

# Revista **Económica**

AÑO XLI / N° 195 / MARZO-ABRIL 2026

## **UIA**

SITUACIÓN CRÍTICA DEL  
SECTOR PRODUCTIVO

## **CADIEEL**

LAS EMPRESAS PROYECTAN  
ESTABILIDAD PERO RETRAEN  
PRODUCCIÓN

## **ASAGIR**

PROYECCIÓN RECORD  
DE GIRASOL

**41**  
ANIVERSARIO

## **Sancor Seguros**

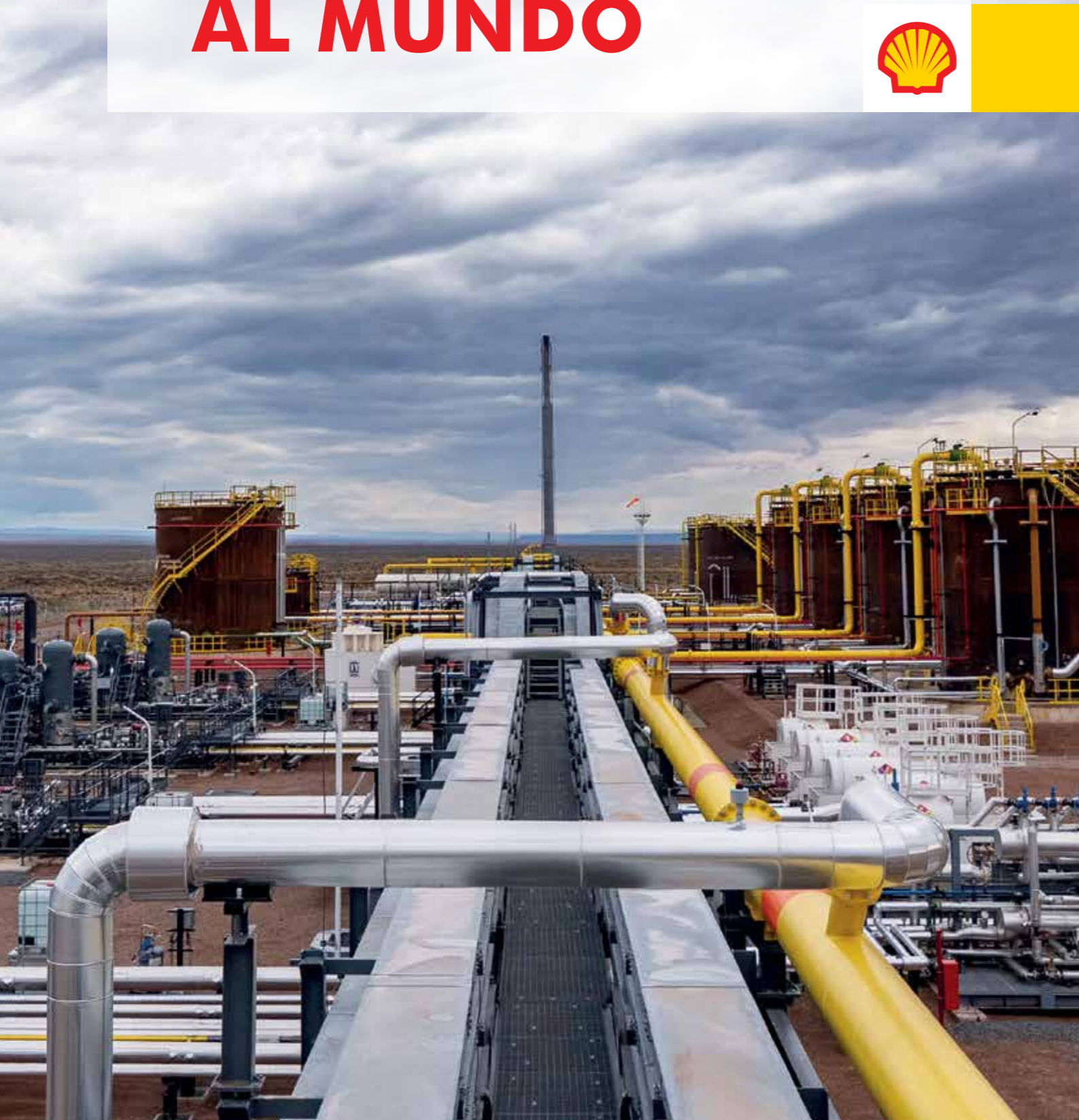
80 AÑOS DE INNOVACIÓN  
MIRANDO AL FUTURO

## **Industria Automotriz**

CINCO CLAVES PARA COMPETIR

## **RSE - Sustentabilidad**

# Impulsamos Vaca Muerta, **DE ARGENTINA AL MUNDO**



## Consideraciones sobre el fallo YPF

**E**n un país acostumbrado a las malas noticias judiciales en el exterior, el veredicto de la Cámara de Apelaciones del Segundo Circuito de Nueva York del 27 de marzo de 2026 representa un verdadero punto de inflexión. La justicia estadounidense revocó la sentencia de primera instancia de la jueza Loretta Preska, que condenaba al Estado argentino a pagar más de 16.000 millones de dólares (alcanzando casi 18.000 millones con intereses) a los fondos demandantes -encabezados por Burford Capital y otros accionistas minoritarios- por la expropiación de YPF en 2012. Argentina no pagará un centavo de esa suma millonaria.

Los beneficios para Argentina son concretos y profundos. En primer lugar, el ahorro fiscal es monumental. Esa cifra equivale a decenas de miles de millones de dólares que no saldrán de las arcas públicas en un momento en que la economía todavía lucha por estabilizarse, reducir la inflación y recomponer reservas. Ese dinero podrá destinarse a inversión en infraestructura, al alivio de la deuda o a fortalecer programas sociales sin el fantasma de una sentencia que, de haberse confirmado, habría sido catastrófica. En segundo lugar, el fallo despeja el horizonte de YPF y del sector energético. La petrolera estatal ya no arrastra una "nube negra" que ponía en riesgo su viabilidad misma. Esto permite avanzar con el plan 4x4, las exportaciones y el desarrollo de Vaca Muerta sin la amenaza de una ejecución que podría haber comprometido activos estratégicos. Tercero, envía una señal potente a los mercados internacionales: Argentina defendió con éxito su soberanía jurídica en un litigio de proporciones históricas. El riesgo país puede mejorar, el acceso al crédito se facilita y los inversores ven que las reglas del juego, aunque imperfectas, no son un cheque en blanco para los fondos buitres.

El fallo tiene un valor simbólico y de precedente. La Corte reconoció que la ley de expropiación de 2012 prevalecía sobre los estatutos internos de YPF y que los reclamos por incumplimiento contractual no

procedían bajo la ley argentina. No se trata de validar el método de la expropiación de 2012 -que tuvo costos políticos, económicos y reputacionales indiscutibles-, sino de afirmar que un Estado soberano no puede ser condenado en el exterior por aplicar su propia legislación en un asunto de interés nacional. Es una victoria contra la especulación financiera y a favor de la capacidad de los países de defender sus recursos estratégicos.

Hasta aquí, el saldo es indiscutiblemente positivo para todos los argentinos, independientemente de su color político, sin embargo, no cayó bien la velocidad y la intensidad con la que el Gobierno nacional quiso convertir este triunfo en un logro exclusivo suyo. Milei no solo celebró el fallo en redes y en actos públicos: convocó una cadena nacional para anunciarlo como "hecho de trascendencia histórica y sin precedentes", lo atribuyó a la "pericia jurídica y diplomática" de su equipo. Nadie discute que la apelación se tramitó bajo esta administración ni que el equipo actual haya defendido con convicción la posición argentina. Pero convertir un fallo de una corte extranjera -que lleva más de una década en los tribunales y que se cocinó con argumentos legales contruidos durante gobiernos anteriores- en un trofeo personal del oficialismo resulta, cuando menos, excesivo.

La defensa judicial fue un esfuerzo de Estado, no de un solo gobierno. Usar el fallo para tapar tensiones del momento, como el caso Libra, la inflación, la recesión, la caída de la demanda, la crisis del sector productivo, el involucramiento en una guerra en la que nada tiene que hacer Argentina, los "desaciertos" del jefe de gabinete, etc. etc. le resta grandeza al logro. Que el Gobierno lo celebre es legítimo, que intente monopolizarlo como si fuera un gol suyo en el último minuto es, simplemente, un clásico vicio de la política argentina.



# Sumario



**4 pag.**

**UIA**  
Situación crítica del sector productivo



**6 pag.**

**SHELL ARGENTINA**  
Asociación al Instituto Vaca Muerta



**8 pag.**

**INDUSTRIA AUTOMOTRIZ**  
Cinco claves para competir en 2026



**18 pag.**

**SANCOR SEGUROS**  
80 años de innovación mirando el futuro



**20 pag.**

**CADIEEL**  
El sector proyecta estabilidad con reducción de producción



**22 pag.**

**ASAGIR**  
Producción record de girasol. 25% más que en 2025



**53 pag.**

**INDUSTRIA AUTOMOTRIZ**  
Novedades del sector

**15 pag.**

**VACA MUERTA**  
Empresas de servicios O&G se suman al instituto

**30 pag.**

**BBVA RESEARCH**  
La estabilidad impulsará crecimiento del 3% del PBI

**16 pag.**

**SITIO O DE QUEQUÉN**  
Diez años de logros destacables

**32 pag.**

**MASSEY FERGUSON**  
Continúa expansión en Córdoba



**10 pag.**

**BANCOS**  
Tendencias que marcarán la transformación



**14 pag.**

**SITUACIÓN ECONÓMICA**  
Incierto panorama a futuro



**24 pag.**

**SANCOR SALUD**  
La inteligencia que necesita la salud no es solo IA



**26 pag.**

**AGGREKO**  
Inversión récord en América Latina

**21 pag.**

**YPF**  
Acuerdo de desarrollo para avanzar en Argentina LN

**33 pag.**

**GENNEIA**  
Jorge Brito resuma la presidencia

**28 pag.**

**MOTOROLA**  
Nuevos productos

**34 pag.**

**PAGE GROUP**  
Balance anual y ejes para el empleo corporativo 2026

## Staff

### Edición 195

MARZO - ABRIL 2026

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  
Nº 79746. Queda hecho el depósito que  
marca la ley 11.723. Se autoriza la repro-  
ducción 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)

# Situación crítica del sector productivo

## “Sin Industria no hay Nación”



Por **Luis Piñeiro**

LA UIA DESTACÓ EL VALOR DEL CAPITAL SOCIAL ACUMULADO EN EL SECTOR INDUSTRIAL, RESALTANDO QUE LA ACTIVIDAD NO SOLO AGREGA VALOR Y GENERA DIVISAS A TRAVÉS DE LAS EXPORTACIONES, SINO QUE ES EL PRINCIPAL MOTOR DEL EMPLEO FORMAL EN EL ÁMBITO PRIVADO. EN TOTAL, SE ESTIMA QUE MÁS DE 3.600.000 TRABAJADORES DEPENDEN DE LA DINÁMICA INDUSTRIAL. “DETRÁS DE CADA FÁBRICA SE ENCUENTRA UN CAPITAL SOCIAL CONSTRUIDO POR EMPRESARIOS Y TRABAJADORES”

La Unión Industrial Argentina fijó posición respecto de la actual situación económica a través de comunicado en el que detalló la situación crítica que atraviesan diversos sectores productivos y regiones del país. La entidad fabril alertó sobre el impacto de la transición económica actual y puntualizó que el sostenimiento del rubro es un factor determinante para el desarrollo nacional, bajo la premisa de que “sin industria no hay nación” como dijera Carlos Pellegrini.

De acuerdo con el texto difundido por la institución, el escenario actual está marcado por una caída en los niveles de producción que afecta de manera heterogénea a las distintas provincias. La entidad señaló que la transición hacia un nuevo esquema económico requiere un proceso de adaptación que, por su profundidad, no resulta inmediato. En este contexto, la UIA advirtió que “muchas empresas, especialmente pymes, están atravesando una situación crítica, con bajo nivel de actividad, alta presión fiscal, dificultades para financiarse y caída del empleo”.

La preocupación fue ratificada por los representantes de las uniones industriales del Norte Argentino durante una reunión con el Comité Ejecutivo de la UIA. Esta región, integrada por Catamarca, Chaco, Corrientes, Formosa, Jujuy, La Rioja, Misiones, Salta, Santiago del Estero y Tucumán, representa la cuarta parte de la población del país y presenta indicadores sociales y económicos desfavorables. Según el comunicado, dicha zona “exhibe el peor poder adquisitivo del país, y la falta de inversiones privadas queda evidenciada en el bajo nivel de trabajo registrado en el sector privado, lo que redundará en un elevado empleo público”.

### Presión fiscal y asimetrías impositivas

Uno de los ejes centrales del reclamo de la UIA es la carga tributaria que pesa sobre el sector productivo en comparación con su participación en la economía total. La entidad presentó datos estadísticos para ilustrar esta desproporción: la industria argentina genera el 19% del Producto Bruto Interno (PBI), pero su aporte a la recaudación fiscal nacional asciende al 27 por ciento.

Esta diferencia porcentual, según la institución, “evidencia que su contribución al fisco es incluso mayor que su participación en el PBI”. Ante este escenario, la UIA subrayó la necesidad de que el sector, al ser un segmento transable que compite directamente con el mercado internacional, pueda “adaptarse a estándares internacionales en materia de presión impositiva, infraestructura y costos financieros”.

Asimismo, la entidad aclara que las distorsiones estructurales que padece la economía argentina no son responsabilidad del sector privado, afirmando que “el empresario argentino no diseñó el marco económico previo ni es responsable de las distorsiones estructurales acumuladas durante décadas”.

### El rol estratégico y el impacto social

La UIA destacó el valor del capital social acumulado en el sector industrial, resaltando que la actividad no solo agrega valor y genera divisas a través de las exportaciones, sino que es el principal motor del empleo formal en el ámbito privado. Las cifras aportadas por la UIA indican que la industria:

Genera de manera directa el 19% del empleo formal del país.

Cuenta con aproximadamente 1.200.000 trabajadores directos. Moviliza otros 2.400.000 empleos formales indirectos en las cadenas de valor.

En total, se estima que más de 3.600.000 trabajadores dependen de la dinámica industrial. “Detrás de cada fábrica se encuentra un capital social construido por empresarios y trabajadores”, sostiene el escrito, reforzando la idea de que la industria debe ser considerada como parte de la solución a los problemas económicos del país.

### Relación con el Gobierno y reformas estructurales

A pesar de las advertencias por la coyuntura actual, la UIA reconoce ciertos aspectos de la gestión del gobierno nacional. Entre los puntos valorados se encuentran el avance hacia el equilibrio fiscal, la determinación para llevar adelante reformas estructurales y la reducción de los índices inflacionarios.

Del mismo modo, la entidad mencionó positivamente la actualización del marco laboral y los esfuerzos por lograr una mayor integración internacional, siempre que estas medidas apunten a mejorar la competitividad del sector nacional. El objetivo final planteado por la industria es “ofrecer a la sociedad argentina bienes de calidad global a precios internacionales”, para lo cual consideran fundamental reducir las distorsiones acumuladas.



### Respeto y previsibilidad para la inversión

Finalmente, la Unión Industrial Argentina hizo un llamado al respeto institucional como base para la recuperación de la confianza económica. “En esta etapa de transformación, queremos ser claros: el respeto es condición básica del desarrollo. Respeto hacia quienes producen, invierten y generan empleo en todo el país”, sentenció la entidad.

La organización concluyó reafirmando su intención de mantener un diálogo abierto y colaborativo con las autoridades gubernamentales y los representantes de los trabajadores. El documento cierra con un compromiso de trabajar en conjunto para edificar una economía que sea productiva, moderna y que logre integrarse de manera eficiente a los mercados globales.

### Renovación en la cúpula ejecutiva

La entidad fabril atraviesa un recambio en su estructura de conducción. Diego Coatz, quien se desempeñó durante años como director ejecutivo y referente del área económica de la entidad, deja su cargo asumiendo la dirección ejecutiva Laura Bermúdez, una profesional de estrecha confianza del actual titular de la UIA, Martín Rappallini.

# Shell Argentina se asoció al Instituto Vaca Muerta

**E**l Instituto Vaca Muerta incorporó a Shell Argentina como socia.

La empresa Shell Argentina firmó su adhesión como socia al Instituto Vaca Muerta (IVM), una iniciativa educativa de la industria energética que integran las principales empresas operadoras y de servicio para formar al talento que demandará el Upstream en los próximos años. Durante la firma estuvieron presentes el presidente de Shell Argentina, Chile y Uruguay, Germán Burmeister, el presidente y CEO de YPF Horacio Marín, y presidente del IVM, Lisandro Deleonardis.

“La incorporación de Shell al Instituto Vaca Muerta demuestra el compromiso que tenemos toda la industria de trabajar colaborativamente para impulsar el desarrollo de Vaca Muerta y para elevar los estándares técnicos y de seguridad”, afirmó el presidente y CEO de YPF Horacio Marín. La nueva institución brindará la formación técnica gratuita clave para el desarrollo de Vaca Muerta y para los proyectos de la industria que posicionarán al país como un exportador de energía en los principales mercados del mundo. Su inauguración está prevista para el próximo 16 de marzo en la sede del Polo Tecnológico de Neuquén.

“La educación y la formación de talentos son pilares fundamentales para el desarrollo de Vaca Muerta que impulsamos desde Shell. Nos enorgullece formar parte de este Instituto que nació y crecerá a partir de la colaboración estratégica entre todos los que formamos parte de la industria”, sostuvo Germán Burmeister, presidente de Shell Argentina, Chile y Uruguay. Actualmente, las empresas operadoras que ya son socias del IVM son YPF, TotalEnergies, Vista Energy, Chevron y Pluspetrol; y las de servicios: Halliburton, San Antonio Internacional, DLS Archer, Pason DGS, Oilfield & Production Services, Industrias Juan F. Secco, Contreras Herma-



**Lisandro Deleonardis y Horacio Marín**

nos, Calfrac Well Services, Marbar, Werten, Milicic, TSB, Huinoil PECOM, Clear, Duralitte, Grupo Horizonte, NOV, y SIAM. Los egresados recibirán certificados por los cursos realizados acreditando competencias técnicas y horas prácticas reconocidas por la industria y avalados por el Consejo Provincial de Educación de la provincia del Neuquén. En el Polo Tecnológico de Neuquén, la formación se realizará con simuladores, laboratorios y talleres equipados con tecnología de vanguardia. La otra sede del IVM está ubicada en el Río Neuquén y cuenta con un pozo escuela donde los estudiantes podrán realizar las prácticas y maniobras críticas para formarse como operadores del Upstream.



*La incorporación de Shell al Instituto Vaca Muerta demuestra el compromiso que tenemos toda la industria*

# BBVA



## 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).

# Industria automotriz 2026: cinco claves para competir en un año decisivo



Ariel Bonanno, Key Account Manager de la división Automotriz de Adecco Argentina

La industria automotriz argentina encara este nuevo año con señales de recuperación en producción y ventas, pero con desafíos estructurales de competitividad frente a Brasil y México. En este escenario, la gestión estratégica del talento se consolida como un factor clave para impulsar el crecimiento y mejorar la inserción regional.

La reactivación del mercado automotor convive con un contexto exigente: mayor presión por eficiencia, transformación tecnológica acelerada y la necesidad de reducir brechas de competitividad frente a los principales polos productivos de la región. Para Adecco Argentina, el capital humano será una de las principales palancas para acompañar esta etapa.

## Argentina, Brasil y México: una comparación clave para entender el desafío

A comienzos de enero se conocieron los datos oficiales del desempeño de la industria automotriz mexicana en 2025. Las diferencias de escala, orientación exportadora y costos estructurales explican gran parte del posicionamiento de cada país en la región. México se consolida como el principal hub automotriz de América Latina, con una producción cercana a los 4 millones de vehículos anuales y un perfil fuertemente exportador: más del 80% de lo que produce se destina a mercados externos, principalmente Estados Unidos.

Brasil mantiene una industria robusta, con una producción superior a los 2,5 millones de unidades por año, un fuerte mercado interno y una creciente capacidad exportadora dentro y fuera de la región.

Argentina, en cambio, opera a menor escala, con una producción cercana a las 500 mil unidades anuales y una alta concentración de exportaciones hacia Brasil, lo que la vuelve más dependiente del ciclo regional.

A esto se suma una mayor carga tributaria y costos estructurales más elevados en comparación con Brasil y México, factores que impactan directamente en la competitividad y en la capacidad de atraer nuevas inversiones.

"Cuando se compara a la Argentina con Brasil y México, la diferencia no está solo en la escala productiva, sino también en la previsibilidad y en la capacidad de planificar talento a mediano y largo plazo. En ese punto, la gestión de personas se vuelve un factor tan estratégico como la inversión en tecnología", señala Ariel Bonanno, Key Account Manager de la división Automotriz de Adecco Argentina.

## CINCO CLAVES PARA ACOMPAÑAR LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR

Frente a este contexto, Adecco identifica cinco ejes de gestión de personas que resultan estratégicos para la industria automotriz en 2026.

### 1. Reskilling y upskilling ante la transformación tecnológica

La automatización, la digitalización de procesos y el avance de la electromovilidad están redefiniendo los perfiles demandados. La formación continua y la actualización de competencias técnicas y digitales se vuelven indispensables para reducir brechas y sostener la productividad.

### 2. Strategic Workforce Planning basado en datos

La planificación estratégica de la fuerza laboral permite anticipar necesidades futuras, optimizar dotaciones y alinear las decisiones de talento con los objetivos del negocio, en un contexto de márgenes ajustados y alta competencia.

### 3. People analytics y reclutamiento digital

El uso de datos en los procesos de selección y gestión de personas mejora la eficiencia, acelera los tiempos de contratación y permite tomar decisiones más precisas en un mercado cada vez más dinámico.

### 4. Diversidad, equidad e inclusión en entornos industriales

Los planes de DEI comienzan a ganar protagonismo también en la industria, ampliando la base de talento disponible y fortaleciendo equipos más diversos, innovadores y adaptables a los cambios del mercado.

### 5. Auditorías de RR.HH. enfocadas en brechas técnicas

Las auditorías de recursos humanos permiten detectar brechas críticas de competencias, identificar riesgos y definir acciones concretas de capacitación, atracción o retención de perfiles clave.

"Las compañías que logren integrar planificación, datos, formación e inclusión van a estar mejor preparadas para sostener el crecimiento del sector. En un año clave como 2026, el talento puede marcar la diferencia entre recuperarse o quedar rezagado frente a la región", agrega Bonanno.

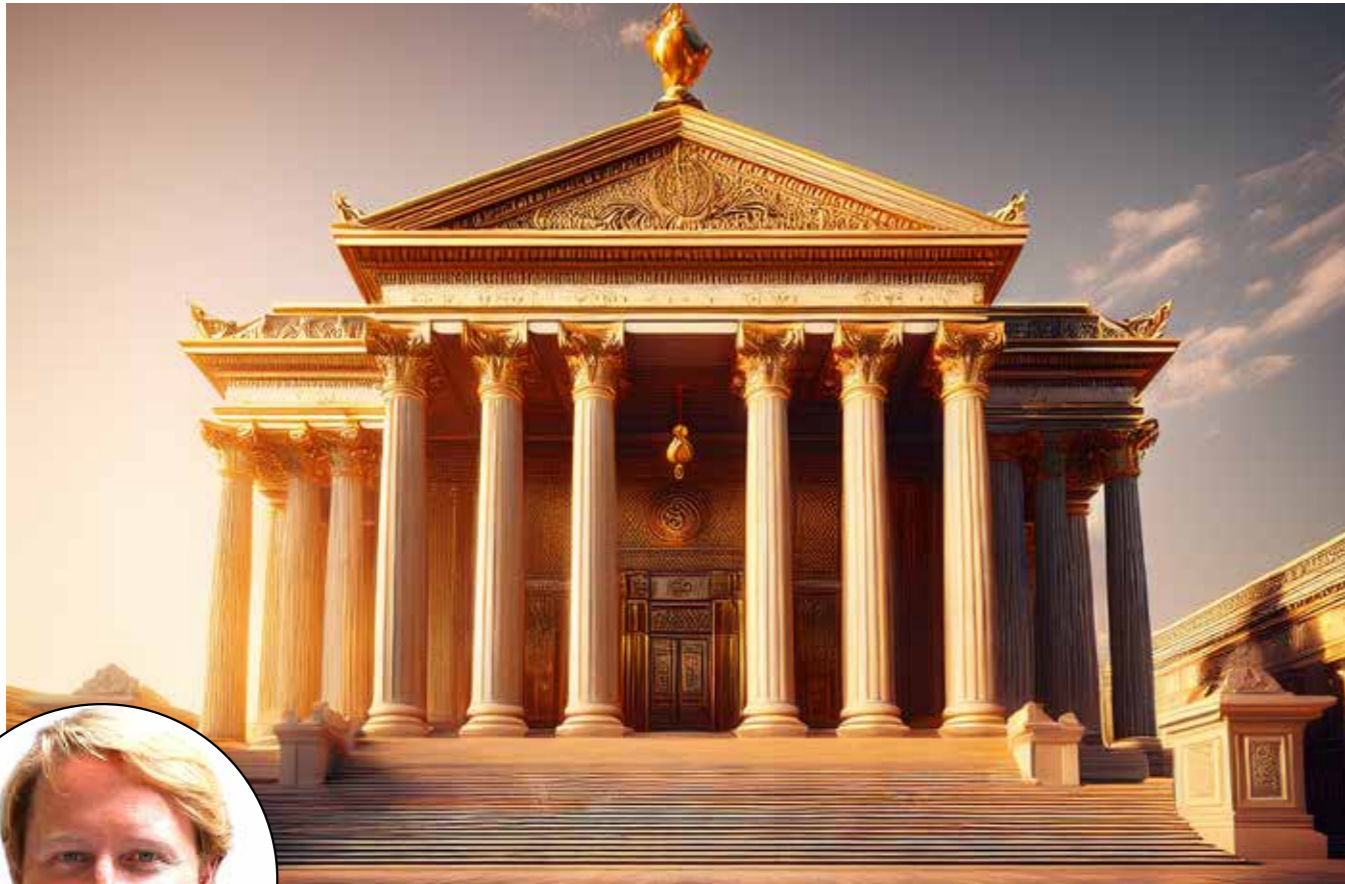
### Competitividad y un punto de inflexión para el sector

En un año que se perfila como decisivo para el futuro de la industria automotriz argentina, el sector enfrenta una combinación de oportunidades y desafíos estructurales. La recuperación productiva, el avance tecnológico y la presión por competir con otros mercados exigen estrategias integrales que permitan ganar eficiencia, previsibilidad y escala. Las decisiones que se tomen en 2026 serán determinantes para consolidar el crecimiento, fortalecer la inserción regional y definir el posicionamiento de la industria en los próximos años.



Quando se compara a la Argentina con Brasil y México, la diferencia no está solo en la escala productiva, sino también en la previsibilidad y en la capacidad de planificar talento a mediano y largo plazo. En ese punto, la gestión de personas se vuelve un factor tan estratégico como la inversión en tecnología

# Las tendencias que marcarán la transformación de los bancos en 2026



Por: **Javier González Boix**  
Director ejecutivo de Accenture  
Argentina

Los bancos están entrando en una era definida por la eliminación de limitaciones históricas. Durante siglos, las restricciones tecnológicas, las estructuras organizacionales, la aversión al riesgo e incluso la imaginación han moldeado a la industria dentro de ciertos márgenes. Hoy, la convergencia de la inteligencia artificial generativa y la IA agéntica, los activos digitales y los nuevos modelos de negocio no

solo está desafiando esos límites, sino que los está rompiendo por completo. Hoy se está formando una banca sin restricciones, la cual está caracterizada por seis tendencias.

La primera es el dinero inteligente. Se está configurando una nueva etapa en la forma en que el dinero se almacena, mueve, utiliza y se vuelve más inteligente —y, en última instancia, en cómo funciona para los bancos y sus clientes. Las monedas digitales, como las stablecoins, las monedas digitales de bancos centrales (CBDC) y los depósitos tokenizados, están listos para entrar en el uso masivo, redefiniendo dónde y cómo fluye el dinero.

Al mismo tiempo, las “vías de pago” —las redes que permiten transferir dinero entre partes— están evolucionando. Nuevas infraestructuras interoperables, que conectan distintos sistemas y redes de manera fluida, junto con pagos programables y enriquecidos con datos, están haciendo que las transacciones actuales sean mucho más inteligentes. Así también, el impulso en torno a los pagos agénticos está creciendo rápidamente. Se trata de dinero que se mueve por sí solo, a través de agentes inteligentes que actúan en nombre de los clientes.

La segunda tendencia es el banco omnipresente. A medida que la inteligencia artificial y las interfaces conversacionales impulsadas por GPT mejoran y se multiplican, las expectativas de los clientes están cambiando, de forma muy similar a lo que ocurrió con la llegada del banco digital hace unos 25 años. Las personas esperarán poder hacer mucho más en línea con sus bancos principales que lo que hacen hoy, que en su mayoría se limita a revisar saldos o pagar cuentas. Esperarán que sus interacciones digitales sean tan fluidas y adaptativas como una conversación con un ejecutivo de sucursal experimentado. Y también esperarán que estas experiencias los acompañen más allá de las aplicaciones y el sitio web de su banco, extendiéndose a plataformas externas de inteligencia artificial.

Para responder a la evolución de las expectativas de los clientes, los bancos deberán combinar interacciones digitales personalizadas, impulsadas por IA, con el valor permanente de la conexión humana y la presencia física. Será necesario repensar el formato de la sucursal para que encaje de manera natural en la vida de las personas, ofreciendo conveniencia, velocidad y profundidad tanto en el mundo digital como en el físico, sin perder nunca el hilo de la experiencia.

La tercera tendencia es la adopción a escala de la IA Agéntica. Los bancos líderes ya están implementando agentes de IA en sus operaciones, donde trabajan junto a los empleados y gestionan de forma autónoma tareas definidas. Estos cambios están transformando rápidamente la naturaleza del trabajo y, en última instancia, permitirán desbloquear nuevas eficiencias y oportunidades de crecimiento. El éxito dependerá de poner a las personas en el centro del cambio. Los ejecutivos deberán empoderar a sus equipos para replantear los flujos de trabajo y co-diseñar interacciones humano-IA intuitivas. La cuarta tendencia es la deuda tecnoló-

gica. En los últimos 15 años, el costo de la tecnología bancaria ha crecido alrededor de cuatro veces más rápido que los ingresos del sector, y gran parte de ese gasto se ha destinado simplemente a mantener los sistemas operativos. Este desequilibrio no es sostenible. La próxima ola de liderazgo en la banca dependerá de cuán rápido las instituciones logren transformar esta debilidad en una fortaleza. Modernizar el core tecnológico puede ser un nuevo motor de crecimiento.

La quinta tendencia se relaciona con los riesgos. El riesgo en los bancos no solo se está multiplicando a gran velocidad; también se está difuminando y entrelazando. La paradoja es que, a medida que los equipos de riesgo se vuelven más especializados y cuentan con más datos, su visión global se fragmenta cada vez más. Esta fragmentación se ha convertido en uno de los puntos ciegos más peligrosos de los bancos. Refleja la forma en que los bancos están estructurados: organizados por productos, gestionados en silos y gobernados por marcos que replican esos mismos silos. Los bancos deberán replantear el riesgo como una capacidad integrada, que conecte todas las dimensiones de la empresa y se extienda también a su ecosistema.

La sexta tendencia es la necesaria evolución del balance de los bancos. Durante siglos, el poder de la industria bancaria ha provenido de su balance tipo fortaleza: los depósitos y los préstamos que anclan las relaciones con los clientes y generan aproximadamente dos tercios de los ingresos bancarios globales. Hoy, esa fortaleza está bajo asedio desde dos frentes. Primero, las fintech —históricamente enfocadas en los pagos, es decir, en los caminos que conducen a la fortaleza— ahora están apuntando directamente a los productos centrales de los bancos. Las stablecoins están atacando los depósitos, mientras que el crédito privado va tras los préstamos. En segundo lugar, los clientes

*los cambios tecnológicos que ya están en marcha reconfigurarán la banca de formas que recién comenzamos a comprender y liberarán oportunidades como nunca. El progreso en los bancos será más rápido, más inteligente y, de manera crucial, más profundamente humano.*



están adquiriendo un control sin precedentes sobre la gestión de su dinero con interfaces impulsadas por IA generativa. Para responder de manera efectiva, los bancos deberán replantear por completo la forma en que conciben la gestión de sus balances, con movimientos defensivos y ofensivos. En lo defensivo, los bancos pueden pasar de silos de productos a ofertas integradas para adelantarse a competidores impulsados por IA, capaces de optimizar tasas y retornos de forma instantánea. En lo ofensivo, pueden tomar la iniciativa desarrollando sus propios motores de optimización de tasas o incluso cambiar las reglas del juego mediante nuevas alianzas con actores emergentes, tal como lo está haciendo PayPal con OpenAI.

El mensaje para 2026 es claro: los cambios tecnológicos que ya están en marcha reconfigurarán la banca de formas que recién comenzamos a comprender y liberarán oportunidades como nunca. El progreso en los bancos será más rápido, más inteligente y, de manera crucial, más profundamente humano.

# Financiamiento de corto y largo plazo

## ¿Qué debe tener presente una PyME para elegir el instrumento adecuado?



Por **María Laura García Conejero**  
Socia fundadora y CEO de LUC / Plataforma de créditos para MiPyMEs

La tecnología de plataformas permite acercar a las empresas las alternativas de fondeo existentes en el mercado de una manera ágil y rápida. Qué hay que tener en cuenta para optar por la alternativa más conveniente. Acceder a financiamiento en tasas y condiciones adecuadas es uno de los grandes desafíos históricos que enfrentan los sectores productivos en la Argentina, y las pequeñas y medianas empresas en particular. En este contexto, es importante que una PyME conozca todas las alternativas existentes en el mercado y que aproveche todas las facilidades que brinda hoy la tecnología para acercarla a los oferentes de crédito.

“Al momento de salir a buscar fondos tanto en el sistema financiero tradicional como en el mercado de capitales, el tipo de necesidad que enfrenta una PyME será el punto de partida para elegir el instrumento más acorde”, distingue María Laura García Conejero, socia fundadora y CEO de LUC, la plataforma de créditos para MiPyMEs (micro, pequeñas y medianas empresas). Como criterio amplio, las diferentes alternativas pueden clasificarse en dos grandes grupos: a menos de un año y a más de un año de plazo.

¿Qué determina que una PyME se incline por buscar financiamiento de corto o de largo plazo?

Si la empresa debe cubrir su operatoria diaria (por ejemplo, comprar insumos para producir, o pagar a proveedores), necesitará una línea a menos de 12 meses. Para ese tipo de demanda, la más usual para las pequeñas empresas, los bancos ofrecen préstamos para capital de trabajo que permiten hacer frente a ese tipo de erogaciones.

Pero hay otros instrumentos muy usados para el financiamiento de corto plazo, como el descuento de cheques de pago diferido, el descuento de facturas y los pagarés bursátiles. Son opciones que pueden negociarse a través de los bancos (como los casos de los cheques) o en el mercado de capitales, con tasas y condiciones que pueden resultar convenientes para una PyME al momento de buscar fondos para su día a día. El costo de cada uno de ellos reflejado en la tasa de interés determinará cuál es el más conveniente para la firma en cada momento.

“Las PyMEs pueden acceder hoy a través de una plataforma financiera como LUC a la oferta de líneas de financiamiento como descuentos de cheques o descuent-

tos de facturas de parte de entidades financieras y no financieras reguladas por el Banco Central, cuyas opciones crecieron mucho en los últimos años y se transformaron en una alternativa a prestarle atención”, señala García Conejero. “Se trata de una oferta que está disponible y que muchas PyMEs pueden no conocer, por lo que es importante unir ambas puntas de una manera ágil a través de la tecnología, como buscamos hacer en LUC”, agrega.

Cuando lo que se quiere financiar es un proyecto de inversión (típicamente una compra de maquinaria para ampliar la capacidad de producción, o la incorporación de tecnología), hay que pensar en opciones más allá del año de plazo, con horizontes promedio de entre tres y cinco años para su devolución. Aquí, los instrumentos pueden ser los créditos para inversión de los bancos (y entre ellos, la opción del leasing) o la emisión de Obligaciones Negociables (ON PyME). La constitución de fideicomisos financieros es otra alternativa dentro del mercado de capitales para obtener recursos de largo plazo que pueden entrar en consideración de una pequeña empresa.



# Multiplicando nuestro impacto

# Situación Económica

## El mercado le puso fecha al modelo económico y los números lo prueban



Por: **Gustavo Reija**  
**Ceo Netia group**  
**SASArgentina**

Argentina licitó bonos soberanos en dólares esta semana, el resultado no fue técnico, fue un diagnóstico. Bono pre-electoral (vence 2027): 5,02% anual, Bono post-electoral (vence 2028): 8,50% anual, Diferencial: 348 puntos básicos, Tasa forward implícita post-2027: 14,09% nominal anual. Doce meses de distancia temporal. Tres veces y media más caro financiarse.

El mercado no está opinando sobre política, está poniendo precio a la probabilidad de que el programa económico no sea sostenible sin una segunda fase que todavía no existe y hay un dato que el relato oficial no menciona: El superávit fiscal es real pero no computa íntegramente los intereses devengados de los bonos capitalizables -instrumentos que acumulan rendimiento mes a mes sin impactar el resultado corriente hasta su vencimiento. Cada mes de silencio contable es deuda real que crece. El mercado ya la está leyendo, el resultado fiscal oficial todavía no la muestra.

Mientras tanto, el INDEC confirma: 28,2% de pobreza en personas, 41,3% de los menores de 14 años en hogares pobres, brecha monetaria del 35,7% -el hogar pobre promedio necesita casi el doble de lo que gana para cubrir sus necesidades básicas, tasa de empleo: sin variación neta en doce meses, industria manufacturera operando al 53-54% de capacidad instalada. La inflación bajó, el ajuste fiscal se sostuvo, el empleo no creció, la industria no se recuperó. Eso no es éxito incompleto, es la descripción exacta de una estabilización sin desarrollo.

### Corea del Sur, Alemania e Irlanda resolvieron el problema

Los tres combinaron disciplina fiscal con política industrial deliberada. Corea pasó de exportar arroz a exportar semiconductores. Alemania reconstruyó su industria con crédito de largo plazo y formación técnica sistematizada e Irlanda migró de commodities agropecuarios a farmacéutica y tecnología de alto valor. Ninguno lo logró solo con señales de precio de mercado, ninguno confundió el ajuste con el destino, todos entendieron que la estabilización es el punto de partida.

Argentina todavía no tomó ese camino. La canasta exportadora argentina hoy es estructuralmente idéntica a la de hace cincuenta años soja, petróleo, minerales, materias primas con procesamiento mínimo. Exportamos lo que la tierra produce no lo que el trabajo industrial transforma.

Esa matriz no cambia por disciplina fiscal cambia por decisión política sostenida en el tiempo.

La pregunta que los datos están formulando esta semana no es ideológica, es técnica: ¿Puede una economía que opera su industria al 53% de capacidad, que no genera empleo neto, que exporta commodities sin valor agregado y que financia su deuda post-2027 al 14% de tasa implícita, sostener un programa de estabilización sin una segunda fase de desarrollo productivo?

La experiencia internacional tiene una sola respuesta documentada. Los mercados ya la están descontando.

El ajuste fue necesario, no es suficiente, el tiempo se mide en meses.

# Las empresas de servicios de O&G se suman al Instituto Vaca Muerta



Las principales empresas de servicios que trabajan en la producción no convencional de petróleo y gas en Neuquén se incorporan como socios al Instituto Vaca Muerta (IVM), una iniciativa educativa puesta en marcha por la industria energética para impulsar la formación de alta especialización en Upstream.

El acuerdo fue firmado por los directivos de las trece empresas que se suman como socias: Halliburton, San Antonio Internacional, DLS Archer, Pason DGS, TSB, Oilfield & Production Services, Contreras Hermanos, Calfrac Well Services, HuinOil, Industrias Juan F. Secco, Milicic, Welen y Marbar. Actualmente, las empresas operadoras que integran el IVM son YPF, TotalEnergies, Vista Energy y Pluspetrol.

De este modo, con la participación de las empresas más importantes del sector energético, se consolida un ámbito de colaboración y trabajo conjunto de toda la industria con el fin de formar el talento que demandará el Upstream en los próximos años.

El IVM será clave para impulsar la capaci-

tación de los técnicos que necesita el desarrollo de Vaca Muerta y para el proyecto de transformar al país en exportador de energía. Ofrece formación técnica inédita en la región, basada en la práctica, teniendo como premisas fundamentales la seguridad y la excelencia operativa.

Se proyecta que capacite entre 2.000 y 3.000 personas por año en perfiles clave para la operación en Vaca Muerta, en áreas como perforación, fractura, producción, mantenimiento y tratamiento de crudo y gas.

Hasta el 21 de febrero se encuentra abierta la inscripción a los diferentes cursos de operador y al curso de seguridad operativa en yacimiento en [ivm.ar](http://ivm.ar); y las clases comienzan a partir del 9 de marzo.

La creación de esta nueva institución fue impulsada y liderada por Fundación YPF, que realizó una investigación prospectiva para anticipar cuáles son las demandas ocupacionales y tecnológicas del Upstream para los próximos 10 años. De este estudio surgió la recomendación de crear un instituto de alta especialización en Upstream de O&G, que sea de referen-



**Horacio Matín**

cia para el sector, para capacitar mano de obra técnica calificada y responder a la creciente demanda laboral que genera el desarrollo del no convencional en la Cuenca Neuquina.

# Sitio 0 de Quequén: 10 años de logros destacables en el crecimiento de Necochea



Alejandro Nari

**E**n el mes de marzo la empresa Sitio 0 de Quequén S.A. cumplió su primera década de vida con más de 17 millones de toneladas de granos operadas, lo que contribuyó a promover el desarrollo económico y social de Necochea y de toda la región sudeste de Buenos Aires.

“Cuando llegamos a Necochea, diez años atrás, dijimos ‘vinimos a sumar’, y hoy podemos afirmar que cumplimos con ese compromiso”, destacó Alejandro Nari, presidente de Sitio 0 de Quequén.

“Sitio 0 contribuyó fuertemente a generar una transformación económica

en puerto Quequén y en toda su zona de influencia. Una mejora en el servicio que era requerido por una zona productiva clave”, añadió.

“En la década anterior a nuestra llegada se embarcaban por todo el puerto Quequén un promedio de 4.5mm de toneladas por año, en esta última década con la llegada de Sitio 0 se embarcaron un promedio de 6.7mm de toneladas por año llegando al record histórico en el 2025 de 9 mm de toneladas en un año.”

La empresa pasó de elevar 1,20 millones de toneladas en su primer año de actividad a 2,40 millones en el décimo, lo que permitió, en su primera década de existencia, cargar 660 buques con granos destinados mayormente a mercados latinoamericanos y asiáticos.

“Estamos muy orgullosos por todos los logros obtenidos en nuestra primera década, es el resultado de una firme decisión empresarial y el compromiso diario de un equipo de trabajo extraordinario”, afirmó Nari.

“Con una capacidad de acopio de 126.000 toneladas, y una playa propia con capacidad para albergar 650 camiones –completamente equipada y emplazada fuera del área portuaria para minimizar el tráfico en zonas urbanas–, Sitio 0 de Quequén logró posicionarse



como una empresa que genera valor para los empresarios agrícolas, transportistas y toda la comunidad de Necochea”, añadió.

La empresa, en la que trabajan 97 personas en forma directa y 400 en forma indirecta, permitió disminuir en 1,5 días la espera promedio de los buques en el puerto con respecto a la situación previa a la llegada de Sitio 0, considerando el tiempo transcurrido desde que llega a rada hasta que ingresa a la terminal para comenzar a cargar.

“La reducción de los plazos de espera en los buques representa un ahorro estimado de 17 millones de dólares por año, un fenómeno que contribuye a generar mejores precios ofrecidos a los productores agrícolas, promoviendo así la generación de riqueza en el territorio”, remarcó.

Sitio 0 de Quequén está integrada por las empresas E-Grain SA, CHS de Argentina, COFCO International Argentina, Alea SA y Lartirigoyen y Cia, empresas que se unieron con el propósito de aprovechar las ventajas de un puerto de aguas profundas.

“Sitio 0 es la mayor iniciativa privada de los últimos 60 años en Necochea. Con una inversión de más de usd 100 millo-

nes de dólares nos transformamos en la terminal más eficiente de Puerto Quequén. Nuestro principal objetivo es seguir sumando valor a una región estratégica para la Argentina”, finalizó Nari.



*Estamos muy orgullosos por todos los logros obtenidos en nuestra primera década, es el resultado de una firme decisión empresarial y el compromiso diario de un equipo de trabajo extraordinario*

# 80 años de SANCOR SEGUROS

## Innovación y mirada hacia el futuro, sin olvidarse de las raíces



**Sergio Montagna,**  
Director de Asuntos Legales y  
Relaciones Institucionales del  
Grupo Sancor Seguros

La aseguradora con el espíritu más federalista del país sigue expandiéndose y lanzando nuevos productos pensando en las necesidades de sus clientes.

No es fácil mantenerse 80 años vigente, especialmente en un país marcado por permanentes cambios económicos, tecnológicos y sociales. Por eso es que este aniversario de SANCOR SEGUROS es un hito.

El 21 de diciembre de 1945 nació como una cooperativa en el interior del interior, más precisamente en Sunchales, Santa Fe. Y desde allí, se fue expandiendo hacia toda la Argentina e incluso a los países vecinos, Brasil, Uruguay y Paraguay. Hasta el día de hoy, su espíritu federalista sigue vigente y, lo más importante, es que

fue adaptando sus productos para acompañar la evolución de los riesgos y de las necesidades de individuos, empresas y comunidades.

En pos de esa mirada es que se fue diversificando y hoy es el grupo asegurador más importante del país, con un ecosistema de compañías que amplían su propuesta de valor: Prevención ART -líder en riesgos del trabajo con más de 1,8 millones de trabajadores protegidos-, Prevención Salud -posicionada entre las diez principales del país- y Prevención Retiro, orientada a soluciones de previsión y ahorro para el retiro. A ello se suman iniciativas como Banco del Sol, que impulsa su estrategia financiera digital; Sancor Seguros Real Estate, con desarrollos inmobiliarios en distintas regiones del país; y plataformas

de innovación como CITES, Sancor Seguros Impulsa y Sancor Seguros Ventures, que promueven proyectos tecnológicos, de triple impacto y startups vinculadas a sectores como insurtech, fintech y healthtech, entre otras.

“Es muy importante poder adaptarse a los cambios, escuchar a nuestros públicos. Por eso es que buscamos diversificar nuestra oferta, con un portafolio integral, ofreciendo coberturas de seguros, de salud y servicios financieros”, aseguró Sergio Montagna, Director de Asuntos Legales y Relaciones Institucionales del Grupo Sancor Seguros. “El objetivo también es revertir la escasa cultura aseguradora de nuestro país, generando una mayor educación financiera”, agregó.

De cara al futuro, la aseguradora continúa logrando avances en materia tecnológica, pero siempre recordando que atrás de los desarrollos tiene que haber valores, principios y estrategias. El foco en las personas continúa siendo un pilar de la organización.

Este año, con el fin de seguir celebrando el 80º aniversario, el Grupo asegurador organizará una serie de eventos para sus diferentes públicos: asegurados y Productores Asesores de seguros. Además, acompañará a la selección de fútbol durante el Mundial 2026. Y, por supuesto, brindará descuentos y promociones especiales, buscando generar experiencias memorables que conecten emocionalmente con sus clientes.

“Trataremos de seguir estando siempre a la vanguardia, adaptarnos a los cambios, y tomar decisiones a tiempo”, finalizó Montagna.



EDICIÓN ANIVERSARIO

# 50 AÑOS EN MARCHA

Una edición conmemorativa que celebra medio siglo junto al país, con el motor Scania SUPER de 13 litros, cabina S de piso plano, confort premium, en un diseño exclusivo inspirado en los colores de nuestra bandera. Su configuración técnica incorpora

sistemas avanzados de asistencia a la conducción, suspensión neumática integral, frenos de alta performance, Retarder y caja automatizada Opticruise, combinando seguridad activa, estabilidad y control en todo tipo de rutas.



Seguinos en



**SCANIA**

# Actividad industrial: las empresas proyectan estabilidad, pero reducen la producción



**Guillermo Freund**  
presidente de CADIEEL

*Sobresale una disminución en los niveles de producción y se observó una mejoría en la proporción de exportaciones*

Se presentó el último reporte trimestral que elaboró CADIEEL a partir de un relevamiento interno del sector. Si bien no se registraron grandes variaciones respecto trimestre anterior, sobresale una disminución en los niveles de producción y se observó una mejoría en la proporción de exportación.

Los datos del documento surgen de una encuesta realizada a distintas empresas agrupados en Cámara Argentina de Industrias Electrónicas, Electromecánicas y Luminotécnicas (CADIEEL). Se trata de un cuestionario que abarca al sector en toda su amplitud, con el objetivo de obtener un muestreo representativo de todas las industrias que lo componen. De esta manera, 36 % de las compañías encuestadas pertenecen al rubro electrónica, 25 % a baja tensión, 21 % a energía, 14 % a iluminación y 4 % a servicios para la industria.

Los resultados del informe dan cuenta de un contexto dificultoso para una parte significativa del sector: el 44 % de las empresas registró una disminución en sus niveles de producción, con una caída promedio del 31 % respecto al trimestre anterior. Al mismo tiempo, 40 % se mantuvo sin cambios y 16 % logró incrementos. Aun cuando estos números evidencian una merma generalizada, también confirman el escenario de heterogeneidad en términos de desempeño.

El correlato de los números relacionados a la producción se observa en la utilización de la capacidad instalada (UCI). Durante el cuarto trimestre de 2025, la UCI se concentró mayormente en niveles intermedios, con cerca de un tercio de las empresas operando entre el 41 % y el 60 % de su capacidad. La participación de

firmas en los niveles más altos continúa en márgenes acotados, lo que refleja una marcada dispersión al interior del sector y la ausencia de una expansión extendida de la actividad.

Por otra parte, el empleo mostró un comportamiento mayormente estable. El 68 % de las empresas mantuvo sin cambios su dotación de trabajadores, mientras que un 32 % reportó reducciones. Si bien disminuyó la proporción de empresas que recortaron personal, durante el período analizado no se generaron nuevos puestos laborales. Esto indica que el escenario de estabilidad aun es frágil y no logra encauzar una recuperación. Cabe destacar que el 43 % de las firmas tiene entre 11 y 50 empleados, el 14 % entre 51 y 100, el 32 % con más de 100 y el 11 % con menos de 10. Un dato más alentador refiere al aumento en la proporción de empresas que exportan, ya que el 54 % indicó realizar ventas al exterior durante el último trimestre de 2025. Se trata de 13 puntos porcentuales más que el 41 % registrado en el trimestre anterior. No obstante, en este aspecto también hay matices: el 46 % que manifestó no exportar apuntó a los problemas de costos como su principal impedimento. Además, la actividad exportadora se concentra en bajos niveles de participación, principalmente en empresas que exportan hasta el 10% de su producción.

### Proyección 2026

En lo que respecta a las proyecciones de producción se registró una mejoría, aunque todavía predomina la cautela. El 57 % de las empresas prevé mantener idénticos niveles de producción, un 22 % anticipa un aumento y otro 21 % estima una dis-

minución. En cuanto al empleo, El 72 % de las compañías cree que mantendrá sin cambios su dotación de personal, el 21 % proyecta una disminución y un 7 % pronostica un aumento, opción que no había sido registrada en el trimestre anterior.

Las expectativas de inversión también crecieron respecto al período anterior, con un 39 % de firmas que prevé realizar inversiones, frente al 28 % del trimestre previo. El 61 % indicó no tener planes de inversión. Las proyecciones sobre la demanda interna muestran una mayor dispersión respecto del período anterior. El 50% de las empresas piensa que la demanda se mantendrá sin cambios, el 21 %

vislumbra un aumento y el 29 % anticipa una disminución.

En tanto, las estimaciones de ventas también mejoraron levemente: el 57 % de las empresas calcula que se mantendrán sin cambios, el 22 % avizora un aumento y el 21 % anticipa una disminución. Lo propio sucede con las perspectivas de exportación, siendo que 27 % de las empresas espera un aumento en sus exportaciones, el 60% estima que se mantendrán sin cambios y el 13% anticipa una caída.

*En cuanto al empleo, El 72 % de las compañías cree que mantendrá sin cambios su dotación de personal, el 21 % proyecta una disminución y un 7 % pronostica un aumento, opción que no había sido registrada en el trimestre anterior.*

## YPF, Eni y XRG firman el Acuerdo de Desarrollo Conjunto para avanzar en Argentina LNG

YPF, Eni y XRG, socios fundadores del proyecto, anunciaron la firma del Acuerdo de Desarrollo Conjunto (Joint Development Agreement, por sus siglas en inglés, JDA), de carácter vinculante, para el avance de Argentina LNG. El proyecto integrado de gran escala para la producción y licuefacción de gas permitirá monetizar el potencial de Vaca Muerta y consolidar la posición del país como proveedor global de GNL a largo plazo.

Argentina LNG prevé una capacidad de producción de 12 millones de toneladas anuales (MTPA) de GNL, a través de dos unidades flotantes de licuefacción (FLNG), cada una con una capacidad de 6 MTPA. El proyecto está diseñado para integrar las etapas de producción, procesamiento, transporte y exportación de GNL. La firma del JDA representa un nuevo hito para el proyecto, ya que establece el plan de trabajo que permitirá a las partes avanzar hacia la siguiente etapa de desarrollo. En este marco, los socios llevarán adelante la Ingeniería Básica (Front-End

Engineering Design - FEED) y otras actividades asociadas, incluyendo tareas de ingeniería, estructuración técnica y los principales frentes de trabajo comerciales y de financiamiento.

Horacio Marín, presidente y CEO de YPF, señaló que "este nuevo paso marca la incorporación formal de XRG al proyecto que venimos desarrollando junto con Eni. Contar con dos jugadores de clase mundial nos permite posicionar a Argentina LNG como uno de los proyectos más relevantes a nivel global. A partir de ahora, continuaremos trabajando de manera muy intensiva para alcanzar la Decisión Final de Inversión durante la segunda mitad de 2026".



# Producción récord de 7 millones de toneladas de girasol.

## Argentina escala posiciones en el mercado mundial



LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE GIRASOL (ASAGIR) DIO A CONOCER EL INFORME DE COYUNTURA DE SU ASESOR ECONÓMICO, EL LIC. JORGE INGARAMO, DONDE SE DESTACA UN HORIZONTE EXCEPCIONAL PARA EL CULTIVO. EL USDA (DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA DE LOS EE. UU.) ELEVÓ SU PROYECCIÓN DE LA COSECHA ARGENTINA A 7 MILLONES DE TONELADAS, LO QUE REPRESENTA UN CRECIMIENTO INTERANUAL DEL 25,2%. POR SU PARTE, LA BOLSA DE CEREALES DE BUENOS AIRES MANTIENE UNA PREVISIÓN DE 6,2 MILLONES DE TONELADAS, SUBRAYANDO RENDIMIENTOS QUE SUPERAN LOS PROMEDIOS HISTÓRICOS.

### **C**ampaña Local: Avance de cosecha y rendimientos regionales

Datos del informe de la Bolsa de Cereales de Buenos Aires.

**Rendimientos:** Con el 33,8% del área apta cosechada, el rinde medio nacional alcanza los 23 qq/ha.

**Zonas destacadas:** El NEA y el Centro-Este de Entre Ríos ya finalizaron su cosecha con 22,4 y 21,2 qq/ha respectivamente. En el Centro-Norte de Córdoba, los rindes alcanzan los 28,1 qq/ha, mientras que en el Norte de La Pampa y Oeste de Buenos Aires se registran picos de 27,7 qq/ha.

**Volumen recolectado:** Hasta la fecha, se han recolectado 2,08 millones de toneladas.

### **Comercio Exterior: El complejo de mayor crecimiento**

El dinamismo del sector queda reflejado en las estadísticas oficiales y de cámaras del sector:

**Exportaciones (CAA):** El Consejo Agroindustrial Argentino (CAA) informó que, en enero de 2026, el complejo girasol exportó U\$S 210,1 millones, registrando una suba interanual del 173,2%.

**Cuota de Mercado (USDA):** Las exportaciones argentinas de aceite representarán el 13,8% del total mundial, ganando terreno frente a la caída de la participación de Ucrania (33,2%) y Rusia (30,3%).

**Escasez global:** El USDA advierte que, aunque la oferta argentina alivia la tensión, la relación stocks/consumo de aceite de girasol sigue cayendo, situándose en un 13,5%.

### **Precios y Dinámica Comercial**

**FOB y Rotterdam:** La Bolsa de Cereales consigna precios CIF Rotterdam para el aceite de girasol de hasta U\$S/tn 1.483,75 para abril, mientras que el FOB local se ubica en U\$S/tn 1.290 para marzo.

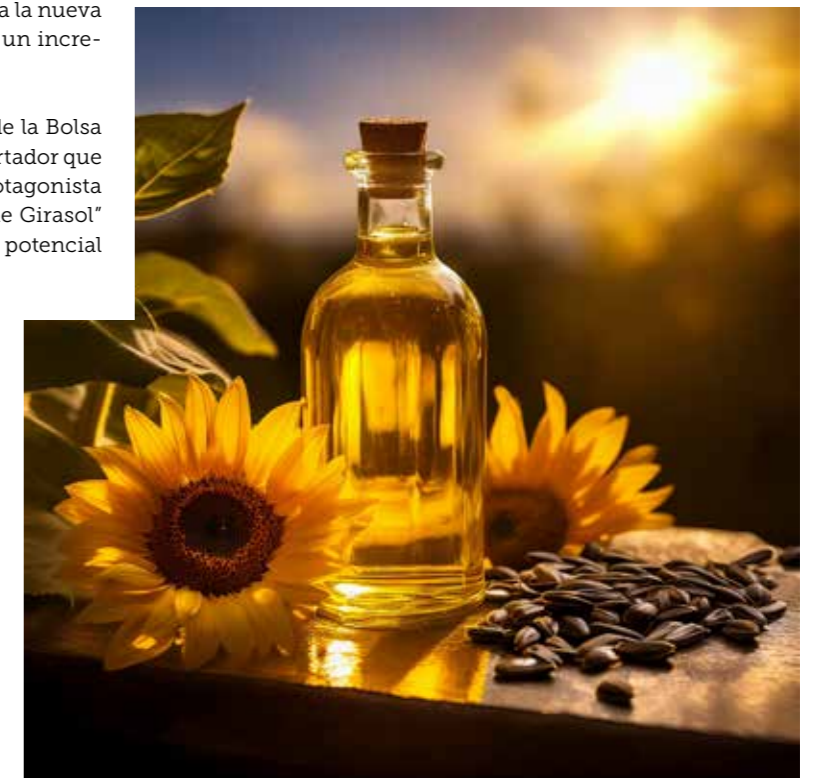
**Valor del Grano:** Según la misma entidad, el valor Cámara Rosario se sitúa en \$534.660 por tonelada (aprox. U\$S 386).

**Compras de la industria:** La Secretaría de Agricultura publicó que las compras de girasol para la campaña 2024-2025 alcanzan las MT 3,92, un 37,9% más que el ciclo anterior. Para la nueva campaña 2025-2026, las compras ya suman MT 2,91, un incremento interanual del 69,3%.

Desde ASAGIR destacaron que las cifras del USDA y de la Bolsa de Cereales, sumadas al vertiginoso crecimiento exportador que reporta el CAA, confirman que el girasol es el gran protagonista de la agroindustria actual. El Congreso Anual "Mar de Girasol" en Mar del Plata será la oportunidad clave mostrar el potencial del cultivo y consolidar estos nuevos mercados.

*Las exportaciones argentinas de aceite representarán el 13,8% del total mundial, ganando terreno frente a la caída de la participación de Ucrania (33,2%) y Rusia (30,3%).*

**Acercas de ASAGIR:** La Asociación Argentina de Girasol es una organización integrada por todos los sectores de la cadena de valor del girasol, cuyo objetivo es promover la competitividad y el crecimiento sostenible del cultivo en el país.



# La inteligencia que necesita la salud no es sólo artificial

Por **Fernando Werlen**  
Director General de  
Grupo SanCor Salud



El sistema de salud está cambiando, y este proceso nos plantea el gran desafío de acompañarlo con calidad y profesionalismo.

En los últimos años, se intensificaron tendencias que ya venían gestándose: una mayor expectativa de vida, el crecimiento de las enfermedades crónicas, una demanda más activa por parte de las personas y un uso cada vez más frecuente de los servicios de salud.

En paralelo, la tecnología avanzó a una velocidad inédita. La inteligencia artificial, el análisis de datos y las plataformas digitales abren oportunidades concretas para mejorar la eficiencia, anticipar necesidades y optimizar la gestión. Hoy, ningún actor del sistema puede pensarse por fuera de esta transformación.

Sin embargo, hay algo que la tecnología, por sí sola, no puede resolver.

En salud, cada decisión tiene impacto en una persona, y eso exige una mirada que

no puede ser únicamente técnica ni automatizada. La eficiencia es necesaria, pero no suficiente. Si no está acompañada por una comprensión real de las necesidades, las expectativas y las experiencias de quienes forman parte del sistema, corre el riesgo de generar distancia en lugar de valor. Corremos el riesgo de olvidarnos por qué hacemos lo que hacemos, o mejor dicho: para quiénes.

La inteligencia artificial, en este escenario, es una gran aliada. Permite ordenar información, detectar patrones y anticipar comportamientos. Bien utilizada, contribuye a mejorar la sostenibilidad del sistema y a generar eficiencias que impactan en todos los niveles. Pero su valor real aparece cuando se combina con una mirada que prioriza a las personas y no pierde de vista el contexto en el que esas decisiones se toman.

La IA no solo permite optimizar procesos internos, sino también mejorar la experiencia de las personas: desde reducir tiempos

de respuesta hasta facilitar gestiones y hacer más accesible la información. Sin embargo, su implementación requiere criterio, porque no todo lo que puede automatizarse necesariamente debe hacerse sin intervención humana.

En este contexto, uno de los principales desafíos es evitar caer en una lógica donde la innovación se mide únicamente en términos tecnológicos. Incorporar herramientas digitales o desarrollar modelos basados en datos es fundamental, pero los verdaderos diferenciales están, por un lado, en cómo se integran esas capacidades dentro de una estrategia que tenga sentido para las personas, las haga más libres, las empodere y les aporte soluciones; y por otro, en el valor humano y emocional (únicos e irremplazables) que debemos imprimir a la atención. También exige un cambio de enfoque. Durante mucho tiempo hablamos de usuarios, de prestaciones, de coberturas. Hoy el desafío es entender trayectorias, experiencias y necesidades que son cada vez más diversas. La salud dejó de ser un evento aislado para convertirse en un proceso continuo, donde la prevención, el acompañamiento y la accesibilidad juegan un rol entrelazado y central.

En ese camino, la tecnología es indispensable, pero no alcanza. El verdadero desafío está en lograr un equilibrio: aprovechar todo su potencial sin perder de vista que, detrás de cada dato, hay una persona. Nosotros, en SanCor Salud, decimos que somos "humanamente inteligentes" porque, precisamente, entendemos que la innovación tecnológica sólo tiene sentido si actúa como complemento del trato humano, de la cercanía que sólo puede darte otra persona. Para nosotros, es un medio para un fin.

Esa es, probablemente, la discusión más relevante que tiene hoy el sistema de salud. No cómo incorporar más innovación, sino cómo hacerlo de una manera que siga teniendo sentido humano. Porque en definitiva, la inteligencia que necesita la salud no es sólo artificial.

# Tu vida nos inspira



Desde hace más de 90 años, nuestro **compromiso es tu bienestar**. Con **innovación, calidad y trabajo en equipo**, seguimos investigando y desarrollando **productos de excelencia** para cuidar tu salud y la de tu familia en cada etapa de la vida.

# Aggreko anunció una inversión récord de US\$ 216 millones en América Latina



Pablo Varela, Director ejecutivo de Aggreko



*Nuestro rol va más allá del suministro de energía. Trabajamos codo a codo con los clientes para comprender sus prioridades, ya sea la reducción de costos, la confiabilidad operativa, los plazos o los objetivos ambientales, y diseñar soluciones que integren distintas tecnologías de forma inteligente y eficiente*

Aggreko, líder global en soluciones de energía, cerró 2025 con resultados contundentes en América Latina: registró un crecimiento del 10% respecto de 2024. Para 2026, la compañía proyecta mantener un ritmo de expansión de dos dígitos, con una previsión de crecimiento del 11% en la región, impulsado por inversiones sólidas, nuevos proyectos estratégicos y la ampliación del portafolio de soluciones sostenibles.

Como parte de esta estrategia, Aggreko anunció una inversión de US\$ 216 millones en CAPEX para América Latina en 2026, un aumento del 249% en comparación con 2025, reforzando el compromiso con el crecimiento a largo plazo en la región. Parte de esta inversión está asignada a Argentina para apalancar el crecimiento. "Tuvimos un excelente desempeño en 2025, con crecimiento en todos nuestros sectores clave: Utilities, Minería y Petróleo y Gas. En este contexto, confiamos en Argentina como un mercado estratégico en la región, por su desarrollo y su enorme potencial en los tres pilares de nuestra estrate-

gia", afirma Pablo Varela, director ejecutivo de Aggreko para América Latina. América Latina permanece como un pilar fundamental de la estrategia global de Aggreko, representando actualmente cerca del 30% del mercado mundial de la empresa. La diversidad geográfica y económica de la región, con mercados fuertes como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y países de América Central y el Caribe, permite un equilibrio estratégico que mitiga los impactos de las estacionalidades económicas y geopolíticas.

"La magnitud de la región y la complementariedad entre los mercados nos permiten mantener una trayectoria consistente de crecimiento. América Latina seguirá siendo una prioridad estratégica para Aggreko en los próximos cinco años", destaca Varela. En 2026, Aggreko continuará ampliando el uso de gas natural, soluciones híbridas y microgrids, para agregar valor a las soluciones de energía térmica tradicional, siempre con foco en tres ejes centrales: eficiencia, seguridad energética y sostenibilidad. La

compañía refuerza su papel como consultora estratégica de energía, desarrollando soluciones a medida de acuerdo con las necesidades específicas de cada cliente y operación.

"Nuestro rol va más allá del suministro de energía. Trabajamos codo a codo con los clientes para comprender sus prioridades, ya sea la reducción de costos, la confiabilidad operativa, los plazos o los objetivos ambientales, y diseñar soluciones que integren distintas tecnologías de forma inteligente y eficiente. En el caso argentino, prevemos que en 2026 ganen protagonismo las soluciones híbridas, térmicas y de hidrógeno", explica el ejecutivo.

# Lenovo Group Buenos resultados financieros del tercer trimestre 2025/26

Lenovo Group Limited (HKSE: 992) (ADR: LNVGY), junto con sus subsidiarias ("el Grupo"), informó los resultados del tercer trimestre del año fiscal 2025/26, un trimestre que entregó ingresos récord, una rentabilidad acelerada y una continua expansión de los ingresos relacionados con la IA. Durante el trimestre, los ingresos totales del grupo alcanzaron un máximo histórico para un trimestre fiscal de 22.2 mil millones de dólares estadounidenses, un aumento del 18% interanual, con ingresos de todos los grupos de negocio creciendo a doble dígito interanual. Excluyendo elementos no operativos no monetarios y ganancias y cargos únicos en el tercer trimestre del año fiscal 24/25 y el tercer trimestre del año fiscal 25/26, el beneficio neto ajustado (beneficio atribuible a los tenedores de acciones - no-HKFRS)[1] aumentó un 36% interanual hasta los 589 millones de dólares estadounidenses, con un margen de beneficio neto ajustado[1] expandiéndose hasta el 2.7%.

Cita del presidente y CEO Yuanqing Yang "Lenovo tuvo un rendimiento excepcional en todos los frentes en el tercer trimestre fiscal, con todos los negocios principales logrando un fuerte crecimiento de ingresos de doble dígito y la IA convirtiéndose en un motor de crecimiento líder. Implementamos una reestructuración estratégica de nuestro negocio de Soluciones de Infraestructura, encaminándolo hacia un crecimiento sostenible y rentable. Al aprovechar nuestra excelencia operativa, navegamos eficazmente los desafíos del mercado de aumentos de costos de componentes y escasez de suministro, cumplimos nuestro compromiso de ganar cuota de mercado y mejorar la rentabilidad. De cara al futuro, a



Yuanqing Yang, Presidente y CEO de Lenovo

*Lenovo tuvo un rendimiento excepcional en todos los frentes en el tercer trimestre fiscal, con todos los negocios principales logrando un fuerte crecimiento de ingresos de doble dígito y la IA convirtiéndose en un motor de crecimiento líder.*

medida que la IA se integra cada vez más en la vida diaria de las personas y en las operaciones empresariales, continuaremos impulsando la IA Híbrida para capturar las importantes oportunidades que brinda la democratización de la IA, acelerar el crecimiento, mejorar la rentabilidad y entregar valor a largo plazo a nuestros accionistas."

# Nuevas presentaciones de Motorola



## Nuevo moto g06

Motorola presentó en Argentina el nuevo moto g06, un smartphone que redefine la experiencia de gama media con una pantalla más grande, diseño sofisticado y rendimiento optimizado con IA, todo a un precio competitivo. El moto g06 está pensado para quienes buscan tecnología avanzada y estilo sin comprometer el presupuesto. El moto g06 incorpora la pantalla más grande jamás vista en un dispositivo moto g; un panel HD+ de 6,9", brillante y expansivo, ideal para disfrutar de series, redes y videojuegos. Cámaras de 50 MP con IA6 y herramientas de Google.

## Motorola razr fold

Motorola presentó su primer dispositivo plegable, el motorola razr fold y lanzó su nueva franquicia ultra premium con el lanzamiento de motorola signatura. También presentó un concepto de dispositivo wearable nativo de IA que siempre está accesible y es sensible al contexto. Por otra, dio a conocer Motorola Qira, una plataforma ubicada que combina la innovación en IA de Lenovo y Motorola. La serie Collections by Motorola cuenta con una nueva incorporación, el motorola razr

FIFA World Cup 26 tm Edition. Por último, amplió su ecosistema de dispositivos en el CES 2026.

## Smart Connect,

Por otra parte, fue presentado Smart Connect, el sistema de Motorola & Lenovo para llevar todo lo que ocurre en el smartphone a una pantalla más grande, como una computadora, tablet o TV, ayudando a ahorrar tiempo, y trabajar o entretenerse con mayor comodidad. Desarrollado



para aprovechar al máximo todo lo que puede ofrecer el smartphone, Smart Connect permite: Compartir archivos de tu smartphone sin cables ni pasos extra. Usar un solo teclado y mouse entre varios dispositivos. Continuar con tareas y contenidos de una pantalla a otra. Ver y gestionar notificaciones desde un único lugar. Utilizar tu smartphone como webcam para videollamadas nítidas.

## Lifestyle Tech

Motorola presenta nuevos dispositivos que remarcan su compromiso con integrar funcionalidad y estilo para que sus usuarios puedan expresar su individualidad, en línea con su estrategia Lifestyle Tech.

El nuevo ecosistema de smartphones incluye: el motorola signature, primer móvil de la compañía dentro de la nueva franquicia ultra premium; motorola edge 70; y la nueva familia moto g, integrada por el moto g77, moto g67, moto g17 power y moto g17.

Además, la familia moto things sumó al moto sound flow, el primer altavoz portátil de la marca; moto watch, powered by Polar; el lápiz óptico con IA moto pen ultra; y moto tag 2, una renovada versión de su rastreador de objetos.

# Lay's potencia sus planes de marketing con el fútbol

LAY'S, MARCA LÍDER EN LA CATEGORÍA DE SNACKS CON MÁS DE 25 AÑOS DE TRAYECTORIA EN EL MERCADO Y CON UNA FUERTE DISTRIBUCIÓN EN TODO EL PAÍS, SELECCIONÓ A LA LIGA PROFESIONAL PARA POTENCIAR SUS PLANES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN, CONSTRUYENDO UNA CONEXIÓN EMOCIONAL Y FEDERAL CON EL DEPORTE QUE MAYOR PASIÓN GENERA, Y POTENCIANDO SU EXTENSIÓN EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.



En relación a este acuerdo, Claudio Tapia, Presidente de AFA, destacó: "Agradecemos a Lay's la confianza en este acuerdo y a todos los sponsors que se suman y revalidan su confianza en La Liga Profesional de Fútbol. Podemos confirmar que el año 2025 ha sido un éxito para nuestros socios comerciales. Podemos hoy ofrecer a cada hincha en todas las provincias de nuestro país un vínculo directo con compañías de primer nivel mundial. Este acuerdo con Lay's fortalece nuestro compromiso para que el año 2026 sea aún mejor en términos de amplitud de marcas y alcance de nuestra Liga. Agradecemos a Lay's la confianza en nuestra Institución para llevar adelante sus planes de marketing y comunicación". Diego Serantes, VP Gerente General de PepsiCo Alimentos Cono Sur, expresó: "Este acuerdo representa una oportunidad para seguir construyendo una relación sólida y de largo plazo con los

hinchas, estando cada vez más cerca y ofreciéndoles experiencias únicas. Lay's siempre busca ser parte de esos encuentros que conectan a las personas, y el fútbol es una expresión central de todo lo que compartimos como marca. Por delante tenemos un camino enorme e inspirador, que vamos a recorrer con la misma convicción y energía que nos trajo hasta acá, reforzando un compromiso que comienza en nuestros campos de papas y llega a la mesa de millones de consumidores que nos eligen día a día." Además, Agustina Padilla, Gerente Sr. de Marketing de PepsiCo Alimentos Argentina, Uruguay y Paraguay añadió: "Para Lay's, el fútbol es mucho más que un deporte, es encuentro, emoción y una parte fundamental de nuestra identidad como argentinos. Hace más de 25 años que estamos presentes en cada juntada, acompañando esos momentos que se viven con pasión. Este anuncio marca apenas el comienzo de una relación que proyectamos a largo plazo, con el compromiso de

seguir estando cada vez más cerca de nuestros consumidores y acompañarlos en los momentos de disfrute". Por último, Leandro Petersen, Gerente de Marketing y Comercial de AFA, agregó: "Con el entusiasmo de continuar el camino de expansión de nuestra Liga Profesional, nos complace hoy poder anunciar nuevamente un acuerdo de alto impacto para la Liga Profesional de Fútbol Argentino. Hemos iniciado esta relación con el objetivo de brindarle a Lay's un mayor alcance federal. La Liga Profesional demuestra tener un liderazgo televisivo y un atractivo sin precedentes, capaz de incorporar nuevos vínculos con las marcas más importantes en cada uno de los sectores. Contar con el respaldo de Lay's es sin dudas uno de los grandes objetivos cumplidos de nuestro trabajo diario. Continuaremos en este camino de trabajo, ofreciendo valor y potenciando cada una de las experiencias a los hinchas y fanáticos del fútbol argentino. Iniciamos nuestro compromiso con Lay's y deseamos tengan un gran 2026".

# BBVA Research

## La estabilidad macroeconómica impulsará crecimiento del 3% del PIB en 2026



El informe "Situación Argentina" correspondiente a marzo destaca la continuidad del equilibrio fiscal y una política monetaria restrictiva como anclas del escenario económico. Se espera una recuperación traccionada por los sectores exportadores, con la necesidad de gestionar la composición del gasto y la dinámica del mercado laboral. BBVA en Argentina presenta la edición de marzo de 2026 de su informe "Situación Argentina", elaborado por BBVA Research. El documento confirma el avance del proceso de estabilización macroeconómica y mantiene un escenario base de crecimiento del PBI en torno al 3,0% tanto para 2026 como para 2027.

El análisis destaca que el país inicia el año con un programa más consolidado, sustentado en el mantenimiento del superávit fiscal, una política monetaria prudente y avances hacia una mayor flexibilidad cambiaria. En este contexto, crece la acti-

vidad económica, liderada por el dinamismo de los sectores transables, particularmente el energético, el agro y la minería, junto a una esperada recuperación de la inversión y el consumo privado.

### Desafíos en la calidad del ajuste y el mercado laboral

A pesar de las perspectivas de crecimiento y el descenso proyectado para la inflación, que se ubicaría en 24% para este año y 15% para 2027, el informe subraya que el foco de la política económica se desplaza ahora hacia la sostenibilidad del programa. BBVA Research advierte que los márgenes para nuevos recortes en el gasto son cada vez más acotados, especialmente considerando el bajo nivel de gasto de capital actual. Por lo tanto, sostener el equilibrio requerirá mejorar la eficiencia del sector público y la capacidad recaudatoria sin aumentar la presión tributaria.

Desde la perspectiva microeconómica, el

mercado laboral emerge como el principal punto de atención. El reporte señala que, aunque la actividad general crece, la recuperación es heterogénea y se concentra en sectores intensivos en capital, con menor efecto multiplicador sobre el empleo.

### Dinámica financiera y cambiaria

En el frente financiero, el informe resalta el cambio de foco de la política monetaria. Tras la volatilidad de tasas observada el año pasado, el Gobierno busca ahora sostener rendimientos alineados con la inflación (en torno al 2,7% mensual en el inicio del año) pero sin elevarlos drásticamente en términos reales, con el objetivo de no comprometer la recuperación de la actividad. BBVA Research prevé que la tasa TAMAR se ubique en el 20% a finales de 2026. Por el lado externo, la balanza comercial de bienes sostendrá un sólido superávit impulsado por la energía, aunque el déficit persistente en servicios reales (turismo) limitará la mejora de la cuenta corriente, que registraría un saldo negativo del 1,9% del PIB.

En el balance de riesgos, el informe concluye que si bien el impacto del aumento de la tensión geopolítica en la economía real argentina sería acotado -e incluso favorable por mayores precios de commodities-, un endurecimiento de las condiciones globales dificultaría el necesario acceso al financiamiento internacional.



 **SanCorSalud**  
Grupo de Medicina Privada

# La buena salud es todo

Conocenos en [sancorsalud.com.ar](https://www.sancorsalud.com.ar)

# Massey Ferguson sigue expandiendo su red en Córdoba



MASSEY FERGUSON CONTINÚA FORTALECIENDO SU RED EN LA REGIÓN CENTRO DEL PAÍS CON LA INAUGURACIÓN DE LA NUEVA SUCURSAL DEL CONCESIONARIO WEINBAUR SA EN LA LOCALIDAD DE PORTEÑA, PROVINCIA DE CÓRDOBA.

Este nuevo punto estratégico fue concebido para brindar un acompañamiento integral al productor agropecuario consolidando la presencia de la marca en una zona clave para el desarrollo productivo. Sus modernas instalaciones permiten brindar un servicio ágil y confiable con un taller altamente equipado, sala especializada para el armado de motores y cajas, sala de hidráulica y herramientas especiales, además de un sólido esquema de posventa a campo con vehículos especialmente equipados y guardia activa de servicios durante las campañas agrícolas para asegurar la continuidad operativa.

La propuesta comercial se apoya en un equipo de ventas con fuerte presencia territorial, tanto en la concesionaria como a campo, que acompaña al productor con asesoramiento personalizado y cercano,

orientado a acompañar la toma de decisiones del productor según las particularidades de cada sistema productivo.

En repuestos, la sucursal dispone de un importante stock permanente, atendido por personal especializado y con guardia activa durante las campañas, garantizando disponibilidad inmediata y respuestas ágiles en los momentos clave.

"Después de más de 50 años caminando junto a la marca, esta nueva apertura nos genera un orgullo enorme. Es una historia que empezó con nuestros padres, Oscar y Helmut Weinbaur quienes empezaron en el año 1974 a vender Massey Ferguson y tuvieron la visión y el coraje de emprender con Massey y nos inculcaron desde chicos la cultura del trabajo. El servicio fue siempre una prioridad para ellos y hoy creemos que sigue siendo un pilar fundamental para una concesionaria. Ese origen es el que hoy nos



impulsa a seguir cerca de los clientes, acompañarlos todos los días y brindarles un servicio de posventa en el que puedan confiar", expresó Augusto Weinbaur, presidente de Weinbaur S.A.

"Quiero expresar mi agradecimiento por la inversión realizada por el concesionario, que contribuye a la consolidación y al crecimiento de la marca, y por el rol clave que cumple en el servicio y la atención a los productores de la zona", sostuvo Gonzalo Lorenzo, responsable de Finanzas para AGCO Argentina.

Con esta inauguración, Massey Ferguson y Weinbaur SA refuerzan su compromiso con el desarrollo productivo de Córdoba, apostando a la cercanía, la infraestructura y la calidad de atención como pilares para acompañar al productor en cada etapa de su trabajo.

# Jorge Brito reasume la presidencia de Genneia

Jorge Brito vuelve a presidir la compañía líder en energías renovables en Argentina. Genneia, la empresa líder en generación de energías renovables en Argentina, anuncia oficialmente el regreso de Jorge Brito como presidente de su Directorio.

Brito, quien ya ha desempeñado este cargo exitosamente entre diciembre de 2015 y abril de 2022, retoma la conducción de la compañía, continuando con el proceso de crecimiento y fortalecimiento de la posición de Genneia como el actor principal en la generación de energía limpia, tanto eólica como solar.

Junto a sus nuevas responsabilidades en Genneia, Jorge Brito continúa desempeñándose como presidente del Directorio del Banco Macro, cargo que ocupa desde marzo de 2023.

Recientemente, Genneia puso en operación el Parque Solar San Rafael, superando de esta manera los 1.500 MW de potencia instalada renovable y consolidando su liderazgo en el sector. Con sus 8 parques eólicos y 6 solares en funcionamiento, la empresa lleva una inversión acumulada superior a US\$ 1.600 millones desde 2016. Asimismo, la compañía se posiciona hoy también como el principal emisor de bonos verdes del país, con más de US\$1.280 millones emitidos hasta la fecha.

## Continuidad y Visión Estratégica

Genneia actualmente lidera el sector con una capacidad instalada que la posiciona a la vanguardia de la industria, operando los parques eólicos y solares más importantes del territorio nacional.

"Es un orgullo volver a presidir una compañía que es emblema de la energía del futuro en nuestro país. Nuestro foco seguirá puesto en la innovación, la sostenibilidad y en continuar ampliando nuestra matriz renovable para acompañar el crecimiento de la industria Argentina", señaló Jorge Brito. Con este cambio en la presidencia, Genneia reafirma su objetivo de abastecer a la industria nacional y al sistema con energía limpia, eficiente y competitiva.



## 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 21% de la generación de energía eólica y el 12% de la solar. La reciente entrada en operación del Parque Solar San Rafael en Mendoza, junto con la puesta en marcha del Parque Solar Anchoris y la inauguración del Parque Eólico La Elbita en la provincia de Buenos Aires, ha elevado la capacidad total de energía renovable de Genneia a más de 1.540 MW, consolidando su liderazgo en el sector 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 San Juan Sur, con una capacidad de 130 MW, ubicado en la provincia de San Juan. Con sus seis parques solares en operación -Ullum, Sierras de Ullum, Tocota III, Malargüe I, Anchoris y la reciente incorporación de San Rafael (140 MW)- Genneia alcanza un total de 630 MW de capacidad instalada en energía solar

# Balance anual y ejes que definirán el empleo corporativo en 2026



**Miguel Carugati**  
Managing Director Argentina & Uruguay de PageGroup.

EL MERCADO LABORAL ARGENTINO MOSTRÓ SEÑALES DE REACTIVACIÓN DE CONTRATACIONES, AUNQUE BAJO UNA LÓGICA SELECTIVA. LA SATISFACCIÓN SALARIAL SIGUE SIENDO UNA DEUDA PENDIENTE PERO LAS DECISIONES DE PERMANENCIA O CAMBIO LABORAL NO FUERON SOLO POR EL INGRESO. SECTORES COMO SERVICIOS, TECNOLOGÍA, ENERGÍA Y RECURSOS NATURALES SEGUIRÁN LIDERANDO LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN 2026. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL AVANZARÍA OPTIMIZANDO PROCESOS, MIENTRAS LAS HABILIDADES BLANDAS OCUPARÍAN UN LUGAR MÁS RELEVANTE.

La consultora de reclutamiento especializado Michael Page realizó un balance del mercado laboral durante 2025 y presentó sus proyecciones para 2026, destacando señales de reactivación en las contrataciones de mandos medios y ejecutivos, así como un creciente protagonismo de la IA y las habilidades blandas en las decisiones de talento. Identificó sectores que lideran la recuperación y puntos claves para impulsar la generación de empleo en el país. "En 2025, el mercado laboral argentino enfrentó desafíos como la brecha entre expectativas salariales y capacidad de ajuste, la rápida adopción de IA frente a una preparación organizacional limitada y la necesidad de llevar a cabo contrataciones selectivas priorizando la eficiencia", sos-

tiene Miguel Carugati, Managing Director Argentina & Uruguay de PageGroup.

En 2025, las contrataciones mostraron signos de recuperación, aunque bajo una lógica de mayor selectividad. Las empresas retomaron búsquedas postergadas, principalmente en sectores dinámicos como Tecnología, Energía y Servicios. Consumo masivo, Manufactura y Retail se mantuvieron con mayores restricciones en la generación de empleo, mientras que el sector automotriz comenzó a recuperarse.

Se priorizaron roles estratégicos, de alto impacto y con conocimientos técnicos específicos, que fueron justamente los que lograron ubicarse en el extremo superior de los rangos salariales o incluso superarlos. Farmacéutica, Finanzas, IT e Ingeniería se consolidaron como las industrias mejor remuneradas del año.

La recuperación del poder adquisitivo siguió siendo el eje central para el talento, aunque la limitada capacidad de ajuste salarial llevó a que la mayoría optara por renegociar su compensación y permanecer en sus organizaciones. Si bien se percibió una menor pérdida de poder adquisitivo que en años anteriores, la insatisfacción salarial continuó siendo elevada. En el segmento de mandos medios a altos, el 62% de los profesionales se declaró disconforme con su salario y beneficios, según un relevamiento de la consultora.

Por otra parte, en 2025 volvió a cobrar protagonismo la retribución variable y los ajustes por desempeño. Al mismo tiempo, los beneficios no remunerativos y las propuestas de valor más amplias se volvieron indispensables para complementar el salario y fortalecer la percepción de equidad y sostenibilidad de las políticas de compensación. En este marco, la flexibilidad se consolidó como un factor innegociable. Para el 77% de los empleados argentinos, la modalidad híbrida es una parte esencial de su compensación.

En paralelo, la inteligencia artificial se convirtió en uno de los grandes ejes del

año, con un 81% de los profesionales utilizándola al menos una vez por semana. Sin embargo, la adopción avanzó más rápido que la preparación organizacional, con solo el 18% de las empresas definiendo marcos formales. Esto expone riesgos en materia de ética, seguridad de la información y cumplimiento regulatorio.

## Proyecciones para el mercado laboral corporativo

De cara a 2026, las compañías continuarán priorizando la productividad, la eficiencia y la rentabilidad. En el segmento de roles de mando, se prevé que búsquedas que quedaron postergadas durante 2025 finalmente se concreten. Las industrias vinculadas con servicios, inteligencia artificial y robotización seguirían posicionándose entre las principales generadoras de empleo, a las que se suman proyectos relevantes en energía y recursos naturales. En paralelo, los Centros de Servicios Compartidos continuarían consolidando su crecimiento en Argentina. Con más de 100 centros operando en el país, el país se posiciona como un competidor relevante a nivel regional y global. Las proyecciones anticipan un desarrollo sostenido del sector, con la creación de miles de empleos calificados.

Con respecto a los salarios, se espera que las empresas busquen brindar ajustes alineados con la inflación, ampliando los esquemas de reconocimiento por desempeño y bonos. Las expectativas para cargos jerárquicos son de una recuperación más sólida, con incrementos estimados entre el 18% y el 25%, según sector y resultados.

La evolución del mercado laboral también estaría condicionada por el marco regulatorio. Una flexibilización laboral inteligente, que no resigne derechos de los trabajadores ni previsibilidad, aparece como uno de los principales habilitadores para acompañar la transformación del empleo. Esta predecibilidad, sumada a una estabili-

dad macroeconómica, permitiría a las empresas planificar sus estructuras salariales y de dotación con mayor certidumbre.

## La inteligencia artificial generativa y la automatización seguirán ganando terreno.

En este sentido, la capacidad de incentivar un uso efectivo de la IA será clave, especialmente para automatizar tareas repetitivas y liberar tiempo para actividades de mayor valor agregado, como análisis, planificación estratégica y toma de decisiones.

En este contexto, las habilidades blandas se consolidan como un factor clave del mercado laboral: liderazgo, adaptación al cambio, empatía e inteligencia emocional se posicionan entre las competencias más demandadas y difíciles de sustituir. Desde la consultora promueven la capacitación en habilidades digitales y de liderazgo, especialmente en pymes.

## Acerca de PageGroup

PageGroup es la empresa líder a nivel internacional en selección y contratación de talentos para vacantes permanentes y temporales, gracias a sus marcas Michael Page, Page Executive, Page Outsourcing y Page Interim. Con operaciones en 37 países y más de 7.500 colaboradores, cotiza en la bolsa de Londres desde 2001 y ofrece servicios de reclutamiento y oportunidades profesionales a nivel local, regional y global.

En Argentina, está presente desde 2008 y cuenta con equipos especializados en las áreas de Finanzas, Tecnología, Sales, Marketing, Supply Chain & Ingeniería, Healthcare & Life Sciences, Recursos Humanos y Shared Service Centers, cuyo propósito es cambiarvidas, conectando profesionales con empresas para que ambas partes alcancen su máximo potencial.

# Laboratorios Bagó Argentina

La misión es la de brindar productos y servicios diferenciados que contribuyan a mejorar la salud de la comunidad de un modo ético y sustentable



**Hernán Da Cunha**  
Director de Relaciones Institucionales

LA EMPRESA PRESENTÓ UN NUEVO REPORTE DE SUSTENTABILIDAD ENFOCADO EN EL AVANCE DE SU ESTRATEGIA DE GESTIÓN SUSTENTABLE Y CENTRADO EN EL CUIDADO DE LAS PERSONAS Y EL PLANETA.

Fundado en 1934, Laboratorios Bagó, es una empresa farmacéutica argentina con fuerte presencia en Latinoamérica y en el mundo. Sus productos llegan a 50 países.

Su misión es la de brindar productos y servicios diferenciados que contribuyan a mejorar la salud de la comunidad de un modo ético y sustentable.

Estructurado sobre los ejes de desarrollo económico, medioambiental y de transformación social, con la ética y la integridad como principios centrales, el nuevo reporte fue elaborado de acuerdo a los estándares GRI (Global Reporting Initiative - Versión 2021) y a los desafíos que plantean los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

de Naciones Unidas. Incluye, además, las iniciativas alcanzadas por la compañía basadas en su Estrategia de Sustentabilidad. "Este documento muestra, de forma transparente, lo que logramos en 2024 y nuestro compromiso con el desarrollo del país", sostuvo Edgardo Vázquez, Gerente General de Laboratorios Bagó, y agregó: "También refleja nuestras oportunidades de mejora, porque crecer de forma sostenible no es solo una meta, es nuestra manera de construir el futuro, es avanzar con conciencia y propósito".

En línea con el objetivo de crecer de manera sostenible, Hernán Da Cunha, Director de Relaciones Institucionales sostuvo "Desde Bagó buscamos potenciar nuestro impacto positivo en la sociedad principalmente contribuyendo desde el ámbito de la salud y, en este sentido, es clave trabajar en el desarrollo de tratamientos innovadores: en 2024 lanzamos 14 productos en nuestras principales líneas terapéuticas".

#### Principales resultados 2024 Innovación

La innovación es el motor de nuestra transformación, y nos impulsa a adoptar tecnologías y metodologías disruptivas

para avanzar constantemente. Durante 2024, nos enfocamos en el desarrollo de soluciones terapéuticas innovadoras para nuestros pacientes, como proyectos de anticuerpos monoclonales y péptidos sintéticos.

También potenciamos el proceso de desarrollo de nuevas especialidades farmacéuticas mediante la aplicación de herramientas farmacométricas que optimizan el desarrollo de medicamentos mediante modelos predictivos.

En este sentido, inauguramos en nuestra planta productiva de La Plata (Bs. As.) el nuevo Centro Bioanalítico, un lugar especialmente desarrollado y aprobado por ANMAT para la realización de estudios de la etapa bioanalítica del proceso de bioequivalencia para el desarrollo de nuevos productos, es decir, la determinación de si un producto farmacéutico es bioequivalente al producto de referencia. Por otra parte, presentamos una aplicación para fortalecer nuestra relación digital con los pacientes y optimizar nuestro programa de soporte.

#### Destacados según los ejes de nuestra estrategia de Sustentabilidad

Desarrollo económico y gobierno corporativo Laboratorios Bagó impulsa su actividad industrial con foco en la excelencia, la innovación y el cuidado de la salud, invirtiendo en el país, generando empleo de calidad y promoviendo un crecimiento sostenible que beneficia a las comunidades y al planeta.

#### Destacados:

480 productos  
14 lanzamientos de productos ambulatorios y de venta libre que permitieron ofrecer nuevas alternativas terapéuticas y fortalecer el portfolio de la compañía.  
39 millones totales de unidades escuchadas



producidas. 1.208 proveedores, de los cuales el 85% son proveedores nacionales. Más 11 mil usuarios alcanzados a través de la plataforma digital Bagó Innova de capacitación médica y científica exclusiva para profesionales de la salud. 96% de calificaciones positivas por parte de pacientes sobre el Servicio de Orientación Integral de Laboratorios Bagó (SOI), lo que refleja una alta valoración del servicio (sobre total de 16.055 interacciones, casi un 15% más que en el año anterior).

#### Transformación social

Este eje de nuestra Estrategia de Sustentabilidad impulsa acciones para mejorar la calidad de vida de grupos vulnerables, fortalecer el desarrollo de la comunidad y generar un impacto positivo, tanto en la sociedad como en nuestros colaboradores.

#### Destacados:

+ \$247 millones en donaciones para potenciar el sector social en temas de salud y educación (+220% Vs inversión 2023), +60 alianzas con Organizaciones de la Sociedad Civil, 25.600 horas de capacitación (+19% Vs 2023), +400 Voluntarios Bagó, 1.880 horas donadas (+11% Vs 2023)

#### Gestión ambiental responsable

El crecimiento de las personas y las comunidades tiene un impacto sobre el entorno. En Laboratorios Bagó buscamos evolucionar nuestro modelo productivo hacia una gestión más sustentable. Por eso, promovemos prácticas más eficientes y responsables que

permitan un uso racional de los recursos y contribuyan a una operación alineada con los valores del desarrollo sostenible.

#### Destacados

Agua: es un recurso esencial, también en la industria farmacéutica, donde se utiliza en diferentes niveles de pureza -potable, purificada e inyectable- tanto como materia prima como en las etapas de limpieza del proceso productivo. En nuestras plantas, incrementamos en un 20% la recuperación y reutilización de este recurso. El agua recuperada abastece la cisterna para incendios, sanitarios y la planta de tratamiento de efluentes.

Electricidad: Reducción del 10% del consumo con respecto al 2023. Durante el año 2024 el consumo total de electricidad correspondiente a nuestras 2 plantas productivas fue de 8.379.206 kWh continuando con el Plan de eficiencia energética con impacto tanto en las instalaciones como en los procesos productivos.

Gas: Reducción del 27% sobre el periodo anterior en el consumo total de gas, siendo en 2024 de 435.374 m<sup>3</sup>.

El proceso de transformación tecnológica siguió avanzando, con la incorporación de herramientas digitales e innovaciones que promueven un uso más eficiente de los recursos y una mayor sustentabilidad en la producción.

**Gestión sustentable de Laboratorios Bagó:** [www.bago.com.ar/sustentabilidad](http://www.bago.com.ar/sustentabilidad)



# Mercedes-Benz

## Tomorrow XX, el programa de Mercedes-Benz centrado en la descarbonización de componentes



Esta nueva iniciativa tecnológica reúne más de 40 conceptos innovadores de investigación y desarrollo orientados a reducir significativamente la huella de carbono. La estrategia propone repensar el diseño de componentes y adoptar nuevas tecnologías, además de impulsar un enfoque "libre de fósiles" mediante la evaluación de alternativas de base biológica y biocirculares, para que los vehículos actuales se conviertan en una valiosa fuente de materias primas para la próxima generación. Alemania, enero de 2026 – Mercedes-Benz presenta el programa tecnológico Tomorrow XX, centrado en la descarbonización, el uso eficiente de recursos y la circularidad, desde el inicio de la fase de diseño hasta el final de la vida útil del vehículo. El objetivo es maximizar los beneficios

de los principios de Diseño para el Medio Ambiente y Diseño para la Circularidad de la compañía, independientemente de la línea de modelos o del sistema de propulsión. Los expertos en desarrollo de Mercedes-Benz trabajan en estrecha colaboración con socios a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo empresas de reciclaje y startups. El propósito es analizar en detalle todos los componentes y materiales —desde la batería hasta la carrocería—, incluso aquellos menos visibles, como el aislamiento. En este enfoque, cada kilogramo de CO<sub>2</sub> se examina minuciosamente. En Kuppenheim, al sur de Alemania, Mercedes-Benz está acelerando la construcción de su propia planta piloto de reciclaje de baterías con el objetivo de cerrar completamente el ciclo de materiales.

La instalación se encuentra actualmente en fase de investigación y desarrollo, con el objetivo de establecer una solución innovadora y sostenible para el reciclaje de baterías. Con Tomorrow XX, la compañía ya identificó más de 40 nuevos componentes y materiales más sostenibles en aproximadamente dos años. En conjunto, tienen el potencial de reducir significativamente la huella de carbono de un futuro vehículo de producción en serie —en comparación con la gama actual— y de aumentar sustancialmente el contenido reciclado. Entre las medidas se incluyen ciclos de materiales nuevos y optimizados. Mercedes-Benz también trabaja para transformar el diseño de componentes altamente complejos, con el fin de que puedan desmontarse rápida y fácilmente en sus partes individuales.



*Mercedes-Benz también alcanza una tasa de reciclaje cercana al 100% en la producción. Tras haber cerrado el ciclo de la chatarra de acero, la empresa hará lo mismo con la chatarra de aluminio.*

Un proyecto prometedor de investigación dentro de Tomorrow XX es el desarrollo de un faro diseñado para ser reciclable. En lugar de pegarse (práctica habitual hoy), sus componentes —como la lente, la moldura y el marco de la cubierta, la carcasa y la electrónica— se atornillan, lo que permite separarlos con facilidad y sin daños. Esto habilita que piezas individuales puedan reemplazarse, lo que podría hacer que un faro moderno sea reparable por primera vez. Tras un impacto de piedra, por ejemplo, no sería necesario reemplazar el faro completo, sino solo la lente. Para los clientes, esto podría traducirse en reparaciones más eficientes en el futuro. La mayor vida útil del faro podría ahorrar recursos y evitar emisiones de carbono. Otra ventaja es que el faro sería más fácil de reciclar: cada módulo está hecho de un solo material, lo que facilita su clasificación y vuelve muy eficiente el proceso. De cara al futuro, este diseño monomaterial debería permitir utilizar más material reciclado y recuperar una parte importante a partir de faros antiguos. La proporción de materiales secundarios podría casi duplicarse en comparación con los faros actuales, mientras que las emisiones de carbono podrían reducirse casi a la mitad. En promedio, un Mercedes-Benz moder-

no contiene alrededor de 250 kilogramos de plástico. Muchos componentes consisten en plásticos mixtos, que solo pueden reciclarse mecánicamente de forma limitada y, por lo tanto, suelen reciclarse térmicamente. Recuperarlos para su uso en productos de alta calidad no suele ser posible. Por eso, el programa tecnológico Tomorrow XX se centra en acelerar el uso de monomateriales y, al mismo tiempo, en sustituir recursos primarios por materiales secundarios. La batería es el componente central de un vehículo eléctrico y también el que genera la mayor huella de carbono. Por ello, Mercedes-Benz adopta un enfoque integral, en varias etapas, para descarbonizar la cadena de suministro de celdas de batería. La primera palanca reside en los proveedores directos que producen las celdas. Los fabricantes contratados por Mercedes-Benz se comprometen a utilizar electricidad verde en sus plantas, implementar procesos de eficiencia energética y avanzar en una reducción continua de las emisiones. Mercedes-Benz explora constantemente nuevas soluciones para reducir la huella de carbono y conservar recursos en la selección de materiales primarios y en sus combinaciones. Una innovadora combinación de materiales para el soporte que conecta la consola central a la carrocería

está próxima a producirse en serie. Se trata de un componente exigente, que debe soportar grandes fuerzas (por ejemplo, en una colisión lateral) y caber en un espacio muy reducido. El componente actual es una fundición a presión de magnesio. Este metal ligero ofrece ventajas en cuanto a peso, pero tiene una alta huella de carbono y un alto costo. Replantear componentes y materiales desde cero puede ayudar a reducir el consumo de materias primas en las propias plantas de producción. Asimismo, puede mejorar la eficiencia de los procesos, reduciendo el consumo energético y contribuyendo a la descarbonización. Los ingenieros de Mercedes-Benz consideran estos aspectos desde el inicio del desarrollo. Estos avances complementan los progresos ya logrados en producción, como el aumento continuo del uso de energías renovables en las plantas. En materia de circularidad, Mercedes-Benz también alcanza una tasa de reciclaje cercana al 100% en la producción. Tras haber cerrado el ciclo de la chatarra de acero, la empresa hará lo mismo con la chatarra de aluminio.

# BBVA



**Verónica Incera**  
Directora de Corporate & Investment Banking

## **A**pertura: Cifras récord y metas ambiciosas

El inicio de la jornada estuvo a cargo de Hernán Jordan, Director de Banca Empresas e Instituciones de BBVA en Argentina. En su discurso, destacó el apoyo sostenido a las empresas, PyMEs y sector agropecuario:

“En BBVA Argentina, hemos crecido exponencialmente en la canalización, alcanzando en el 2025 más de USD 2 mil millones, con esta distribución, 70 % en proyectos de clima y un 30 % en el crecimiento inclusivo”, afirmó Jordan durante su discurso de bienvenida. A su vez, remarcó que el objetivo para 2026 es movilizar más de 3 mil millones de dólares.

## **Keynote: La sostenibilidad como herramienta de competitividad y resiliencia**

La agenda continuó con una sesión enfocada en los estándares globales y las exigencias de los nuevos mercados. La moderación estuvo a cargo de Toni Ballabriga, Global Head of Sustainability Intelligence & Advocacy de BBVA, quien estableció el marco de la discusión con una visión contundente: “Seguimos pensando que la competitividad es un imperativo estratégico y una enorme oportunidad de

CON PROPÓSITO DE ACOMPAÑAR AL TEJIDO PRODUCTIVO EN SU TRANSICIÓN HACIA UNA ECONOMÍA MÁS VERDE, BBVA EN ARGENTINA LLEVÓ A CABO SU 1º CUMBRE DE SOSTENIBILIDAD. BAJO EL LEMA “TRANSFORMANDO EL FUTURO SOSTENIBLE”, EL ENCUENTRO REUNIÓ EN LA TORRE BBVA A MÁS DE 450 LÍDERES EMPRESARIALES EN FORMA PRESENCIAL Y EN STREAMING SIMULTÁNEO.

negocio; la clave está en el sentido estratégico de la sostenibilidad. El cambio es imparable”.

A continuación, el panel contó con las perspectivas de referentes globales. Marina Andrés, Head of Advisory GTB Global de BBVA, delineó los tres ejes fundamentales donde la banca debe actuar como motor de cambio: movilizar capital, acompañar estratégicamente a todos los segmentos de clientes en su desarrollo y escalar la transición hacia nuevos modelos.

Sebastián Bigoritto, Director Ejecutivo de CEADS, hizo hincapié en la transformación interna de las organizaciones: “Hay prácticas que tienen más adherencias que otras, pero hoy es fundamental integrar la sostenibilidad en la estructura de gobernanza de las compañías. Para cerrar, Jvan Gaffuri, Head of Service Innovation and Development Sustainability Benchmarking Services de S&P, aportó un diagnóstico optimista para la región: “La metodología de sustainability assessment que utilizamos permite evaluar el desempeño de las empresas en sostenibilidad para integrarlo en la toma de decisiones de inversión. Sobre las compañías evaluadas, América Latina presenta una puntuación más elevada que el promedio global, demostrando que tienen mejor integrada la estrategia de sostenibilidad”.

Del Compromiso a la Acción: Lecciones Sostenibles desde el Sector Privado Este espacio, moderado por Jaime Marín Otero, Global Head Sostenibilidad Comercial & Retail de BBVA, se centró en casos prácticos y lecciones aprendidas por referentes del sector corporativo. Participaron Manuel Ron (Presidente, BIO 4), Sofía María Wullich (Responsable de Sostenibilidad, Lartirigoyen) y Augusto Buda (Directorio de Essential Energy Holding). En este panel el debate central giró en torno a La resiliencia corporativa como sinónimo de estrategia sostenible y dentro de este pilar como se miden las gestiones y el impacto en torno al cambio climático. Las oportunidades que tiene nuestro país para liderar la producción de combustible de baja huella de carbono y cuales son los caminos en torno a la regulación de estos temas.

Durante este espacio, los líderes demostraron que la sostenibilidad es un pilar fundamental para la rentabilidad y el modelo de negocio corporativo. Manuel Ron, presidente de BIO 4, destacó que la reducción de emisiones se traduce directamente en ahorro y mayores ganancias, subrayando el rol clave del apalancamiento financiero de BBVA para hacer realidad sus proyectos de inversión. Por su parte, Sofía María Wullich, Responsable de Sostenibilidad de Lartirigoyen, compartió el éxito de sus iniciativas de economía circular —como la recuperación del 89% de

*El rol de los bancos es fundamental para acelerar las estrategias de sostenibilidad de las empresas*

las silobolsas— y el impacto positivo de la ganadería pastoril, remarcando que el compromiso genuino debe nacer desde la alta dirección y el trabajo en red.

En la misma línea, Augusto Buda, miembro del Directorio de Essential Energy Holding, subrayó la importancia estratégica de diversificar la matriz mediante fuentes de energía renovables, dejando atrás la dependencia exclusiva del petróleo. Buda destacó el enorme potencial de Argentina en esta transición hacia la sostenibilidad y concluyó su participación dimensionando la oportunidad histórica para el sector productivo local: “América Latina puede cubrir la demanda energética de Europa”.

El cierre a cargo de Jaime dejó un concepto claro del recorrido del panel: “ninguna empresa puede ser sostenible por sí sola. Hoy, las emisiones de tus proveedores son tus emisiones. Si la cadena de valor no te acompaña, el modelo fracasa. Las alianzas ya no son un nice to have, son el motor”.

## **El Rol del sector privado en la transición energética**

Bajo la moderación de Gonzalo Martínez Cereijo, Country Coverage & Sustainability - Managing Director de BBVA en Argentina, se debatió el rol crítico de las empresas en la descarbonización de la matriz energética. En la apertura del espacio, destacó el propósito de la entidad: “BBVA tiene un rol muy importante en apoyar a las empresas en su estrategia de financiamiento, buscando alternativas eficientes y sustentables”.

Durante el intercambio, los líderes del sector coincidieron en que el trabajo colaborativo es el único camino viable para descarbonizar la matriz nacional. Gustavo Castagnino, Director de Asuntos Corporativos de Genneia, celebró el



salto histórico del sector al proyectar que “vamos a terminar el año con 1,7 GW de energía renovable”. Asimismo, destacó que contar con una sólida agenda ESG es indispensable para acceder a más y mejor financiamiento, y remarcó la necesidad estratégica de pensar la matriz energética sostenible del país en conjunto con el desarrollo de la minería.

En la misma línea, Juan Giglio, CFO de PCR, enfatizó el compromiso y la adaptabilidad de la industria: “Tenemos que ser innovadores y adaptarnos a los entornos cambiantes; tenemos mucho para aportar. Dedicamos más del 50% de nuestras inversiones a energía renovable y vamos a contribuir aún más en la transformación de la matriz energética”.

Para cerrar, Marina Iribarne, Gerente de Relaciones Institucionales y Sustentabilidad de YPF Luz, aportó un enfoque profundamente alineado con el propósito de BBVA: la transición no es exclusiva de las grandes corporaciones. Iribarne remarcó que el verdadero desafío está en poner al cliente en el centro, acompañando y asesorando a aquellas empresas que están dando sus primeros pasos y no cuentan con áreas especializadas. En este sentido, sentenció: “El rol de los bancos es fundamental para acelerar las estrategias de sostenibilidad de las empresas”.

## **Cierre del evento: El rol del sistema financiero en la transición**

Las conclusiones de la Cumbre estuvieron a cargo de Verónica Incera, Directora de Banca Corporativa e Inversión de BBVA en Argentina, quien destacó la visión estratégica frente a estos desafíos:

“La sostenibilidad no es una moda ni una aspiración del futuro. Es un tema de negocio y un factor de competitividad. Para la transición a una economía más sostenible es necesaria la colaboración. El sistema financiero tiene un rol clave para acelerar esta transición y en BBVA queremos acompañarlos en ese camino”.

De esta manera, la 1ra Cumbre de Sostenibilidad marca un hito fundamental en la agenda 2026 de BBVA en Argentina. La entidad reafirma su propósito de poner al cliente en el centro de todas sus decisiones, consolidando su liderazgo a través de la transformación digital y la innovación apalancada en Inteligencia Artificial. Con la mirada puesta en el futuro, el banco continuará siendo el socio estratégico por excelencia del ecosistema productivo, acompañando a PyMEs, clientes corporativos (CIB) y al sector agropecuario en la construcción de un país más competitivo, resiliente y sostenible.

# Banco Galicia

## Puesta en valor del Hospital San José de Cañada de Gómez



CON UNA INVERSIÓN DE \$26 MILLONES, GALICIA ENTREGÓ EQUIPAMIENTO DE DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES AL NOSOCOMIO LOCAL, EN UN ACTO QUE REUNIÓ A AUTORIDADES MUNICIPALES, MÉDICAS Y REPRESENTANTES DE LA ENTIDAD.



**E**n un acto llevado a cabo en el Hospital, al cual asistieron autoridades locales y médicas, se realizó la entrega de equipamiento para el área de Diagnóstico por Imágenes de la Institución de Salud. Estos materiales fueron aportados por Galicia, mediante su programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud, para mejorar la calidad de atención de los pacientes y colaborar con la tarea que diariamente realiza el personal de salud de ese nosocomio.

Del acto de entrega participaron el Intendente, Matías Chale; la Secretaria de Hacienda, Elisabet Centioni, el Director del Hospital, Jorge Zelaya; junto a integrantes del equipo de radiología, la Gerenta de Sucursal de Galicia, Daniela Kletzel; acompañada por Mara Lucía Gómez de Sector Público.

El equipamiento donado incluye equipos de ultrasonidos de alta gama que facilitan un diagnóstico rápido y eficiente, por un monto total de \$26.000.000. Al respecto, Chale dijo: "Primero, nuestro agradecimiento y el reconocimiento a la importancia de que el sector privado colabore, apoye y aporte a la salud pública en nuestra ciudad. Trabajar de manera conjunta, público-privado, es clave

para mejorar la calidad de vida de las y los cañadenses."

Desde Galicia, Kletzel, expresó "este es el resultado del trabajo que llevamos adelante en conjunto con las autoridades de la institución que nos permitió conocer las necesidades más urgentes del Hospital para el beneficio de todos los vecinos de Cañada de Gómez, donde tenemos cerca nuestras operaciones. Esta institución es parte de los 11 hospitales que vamos a acompañar durante 2025. Es un gusto poder hacerlo desde nuestro lugar como actor social relevante y confiamos en que todo lo entregado va a mejorar el desempeño de los profesionales de la salud y la calidad de atención de los pacientes".

Galicia, en el marco de su estrategia de Desarrollo Social en Salud, lleva adelante el Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud, para favorecer el desarrollo de las entidades públicas de salud y preservar la función social que recae sobre ellos, así como para fortalecer la labor médica y mejorar la calidad de atención de los pacientes. Esta iniciativa se realiza de forma ininterrumpida desde el año 2009 y, hasta la fecha,

ya realizó contribuciones a 226 instituciones de 23 provincias.

Una de las características más importante del programa es su presencia federal que se encuentra representada no solamente por la vocación de Galicia de estar cerca de sus clientes, sino también de atender a las necesidades de las comunidades en las que opera y poder convertirse en un motor de cambio. Por este motivo, los gerentes de cada sucursal son los encargados de detectar las necesidades prioritarias en su localidad, identificar la institución beneficiaria y recibir los pedidos de ayuda concretos. Posteriormente, en un trabajo articulado entre la sucursal, la Gerencia de Sustentabilidad, los representantes de la institución de salud y las autoridades locales, se desarrolla el plan de implementación y se realiza la ejecución hasta su finalización.

Otra característica a destacar es que promueve una gestión de trabajo donde se encuentran articulados el Sector Privado, Sector Público y Tercer Sector.

Además, todos los colaboradores de Banco Galicia pueden sumarse a esta iniciativa a través Galicia Multiplica, un modelo de vo-

luntariado que empodera a cada colaborador para que pueda presentar un proyecto solidario que, para implementarse, debe cumplir con ciertos criterios de selección, como por ejemplo que las necesidades sean prioritarias, que la entidad esté inscripta y habilitada legalmente para funcionar, que permita la activa participación de los voluntarios, que la ayuda posibilite la autosostenibilidad de la entidad y que el proyecto sea factible, teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta la zona.

Durante el 2025, Galicia ya contribuyó con el Hospital Penna de Bahía Blanca, con un desembolso de 38 millones de pesos que fueron destinados a la puesta en valor del Servicio de Lavandería; al Hospital Zonal "Dr. Adolfo Margara" de Trelew, al Hospital Zonal "Dr. Andrés Isola" y a 10 Centros de Atención Primaria de la Salud (CAPS) de Puerto Madryn, por un monto total de \$42 millones; al Centro de Salud Comunitario Dr. Armando Leonelli de Bell Ville, Córdoba, por \$21 millones; al Hospital Centenario de Gualeguaychú, Entre Ríos, por más de \$15 millones; al Hospital Municipal "Dr. Rubén Miravalle" de Lincoln, Buenos Aires, por \$27 millones; al Hospital SAMIC de Eldorado, Misiones, con

una inversión de \$23 millones; al Hospital Pediátrico Dr. Avelino Lorenzo Castelán de Resistencia, por un monto total de \$27 millones; al Hospital Teodoro J. Schestakow, de San Rafael, con una inversión de \$26 millones; y a la Posta Sanitaria Barrio Esperanza de Tres Febrero, provincia de Buenos Aires, por \$23 millones.

*Este es el resultado del trabajo que llevamos adelante en conjunto con las autoridades de la institución que nos permitió conocer las necesidades más urgentes del Hospital para el beneficio de todos los vecinos de Cañada de Gómez, donde tenemos cerca nuestras operaciones. Esta institución es parte de los 11 hospitales que vamos a acompañar durante 2025. Es un gusto poder hacerlo desde nuestro lugar como actor social relevante y confiamos en que todo lo entregado va a mejorar el desempeño de los profesionales de la salud y la calidad de atención de los pacientes.*

# Cinco tendencias que están redefiniendo la RSE y la sustentabilidad para 2026.

DE CARA A ESTE 2026, PUEDEN DESTACARSE CINCO TENDENCIAS CLAVE QUE MUESTRAN CÓMO LAS EMPRESAS ESTÁN AJUSTANDO SUS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y SOSTENIBILIDAD.



Por: **Julián D'Angelo**  
**Director Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresaria y Capital Social (FCE-UBA)**

## **E**conomía circular: eficiencia antes que relato

La economía circular, que se propone repensar los procesos productivos en todas las fases de su ciclo, desde el diseño hasta la gestión de residuos, ha dejado de ser una consigna aspiracional para convertirse en una herramienta de gestión, que opera también como una respuesta directa a la necesidad de bajar costos y ganar competitividad. Experiencias recientes en distintos sectores muestran que la incorporación de prácticas circulares puede reducir entre un 15% y un 25% los costos asociados al uso de materiales y energía.

El cambio hacia modelos de economía circular abre nuevas oportunidades de negocios novedosos en múltiples industrias y da lugar a nuevas tendencias.

## **Tecnología e inteligencia artificial para la sostenibilidad: productividad con preguntas abiertas**

La Inteligencia Artificial está transformando prácticamente todas las áreas clave dentro de las organizaciones. Según Nature, la IA podría facilitar el cumplimiento del 79% de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Puede optimizar redes eléctricas, predecir catástrofes climáticas, mejorar la eficiencia agrícola y reducir residuos industriales hasta en un 50%.

No obstante, persisten riesgos éticos y ambientales, sobre consumo energético, empleo y uso de datos, que exigen una utilización responsable de esta tecnología.

Por ello, no es suficiente con implantar una innovación tecnológica, sino que hay que evaluar también correctamente su impacto.

Por ejemplo, según la Agencia Internacional de la Energía (IEA) los Centros de Datos del mundo podrían llegar a consumir el 8% del consumo eléctrico global hacia el 2030.

## **Crisis climática: el impacto económico ya está acá**

Según la Organización Meteorológica Mundial, el 2025 es el segundo año más caluroso desde que existen registros, ubicándose la temperatura 1,42 °C por encima del promedio preindustrial.

La vuelta de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos confirmó los temores del sector climático. Estados Unidos acaba de retirarse de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) y otros foros ambientales multilaterales.

Para las empresas, el mensaje fue contundente: la acción climática ya no puede depender de un solo actor global.

El cambio climático dejó de ser un tema ambiental y pasó a ser un riesgo económico concreto.

Hoy, las compañías que integren la acción climática en su estrategia de negocios no solo estarán ayudando al planeta, sino también asegurando su propia supervivencia en la economía del futuro.

## **Dimensión social: empleo, diversidad, equidad e inclusión**

La diversidad, equidad e inclusión (DEI) se han posicionado de manera creciente en la agenda de la RSE, dejando de ser un tema accesorio para convertirse en un eje central de la gestión.

Estudios de la consultora McKinsey demuestran que las empresas inclusivas tienen 1,7 veces más probabilidades de ser innovadoras y se encuentran 1,8 veces mejor preparadas para afrontar los cambios.

Las empresas líderes en diversidad superan a las que se encuentran en la parte inferior en un notable 36% de rentabilidad. Las ganancias se extienden aún más, demostrando que las organizaciones diversas obtienen un 19% más de ingresos gracias a la innovación.

## **No obstante, los avances logrados no están asegurados.**

Los sistemas que protegen los derechos siguen siendo frágiles. Las iniciativas DEI afrontaron una creciente resistencia en los últimos meses en los Estados Unidos, y comenzaron a revertirse.

Hace un año, Donald Trump firmó una orden ejecutiva exigiendo la eliminación de las políticas y programas DEI en las agencias federales y contratistas, y alentó al sector privado a hacer lo mismo.

Para los movimientos anti DEI estadounidense, las políticas de compromiso con la equidad son un activismo superficial y coercitivo, montado sobre una corrección política exagerada.

Pero, contrariamente a estos planteos, la diversidad no es una construcción política, es una realidad que está presente en la sociedad. Pretender que esta diversidad esté presente también hacia el interior de las compañías y en las áreas responsables de la toma de decisiones, no es una proclama política, es una ventaja competitiva. Intentar impedir la diversidad en las empresas es la verdadera intervención de la política en las decisiones corporativas.

Pero estos recortes en los programas DEI tuvieron también sus impactos negativos. En una encuesta, dos de cada tres líderes empresariales norteamericanos afirmaron que su empresa sufrió consecuencias negativas tras los recortes. Por ello, uno de cada tres líderes empresariales en dicho estudio, dice que está restableciendo sus programas DEI.

## **Consumo responsable: más exigencias y menos indulgencia**

La creciente sensibilidad social y ambiental está modificando la manera en que los consumidores priorizan determinados productos y marcas. Para analizar con profundidad estos cambios en Argentina,

desde el CENARSECS realizamos a fines de 2025 una "Encuesta Nacional sobre Consumo Responsable, Hábitos Sustentables y Capital Social".

Entre otros datos, este relevamiento nos mostró que, al momento de elegir sus compras de alimentos y bebidas, el 56% de los consumidores (más de uno de cada dos consumidores) considerará, al menos alguna, las condiciones sociales o ambientales del producto o la responsabilidad social de la empresa fabricante, al mismo tiempo que está dispuesto a pagar un costo extra por esa decisión, y con el adicional de que ya cuenta efectivamente con antecedentes reales en el pasado, de haber optado por productos orgánicos o sustentables, aunque eso le haya costado más caro que un producto convencional. También la demanda por información clara y accesible se ha consolidado como un rasgo estructural del comportamiento de consumo en Argentina. Estas actitudes evidencian una sociedad que prioriza la transparencia y la coherencia, exigiendo confianza por parte de las empresas y reguladores.

En este contexto, el consumo responsable ha dejado de ser una alternativa marginal o aspiracional para convertirse en un criterio central al momento de decidir compras.

# Nestlé



LA EMPRESA PRESENTÓ LA "PROMO MÁS NESTLÉ®: MUNDIAL DE PREMIOS", UNA INICIATIVA FEDERAL QUE, DURANTE 60 DÍAS, REFORZÓ EL ACOMPAÑAMIENTO A LAS FAMILIAS ARGENTINAS CON BENEFICIOS CONCRETOS, ACERCANDO PREMIOS Y OPORTUNIDADES EN TODO EL PAÍS.

**E**n un año atravesado por un gran acontecimiento deportivo y con un escenario de reactivación gradual del consumo, los hogares argentinos muestran una mayor predisposición frente a las oportunidades disponibles en el mercado. En este nuevo contexto, los consumidores combinan una mirada más optimista con hábitos adquiridos en los últimos años: toman decisiones de compra más activas y planificadas, donde la búsqueda de precio convive con propuestas que ofrezcan beneficios y recompensas asociadas a su rutina diaria.

En línea con estas dinámicas de consumo, NESTLÉ® Argentina presentó la "Promo Más NESTLÉ®: Mundial de Premios", una iniciativa federal que, durante 60 días, reforzó el acompañamiento a las familias argentinas con beneficios concretos, acercando premios y oportunidades en todo el país.

Esta propuesta estuvo alineada con la forma en que hoy los argentinos eligen y se vinculan con las marcas, y busca acom-

pañar esas expectativas de manera concreta. Según datos recientes de Kantar, más del 60% de las familias en Argentina presta mayor atención a recompensas asociadas a la compra, como descuentos, premios o acciones especiales. A su vez, estudios globales de Nielsen muestran que el 95% de los consumidores considera que confiar en la marca que elige es crucial al momento de comprar. En este contexto, el valor ya no se mide solo en el precio, sino en la combinación de practicidad, cercanía y propuestas que sumen un incentivo adicional a la experiencia cotidiana. Por otro lado, con el evento deportivo más importante del año como uno de los



grandes hitos a nivel global, la expectativa en torno a este evento comienza a hacerse presente en la vida cotidiana de los argentinos, anticipando momentos de encuentro, rituales compartidos y emociones colectivas que atraviesan generaciones. En la antesala de esta experiencia, se fortalecen hábitos vinculados a compartir, sostener rutinas y elegir productos que acompañen esos espacios cotidianos dentro del hogar.

"Esta promoción reflejó la fortaleza de nuestro portafolio y el trabajo coordinado de todas nuestras marcas. Nos permite llevar una propuesta federal a todo el país, integrando categorías y acercando

beneficios concretos a millones de consumidores. Esa capacidad de ejecución es parte del compromiso que tenemos con todos los argentinos, especialmente en un año tan significativo que nos invita a compartir y celebrar juntos.", afirma Gian Carlo Aubry, CEO de NESTLÉ® para Argentina, Uruguay y Paraguay.

## Programa de Jóvenes Profesionales para plantas.

En un escenario donde la formación práctica y la inserción laboral de jóvenes profesionales se vuelven claves para el desarrollo productivo, NESTLÉ®, la compañía de alimentos y bebidas más grande del mundo, presentó su Programa de Jóvenes Profesionales para plantas, una propuesta que busca potenciar a las nuevas generaciones de ingenieros e ingenieras dentro de entornos industriales reales. Hasta el 16 de marzo pasado, jóvenes graduados de las carreras de Ingeniería (mecánica, electrónica, mecatrónica, informática, química e industrial, entre otras) pudieron postularse para participar de un programa de 18 meses en operaciones industriales, diseñado para acelerar su desarrollo profesional.

La propuesta ofrece un recorrido integral en el que los participantes se incorporan a fábricas de la compañía para adquirir experiencia técnica, desarrollar habilidades de liderazgo y trabajar junto a equipos multidisciplinarios. La experiencia incluye además el acompañamiento de referentes de la organización a través de un esquema de mentorías, clave para impulsar su crecimiento y proyección profesional, dentro y fuera de la empresa.

La formación se inicia en una planta productiva y, a los nueve meses, incorpora una rotación a otra operación, lo que permite a los participantes conocer distintos procesos, equipos de trabajo y realidades industriales. Esta instancia se desarrollará en algunas de las plantas que NESTLÉ® posee en Argentina, ubicadas en Villa Nueva (Córdoba), Firmat y Santo Tomé (Santa Fe) y Magdalena (Buenos Aires), desde donde la compañía elabora productos de sus marcas más reconocidas,

como NESCAFÉ®, Nesquik®, Purina® y NIDO®, entre otras.

"En NESTLÉ® creemos que los jóvenes cumplen un rol clave en la construcción del futuro de la industria. Por eso trabajamos para ofrecerles entornos de aprendizaje reales, dinámicos e inclusivos, donde puedan desarrollarse profesionalmente, atravesar distintos negocios y funciones. A través de iniciativas como esta, buscamos acompañarlos en sus primeros pasos, brindándoles experiencias concretas y la oportunidad de generar un impacto positivo en las personas y las comunidades", afirmó María Fernanda Amado, Directora de RRHH, Legales y Compliance de NESTLÉ® Argentina, Uruguay y Paraguay.

Esta propuesta se enmarca en la Iniciativa por los Jóvenes de NESTLÉ®, el programa global de la compañía que busca acompañar a las nuevas generaciones en su desarrollo profesional y mejorar su empleabilidad. En Argentina y la región, este compromiso se refleja en diversas propuestas como NESTLÉ® Conecta, la feria de empleo virtual que vincula a miles de jóvenes con empresas; YOCUTA (Jóvenes Talentos Culinarios y NESTLÉ® Jóvenes Baristas), propuestas de formación en gastronomía y café; y otras acciones de capacitación, orientación y primer empleo. En conjunto, estas iniciativas buscan reducir brechas de acceso al mundo laboral y generar oportunidades concretas de crecimiento para las nuevas generaciones.

A través de este ecosistema de programas, NESTLÉ® reafirma su compromiso con el desarrollo del talento joven, promoviendo entornos de aprendizaje, formación continua y crecimiento profesional, en línea con su propósito de desarrollar todo el poder de los alimentos y las bebidas para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones.

# ICBC Argentina

Por **Macarena Santos Muñoz**  
Responsable de Relaciones Institucionales



EN 2025 IMPULSAMOS INICIATIVAS CLAVE DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD: MEDIMOS LA HUELLA DE CARBONO, AVANZAMOS EN UN TABLERO ESG, PROMOVIMOS EFICIENCIA (LED, MENOS PAPEL Y DESCARTABLES, ENERGÍAS RENOVABLES) Y RELEVAMOS PRÁCTICAS ASG DE PROVEEDORES.

## Cómo interpreta su entidad la Responsabilidad Social Empresarial, el Medio Ambiente y la Sustentabilidad?

Desarrollamos programas con impacto social basados en cuatro ejes temáticos: el fomento del comercio exterior y el apoyo a empresas nacionales a través de los programas de Fundación ICBC, la educación, el cuidado de la infancia y la reducción de la pobreza y el hambre. Desde estos pilares, impulsamos proyectos propios, acompañamos iniciativas de organizaciones sociales y promovemos el compromiso de nuestros colaboradores mediante un sólido programa de voluntariado corporativo y concursos internos de impacto social y ambiental.

## ¿De qué forma se refleja el compromiso sostenido por la empresa y la manera en que lleva adelante su negocio en relación con todos sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados y proveedores?

En 2024 lanzamos internamente nuestra Estrategia de Sustentabilidad, estructurada por grupo de interés con el fin de poder traducir los compromisos en acciones concretas con cada uno de nuestros públicos clave: colaboradores, proveedores,



comunidad, ambiente y gobierno corporativo. De esta forma, identificamos líneas de acción que contemplan programas, iniciativas, y objetivos medibles. Así, las distintas áreas trabajan diariamente en la gestión de iniciativas para avanzar hacia los objetivos propuestos.

## ¿Qué acciones concretas pudieron realizar en 2025 y que proyectan para este año?

En 2025 impulsamos iniciativas clave de nuestra Estrategia de Sustentabilidad: medimos la huella de carbono, avanzamos en un tablero ESG, promovimos eficiencia (LED, menos papel y descartables, energías renovables) y relevamos prácticas ASG de proveedores. Capacitamos en sustentabilidad y finanzas sostenibles a equipos, clientes PYME, ONGs y al comité ejecutivo. Ampliamos el voluntariado corporativo, profundizamos la inclusión financiera y recibimos reconocimientos por nuestras campañas en Premios Eikon, Conciencia y el Foro Ecuménico Social. En 2026, continuaremos implementando el plan con más capacitación, mejora continua en gestión ESG y mayor impacto comunitario mediante iniciativas propias y alianzas.

*Desarrollamos programas con impacto social basados en cuatro ejes temáticos: el fomento del comercio exterior y el apoyo a empresas nacionales a través de los programas de Fundación ICBC, la educación, el cuidado de la infancia y la reducción de la pobreza y el hambre.*

# Smurfit Westrock

SMURFIT WESTROCK ES UN LÍDER GLOBAL EN SOLUCIONES DE EMPAQUE A BASE DE PAPEL Y CARTÓN CORRUGADO, CON APROXIMADAMENTE 100.000 EMPLEADOS EN 40 PAÍSES. EN 2025 DESARROLLÓ INICIATIVAS SOCIALES, EDUCATIVAS Y AMBIENTALES EN EL MUNDO QUE REFLEJARON SU COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES. LOS PROYECTOS INCLUYERON ACCESO A AGUA POTABLE, JORNADAS DE SALUD, PROMOCIÓN DE LA LECTURA, RECICLAJE COMUNITARIO Y APOYO A DOCENTES EN ZONAS RURALES.



Álvaro Henao, CEO

**E**n un entorno donde consumidores, comunidades y aliados exigen más que productos o servicios, las empresas están llamadas a actuar con responsabilidad y propósito. Smurfit Westrock, compañía global en soluciones de empaque, responde a este desafío generando un impacto positivo que trasciende su operación y aporta activamente el bienestar colectivo y al cuidado del planeta.

Este año, ese compromiso se tradujo en acciones concretas. En Argentina, Brasil y Colombia se desarrollaron iniciativas sociales, educativas y ambientales que reflejan una forma de hacer empresas centrada en el impacto compartido, la colaboración y la generación de valor para las comunidades.

### Quando el compromiso se convierte en acción

"Más allá de nuestras operaciones industriales, trabajamos para dejar una huella positiva en los territorios donde estamos presentes. Buscamos fortalecer el tejido social, fomentar la inclusión y acompañar a las comunidades en su desarrollo", mencionó Álvaro Henao, CEO de Smurfit

### Westrock en América Latina

En Argentina cuenta con más de 18 mil beneficiarios de programas sociales, y un ejemplo destacado es la labor del equipo de voluntariado "Soy Parte" en la planta de Sunchales, que mantiene un compromiso permanente con el comedor Rayito de Sol. Además de donar materiales, alimentos y útiles escolares, la empresa impulsa campañas internas como "Una casita por un alimento", que permitió reunir una importante cantidad de productos para diversos comedores de la ciudad.

A través de estas acciones, los colaboradores de Smurfit Westrock han desempeñado un rol clave como voluntarios, organizando colectas, armando kits y asegurando que la ayuda llegue a quienes más la necesitan. Este apoyo sostenido refuerza el propósito de la compañía para generar un impacto positivo en la comunidad local y contribuir al bienestar de los niños y sus familias.

Educar, acompañar y abrir caminos: cuando el cuidado se convierte en cultura. Por su parte, el bienestar forma parte del modelo de trabajo de Smurfit Westrock, que impulsa entornos más saludables y

seguros mediante proyectos sociales, deportivos y de salud. En esta misma línea, la educación es una de las herramientas más poderosas de la compañía, para ayudar y transformar realidades.

De esta manera, Smurfit Westrock impulsa continuamente iniciativas que promueven la equidad y fortalecen las capacidades en los territorios donde opera. Por ejemplo, en Argentina, el "Proyecto Leer", desarrollado junto a la Fundación Leer, llegó a diez escuelas primarias en Bernal, brindando acceso a libros y creando espacios de lectura para 4.500 niños.

### Sostenibilidad en cada fibra

El compromiso ambiental de la compañía también atraviesa todas sus operaciones. Con una visión que prioriza la circularidad, Smurfit Westrock impulsa acciones concretas que conectan sostenibilidad, educación y regeneración.

# BMW GROUP

## NUEVO MINI COUNTRYMAN D ESSENTIAL

**B**MW Group Argentina anunció la llegada al mercado local de una nueva variante del modelo más amplio y versátil de MINI. Equipado con un eficiente impulsor diesel (de cuatro cilindros y dos litros) con tecnología MHEV de 48V que entrega hasta 163 hp de potencia y 400 Nm de torque, el nuevo MINI Countryman D Essential ofrece rendidoras cifras de consumo y autonomía para diversificar el porfolio de la marca. Con caja automática Steptronic de doble embrague y siete velocidades. Creció la venta en 2025

BMW Group entregó un total de 2,463,715 vehículos a clientes en 2025, lo que supone un aumento interanual de +0.5%. Esto incluye la entrega de 642,087 vehículos electrificados, un crecimiento del 8.3% respecto al año anterior. La moderada demanda en China se compensó con el rendimiento de otras regiones de ventas. "En 2025, en un entorno desafiante, BMW Group vendió más vehículos que en el año anterior. Nuestros vehículos electrificados registraron una demanda especialmente alta. Seguimos plenamente enfocados para cumplir nuestro objetivo de flota de CO<sub>2</sub> en la UE para 2025", afirmó Jochen Goller, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Clientes, Marcas y Ventas. Los vehículos electrificados representaron el 26% del total de las ventas de BMW Group a nivel mundial en 2025, con los vehículos totalmente eléctricos suponiendo alrededor del 18%.

### En Argentina

Por su parte, con un destacado desempeño, BMW se posicionó en Argentina como la marca con mayor incremento de unidades que MINI vendió 292 unidades (+93.4% respecto a 2024) y ocupó el 3.5% del segmento.

"Nuestro éxito en 2025 confirma que el compromiso de BMW Group con la apertura tecnológica y una oferta diversa es el camino correcto para Latinoamérica", destacó Reiner Braun, Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.



### Maru Escobedo fue designada Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica

Sebastian Mackensen, Jefe de la Región de las Américas para BMW Group y Presidente y Director Ejecutivo de BMW of North America, LLC; anunció que Maru Escobedo, actual Presidente y CEO de BMW Group Brasil, sucederá a Reiner Braun como presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica para supervisar las operaciones en los 27 países de la región.

# CNH INDUSTRIAL

## RECONOCIMIENTO A CASE IH



La Sociedad Americana de Ingenieros Agrícolas y Biológicos (ASABE) reconoció a Case IH, marca de CNH, por sus destacadas contribuciones en las industrias agrícola, de alimentos y biológica, otorgándole tres premios de innovación. Estos premios, seleccionados por expertos mundiales en ingeniería, destacan el continuo enfoque de la marca en soluciones innovadoras diseñadas para aumentar la productividad de los productores en todo el mundo.

### Las siguientes innovaciones fueron reconocidas con premios AE50:

SenseApply™ -Automatización de pulverización con detección y acción. Sistema de barra portaherramientas sin tubo de tiro para siembra de alta tecnología. Seedbed Sense Speed Control- Automatización del control de velocidad en la preparación del suelo.

La tecnología SenseApply es una solución automatizada de Aplicación de Dosis Variable en Tiempo Real (Live VRA), económica y adaptable, desarrollada para maxi-

mizar el rendimiento de cada insumo. Disponible de fábrica o como kit, SenseApply utiliza sensores en tiempo real y control avanzado de dosis para detectar el estado del cultivo y la presencia de malezas, ajustando automáticamente las tasas de aplicación según lo que capta la cámara. El sistema de barra portaherramientas sin tubo de tiro para la sembradora Early Riser 2160, de 24 líneas a 22 pulgadas, con plegado frontal grande y de arrastre, presenta una innovación inédita en la industria: una sembradora de gran plegado frontal sin tubos de tiro ni enganche telescópico. Esto reduce el peso de la barra, acorta la longitud de transporte, simplifica el tendido de mangueras y cables, y mejora notablemente el acceso para operación y mantenimiento. La estructura más liviana ayuda a minimizar la compactación del suelo y a aumentar el potencial de rinde y rentabilidad.

### Innovación en la preparación del suelo

### de siembra

Seedbed Sense Speed Control es un nuevo avance para el cultivador de campo Case IH Tiger-Mate™ 255, que monitorea en tiempo real las condiciones del suelo de siembra y ajusta automáticamente la velocidad del tractor para mantener un piso de siembra parejo y uniforme.



# DONGFENG

## CAMIONES LIVIANOS CON UNA GAMA PENSADA PARA EL TRABAJO DIARIO

Dongfeng, marca representada en Argentina por Magma Automotive, división de vehículos comerciales del Grupo Magna, propone una gama de camiones diseñada para el trabajo diario, con múltiples configuraciones que se adaptan a las diferentes necesidades operativas de pymes y empresas. La línea está pensada para ofrecer soluciones versátiles, robustas y eficientes para el transporte de carga en entornos urbanos y de corta distancia.

Dentro de esta propuesta se destaca el CAPTAIN T 515 que está equipado con un motor Quanchai diésel de 2.5 litros (Euro VI), que entrega 148 hp y 330 Nm de torque, asociado a una transmisión manual de cinco velocidades. Con una capacidad de carga de hasta 2.810 kg, este camión se posiciona como una alternativa eficiente y ágil para operaciones de distribución urbana intensiva.

La familia CAPTAIN C diversifica la oferta dentro del segmento liviano, cubriendo un rango más amplio de capacidades. En la entrada de la gama se encuentran los CAPTAIN C 615 y C 815, equipados con motores Nissan diésel de 3.0 litros (Euro V) que entregan 148 hp y 370 Nm de torque. El C 615 incorpora una caja manual de seis velocidades y ofrece una capacidad de carga neta de 3.300 kg, mientras que el C 815 suma una transmisión manual de ocho velocidades con alta y bajada reparto urbano con mayores exigencias operativas.

"En Dongfeng sabemos que el camión liviano es una herramienta de trabajo diaria. Nuestra gama combina versatilidad, robustez y prestaciones confiables, con equipamiento pensado para el confort y la seguridad. Además, ofrecemos un respaldo posventa que acompaña la operación cotidiana de las empresas, asegurando eficiencia y continuidad en cada tarea", expresó Carlos Luppi, Jefe de Producto de Dongfeng en Argentina.

### Presente en Expoagro 2026

La marca realizó en la muestra su primera presentación pública en el país, con un completo portafolio de camiones orientado a la agroindustria.



Dongfeng, marca comercializada en el país por Magma Automotive, participó de Expoagro 2026

# FORD

## LA EMPRESA FABRICARÁ LA RANGER TREMOR EN ARGENTINA

En el Salón de Detroit, Ford anunció que la nueva versión de la pick-up mediana será producida en Argentina a finales de 2026 para abastecer los mercados de América del Sur. Estará equipada con elementos de diseño exclusivos y un nuevo motor 2.3 GTDi EcoBoost, desarrollado por el equipo de ingeniería de la región. Se suma a las otras dos novedades ya confirmadas para los próximos meses, la Ranger Cabina Simple y la Híbrida Enchufable.

### La RAM Dakota se consagró vehículo comercial del año para la prensa

La RAM Dakota fue elegida como el "Vehículo Comercial" en el marco de la edición 2025 de los Premios que otorga Periodistas de la Industria Automotriz (PIA). De producción nacional, este modelo llegó para redefinir el segmento de las pick-ups, combinando un diseño imponente y robusto con un interior que se destaca por su nivel de confort y tecnología.

### La irrupción de los vehículos híbridos

En un mercado argentino donde la electrificación está en plena expansión, los vehículos híbridos cobran protagonismo como una solución clave. Ford Argentina demuestra su compromiso con esta libertad de elección liderando la cuota de mercado del segmento con su completa oferta de modelos Maverick, Kuga, F-150 y Territory en sus versiones híbridas. Recientemente, se sumó la Territory Híbrida, que en pocos meses ya representa el 35% de las ventas del modelo.



### La Fórmula 1 está dando forma a la nueva familia de vehículos eléctricos de Ford.

En el desarrollo de la movilidad del futuro, el aire es fundamental. Para dar vida a estas nuevas plataformas, Ford buscó inspiración no sólo en la industria automotriz, sino en los boxes de competición. Históricamente, los túneles de viento se utilizan al final de un proyecto para validar un diseño casi terminado. Ford invirtió esta lógica en pos de un ciclo de desarrollo ágil y el túnel de viento ahora se transformó en una herramienta de desarrollo activa, desde el momento en que los diseñadores comenzaron a trazar los primeros bocetos.

amente, los túneles de viento se utilizan al final de un proyecto para validar un diseño casi terminado. Ford invirtió esta lógica en pos de un ciclo de desarrollo ágil y el túnel de viento ahora se transformó en una herramienta de desarrollo activa, desde el momento en que los diseñadores comenzaron a trazar los primeros bocetos.

### 49 años de la Serie F

La familia de pick-ups Full Size de Ford, celebra 49 años de liderazgo en ventas en Estados Unidos, una trayectoria forjada en la innovación constante y la escucha activa a sus clientes. En Argentina, la F-150 reafirma este dominio global: tras liderar su categoría en 2025, se consolida como la pick-up full-size más vendida del país dando origen al concepto de "Raza Fuerte".

# HONDA MOTOR ARGENTINA

## SE PRESENTÓ UNA SERIE DOCUMENTAL EN INSTAGRAM

La empresa inició la producción en Campana del TRX420FM. Con una inversión de más de USD 24 millones, la compañía comenzó a fabricar en su planta de Campana el TRX420FM, su primer cuatriciclo de fabricación nacional concretando así el anuncio realizado recientemente sobre la incorporación de este nuevo segmento a su producción nacional.

### Mostró productos en Expoagro

La compañía presentó en Expoagro el TRX420 FM, adelanto del primer cuatriciclo de producción nacional, junto a su portfolio más destacado de motocicletas, automóviles y productos de fuerza y marina. Además, anunció un acuerdo estratégico con John Deere, que permitirá comercializar productos de fuerza Honda a través de su red de venta en todo el país.

### Motos

En el segmento de motocicletas, los visitantes pudieron conocer algunos de los modelos que posicionan a Honda como líder del mercado: la familia XR, integrada por la XR300L Tornado, la XR150L y la XR190L, referentes del segmento on/off y reconocidos por su confiabilidad y adaptabilidad tanto al uso urbano como rural.

### Automóviles

En cuanto a automóviles, se destacó la WR-V, el más reciente lanzamiento de Honda en el país, que amplía la familia de vehículos y se posiciona como el modelo de entrada del line-up. Se trata de un SUV compacto que combina diseño renovado, mayor espacio interior y versatilidad para el uso diario. La New CR-V, uno de los modelos más reconocidos de la marca a nivel global, completa la presencia en este segmento.

### Acuerdo con John Deere

En el marco de esta exposición, la compañía anunció un acuerdo estratégico con John Deere, que permitirá la comercialización y distribución de sus productos de fuerza a través de una red de más



La compañía comenzó a fabricar en su planta de Campana el TRX420FM, su primer cuatriciclo de fabricación nacional concretando así el anuncio realizado recientemente sobre la incorporación de este nuevo segmento a su producción nacional.



de 100 puntos de venta en todo el país. El acuerdo combina la experiencia de Honda en motores y tecnología con la estructura comercial y el conocimiento territorial de John Deere, ampliando la oferta para la actividad agroindustrial y las economías regionales.

Por su parte, la división Honda Marine presenta su portfolio completo de motores fuera de borda, incluidos los nuevos diseños de la línea V6, que combinan mayor eficiencia, estilo moderno y robustez para aplicaciones de alto rendimiento. También se destacan los modelos BF30 y BF100, orientados a los segmentos más demandados por el turismo náutico y la recreación.

# IVECO GROUP

## PRESENTACIÓN DEL IVECO S-WAY DE PRODUCCIÓN NACIONAL

### La evolución de la movilidad que impulsa al agro argentino

Con la reciente presentación del IVECO S-Way de producción nacional y la incorporación de novedades regionales pensadas especialmente para el agro, la marca participó en Expoagro 2026 con una propuesta integral que combinó industria argentina, calidad, diseño y un portfolio adaptado a las necesidades del campo cuyo eje central fue la producción nacional como motor de competitividad y desarrollo, complementada con novedades regionales pensadas para responder a las exigencias específicas del transporte agroindustrial. "Para IVECO, estar presentes en Expoagro es motivo de orgullo. Es el lugar donde el campo se encuentra, intercambia y proyecta el futuro, y donde podemos seguir reforzando nuestro acompañamiento al sector con propuestas de movilidad y servicios alineados al trabajo cotidiano del agro", expresó Justo Herrou, Marketing IVECO Argentina.



### Producción nacional como pilar estratégico de desarrollo

La fabricación en Argentina constituye una apuesta estratégica de largo plazo. A través de su planta industrial en Córdoba —uno de los polos productivos más relevantes del país— la compañía consolida una base manufacturera clave para el transporte pesado en la región.

La fabricación en Córdoba de unidades con tecnología Euro VI posiciona a la Argentina en sintonía con los mercados más desarrollados y consolida una base productiva preparada para los desafíos futuros del sector.

### Presentó líderes en Calidad y Operaciones en América Latina

Iveco Group anunció su liderazgo en el área de Calidad y Operaciones (Q&O) en América Latina y consolida la integración entre Calidad, Manufactura, Cadena de Suministro y Operaciones en la región.

"Esta estructura refuerza nuestro enfoque en la excelencia operativa, la calidad, la eficiencia industrial y la integración regional", afirma Novák.



# MERCEDES BENZ

## COMENZÓ LA PRODUCCIÓN DE LA SPRINTER AUTOMÁTICA EN ARGENTINA



Prestige Auto, representante exclusivo de Mercedes-Benz en Argentina, inició la producción de la Sprinter equipada con transmisión automática en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio, ubicado en Virrey del Pino. La incorporación de esta nueva variante refuerza el rol estratégico de la planta como polo industrial y plataforma de exportación, e incorpora tecnología de última generación desarrollada por Mercedes-Benz.

Tras el receso operativo de verano, se realizó un encuentro con el equipo de la línea para dar inicio al ciclo productivo 2026, que incluye la fabricación de versiones con transmisión manual y automática.

La Sprinter automática se destaca por integrar la transmisión automática 9G-TRONIC de 9 marchas, desarrollada por Mercedes-Benz. El proceso contó con la supervisión de ingenieros de la marca, quienes validaron cada etapa de aprobación y puesta en marcha. Esta variante convivirá en el mercado con la opción manual, ampliando la propuesta de valor

y ofreciendo mayor confort y eficiencia para particulares, pymes y grandes empresas.

Daniel Herrero señaló: "Agradezco a los sindicatos y a todos los empleados por el acompañamiento en este proceso. Nuestra prioridad es cuidar cada puesto de trabajo, dar previsibilidad a nuestras familias e incorporar el talento necesario. En un contexto desafiante y con mayor competencia, la excelencia y la eficiencia operativa son la única forma de seguir creciendo".

Por su parte, Daniel Vallengia afirmó: "Quiero destacar a cada miembro de Prestige Auto, porque su experiencia y conocimiento son fundamentales para el funcionamiento de la planta. En esta nueva etapa tenemos un objetivo claro: alcanzar una producción de 90 unidades por día, un desafío que requiere disciplina, concentración y trabajo en equipo".

*En un contexto desafiante y con mayor competencia, la excelencia y la eficiencia operativa son la única forma de seguir creciendo.*

# NISSAN

## NUEVA GENERACIÓN DE NISSAN KICKS



### Fue Presentado el Nissan Kicks

Nissan Argentina presentó en el país la nueva generación del Nissan Kicks, uno de los modelos más reconocidos de su portafolio. En línea con la visión global de la marca, la seguridad ocupa un rol central en el desarrollo de cada vehículo, y el nuevo Nissan Kicks reafirma este compromiso.

### Monitoreo: tecnología que amplía la percepción del conductor

En su primera línea de defensa, el Kicks integra sistemas que supervisan de forma permanente el entorno, el vehículo y el comportamiento del conductor. Tecnologías como la alerta de colisión frontal, el monitoreo y asistencia de carril, el control de velocidad crucero adaptativo, la alerta de punto ciego y la alerta de tráfico cruzado trasero permiten anticipar posibles riesgos, mientras que las cámaras de visión 360° y los sensores perimetrales facilitan las maniobras y advierten sobre la presencia de vehículos, peatones u obstáculos fuera del campo visual.

### Protección: diseño estructural pensado para cuidar a los ocupantes

El escudo de seguridad del Kicks se completa con elementos de protección pasiva diseñados para resguardar a todos los ocupantes. El modelo cuenta con una estructura de carrocería reforzada, desarrollada sobre la plataforma CMF-B High Spec, seis airbags (frontales, laterales y de cortina), frenos a disco en las 4 ruedas en todas las versiones, anclajes Isofix y sistemas de retención optimizados, que trabajan de manera conjunta para absorber y distribuir la energía de una colisión, protegiendo tanto a los pasajeros delanteros como traseros.

### Cinco estrellas Latin NCAP: máximo reconocimiento en seguridad

El nuevo Nissan Kicks obtuvo la máxima calificación de cinco estrellas en las pruebas Latin NCAP, con resultados sobresalientes en protección de ocupantes adultos, infantiles y desempeño de sus tecnologías de asistencia, consolidándose como una de las propuestas más completas del segmento.

*El Kicks integra sistemas que supervisan de forma permanente el entorno, el vehículo y el comportamiento del conductor. Tecnologías como la alerta de colisión frontal, el monitoreo y asistencia de carril, el control de velocidad crucero adaptativo, la alerta de punto ciego y la alerta de tráfico cruzado trasero permiten anticipar posibles riesgos, mientras que las cámaras de visión 360° y los sensores perimetrales facilitan las maniobras y advierten sobre la presencia de vehículos, peatones u obstáculos fuera del campo visual.*

# SCANIA

## LA EMPRESA CELEBRA 50 AÑOS EN ARGENTINA

Scania celebra 50 años en Argentina y reafirma su compromiso con el futuro del transporte. Desde 1976, con la inauguración de su planta en Tucumán y el inicio de sus operaciones comerciales, la compañía creció junto al país, consolidando una operación industrial, comercial y de servicios sólida e integrada. Hoy, Scania cuenta con una estructura federal que incluye su planta industrial en Tucumán, integrada al sistema global de producción, una red de 29 puntos de servicios en todo el país y miles de unidades que todos los días acompañan a los principales sectores productivos, como el campo, la minería, la energía y la logística.

A lo largo de estas cinco décadas, la compañía se posicionó como un socio estratégico para sus clientes, desarrollando soluciones integrales que combinan productos, servicios, conectividad y financiamiento, con el objetivo de maximizar la eficiencia y la disponibilidad de las operaciones. Pero la historia de Scania en Argentina es, ante todo, una historia de personas. Conductores, técnicos, mecánicos, transportistas, colaboradores y sus familias forman parte de una comunidad que construyó, kilómetro a kilómetro, una relación de confianza con la marca.

"Cumplir 50 años en Argentina es motivo de orgullo y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad. Es el reflejo de un trabajo sostenido junto a nuestros clientes, colaboradores y toda la cadena de valor del transporte, con quienes construimos una relación de confianza que se renueva todos los días, kilómetro a kilómetro. Este aniversario nos invita a mirar el camino recorrido, pero sobre todo a redoblar nuestro compromiso con el futuro: seguir impulsando un sistema de transporte cada vez más eficiente, seguro y sustentable en el país", señaló Sebastián Figueroa, CEO y presidente de Scania Argentina.



### Nuevo motor Super de 11 litros

La marca sueca amplía su portafolio de trenes motrices con una nueva opción que combina eficiencia, menor peso y mayor flexibilidad operativa. y presentó el nuevo motor Super de 11 litros.

"El lanzamiento del motor Super de 11 litros representa un paso más en nuestra estrategia de ofrecer soluciones integrales cada vez más eficientes y adaptadas a las distintas necesidades del transporte que mejoran la productividad y la disponibilidad operativa", destacó Sebastián Figueroa, CEO y Presidente de Scania Argentina.

# STELLANTIS

## NOVEDADES DE LA EMPRESA

**Regresa la RAM versión TRX**  
Ram confirmó el regreso de la versión TRX, su pickup de alto rendimiento, a través del cortometraje "Resurrection", presentado por Tim Kuniskis, responsable de Marcas Americanas y SRT Performance de Stellantis. Impulsada por el icónico motor V8 HEMI® de 6.2 litros sobrealimentado, la nueva TRX ofrece 788 CV y 922 Nm de torque, posicionándose como la pickup naftera de producción más potente de su categoría.



### ELO: La audacia de Citroën reinventada, entre herencia y modernidad

Por primera vez, se presentó al público francés en el salón Rétromobile el concept car ELO, que encarna una visión audaz de la movilidad. ELO responde a los nuevos estilos de vida: compacto (4,10 m), pero espacioso y modular, puede alojar hasta 6 personas.

### Nueva Fiat Toro

Fiat Toro, presenta un nuevo diseño en su línea 2026. Con nuevo equipamiento y una apariencia aún más robusta y sofisticada, la Fiat Toro 2026 llega para satisfacer las necesidades de los consumidores que buscan un vehículo versátil con espíritu aventurero, pero que también ofrezca sofisticación, comodidad y tecnología.



### Peugeot presenta el nuevo color Blue Obsesion para los modelos 208 y 2008

En continuidad con los exitosos lanzamientos de los nuevos Peugeot 3008, 5008 y 408, la marca continúa renovando y enriqueciendo su portafolio en la Argentina con la incorporación de un nuevo color a la gama de los Peugeot 208 y 2008. Se trata de Blue Obsesion, una tonalidad que refuerza el carácter moderno, dinámico y tecnológico que define al diseño de Peugeot.



### Stellantis celebró los 500.000 Fiat Cronos producidos en Córdoba

DS 7 renueva su propuesta de lujo francés en el mercado Premium argentino DS Automóviles actualiza el posicionamiento de su modelo más exitoso en la Argentina con dos versiones que conjugan eficiencia, calidad y sofisticación en perfecta armonía. DS 7 Pallas (USD 52.500) y DS 7 híbrido enchufable.



### Nuevo Citroën C4 Híbrido

Con el lanzamiento del nuevo Citroën C4 Híbrido, Citroën Argentina introduce su primera propuesta híbrida en el país. Fiel a su identidad, el modelo combina soluciones de diseño innovadoras con referencias a íconos históricos de la marca, generando una propuesta visual contemporánea que conecta pasado, presente y futuro.

## ASUMIÓ NUEVO EJECUTIVO EN ASTRAZENECA



La biofarmacéutica global AstraZeneca anunció un movimiento clave para su operación en la región, donde Santiago Veiga asume como el nuevo director de Asuntos Corporativos para Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia. Su llegada responde al objetivo de la compañía de potenciar su relacionamiento estratégico y visión innovadora, en un momento histórico para la firma por su liderazgo en investigación y desarrollo (I+D).  
"Es un orgullo integrarme a AstraZeneca en una etapa donde la compañía está redefiniendo los estándares de la ciencia global. Asumo este desafío con el compromiso de conectar esa capacidad de innovación con las realidades de nuestros sistemas de salud, poniendo mi experiencia al servicio de un objetivo claro: construir los puentes necesarios para que las terapias transformadoras lleguen, de manera efectiva y oportuna, a los pacientes del Cono Sur que las esperan" afirma Veiga.

## BBVA, MEJOR BANCO DE TRADE FINANCE

BBVA ha sido distinguido por la revista Global Finance con el premio a 'Mejor Banco de Trade Finance' a nivel nacional en Argentina, un galardón que refleja la solidez de su propuesta de valor y su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas del mercado local. "Para BBVA en Argentina esta distinción es un respaldo a nuestra capacidad de ofrecer un conocimiento profundo del mercado local integrado con soluciones globales. señaló Diego Rannazzo, gerente de Comercio Exterior de BBVA en Argentina.



### TARJETAS DE CRÉDITO

BBVA Argentina incorpora una nueva solución digital que permite a sus usuarios realizar transferencias a cualquier alias/CBU/CVU utilizando el límite disponible de su tarjeta de crédito BBVA. Esta funcionalidad, ya disponible en la App BBVA, ofrece una alternativa de financiamiento inmediato para quienes necesitan enviar dinero sin utilizar los fondos de su caja de ahorro. Con esta implementación, BBVA continúa fortaleciendo su ecosistema de medios de pago, incorporando nuevas alternativas que facilitan la gestión de las finanzas cotidianas y amplían las opciones de financiamiento disponibles para los usuarios.

## 25° ANIVERSARIO DE BOOMERANG VIAJES

En un mercado global donde el turismo con impacto positivo es cada vez más demandado, Boomerang Viajes cumple 25 años como el mayor referente local en Turismo Solidario. Nacida en 2001 por iniciativa de las hermanas Bettina y Paula González, la agencia celebra hoy haber conectado a más de 31.500 viajeros con destinos que priorizan la conservación y el desarrollo humano y cultural.

"Nosotras trabajábamos en empresas tradicionales, pero nos faltaba algo más. Gracias a movimientos como la Economía de Comunidad, encontramos herramientas para imaginar otro turismo, uno que contribuya al cuidado de la naturaleza y a una distribución más justa hacia las comunidades que habitan los territorios. Con ese propósito creamos Boomerang Viajes", dice Bettina González, fundadora y directora de la agencia de viajes.



## COCA-COLA TRAJO A LA ARGENTINA EL TROFEO DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026

The Coca-Cola Company invitó a los fanáticos de Argentina a ver el premio más codiciado del mundo antes de la Copa Mundial de la FIFA 26™. El Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA™, presentado por Coca-Cola, llegó a Buenos Aires en febrero y acercó a los fans argentinos la oportunidad de ver de cerca el trofeo más deseado del fútbol: el Trofeo Original de la Copa Mundial de la FIFA™.

"Estamos muy entusiasmados de acercar a los fans al corazón de la acción con el Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA™, presentado por Coca-Cola. Este año, el Tour ofrece a los aficionados una oportunidad increíble de experimentar la emoción y conexión del fútbol de cerca", afirma Mickael Vinet, Vicepresidente Global de Assets, Influencers & Partnerships, The Coca-Cola Company. "Estamos invitando a los fans a celebrar con todo el espectro de emociones que se vive al ver un partido de fútbol, comenzando por la emoción y anticipación al traer el Trofeo Original de la Copa Mundial de la FIFA™ a Argentina".



## NOMBRAMIENTO EN BANCO SANTANDER



Santander Argentina anunció el nombramiento de Mariela Arce como su nueva Head de Marketing, quien liderará la estrategia de marca de la entidad en esta nueva etapa, reportando a Rodrigo Park, responsable de Comunicaciones Corporativas, Estudios Económicos & Marketing.

Arce cuenta con una sólida y extensa trayectoria de más de 20 años en el mercado, con un perfil marcado por su experiencia en compañías globales de tecnología, retail y telecomunicaciones.

"Es un orgullo formar parte de una institución que trabaja con un propósito claro: impulsar el progreso de las personas y las comunidades, con un compromiso genuino con la diversidad, equidad y la sostenibilidad en cada mercado donde está presente. Son valores con los que me siento identificada y que conectan profundamente con mi forma de entender el liderazgo y el impacto del marketing", expresó Mariela acerca de su nombramiento.

## GRAN INVERSIÓN DE TURKISH AIRLINES

Turkish Airlines lanzó una ambiciosa iniciativa de inversión destinada a fortalecer la infraestructura aeronáutica de Turquía y a potenciar aún más su competitividad a nivel global. En el marco de este movimiento estratégico, alineado con la Visión 2033 de la aerolínea turca, realizó una inversión total superior a TRY 100.000 millones, en distintos puntos, principalmente en el Aeropuerto de Estambul, base operativa de la compañía. El Ministro de Transporte e Infraestructura de la República de Turquía, Abdulkadir Uraloğlu, afirmó: "Con un avance que dejará su huella en los cielos, comenzamos 2026 de manera decidida y ambiciosa".

### LA AEROLÍNEA MÁS PUNTUAL DE LATINOAMÉRICA 2025

Copa Airlines fue reconocida por Cirium como la aerolínea más puntual de Latinoamérica en 2025, con un índice del 90.75% en puntualidad, el más alto entre todas las aerolíneas de América y No. 2 en el mundo



## VALTRA, FUE EL TRACTOR OFICIAL DE EXPOAGRO 2026

En un momento clave del calendario productivo, VALTRA participó nuevamente de Expoagro 2026 como Tractor Oficial, reafirmando su compromiso con el productor y con el desarrollo del agro argentino en el comienzo de una nueva campaña de cosecha. La presencia de Valtra en la principal muestra agroindustrial del país se apoyó en una propuesta integral que pone el foco en la eficiencia, la robustez y la confiabilidad de su portfolio de productos, diseñado para responder a las exigencias del trabajo intensivo en el campo. El stand de la marca se presentó como un espacio de encuentro, asesoramiento y cercanía, donde la tecnología se conecta con las necesidades reales del productor. En el stand 910 de la muestra, Valtra exhibió una oferta de soluciones orientadas a maximizar el rendimiento operativo durante la cosecha y las labores posteriores, con equipos preparados para operar en distintos escenarios productivos y acompañar cada etapa del ciclo agrícola. La feria se convirtió así en el escenario ideal para mostrar cómo la tecnología aplicada se traduce en resultados



## VISA PAYMENT PASSKEY YA ESTÁ DISPONIBLE EN AMÉRICA LATINA

Con proyectos piloto en Brasil y Guatemala que facilitan las compras en línea y combaten el fraude, estableciendo así un nuevo estándar para los pagos digitales en la región, Visa Payment Passkey ya está disponible en América Latina

Visa está moldeando el futuro del comercio electrónico al utilizar la biometría y la tokenización para hacer que el proceso de pagos en línea sea más rápido, sencillo y seguro para todos, bajo el firme compromiso de lograr el 100% de adopción de tokens.

A medida que el comercio electrónico sigue creciendo en América Latina y el Caribe, el enfoque está cambiando de simplemente habilitar las compras en línea a mejorar toda la experiencia digital. Para satisfacer la creciente demanda de pagos sin fricciones, Visa presentó hoy su nueva estrategia para lograr que cada transacción en línea sea tan simple, segura y rápida como hacer "Tap to Pay" (acercar para pagar) en el mundo físico. Este anuncio llega en un contexto en el que el gasto en línea continúa aumentando. De acuerdo con Visa Consulting & Analytics, de diciembre de 2024 a diciembre de 2025, el crecimiento del gasto en comercio electrónico de Visa en América Latina y el Caribe aumentó más de 10 puntos porcentuales en comparación con el mismo período el año anterior.



# 80 años dando respuestas, siempre.

Ayer, hoy y mañana



[sancorsegueros.com.ar](http://sancorsegueros.com.ar)



Nº de inscripción en SSN  
0224

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



# Energía para el desarrollo sustentable

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

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

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

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