Banco. Continuó con la alianza con la Municipalidad de Mendoza a través de iniciativas que potencian la educación, la salud, el ecosistema productivo y el cuidado de la biodiversidad.

### Capital Natural

Comprende los procesos ambientales para la preservación de recursos naturales renovables y no renovables consumidos o afectados por el propio negocio. Grupo Galicia alcanzó la Carbono-neutralidad. Certificación ISO 14.001 en Grupo Galicia. Creación de la Política de Acción por el Clima para todo el Grupo Galicia actuando como marco de acción climático frente al objetivo de carbono neutralidad 2050. Grupo Galicia redujo el consumo de papel para resúmenes de clientes en un 49%. Grupo Galicia logró abastecer un 74% de energías renovables a los edificios corporativos del Grupo, aunque aumentó su consumo energético en 2,17%. Torre Galicia, Casa Matriz, Plaza Galicia y 8 sucursales más obtuvieron el certificado de Sello Verde, emi-

tido por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires por la gestión eficiente de sus residuos. \$396.655.136 en inversiones ambientales.

## Acerca de la estrategia de Sustentabilidad de Banco Galicia

La estrategia de sustentabilidad de Banco Galicia se encuadra en los Criterios Ambientales, Sociales y de Gobierno (ASG) y se basa en 5 ejes de trabajo: Desarrollo Local, Acción por el Clima, Educación e Inclusión Financiera, Diversidad y Financiamiento de Impacto. Éstos, a su vez, se nutren de la agenda social para dar respuesta a las urgencias y necesidades de la sociedad en su conjunto.

En el marco de la valoración de una cultura diversa e inclusiva, instauró 3 pilares de gestión de la diversidad: Género, Discapacidad y Empleabilidad; teniendo en cuenta el impacto tanto hacia adentro como hacia afuera de la organización.

A su vez, a través de su compromiso con el Ambiente visibiliza su meta de ser una empresa neutra en carbono, promoviendo entre sus grupos de interés el uso eficiente de los recursos naturales en todas las acciones con impacto ambiental que realizan.

Lleva adelante el Programa Interactivo de Ayuda por Regiones (PRIAR), iniciativa solidaria y voluntaria creada por colaboradores y ex colaboradores del Banco, nació en 2002 y se constituyó como Asociación Civil "Ayudando a Ayudar".

En forma anual, presenta su Informe Integrado bajo lineamientos ASG y así comunica su desempeño económico, social y ambiental.

# Energía del sabor, el programa de transformación social de Naturgy Argentina



Desde 2016, Naturgy lleva adelante "Energía del Sabor", un programa por el que pasaron 950 jóvenes a través del cual se promueve la inclusión social a través de la gastronomía. El objetivo principal de esta iniciativa es capacitar a jóvenes de entre 18 y 25 años, desocupados o en situación de precariedad laboral, para que puedan emprender una actividad productiva y desempeñarse en oficios vinculados a la gastronomía. De este modo, Naturgy impulsa la generación de empleo genuino y sustentable que les permita a los beneficiarios salir de la situación de vulnerabilidad social en la que se encuentran.

Energía del sabor -cuyas ediciones se llevaron adelante en distintas localidades de la provincia de Buenos Aires y de San Miguel Tucumán- en cada edición se articula con diferentes organizaciones sociales que se comprometen e impulsan la participación en sus comunidades.



El programa crea espacios de aprendizaje y jerarquización de oficios gastronómicos, proporcionando las herramientas necesarias para una inserción laboral genuina y sustentable. Esta iniciativa se lleva adelante este año en colaboración con la UTHGRA Morón -Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina-, la Fundación Siloé del partido de Moreno y Fundación Peregrina del barrio Las Tunas, partido de Tigre. La actividad está abierta a la comunidad.

"Energía del Sabor es una iniciativa que constantemente nos llena de satisfacciones. Consideramos estratégico para la compañía generar programas que impulsen la transformación de la realidad social.



Y el vínculo con organizaciones como UTHGRA y la Fundación Siloé jerarquizan nuestro aporte", aseguró Verónica Argañaraz, Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Naturgy Argentina.

La edición 2025 de Energía del Sabor ya tuvo su capítulo en Tucumán y próximamente tendrá lugar en Buenos Aires. La novedad de este año en Tucumán fue la incorporación de una escuela itinerante para llegar a los grupos vulnerables. Las capacitaciones se dictarán en diferentes organizaciones sociales que son beneficiarias del Banco de Alimentos. Así, se suma calidad nutricional para los niños que se alimentan en estas organizaciones y a la vez, se les brinda una oportunidad de crecimiento a las personas capacitadas.

*Energía del Sabor es una iniciativa que constantemente nos llena de satisfacciones. Consideramos estratégico para la compañía generar programas que impulsen la transformación de la realidad social. Y el vínculo con organizaciones como UTHGRA y la Fundación Siloé jerarquizan nuestro aporte*

# MASSEY FERGUSON MOSTRÓ SU PULVERIZADOR MF 500R

MASSEY FERGUSON REAFIRMÓ SU COMPROMISO CON LA TECNOLOGÍA APLICADA AL AGRO DURANTE DOS JORNADAS DE DEMOSTRACIONES A CAMPO, DONDE MOSTRÓ EN CONDICIONES REALES LA PRECISIÓN, EFICIENCIA Y CONECTIVIDAD DE SU PULVERIZADOR MF 500R. LAS ACTIVIDADES SE REALIZARON JUNTO A TECNOAGRO, CONCESIONARIO OFICIAL EN TUCUMÁN, EN EL ESTABLECIMIENTO LA VIRGINIA, Y CON MAQUINAGRO, CONCESIONARIO OFICIAL EN CHARATA, CHACO, REUNIENDO A PRODUCTORES, ASESORES TÉCNICOS Y CONTRATISTAS DEL NORTE DEL PAÍS.

**A**gricultura de precisión al alcance del productor. El pulverizador MF 500R, desarrollado para responder a las exigencias del campo argentino, fue el protagonista absoluto de estas demostraciones. Con motor AGCO Power de 6 cilindros – el más económico de su categoría, sistema de transmisión AWD Smart Drive con control de tracción independiente que permite un 15% de ahorro de combustible, con barras de hierro de 30 o 32 metros y barra de fibra de carbono de 36 o 40 metros, control de secciones automático, y sistema de pulverización con caudal variable, el MF 500R garantiza aplicaciones uniformes, y máximo aprovechamiento de cada insumo.

Además de su diseño ergonómico, con chasis flexible que proporciona agilidad y tracción incluso en las condiciones de campo más difíciles, la telemetría integrada MF Connect para el gerenciamiento de flota, el sistema MF Guide, y la estación meteorológica, permiten operar con mayor confort, seguridad y gestión inteligente de datos en todo momento. Las opciones de piloto automático y la trocha variable - que permite una mayor eficiencia en la aplicación de productos especialmente en terrenos irregulares y con cultivos que requieren diferentes distancias entre plantas - completan un paquete tecnológico ideal para una agricultura de precisión más eficiente y sostenible.

“Desde Massey Ferguson buscamos ofrecer herramientas accesibles, robustas y tecnológicamente avanzadas que mejoren el trabajo diario del productor. Sabemos que estamos en semanas decisivas



de cosecha, y contar con equipos que aseguren precisión, conectividad y eficiencia en cada pasada, marca una diferencia clave para maximizar resultados”, Gustavo Speranzoni, responsable de Producto para Pulverizadores de Massey Ferguson para Hispanoamérica. Durante las demostraciones, los asistentes destacaron la calidad de construcción, la simplicidad operativa y la capacidad de adaptarse a diferentes tipos de cultivos y condiciones de terreno, consolidando al MF 500R como un aliado esencial para optimizar la producción agrícola. “Estamos en este lote de caña de azúcar en el que estamos haciendo la demostración y pudimos ver en acción el pulverizador y estamos muy satisfechos al igual que nuestros clientes. Esta máquina tiene mucho despeje y nos permite entrar hasta cultivos tardíos sin romper el cultivo.

Contar con un equipo así significa mayor rendimiento y menores costos operativos”, expresó Gastón Ramírez del Concesionario Tecnoagro. Disponibles en concesionarios oficiales, los nuevos pulverizadores MF ofrecen a los productores argentinos soluciones concretas para aumentar la eficiencia de sus aplicaciones, cuidar los cultivos y gestionar mejor sus recursos. La marca continuará recorriendo distintas regiones del país durante 2025, acercando su portfolio de productos a más productores que buscan potenciar su desempeño en cada campaña.

## FANTA SE TRANSFORMA



La marca de gaseosas junto a su nueva identidad visual, presenta una plataforma que empodera a los adolescentes a perseguir sus pasiones y disfrutar de la vida al máximo a través de experiencias únicas. Fanta, una de las marcas más reconocidas del portafolio de The Coca-Cola Company, presenta su nueva campaña “¿QUERÉS?”, una campaña innovadora y sensorial para conectar con los jóvenes a un nivel más profundo y empoderarlos a perseguir sus pasiones. Esta iniciativa busca darles a los adolescentes el impulso que necesitan para animarse a hacer más de lo que realmente desean. Fanta reconoce que sus ganas, intereses y pasiones importan, y que muchas veces, dar ese primer paso puede ser tan simple como disfrutar de una Fanta helada. Esta mirada se alinea con el compromiso de The Coca-Cola Company de generar experiencias significativas y cercanas, especialmente para las nuevas generaciones. A través de Fanta, la compañía consolida su vínculo con el público teen, con una propuesta que combina autenticidad, entretenimiento y una fuerte conexión sensorial.

## GRUPO TRANSATLÁNTICA INCORPORÓ A YURI SCAVONE

Grupo Transatlantica incorporó a su equipo a Yuri Scavone, un reconocido profesional en la industria financiera con conocimiento del mercado. De esta manera, la compañía impulsa su expansión en banca internacional, fortaleciendo su propuesta de servicios de cuentas de inversión, de individuos, wealth management, entre otros, con la incorporación de un asesor especializado con gran trayectoria en este mercado. “Como rosarino, es un orgullo incorporarme a este grupo empresario líder local con alcance internacional. Conozco muy bien el área de influencia de Grupo Transatlántica para sumar valor a sus negocios y los negocios de nuestros clientes”, señala Yuri Scavone.



## IBM PRESENTÓ NUEVAS TECNOLOGÍAS HÍBRIDAS QUE REVOLUCIONAN LA IA

En el marco de THINK, el evento anual de la compañía, IBM presentó nuevas tecnologías híbridas que revolucionan la IA empresarial que permitirán: Construir agentes de IA en menos de 5 minutos con el set de capacidades más completo de la industria. Obtener un ROI del 176% en tres años automatizando la integración en la nube híbrida. Crear e implementar agentes de IA con sus propios datos: convertir los datos empresariales en la herramienta más poderosa con el nuevo watsonx.data, que puede llevar a agentes de IA un 40% más precisos. Acelerar a una IA segura y escalable con 450 mil millones de operaciones de inferencia diarios en el nuevo LinuxONE 5. También, se presentó el IBM CEO Study que muestra que los líderes empresariales esperan que la tasa de crecimiento de las inversiones en IA se duplique en los próximos dos años, y que la mayoría adopte activamente agentes de IA y se prepare para escalarlos. Sin embargo, su ritmo de inversiones ha dado lugar a una tecnología desconectada, y solo el 25% de las iniciativas de IA han logrado el retorno



## PIRELLI

Con el fin de reafirmar su compromiso con el crecimiento del segmento Premium y High Value en Argentina, Pirelli empieza a fabricar localmente la medida 255/55R19 del neumático Scorpion™ All Terrain Plus y la 255/50R20 del Scorpion™. Estos dos modelos son ideales para aplicar en vehículos SUV y pickups por su alto rendimiento y capacidad de adaptación a la diversidad de superficies que caracteriza al territorio argentino. A estos lanzamientos, se les suma una novedad: aquellos usuarios de la versión Trendline de la pickup Amarok de Volkswagen que deseen reponer sus neumáticos podrán aplicar el modelo de 19 pulgadas del Scorpion™ All Terrain Plus, que cuenta con una excelente performance en la diversidad de terrenos de Argentina. El neumático está diseñado para ofrecer un rendimiento excepcional tanto en la ciudad como fuera de ella (40% on road y 60% off road) y un alto nivel de performance, frenada y agarre al suelo además de lograr resistencia al desgaste.



# CNH INDUSTRIAL

## LA EMPRESA AMPLÍA SUS SOLUCIONES DE CONECTIVIDAD CON STARLINK DE SPACEX



CNH (NYSE: CNH) anuncia que ha firmado un acuerdo con Starlink, una subsidiaria de SpaceX, para llevar conectividad satelital de vanguardia a los agricultores. Esta colaboración proporcionará a los clientes de las marcas de CNH -Case IH, New Holland y STEYR- una conectividad robusta, accesible y de alta velocidad, lo que liberará aún más los beneficios de una flota completamente conectada, incluso en las zonas rurales más remotas del mundo.

"Estamos encantados de ofrecer a nuestros clientes acceso a conectividad satelital líder en la industria, lo que les permitirá maximizar el potencial de nuestra gama completa de tecnologías de precisión, incluso en los entornos rurales más desafiantes", dijo Stefano Pampalone, Director Comercial de Agricultura de CNH

### Cómo Starlink potencia la entrega de la tecnología de precisión de CNH

La avanzada red satelital de Starlink ofrece internet confiable y de baja latencia. Esto permite que nuestras máquinas inteligentes se comuniquen y coordinen de manera eficiente, mejorando la productividad y el rendimiento. Se integra perfectamente con nuestra plataforma digital FieldOps™, brindando a nuestros clientes visibilidad de sus máquinas y acceso a datos desde cualquier lugar, en cualquier momento. También les proporciona mayores capacidades de transmisión de datos al mantener sus dispositivos de gestión agrícola siempre conectados, sin importar la ubicación.



*Estamos encantados de ofrecer a nuestros clientes acceso a conectividad satelital líder en la industria, lo que les permitirá maximizar el potencial de nuestra gama completa de tecnologías de precisión, incluso en los entornos rurales más desafiantes"*

La pulverización con base en mapas de prescripción es otro caso de uso poderoso en el que la tecnología de transmisión rápida y confiable de Starlink beneficiará las operaciones agrícolas. La falta de conectividad en mercados como Brasil, por ejemplo, puede dificultar la logística agrícola. La plataforma FieldXplorer de CNH utiliza inteligencia artificial para transformar imágenes de drones en un mapa del campo que distingue entre malezas y cultivos. Con Starlink, ahora podemos exportar esos datos casi instantáneamente para crear un mapa de prescripción de

pulverización para la máquina. Esto permite a los agricultores aplicar productos de protección de cultivos más temprano, controlando las malezas antes, lo que en última instancia ayuda a mejorar los rendimientos.

Esta colaboración refuerza el compromiso continuo de CNH de ofrecer a los agricultores soluciones confiables y personalizadas que respondan a las demandas únicas de la agricultura, al tiempo que amplifican las capacidades de la tecnología de precisión desde cualquier lugar donde se encuentren

# FORD ARGENTINA

## LA BRONCO SPORT SE RENUEVA

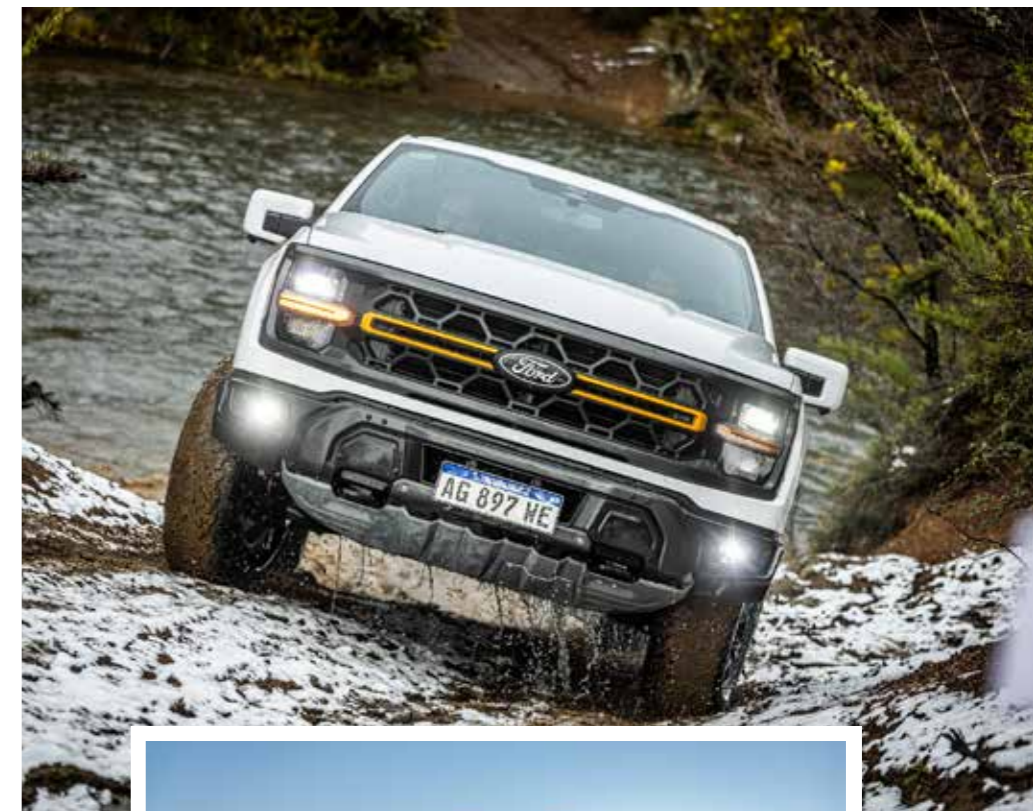
Ford Argentina presentó la Nueva Bronco Sport, el ícono de la aventura, que llega en dos versiones: Big Bend y Badlands. "La Bronco de las SUVs medianas" ofrece un motor EcoBoost de 253CV (el más potente de su categoría), doble tracción y numerosas asistencias a la conducción de serie, destacadas capacidades off-road y el diseño inconfundible de uno de los modelos más emblemáticos de Ford.

La Nueva Bronco Sport continúa siendo la mejor opción para quienes buscan aventura fuera de camino, ofreciendo robustez y versatilidad. Posee doble tracción de serie y múltiples recursos tecnológicos que potencian su capacidad: bloqueo electrónico de diferencial trasero, hasta 7 modos de gestión de terrenos G.O.A.T. (incluyendo 2 modos

nuevos: "Rally" y "Todoterreno"), sistema "Trail Control" de velocidad crucero para off-road, control de descenso, y diversas protecciones para el manejo todo terreno. Además, sus ángulos de ataque, ventral, salida y capacidad de vadeo (600mm) la convierten en un vehículo sumamente ágil para salir a explorar.

La Nueva Bronco Sport eleva los estándares de la categoría en materia de confort y seguridad con elementos distintivos como una gran pantalla central de 13", tablero digital de 12" y Ford CoPilot 360, el paquete de tecnologías semiautónomas de asistencia a la conducción más completo y avanzado, que incluye control de crucero adaptativo, asistente de mantenimiento y centrado de carril, entre muchas otras funciones. Además, con esta renovación, suma conectividad FordPass Connect de serie y cámaras con visión de 360 grados.

Experiencia Tremor en la Patagonia con la capacidad Off.Road de 150 y Maverick Ford Argentina eligió los alucinantes paisajes nevados de Villa La Angostura para llevar a adelante una experiencia de manejo junto a las pick-ups que conforman la Familia Tremor, con el fin de vivir poner a prueba las destacadas capacidades off-road de la F-150 Tremor y la Nueva Maverick Tremor. Tremor es un concepto de ingeniería



transversal a la familia de productos Ford: Si las versiones Raptor están inspiradas en la alta performance y competición, con desempeño todoterreno extremo, la familia Tremor apunta a la aventura, pensando en un off-road más técnico enfocado en la superación de obstáculos y terrenos difíciles. Estas versiones ofrecen capacidad todoterreno superior gracias a un arsenal de hardware y tecnología para potenciar su uso fuera de camino, todo incluido de se-

rie en las camionetas. En Argentina, la saga Tremor se inició con la F-150 Tremor, equipada con el motor Coyote 5.0L V8 (406 CV, 556 Nm), y ahora se amplía con la llegada de la Nueva Maverick Tremor, equipada con un motor EcoBoost 2.0L Turbo que entrega 253 CV y 375 Nm y que en este momento está llegando a los concesionarios Ford de todo el país.

# HONDA ARGENTINA

## SE LANZÓ LA NUEVA XR150L



*El lanzamiento de la nueva XR300L Tornado, que ya es un éxito en ventas, Honda refuerza su presencia y liderazgo en el segmento ON/OFF, y sigue fortaleciendo la producción local, con otro modelo icónico y referente para los consumidores argentinos.*



**E**n línea con su compromiso de ofrecer productos de la más alta calidad, Honda Motor de Argentina continúa con la actualización de su familia XR en el país e inicia la comercialización de la nueva XR150L. Fabricada en la planta de Campana, incorpora mejoras en seguridad y tecnología, y posee la certificación Euro 3, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Tras el lanzamiento de la nueva XR300L Tornado, que ya es un éxito en ventas, Honda refuerza su presencia y liderazgo en el segmento ON/OFF, y sigue fortaleciendo la producción local, con otro modelo icónico y referente para los consumidores argentinos.

Entre los cambios introducidos en la XR150L se destacan la renovación del diseño con nuevas gráficas, carenados y combinación de colores. En términos de seguridad, ahora cuenta con sistema antibloqueo de frenos (ABS) en la rueda delantera lo que mejora la estabilidad y reduce la distancia de frenado en superficies deslizantes. A su vez, el freno

delantero ahora es firmado por la reconocida marca Nissin, garantizando una respuesta más eficiente y progresiva en situaciones de emergencia. Además, suma

un nuevo tablero digital, mejorando la experiencia de conducción al proporcionar información más clara y precisa.

El modelo cumple con la certificación Euro 3, que regula las emisiones de gases como

NOx, CO, HC y PM, contribuyendo a mejorar la calidad del aire y minimizar el impacto ambiental.

# MERCEDES BENZ CAMIONES

## SE PRESENTÓ UNA SERIE DOCUMENTAL EN INSTAGRAM



**M**ercedes-Benz Camiones y Buses, en alianza con la cuenta de Instagram @buenosaires.ar, presenta Crónicas Pasajeras, una serie documental que invita a descubrir la ciudad desde otra perspectiva: la de quienes la transitan todos los días en colectivo. A lo largo de cinco capítulos de diez minutos, la serie pone en valor el transporte público como parte esencial de la vida urbana. Las cámaras se suben a distintas líneas para retratar escenas cotidianas, mostrar rincones emblemáticos de Buenos Aires y capturar la voz anónima de una ciudad en movimiento.

Disponibles en el canal de YouTube de Mercedes-Benz Camiones y Buses Argentina, y la cuenta de Instagram de @buenosaires.ar. Esta propuesta se alinea a la visión de Mercedes-Benz Camiones y Buses de estar siempre cerca de las personas. Los colectivos forman parte de la vida cotidiana, y esta serie ofrece una mirada diferente sobre todo lo que sucede a bordo: la ciudad, las personas que la habitan y las historias que se construyen en cada trayecto.

“Dos de cada tres colectivos que circulan en Argentina son Mercedes-Benz. Entendemos que nuestro rol es importante para promover una movilidad más sustentable en armonía con la sociedad y el medio ambiente. “Crónicas Pasajeras” refleja el impacto cotidiano de los colectivos en la vida de las personas y creemos que será una buena manera de visibilizar la ciudad y sus historias”, señaló Sebastián Gysin, Director de Ventas y Marketing de Buses Mercedes-Benz.

De esta manera, Mercedes-Benz Camiones y Buses sigue promoviendo iniciativas que

ponen en valor el transporte público y su rol en la vida cotidiana de las personas.

Mercedes Benz Trucks busca un récord Guinness

Mercedes-Benz Trucks llevará a cabo, en junio, una iniciativa con el objetivo de lograr un récord mundial Guinness. En esta acción, el camión eléctrico eActros 600 recorrerá más de 100 kilómetros en reversa con un semirremolque, buscando generar conciencia sobre la electromovilidad, la seguridad vial y la imagen del conductor profesional.

# NISSAN

## FRONTIER PRO HÍBRIDA

Nissan presentó la totalmente nueva Frontier Pro híbrida enchufable en el Auto Shanghai 2025. Junto al Dongfeng Nissan N7, esta nueva pick-up representa el segundo de ocho vehículos de nueva energía (NEV) que Nissan planea lanzar en China para el verano de 2027. Ambos modelos reflejan el compromiso de Nissan para ampliar su cobertura de segmentos y revitalizar su portafolio con productos competitivos y cargados de tecnología.

### Nueva Nissan "Frontier Pro"

Se encontrará a la venta en China a finales de este año, la nueva Frontier Pro será la primera pick-up electrificada y el primer híbrido enchufable de Nissan. Este vehículo combina décadas de experiencia de Nissan en pick-ups con la más reciente tecnología de propulsión eléctrica del principal mercado de NEV's del mundo: China.

Esta pick-up de cinco plazas y uso dual está diseñada para consumidores que buscan un vehículo que ofrezca comodidad y eficiencia en la conducción urbana diaria, así como capacidad para aventuras de fin de semana fuera de la ciudad.

### Tren motriz

La nueva Nissan Frontier Pro incorpora un potente sistema híbrido enchufable, con un motor de combustión interna de 1.5 litros turbo cargado de 4 cilindros, así como un motor eléctrico de alto rendimiento montado en la transmisión. En conjunto, el sistema entrega más de 300 kW de potencia y hasta 800 Nm de torque, ofreciendo un equilibrio entre rendimiento y eficiencia.

En el mercado chino, se espera que entregue hasta 135 km\* de autonomía en conducción con modo 100% eléctrico.



### Nuevo sedán eléctrico "N7"

A tan solo cinco meses de su debut, el elegante sedán totalmente eléctrico Dongfeng Nissan N7 saldrá a la venta en China este mes, demostrando el esfuerzo de Nissan por acelerar el lanzamiento de nuevos productos.

Este aerodinámico sedán cuenta con un coeficiente de arrastre de solo 0.208 y una amplia gama de tecnologías inteligentes para brindar una experiencia de conducción cómoda y libre de estrés.

### Motorización

Dispone de dos opciones de batería LFP (litio-ferrofosfato) de 58 kWh y 73 kWh, ambas con arquitectura de 400 voltios. Todos los modelos tienen tracción delantera con un motor eléctrico que entrega entre 160 kW y 200 kW y un torque máximo de 305 Nm.

La recarga de la batería permite pasar del 10% al 80% en aproximadamente 19 minutos, y del 30% al 80% en tan solo 14 minutos.

# SCANIA ARGENTINA

## PRESENTE EN LA EXPO OIL & GAS PATAGONIA



Scania estará presente en la Expo Oil & Gas Patagonia, evento organizado por el Instituto Argentino del Petróleo y del Gas que se realizará cada dos años en el país. La exposición se llevará a cabo del 23 al 25 de octubre, en el espacio DUAM, en la provincia de Neuquén.

La compañía de origen sueco tendrá exhibidos en su stand el motor OC16 para generación de energía a gas natural de 450 kVA y un camión G500 A6x4 XT Súper. La plataforma de camiones Súper fue presentada en Argentina en agosto del corriente año, y se destaca por ser el modelo más eficiente de la historia de la marca, ya que garantiza un ahorro del 8% de combustible por sobre cualquier modelo anterior.

"Es muy importante para nosotros poder presentar a los protagonistas de la industria del petróleo nuestra nueva línea Súper, ya que está disponible en todas las configuraciones y pensada para optimizar el costo operativo y el impacto medioambiental en diversas aplicaciones, inclusive para este sector", explicó Mariano Estrada, director Comercial de Vehícu-

los de Scania Argentina.

Scania cuenta con 29 puntos de servicio distribuidos a lo largo y ancho del país, y toda la zona de la Patagonia está atendida por el concesionario Feadar, con sucursales Añelo, Cipolletti, Comodoro Rivadavia, Puerto Madryn, Río Gallegos y Río Grande. "Somos aliados estratégicos del sector del Oil & Gas, ya que ofrecemos soluciones específicamente desarrolladas para esta industria, que es una de las más importantes del país", explicó Diego Cabanas, gerente de Operaciones de Feadar, y agregó: "la línea XT off-road es la más robusta del mercado, desarrollada para industrias pesadas como la del petróleo y el gas. Trabajamos siempre partiendo de las necesidades específicas de nuestros clientes, para brindarle la mejor opción a nivel camiones, buses, motores y servicios de mantenimiento". Oil & Gas Patagonia es uno de los hitos principales de la industria argentina, en su anterior edición recibió más de 11.000 visitantes, que recorrieron lo exhibido por más de 250 expositores.

*Somos aliados estratégicos del sector del Oil & Gas, ya que ofrecemos soluciones específicamente desarrolladas para esta industria, que es una de las más importantes del país*

# STELLANTIS ARGENTINA



## COMIENZA LA PRODUCCIÓN DE LA PICK-UP FIAT TITANO

Stellantis anunció la fabricación de un nuevo vehículo en el Polo Industrial Córdoba: la pick-up Fiat Titano. Esta iniciativa forma parte de un proyecto aún mayor que involucra la producción de una nueva familia de vehículos en Argentina con el objetivo de transformar al Polo Industrial Córdoba en un hub de pick-ups para exportar a toda la región. Así Stellantis refuerza su apuesta en la región y reafirma el potencial de la industria nacional que incluye proveedores de calidad y mano de obra capacitada.

También con foco exportador, se inicia el proyecto de producción de un motor en el Polo Industrial Córdoba. Se trata del Multijet 2.2, un propulsor confiable y robusto, atributos comprobados en otros modelos de Stellantis y que es muy valorado por los clientes de este tipo de vehículos de trabajo. La implementación de este gran desarrollo en un segmento tan competitivo requirió la inversión de US\$ 385 millones destinados a nuevos componentes, motores de primera calidad y a la incorporación de 1.800 nuevos puestos de trabajo, de los cuales el 50% serán mujeres. De esta forma, la planta de Ferreyra no sólo producirá más, sino que lo hará mejor, es decir, con mayor integración local y alineado con los principios de diversidad e inclusión.

"Fiat Titano que es mucho más que un nuevo modelo, es parte de una estrategia industrial de largo plazo que tiene como objetivo posicionar al Polo Industrial Córdoba como un verdadero hub regional de pick-ups. Nuestra planta no se moderniza solo para producir más, sino para producir mejor: con mayor integración local y una calidad que está en permanente evolución", señaló Emanuele Cappellano, Presidente de Stellantis Sudamérica:

"El Polo Industrial Córdoba escribe hoy un



nuevo capítulo en su rica historia gracias a la potencia productiva de Stellantis, especialista mundial en chasis, y su vasta experiencia en pick-ups de otros segmentos con especialistas regionales como Brasil y México. Pero esto no sería posible sin el know how de un gran equipo de personas

de nuestra planta de Ferreyra que produce el modelo más elegido por los argentinos de los últimos 4 años, nuestro querido Fiat Cronos", expresó Martín Zuppi, Presidente de Stellantis Argentina.



### Fiat Argo

El Fiat Argo se reincorpora a la oferta de productos de la marca para el mercado argentino. El modelo ofrece ahora una variante para nuestro mercado denominada DRIVE 1.3 MT y se convierte en el segundo modelo más accesible de la marca en nuestro país. El motor Firefly 1.3 ofrece un equilibrio entre rendimiento y eficiencia, otorgando 99 CV a 6.000 rpm y un torque máximo de 130 Nm a 4.000 rpm, proporcionando una respuesta ágil y eficiente tanto en la ciudad como en ruta.

# REVISÁ PREVENÍ

MONÓXIDO DE CARBONO

Este invierno él tiene un desafío mega importante...  
Concientizar sobre los accidentes de  
**MONÓXIDO DE CARBONO.** 



Ventilá los ambientes todos los días incluso en invierno.



Verificá siempre que la llama de los artefactos a gas sea de color azul.

Juntos podemos contribuir a un invierno más seguro para todos. Más consejos en [www.naturgy.com.ar](http://www.naturgy.com.ar)



**Naturgy** 

# CR-V

## ADVANCED HYBRID



 **HEV**

 **HONDA** UTILIZA  **INFINIA**

  
**HONDA**