
José A. Demicheli
ADBlick Agro


Gonzalo Mas
Agropago


Ignacio Bartolomé
GDM


Enrique Flaiban
Grupo Los Grobo


Javier Goñi
Ledesma


Pablo O. Noceda
Molinos Agro


Ricardo Yapur
Rizobacter


Pablo Plá
San Miguel


Antonio Aracre
Syngenta


Vladimir Barisic
Viterra Argentina


Marcus Cheistwer
CNH Industrial


Luis Pagani
Grupo Arcor


Juan Garibaldi
Grupo Danone


Agustín Llanos
Molinos Río de la Plata


Martín Antola
Mondelez


Gian Carlo Aubry
Nestlé


Juan Carlos Paladini
Paladini


Diego Serantes
Pepsico Alimentos


Rodrigo Nazar
Bodega Escorihuela


Alberto Arizu (h)
Bodega Luigi Bosca


Ramiro Barrios
Clos de los Siete


Rubén Panella
Fecovita


Gustavo Perosio
Moët Hennessy


Martín Ticinese
Cervecería Quilmes


Gonzalo Aguirre
Diageo Argentina


Martín Cabrales
Cabrales


M. Gallo Sacerdote
PepsiCo Bebidas


Fernando Capalbo
Grupo DDB


Juan Soprano
R/GA


Christian Dedeu
Holcim Argentina


Mariano Bó
Saint Gobain


Guido Di Toto
Signify


Fernando Martínez
Tecnoperfiles


Santiago Tarasido
CRIBA


Hernán Franco
Linz


Carlos Bacher
Techint


Alejandro Badino
Colliers International


Gonzalo de la Serna
Consultatio


Herman Faigenbaum
Cushman & Wakefield


Mateo Salinas
Eidico


Gabriela Goldszer
Ocampo Propiedades


Sebastián Sosa
RE/MAX


F. de Tezanos Pinto
Auren


Sergio Crivelli
BDO


María Inés Del Gener
Deloitte


Norberto Nacuzzi
EY


Néstor García
KPMG


César Litvin
Lisicki, Litvin & Asoc.


Santiago Mignone
PwC Argentina


Daniel Razzetto
RSM Argentina


Celina Cartamil
SMS


Mariana Camino
Abeceb


A. Pérez De Rosso
Bain & Company


Luis Bendersky
Paradigma


Alejandro Russo
ADP


Ricardo Wachowicz
Bayton Argentina


Luis Guastini
ManpowerGroup


Cecilia Giordano
Mercer


Andrea Ávila
Randstad


Antonio Mosteiro
Clorox Argentina


Facundo Mendizábal
Grupo Parallel


Marcelo A. Poj
Simmons


Laura Barnator
Unilever


Jean Noël Divet
L'Oréal Argentina


Verónica Marcelo
Natura


Ana Vainman
Afarte


Luis Galli
Newsan


Martín Castro
Whirlpool Argentina


José Luis Alonso
Mirgor


Juan M. Ritacco
Grupo Bahía Energía


Martín Genesio
AES Argentina


Claudio Cunha
ENEL


Neil Bleasdale
EDENOR


Juan Carlos Blanco
Edesur


Armando Losón (h.)
Grupo Albanesi


Gustavo Mariani
Pampa Energía


María Tettamanti
Camuzzi


A. González Santos
Naturgy


Daniel Ridelener
TGN


Oscar Sardi
TGS


Daniel De Nigris
ExxonMobil


Gastón Mienko
Gulf Oil Argentina


J. Gremes Cordero
Pecom


Teófilo Lacroze
Raízen


Lindor Martin
Refinor SA


Ricardo Rodríguez
Shell


Ricardo Markous
Tecpetrol


Christian Podestá
Victorio Podestá


Miguel Galuccio
Vista


Pablo González
YPF


Bernardo Andrews
Genneia


Martín Mandarano
YPF Luz


V. Guevara Lynch
Allende & Brea


H. Beccar Varela
Beccar Varela


Santiago Carregal
Marval, O'Farrell & Mairal


Santiago Nicholson
Nicholson & Cano

Edición
114º Aniversario

El Cronista

Edición Especial

Esta publicación forma parte de la edición N° 34.277. Prohibida su venta por separado.
Será opcional a partir de la próxima edición del diario a $ 270.

LA VISIÓN DE LOS LÍDERES 2023

Una edición para coleccionar.
400 CEOs y directores de las empresas más importantes del país anticipan lo que viene y sus proyectos para el próximo año



CONOCÉ EL MUNDO NEIX.

BANCA CORPORATIVA

BANCA PRIVADA

CLIENTES INSTITUCIONALES

TOP 10 RENTA FIJA

www.neix.com.ar

Great Place To Work. Certified ENE 2022-ENE 2023 ARG

NEIX

INTELIGENCIA FINANCIERA

Nota del Editor

Por **Hernán de Goñi**
Director Periodístico
hdegoñi@cronista.com



El país que no se anima a crear un futuro entre todos

El 2023 está a la vuelta de la esquina y una vez más la Argentina tiene la oportunidad de generar un molde que permita a su sociedad alcanzar un desarrollo sostenible. En el medio hay que transitar un camino de ripio, pero esa ruta ya no asusta a un país que se baña en una crisis cada 10 años. La obligación del Gobierno es evitar maniobras bruscas que provoquen un despiste, y en lo posible, crear un orden que facilite ese rumbo. Seguramente es mucho pedir que ese ripio se vuelva autopista en unos meses. Pero al menos habría que conseguir asfaltar el mayor trecho posible para facilitar el viaje.

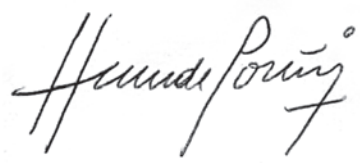
Empresas y ciudadanos miran ese camino con inquietud. Las compañías tienen que proyectar su actividad, completar sus presupuestos y armar un plan de negocios que no implique desandar lo hecho, sino sostenerlo. La sociedad corre detrás de la inflación, y su principal expectativa es terminar el 2022 no muy lejos de su punto de cierre. El Gobierno reconoció una estimación de 95% y su esfuerzo está concentrado en que no llegue a los tres dígitos. Para ello lanzó un plan que se asienta en una receta poco exitosa (el congelamiento acordado de una canasta de precios), con el único objetivo de quebrar la inercia y tratar de acercar las variables de la economía a un sendero más normal, sin tener que hacer un ajuste fuerte de tipo de cambio.

Una de las múltiples inquietudes que debió responder el expresidente español Felipe González en su reciente paso por Buenos Aires (destinado a repetir una vez más la prédica en favor de un Pacto de la Moncloa a la argentina) fue si un acuerdo de políticas de Estado debe hacerse antes o después de las elecciones. El visitante no quiso dar falsas expectativas sobre el corto plazo. "Debería completarse antes de que venza el mandato legislativo siguiente al actual", aconsejó, lo que pone como horizonte razonable el 2025. Ese paquete no debería tener aspiraciones excesivas, sino empezar con aquello que le va a permitir a la Argentina crecer los siguientes diez años. "Definir las cosas de comer, como decía mi padre, esas con las que no se juega", planteó.

El mundo vive un momento inexorable de cambio geopolítico que afecta positivamente a América Latina, y el país está en condiciones de subirse a esa ola: la producción de alimentos, la energía no convencional y la renovable, el litio, la economía del conocimiento, son vectores que no están en discusión, y deberían facilitar el acercamiento a puntos más espinosos, que sin duda son los que involucran la normalización y estabilización de la economía.

Para los meses siguientes, sería deseable que al menos aparezcan algunas plataformas de esa búsqueda de un largo plazo más sólido. Los partidos que integran la oposición tienen equipos trabajando. El oficialismo tiene una mirada más corta, algo previsible, pero el resto de los sectores que se identifican con el peronismo también quieren llegar a un puerto más seguro. Sin embargo, aún hay poca convicción de que es necesario asumir algún tipo de riesgo. "En privado, todos están a favor de los acuerdos. Pero en público, nadie da el primer paso", repite González.

Los Pactos de la Moncloa (en rigor, dos acuerdos) fueron complejos y no exentos de sacrificio. Pero tuvieron un principio y un fin. Su redacción se asemejó a una convención constituyente, que funcionó durante un período acotado de tiempo, y en la que participaron todos los sectores políticos (desde la derecha hasta el Partido Comunista), así como los principales nucleamientos empresarios, sindicales y sociales. Una de sus claves económicas, ya que España tenía como prioridad poner freno a una escalada de precios, fue que se aceptó que los acuerdos salariales se firmaran con la inflación futura (en ese momento, proyectada en 22%) y no la pasada, lo cual permitió desactivar el rumbo de ajustes constantes al alza. Cuando González hablaba de estos tópicos, miraba a Hugo Moyano, que no se inmutó pese a que el español lo identificó como uno de los acuerdistas silenciosos. El auditorio, que validó varias intervenciones del español (algunas con aplausos), se retiró sin quitarse de la cabeza la incertidumbre que aún presenta el futuro. ¿Llegará el tiempo de los acuerdos? El mensaje que dejó González es que no siempre se puede esperar a que lo hagan otros. **VL**





El Cronista

STAFF

Director Periodístico
Hernán de Goñi
Subirector Periodístico
Horacio Riggi
Jefes de Redacción
Walter Brown
Javier Rodríguez Petersen
Editor Jefe de Negocios
Juan Manuel Compte
Editoras de Negocios
Florencia Lendoiro y Juliana Monferrán
Subeditores de Suplementos y One Shots
Sergio Lanzafame y Ricardo Quesada

Jefe de Arte y Diseño
Diego A. Barros
Editora de Arte y Diseño
Paula Albirzú
Diseño
Daniel Basualdo
Retoque fotográfico
Francisco Marotta
Armado de avisos
Claudio Cremona

Departamento Comercial
Gerente Comercial
Mauro Mattiozzi
Jefe de Desarrollo Comercial Multiplataforma
Nicolás Raffo
Ejecutivos de Cuenta Multiplataforma
Pablo Abdala, Erica Bejarano, Fabiana Grassano, Nadia Mayer y Nadia Storino
Asistente Comercial
Mercedes Sánchez
Jefe de atención al cliente y distribución
Pablo Valdez

Director General
Christian Findling
Director de Operaciones
Luis Rodríguez
Gerente de Capital Humano
Daniela López
Gerente de Sistemas
Gustavo Suárez del Solar
Gerente de Producto Digital
Katherine Contreras
Gerente de Marketing
Agustina Pérez
Gerente de Administración y Finanzas
Damián Inies

Suscripciones:
0-800-22 CRONISTA (27664)
E-mail: suscripciones@cronista.com
Impresión: Newpress Grupo Impresor S.A. Paraguay 264. Avellaneda, provincia de Buenos Aires
Distribución: en Capital Federal, TRIBE S.A. Teléfono: 4301-3601; en interior, Distribuidora de Prensa Euro Sur S.A . Teléfono: 4301-0701
Registro de la Propiedad Intelectual Nº 656.189
Miembro de la Red de Diarios Económicos de América Latina
Fundado en 1908
Redacción y producción:
Paseo Colón 740/6
(C1063ACU), CABA.
Teléfono: 4121-9300
Fax: 4121-9305/07
Internet: www.cronista.com

Por
Juan Manuel Compte
jcompte@cronista.com



Más que tres respuestas

Más de 400 CEO. Tres preguntas, cuyas respuestas se reflejan en estas páginas, otra edición de La Visión de los Líderes, uno de los clásicos del calendario editorial de El Cronista Comercial. Detrás de esos balances del año que termina y de los pronósticos para el que comienza hay mucho más. Muchísimo. Planes, presupuestos, proyecciones... decisiones. Que repercuten directamente en la vida de decenas, cientos, miles, millones de personas cuya economía depende directa e indirectamente de lo que hagan (o no) sus empresas.

No es fácil la Argentina. Obliga a quemar libros y manuales por su inaplicabilidad de la teoría. La práctica, el mundo real, exige le monitoreo *online*, minuto a minuto, para que la vorágine diaria no devore los proyectos de mediano y largo plazo. Que los hay. Y no sólo en los sectores que emergen como los más promisorios –campo, energía, minería, economía del conocimiento–, sino también aquellos que, hoy día, parecen operar en modo supervivencia. "Si miro las estadísticas, fue un buen año. El problema histórico, que era la falta de demanda para ocupar la planta, hoy no existe. Lo que se volvió realmente difícil es mantenerla funcionando", se sincera el piloto de una automotriz, que gracias a sus exportaciones creció en producción este año y planifica un volumen mayor para 2023. "No podemos, ni debemos, resignar innovación: nuevos productos, con materiales más sustentables, por más que la variable principal hoy sea el costo. Tengo que pensar en el negocio de los próximos cinco o 10 años", apuntó el responsable de un fabricante de productos de primera necesidad, en una charla a apenas horas de que comprometiera su participación en el programa Precios Justos, el nuevo intento del Gobierno por contener la inflación.

Atravesar el desierto del corto para llegar a la Tierra Prometida del largo. Superando imprevistos como tormentas de arena, las frustraciones de los espejismos, disfrutando el reparador refugio de algún ocasional oasis y evitando, permanentemente, caer en tentaciones como la salida fácil. O, simplemente, la resignación, por la mera inclemencia del sol. Mantener el rumbo por sí mismos pero, por sobre todo, por las organizaciones detrás de ellos. Personas. Ni más, ni menos. A fin de cuentas, de eso se trata: de liderar.

El equipo que condujo Ricardo Quesada, subeditor de One Shots de El Cronista, relevó durante dos meses no sólo cómo se preparan esas más de 400 empresas para un 2023 en el que las elecciones presidenciales prometen inyectar más incertidumbre a la del 2022 que termina, tanto en el plano político como económico. También, se consultó la opinión de analistas, politólogos, consultores, economistas y dirigentes empresarios, cuyas columnas prestigian esta edición, en la que además se lucen los escenarios que trazan los editores a cargo de las secciones de El Cronista. Para ofrecer, otro año más, la más completa visión de los líderes. VL



LA VISIÓN DE LOS LÍDERES

Sumario

06
El año en que la inflación estuvo en boca de todos
La aceleración del IPC fue la principal preocupación de los empresarios a lo largo del año que termina

12
La grieta sigue abierta
Cristina Kirchner y Mauricio Macri encabezan el ranking de las personas más influyentes en la antesala de un año electoral

14
Puntos de vista
La visión de los editores de El Cronista y de 10 columnistas sobre economía, finanzas, política y negocios

174
Las noticias del año
La inflación, el acuerdo con el FMI y el dólar volvieron a marcar la agenda nacional. En el exterior, la guerra en Ucrania y la muerte de la reina Isabel II,

186
Panorama 2023
Cuáles son los desafíos para el año próximo y qué esperar de los principales sectores de la economía argentina

Galicia Seguros

Cuidamos esa noche estrellada,
Cuidamos tus Historias.



SEGURO DE HOGAR

0800-555-9797

Compañía Aseguradora: Galicia Seguros S.A.U. Leiva 4070 Piso 6, CABA. CUIT 30-68714552-2. N° de Inscripción en SSN 0589. N° de Inscripción en IGJ 12.571. Agente Institorio: Tarjeta Naranja S.A. CUIT: 30-68537634-9. Contratación de la cobertura sujeto a verificación y análisis de Galicia Seguros S.A.U. Consultá requisitos de asegurabilidad, riesgos no cubiertos y cobertura del seguro llamando al teléfono 0800-444-0810 o en www.galiciaseguros.com.ar. Superintendencia de Seguros de la Nación: 0800-666-8400. www.argentina.gov.ar/ssn. El titular de los datos personales tiene la facultad de ejercer el derecho de acceso a los mismos en forma gratuita a intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto conforme lo establecido en el artículo 14, inciso 3 de la Ley N° 25.326. LA AGENCIA DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA, en su carácter de Organo de Control de la Ley 25.326, tiene la atribucion de atender las denuncias y reclamos que interpongan quienes resulten afectados en sus derechos por incumplimiento de las normas vigentes en materia de protección de datos personales.
Política de Privacidad y Protección de Datos Personales: https://www.galiciaseguros.com.ar/legales/politicasprivacidadprotecciondatospersonales.

El año en el que la inflación estuvo en boca de todos

Por Ricardo Quesada

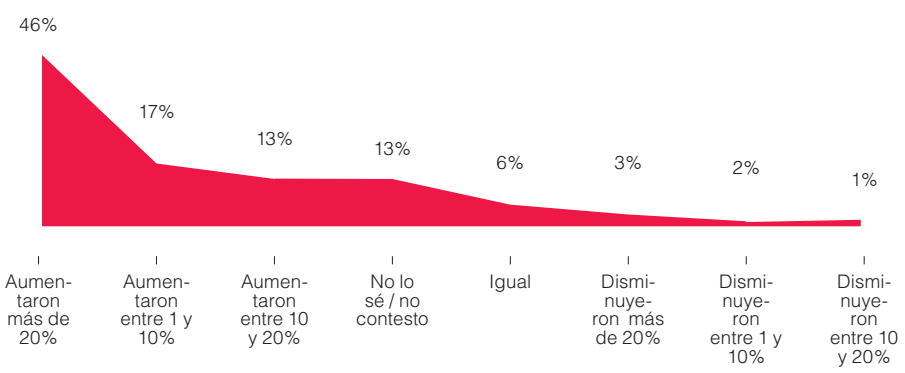
La aceleración del índice de precios al consumidor y la posibilidad de terminar el año con un número de tres cifras fue la principal preocupación de los empresarios. Los número uno de las compañías mantienen sus reclamos de que se normalice el tipo de cambio, se reduzca el gasto público y se realice una baja de la presión impositiva

Este fue el año en el que definitivamente se dejó atrás la pandemia. Ya sin ningún tipo de restricciones, las personas y también las empresas recuperaron la normalidad. También la actividad económica mostró una recuperación, aunque la aceleración de la inflación fue, sin lugar a dudas, lo que marcó a fuego 2022. Con un índice acumulado en los primeros 10 meses dek 83%, la posibilidad de cerrar el año con un alza de precios de tres cifras parece casi inevitable. Este fue el principal motivo de preocupación de los empresarios, que aseguran que el gobierno de Alberto Fernández será recordado, más que nada, por la inflación.
La encuesta que, como todos los años, realiza EL CRONISTA para su edición especial de la Visión de los Líderes es un fiel reflejo, no solo de lo que sucede en el día a día de la economía real del país, sino del estado de ánimo de quienes toman las decisiones y, por lo tanto, de lo que se puede esperar en el futuro inmediato.
El estudio, realizado por la consultora CIO Investigación entre 110 CEO, gerentes generales y presidentes de grandes empresas, revela que las preocupaciones centrales siguen siendo la inflación, la presión impositiva y el cepo cambiario. Además, destaca que en los últimos meses los mayores logros del país fueron el acuerdo con el FMI y haber logrado mantener la paz social. La persona más influyente, en tanto, fue una vez más la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner (ver aparte). Este año volvió al ruedo el expresidente Mauricio Macri, quien escaló a la segunda posición desde el quinto lugar que ocupaba en 2021.
Esto marca la centralidad que volvió a adquirir la política en vísperas de un año de elecciones presidenciales.
Lo que sigue es un breve análisis de lo que hicieron en el último año las empresas locales y lo que planifican para el 2023. Un dato a tener en cuenta a la hora de evaluar los resultados, es la opción "no sabe / no contesta", que en algunos casos llegó al 14%, no se descuenta del total de respuestas.

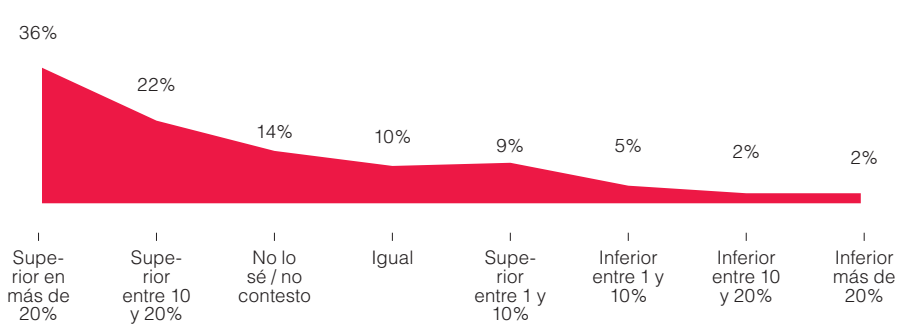
En recuperación

Lo primero a evaluar son los resultados proyectados por las empresas para este 2022 respecto de 2021. La respuesta es previsible si se tiene en cuenta que la economía todavía está en plena recuperación después del duro golpe sufrido en 2020 a raíz de la pandemia y el aislamiento preventivo. Los datos todavía muestran un rebote en la actividad, al punto de que el 76% vio crecer sus ventas a lo largo del año.
Si se amplía el cuadro con lupa, el 46% respondió que las ventas aumentaron más del 20%, un 13% aseguró que crecieron entre un 10 y un 20% y otro 17% dijo que subieron entre un 1 y un 10%. Solo el 6% acusó pérdidas y un 6% no notó modificaciones. En tanto, el resultado operativo para 2022 obtuvo números ligeramente distintos. Un 36% dijo que el crecimiento fue mayor al 20%, el 22% que varió entre un 10 y un 20% y el 9% creció entre 1 y 10%. En tanto, otro 9% aseguró haber notado una caída.
El año pasado más del 80% había destacado un incremento tanto en sus ventas como en sus resultados operativos. Estos números daban cuenta del paulatino relajamiento de las restricciones que se habían impuesto para combatir el Covid

¿Cómo fue la variación de ventas de su empresa en el último año?



¿Cómo fue el resultado operativo de su empresa?



El vaso medio lleno

En un contexto de alta inflación y frente a la incertidumbre política, los empresarios prefieren mantener un optimismo moderado a la hora de realizar las previsiones para 2023. Al ser consultados sobre las inversiones, solo el 6% manifestó que no hará ningún desembolso en el próximo año. El restante 94% planea destinar recursos para aumentar producción o reducir costos.
En concreto, el 57% señaló que invertirá para aumentar la producción, un 19% para crecer en exportaciones, un 27% para reducir costos, un 14% para mantener los niveles actuales de producción y un 6% para sustituir importaciones.
La perspectiva respecto de las ventas en el mercado interno también es optimista. El 74% espera aumentarlas. El 27% con un aumento mayor al 20% y el 47% con mejoras menores a ese número. Apenas un 4% ve una caída. En cuanto a las exportaciones, y tomando en cuenta que el 23% de las empresas que contestaron no exportan —en muchos casos porque se dedican a servicios— y el 4%



Meta4 es ahora Cegid

Somos líderes en soluciones de Nómina, Talento y Gestión del Tiempo



Además ahora como Cegid, tienes acceso...

- A un mayor número de expertos de RR.HH.
- A más tecnología de vanguardia
- A nuevas experiencias enriquecedoras al alcance de tus empleados

cegid.com/lat/ar

cegid

no respondió, el 23% contestó que las aumentará más del 20% y un 28% menos de ese número. En tanto, el 3% estima una caída.

Sin embargo, el optimismo parece caer cuando se consulta sobre la evolución de la actividad. Ante la pregunta acerca de cómo le irá al sector en el que se encuentran insertos, el 63% de los consultados espera un crecimiento. Un 22% ve crecer a su sector más del 8%, un 11% piensa en una mejora de entre un 6% y un 8%, un 12% entre 4% y 6% y un 18% hasta un 4%. En cambio, el 26% habla de estancamiento y un 6% de caída.

Al hacer una evaluación sobre la evolución del PBI, el 52% de los consultados espera un crecimiento de entre el 1 y el 3%, y apenas un 7% estima que el incremento será mayor. En tanto, un 26% sostiene que no habrá variaciones y el 6% anticipa una caída.

Producción y trabajo

La utilización de la capacidad productiva y la evolución del empleo son los indicadores más importantes a la hora de evaluar el dinamismo de la economía real. Otra vez, la salida de la pandemia muestra cómo las cosas vuelven a su cauce. Así, las empresas argentinas vivieron un 2022 mejor en la evaluación interanual y esperan un 2023 en la misma línea, con mejoras sensibles. Mientras el 55% piensa utilizar casi la totalidad de su capacidad productiva, el 13% piensa ocupar entre un 80% y un 90% y solo el 9% menos de esos valores.

En relación al nivel de empleo, el 35% de los consultados declara haber aumentado su plantel más de un 10% en 2022 y un 17% lo hizo en menor medida. Cerca de un 10% declaran haber achicado su plantel y el 35% no tuvo variación.

La expectativa para el 2022, en tanto, revela un 48% de los encuestados piensan aumentar su dotación, un 24% en más del 10% su personal actual y otro 24% hasta ese porcentahe. El 44% dice que no variará su plantel. En cuanto al nivel salarial, el 66% piensa que los sueldos aumentarán en la misma proporción que la inflación, un 21% cree que será menor y apenas un 9% que el incremento será mayor.

Cuestión de género

El tema de la paridad de género en los ámbitos laborales está cada vez más presente en la agenda pública. Los empresarios declaran en esta encuesta que un 35% tiene en sus plantillas entre un 41% y un 60% de mujeres, lo que indica índices de paridad aceptables. Un 48% declara menos que un 40% y un 10% más del 60%. Para 2023 los números se mantendrán en el mismo porcentaje para el primer ítem. En el caso del segundo, el guarismo se elevará al 45%.

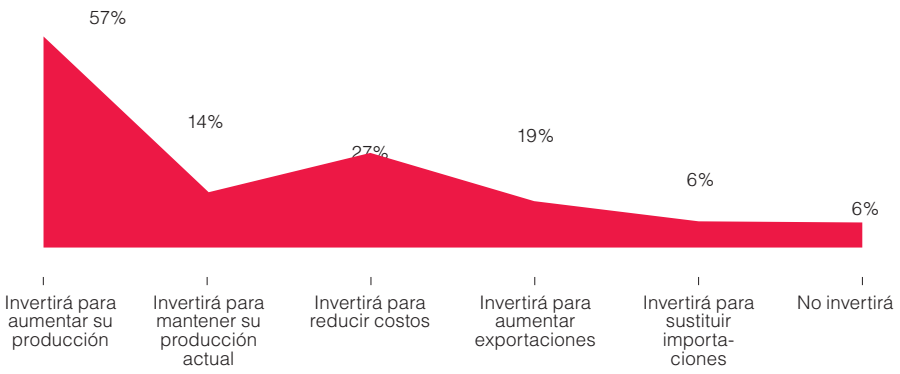
En el subrubro posiciones gerenciales, solo el 23% tiene entre el 41 y el 60% de los mandos medios ocupados por mujeres. Esto es levemente superior al 20% del año pasado. En tanto que no se esperan cambios en este putno para el año próximo. En el segmento de mayor disparidad, es decir, de menos del 40%, pasaría del 59% actual a un 58% y en el de mayor proporción de mujeres (+60%) se mantendría en el 6%.

Trabajo remoto

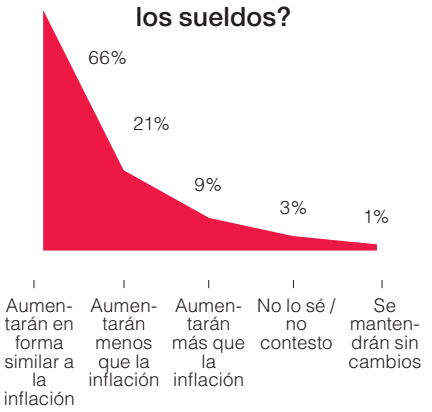
El *home office* es, tal vez el principal cambio que trajo consigo la pandemia en el mundo laboral. Hoy los candidatos ya no preguntan si una compañía ofrece teletrabajo, sino que directamente consultan cuántos días por semana se debe ir a la oficina. La tendencia, sin duda alguna, llegó para quedarse y eso confirman las respuestas de los empresarios consultados. El 33% de las empresas contestaron que trabajará de manera remota más del 60% de su plantel en 2023 y otro 32% que lo haránentre un 15% y un 60%.

Las dificultades, y con ellas los reclamos, de los empresarios argentinos tienen varias constantes a lo largo de los últimos años. La inflación, una vez más, es el problema mayor con el 85% de los votos. Un 53% plantea la presión impositiva como el otro gran dolor de cabeza para la actividad. Ambos temas están al tope de las preocupaciones desde hace varias

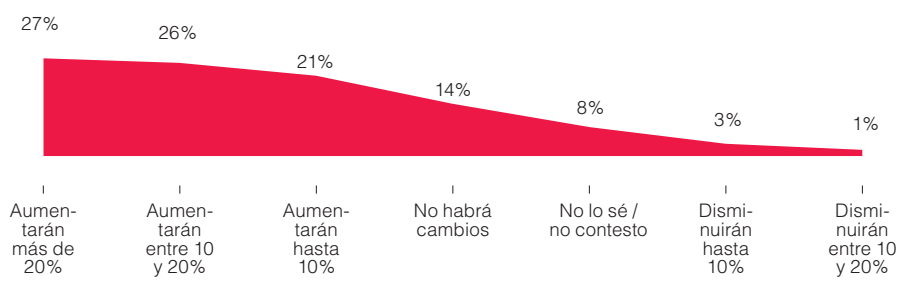
¿Cómo manejará las inversiones de su empresa? Respuesta Múltiple



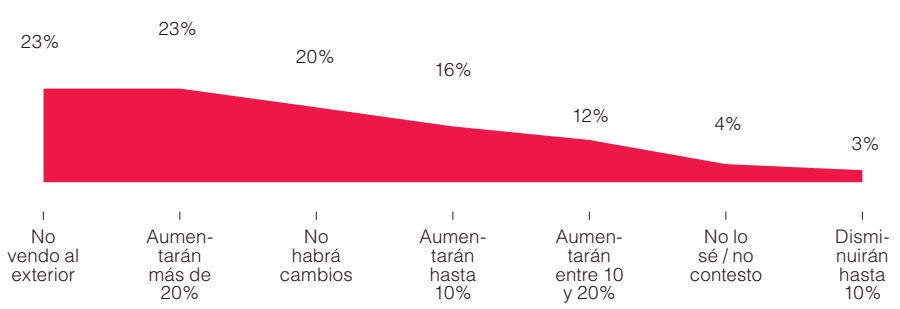
¿Cómo cree que evolucionarán los sueldos?



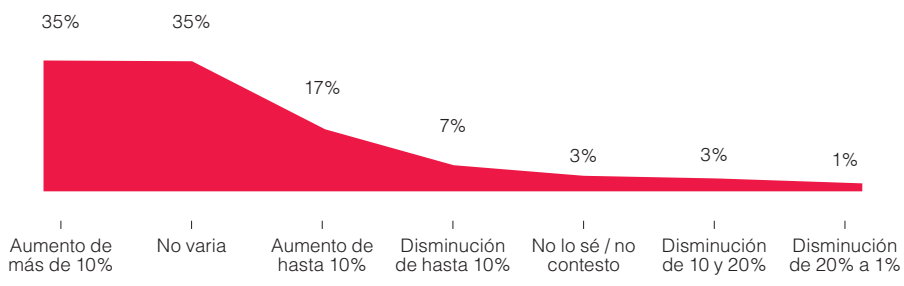
¿Cómo espera que evolucionen sus ventas en el mercado local?



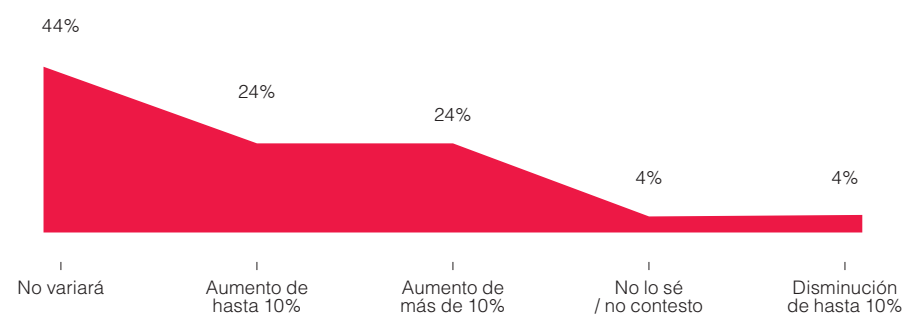
¿Cómo espera que evolucionen sus ventas en el mercado externo?



¿Qué ocurrió con el plantel de su empresa en lo que va de 2022?



¿Qué ocurrirá con el plantel de su empresa en 2023?



LA NICOTINA

NO ES EL PRINCIPAL

PROBLEMA DE FUMAR.

ES LA COMBUSTIÓN.

HOY EXISTEN *ALTERNATIVAS.*

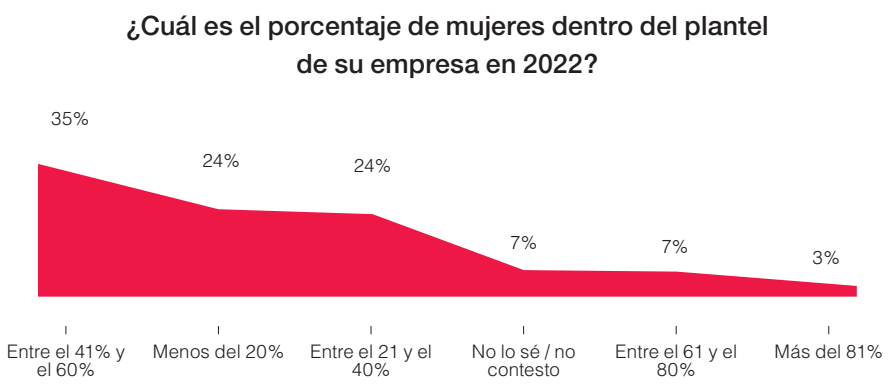
massalin
PARTICULARES

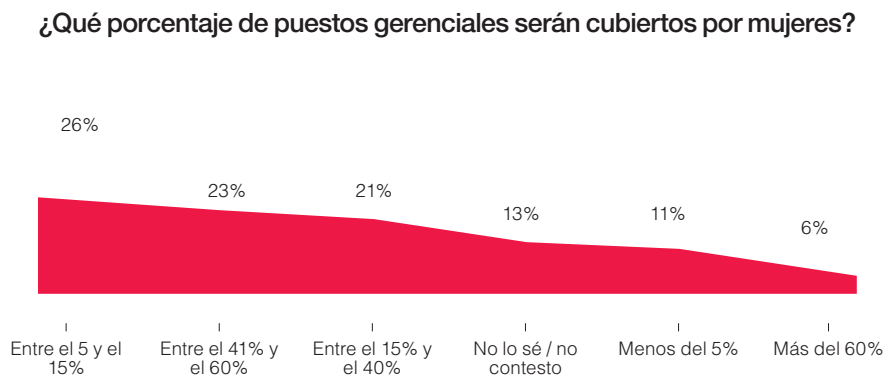
PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

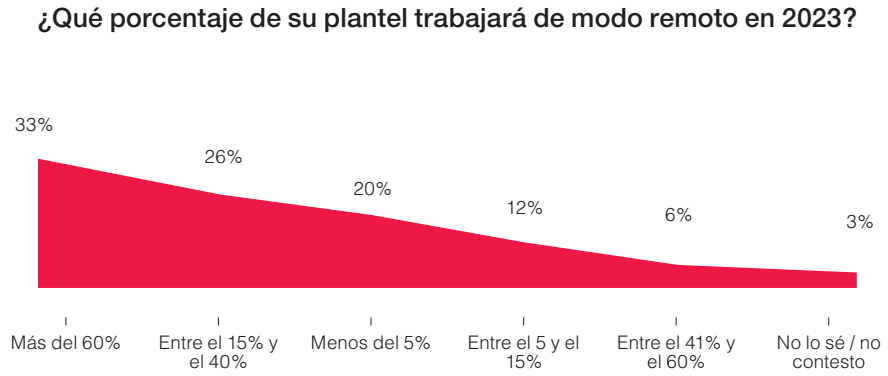
CONOCÉ
LOS DATOS

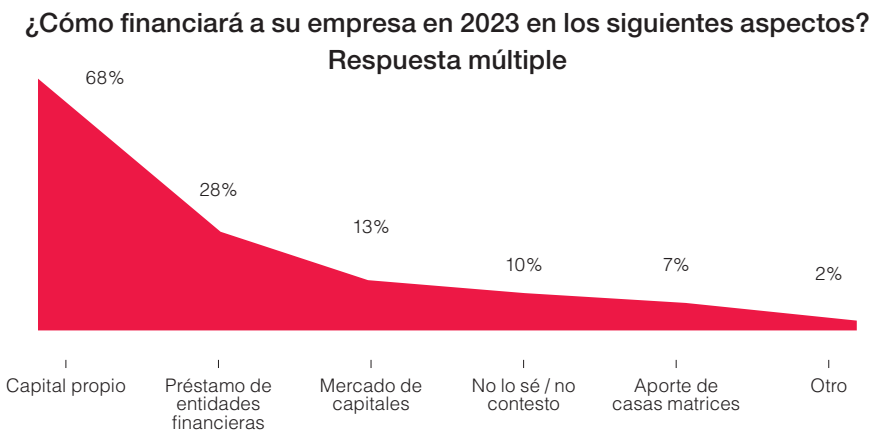
Cómo se hizo

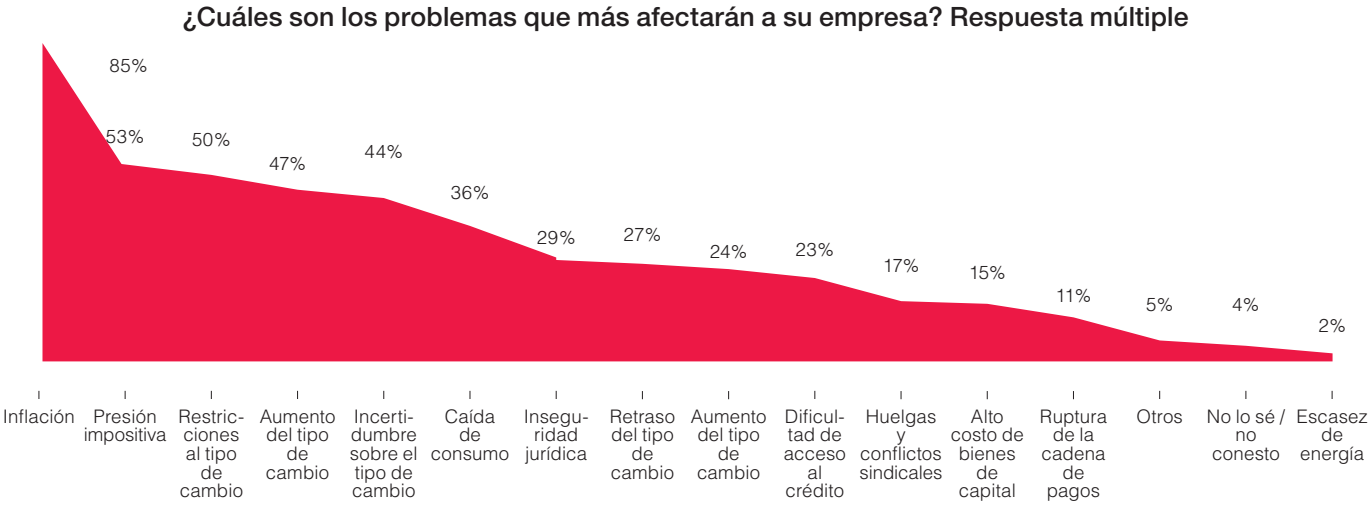
El estudio fue realizado por la consultora CIO Investigación. El relevamiento se realizó entre el 27 de septiembre y el 27 de octubre de 2022. La metodología fue de tipo cuantitativo y la selección de casos se realizó, dentro de entorno CAWI (*computer assisted web interviewing*), a partir de un listado completo de CEO, gerentes generales y presidentes que desarrollan su actividad en empresas grandes y de primera línea. La técnica de relevamiento se estructuró sobre un cuestionario diseñado por el equipo de EL CRONISTA integrado por 18 preguntas cerradas y 5 abiertas. Los datos relevados fueron ingresados a una base de datos que permitió realizar los cruces correspondientes. La muestra quedó integrada por 110 casos, se procesó de forma anónima y fue tratada de manera confidencial.











encuestas.

El dólar, en tanto, es otro de los principales factores que mantienen en vilo a los empresarios, ya sea por las restricciones a la venta de divisas (50%), como por la incertidumbre sobre sy precio (44%), el retraso del tipo de cambio (27%) o el aumento del tipo de cambio (24%). Con un 47% figura el tema del aumento en el costo de los insumos y con un 36% la caída en el consumo. El 29% ve como un problema la inseguridad jurídica y el 23% las dificultades del acceso al crédito. La conflictividad laboral y sindical, en tanto, preocupa al 17% de los consultados. Respecto de la inflación, el 75% cree que este año rondará el 71 y el 100% y el 13% estima que el índice de precios será mayor al 101%. Con respecto al tipo de cambio oficial, la mayoría de los empresarios creen que para junio de 2023 será menor a $300, en tanto que un 11% preanuncia un valor mayor

El 48% de los consultados, en tanto, piensa que en 2023 se mantendrá la presión impositiva, mientras que un 43% dice que crecerá. El conflicto con el Sindicato del Neumático fue mencionado como el principal problema empresarial de este año.

En cuanto a los logros del gobierno durante 2022, el acuerdo con el FMI aparece en primer lugar. En segundo puesto se ubican quienes sostienen que la administración encabezada por Alberto Fernández no tuvo ningún acierto en este año, y en tercer lugar lo ocupa el haber conseguido mantener la paz social. VL

LHH

Lee Hecht Harrison

Outplacement & Talent Development

Desarrollamos mejores carreras, mejores líderes y mejores organizaciones.

Ayudamos a movilizar el poder de su gente

- Outplacement | Transición de carrera
- Desarrollo de talento y liderazgo
- Reskilling & Upskilling
- Coaching ejecutivo
- Asesoramiento en reestructuraciones y transformación organizacional
- Assessment & Analytics

LHH

LHH.COM.AR

La grieta sigue abierta

La vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner y el expresidente Mauricio Macri encabezan el ranking de las personas más influyentes.

Por Ricardo Quesada

La vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner, con 225 puntos, volvió a encabezar el listado de las personas más influyentes del país, según los empresarios argentinos. Las peleas públicas con el presidente Alberto Fernández (octavo lugar, 33 puntos) y su intento de despegarse del Ejecutivo y ubicarse como una opositora al interior de la coalición de Gobierno la mantuvieron en lo más alto del ranking elaborado por CIO Creative Investigations en exclusiva para EL CRONISTA. La evaluación, de más está aclararlo, no implica que su figura sea la favorita entre los número uno de las compañías locales, sino que se trata de una apreciación sobre el peso que aún tiene su voz en la política argentina y a la hora de tomar decisiones.

La pelea política de cara a las elecciones presidenciales de octubre explica el salto que dio el expresidente Mauricio Macri al escalar tres posiciones con respecto al año pasado y ubicarse en el segundo puesto (139 puntos). Con la presentación de su nuevo libro *Para qué*, el líder de Pro volvió al centro de la escena política, pese a que aún no se sabe si elegirá ser candidato o constituirse como el gran elector de la principal coalición opositora. Su rival en la interna de Juntos por el Cambio, el jefe de Gobierno de la ciudad, Horacio Rodríguez Larreta, ocupa el sexto lugar del listado. El año pasado se registraba una situación inversa, con el mandatario porteño en la tercera posición y Macri en la quinta.

El tercer lugar fue para el ministro de Economía, Sergio Massa, que desde su llegada al Palacio de Hacienda logró ganar espacio y poder dentro del Gobierno. Si bien es cierto, que las expectativas generadas a principios de agosto cuando recién asumía el cargo no se vieron cumplidas, los empresarios ven que hoy es una de las personas con mayor poder de decisión dentro del Gobierno.

El fundador de MercadoLibre, Marcos Galperin, en la cuarta posición del ranking, es el primer no político en hacerse un espacio entre los argentinos más influyentes del año. Pese a haber descendido en el listado en relación con el año pasado, el empresario sigue siendo uno de los referentes para los número uno de las compañías locales.

La fiebre mundialista también llegó al mundo corporativo. Es que el *top five* del ranking se completa con el capitán del seleccionado argentino, Lionel Messi. El astro del Paris Saint Germain es, además, una de las figuras de mayor reconocimiento internacional.

Los diez primeros puestos se completan con el diputado libertario Javier Milei (7°), el papa Francisco (9°) y la presidenta de Pro, Patricia Bullrich (10°). **VL**

Ranking de influyentes

	Nombre	Puntaje
1	Cristina Fernández	225
2	Mauricio Macri	139
3	Sergio Massa	86
4	Marcos Galperín	53
5	Lionel Messi	48
6	Horacio Rodríguez Larreta	46
7	Javier Milei	34
8	Alberto Fernández	33
9	Papa Farncisco	31
10	Patricia Bullrich	31

Fuente: CIO Investigación, 2022

¿Cuáles deberían ser las prioridades del Gobierno?

		Puntaje
1	Corregir la inflación	693
2	Normalizar el tipo de cambio	488
3	Reducir el gasto público	482
4	Reducir la carga impositiva	339
5	Presentar un plan de reactivación productiva	333
6	Dar mayor previsibilidad para las inversiones	331
7	Generar empleo	330
8	Reducir la pobreza	324
9	Reducir el costo laboral	316
10	Abrir la Argentina al comercio internacional	200
11	Reducir el nivel de conflictividad sindical	154
12	Acompañar a las empresas en su transformación digital	101
13	Acortar la brecha de género	77

Fuente: CIO Investigación, 2022



© El Cronista

ESTAMOS AUMENTANDO 60% NUESTRA OFERTA DE GAS

En Pampa Energía invertimos más de 800 millones de dólares para extraer y producir gas natural para toda la Argentina y este año produciremos un 60% más que en 2020. **Porque hoy más que nunca, tenemos que sacar lo que tenemos adentro.**



pampaenergia.com

Pampa energía



Un año en tres cuadros

En los últimos 12 meses se hizo explícita la ruptura en el Frente de Todos, la vicepresidenta fue víctima de un atentado y estalló la interna en Juntos por el Cambio

Este año será recordado por tres hechos políticos. Fue el año en el que la fractura en el Frente de Todos se volvió explícita, al punto de convertirse en parte del paisaje. El cristinismo no quiere al Presidente. Y Alberto Fernández hará todo el tiempo que pueda, sin romper con su vicepresidenta. El profesor de derecho penal va en busca de una sobrevida electoral que, en medio del desconcierto y la falta de brújula generalizada, nadie está en condiciones de descartar, por inverosímil que suene cuando todavía falta un año para las elecciones. Además hay un punto en el que Alberto Fernández tiene razón: resistirse a la jubilación anticipada puede resultar conveniente para el peronismo ampliado. Un PJ con pocos candidatos y escaso hambre de poder, en el que el único negocio seguro es cuidar el pago chico y la renovación del contrato, es un partido que empieza el partido perdiendo 3 a 0.

Ese quiebre parió a Sergio Massa como superministro de Economía. El tigrense se convirtió en la mínima prenda de paz frentetodista y en el CEO del Gobierno. Desde que asumió, Massa ensaya un ajuste con respaldo político. Toda una novedad en la historia reciente del peronismo. La estabilidad, sin embargo, está sujeta a resultados. Y por resultados, en un país que orilla los tres dígitos de inflación, se entiende mostrar algún tipo de progreso a la baja en la curva de suba de precios. Con 100 puntos de inflación, no hay proyección posible para las empresas. Tampoco paritaria, bono o plan social que resista la devaluación permanente de los salarios. Los trabajadores no registrados, que ya superan a los que están bajo convenio, están entregados a la subsistencia.

Si el ministro de Economía llega a mostrar algo que se pueda vender como una sensación de mejora, el Frente de Todos podría delinear un doble juego. Le permitiría ir por una nueva unidad forzosa en la familia ensamblada del peronismo y apostar por la polarización con Juntos por el Cambio. Con una picardía incluida en esa hoja de ruta: incentivar alguna vía de los libertarios para comerle votos a la alianza opositora de macristas, radicales, lilitos y peronistas de derecha. En ese contexto, pese al carácter autodestructivo del oficialismo, el experimento frentetodista podría continuar en una pieza, ilusionado con la chance de arañar un balotaje y que después la suerte acompañe.

Hasta ahí, el Plan Llegar. Solucionar los problemas que arrastra la Argentina desde al menos una década atrás, cuando el ciclo expansivo del kirchnerismo dio señales de agotamiento y el país ya no creció ni generó empleo y los salarios empezaron a caer, es un desafío de otra categoría. Solo los políticos que tienen poco para perder hablan el lenguaje de los problemas estructurales. Y aunque lo enuncien los que tienen



Andrés Fidanza
Editor de Política







Página anterior: se ahondó la interna del FDT. Esta página, arriba: una multitud se manifestó tras el atentado sufrido por la vicepresidenta. Abajo: referentes de JxC en la presentación del libro de Macri

> **Con 100 puntos de inflación, no hay proyección posible para las empresas”**

perspectivas de coronar, en el fondo saben que la realidad chocará con sus expectativas. Tanto Cristina Kirchner, como Mauricio Macri y Alberto Fernández pueden dar fe de eso. En los últimos 10 años, ninguno logró del todo lo que se propuso. El único que capitaliza la impotencia de los políticos más importantes es Javier Milei. El histriónico economista es un pararrayos del escepticismo social. Es quien mejor ecualiza con la mancha de aceite de la rabia que se expande en la Argentina y en el mundo.

El otro acontecimiento destacable del año que se va, conectado al malhumor social en alza, fue el intento de fusilar a Cristina Kirchner. El ataque se inscribe en una tendencia global: desde 2014 creció el porcentaje de magnicidios, hayan sido exitosos o fallidos. Tras el atentado a la vicepresidenta, CFK reafirmó su centralidad política. Dentro de un peronismo con la identidad en crisis, Cristina aparece como una referencia sólida. Quizás la única.

Pero esta vez, a diferencia de lo que ocurrió hace 12 años con otra situación inesperada y traumática, como la muerte de Néstor Kirchner, Cristina lidera una épica debilitada y a la defensiva. Intenta ganar una pelea doble que, sin embargo, ya perdió en su momento de mayor empoderamiento: la batalla que libra contra los jueces federales de Comodoro Py y un sector de los medios de comunicación. Pese a su vigencia relativa, el cristinismo también es una marca gastada.

El último punto destacable refiere a Juntos por el Cambio. 2022 fue el año en que la alianza opositora sintió que, tras el fracaso de Mauricio Macri, la vuelta al poder podía llegar más rápido de lo esperado. La Rosada le quedó al alcance de la mano. Incluso en Juntos se asustaron ante la hipótesis de que Alberto Fernández no terminara su mandato. En ese contexto de abundancia relativa, Horacio Rodríguez Larreta y Patricia Bullrich protagonizan una pelea que no incluye fair play ni convención de Ginebra. Aun con sus intrigas, los radicales de pondrán de acuerdo. La UCR consensuará un candidato de unidad, que será Facundo Manes o Gerardo Morales. Si se potencia el enojo de la sociedad, subirán las acciones de un outsider que reflexiona sobre los vaivenes del cerebro. Es decir, que no parece un político. Si no hay desborde, el elegido será el caudillo jujeño y presidente del partido. Pero en el PRO no avizora un método de resolución sin sangre. Ni el alcalde ni la presidenta del macrismo consideran la posibilidad de bajarse. No tienen demasiados incentivos para hacerlo. Ambos perciben que su tiempo es ahora o nunca. Y seguramente tengan razón. Mauricio Macri detecta lo que salta a la vista: que Bullrich se muestra más firme y combativa en su discurso. El déficit de la exmilitante del peronismo revolucionario es la falta de equipo y financiamiento. Rodríguez Larreta, por el contrario, habla a pedido en busca de una quimera: congraciarse con el 70% del sistema político. Pero cuenta con más equipo y con el crédito de una buena parte del círculo rojo.

Las tres claves enumeradas avanzarán sobre el 2023. Y serán decisivas para anticipar el desenlace de las próximas presidenciales. Sobre la gobernabilidad posterior, existe una única certeza: el que agarre la sortija a partir de diciembre, sea quien sea, lo hará con poco handicap y sobre un terreno completamente resbaladizo. **VL**



Matías Bonelli
Editor de Economía





Un combo explosivo que viene recargado

La combinación entre economía y año electoral suele fuente de dolores de cabeza para los gobiernos. Mucho más si se parte del escenario que quedará este fin de año, con una inflación que se acerca rápidamente al 100%

Elecciones y economía. Economía y elecciones. No importa el orden; solo que la combinación entre ambas siempre suele traer dolores de cabeza, sobre todo en momentos como el actual, en que buena parte de las variables muestran signos negativos, y las diferencias dentro del Gobierno son cada vez más visibles, justamente porque sus principales funcionarios se encargan de exponerlas sin temor a la vergüenza.

Para hablar de lo que podrá ser el arranque de 2023 es clave mirar qué plataforma deja 2022. Y lo cierto es que no es la mejor.

La inflación es y será sin dudas el gran enemigo desde lo económico. Muy difícilmente se aleje del 100% a fines de este año, una tendencia que fue creciendo con los meses, y que desde marzo pasado siempre se mantuvo cerca del 6%-7% intermensual. Había arrancado en enero con 3,4%, pero llegó a tocar el 7,4% en julio.

Este avance incluso destrozó todas las promesas que se le hicieron al Fondo Monetario Internacional (FMI), cuando en marzo se firmó con el organismo que se movería entre el 38% y 48% anual este año. Para mediados de año la previsión oficial ya estaba en 62%.

Con todos estos movimientos, y los que se esperan en un año electoral, los privados ya no tienen demasiadas vueltas a la hora de hablar de expectativas para 2023. En junio pasado –tal vez atados a las previsiones oficiales- marcaban un 72% y sin dudas eso ya quedó lejos.

Para el año que viene, sostienen que será "muy difícil" revertir la tendencia alcista que se observa desde ya hace varios meses, y entienden que durante los primeros meses del año no hay demasiadas chances de ver cifras demasiado lejanas al 6% mensual. Así, entienden que la inflación acumulada en 2023 no podría alejar del 100% con el que se terminaría 2022.

Para los amantes de los datos históricos: solo con superar el 91% se estaría "mejorando" la marca anual que se logró en 1991, la mayor desde entonces. Y si se cumplen los pronósticos privados, ese récord también sería roto el año que viene, aunque en el Gobierno insiste con ratificar el 60% que apuntó en el Presupuesto 2023.

Está claro, no hay esperanzas respecto del nuevo programa Precios Justos, con el que el Gobierno espera domar los precios que arrancará en diciembre pero que ocupará también el primer trimestre del año que viene.

Qué pasará con el dólar es la otra gran incógnita. Y aquí vale también una cuestión semántica ya que la preocupación no pasa solo por "el dólar" sino también con "los dólares". Es decir: una cosa es su cotización, y otra la disposición que habrá de divisas, sobre todo para la industria, que cada tanto ya ve resentidas algunas de sus líneas por falta de insumos importados.

En cuanto a su cotización, el plan del Gobierno es y será el año que viene continuar con su devaluación lenta del dólar oficial. El 14 de octubre estaba en $ 151,62, y hoy ya vuela tranquilo por en-



Página anterior, izq,: Sergio Massa junto con Kristalina Georgieva. Der.: el BCRA frente al desafío de contener el dólar. Esta página: el Gobierno presentó Precios Justos para aplacar la inflación

> **“No hay esperanzas respecto del nuevo programa Precios Justos, con el que el Gobierno espera domar los precios”**

cima de los $ 161. Según las consultoras, el oficial cerraría 2023 en no menos de $ 265, contra los cerca de $ 550 del blue.

La disponibilidad de dólares es el otro punto complejo –muy complejo- sobre el que habrá que prestar atención, y aquí juegan fuerte las reservas del Banco Central. Según lo pautado en el Presupuesto 2023 –y lo acordado también con el Fondo- el año que vienen se acumularán u$s 4000 millones en reservas, lo que le mete todavía más presión a los cepos de todo tipo que ya rigen desde hace tiempo.

Llegar a esa cifra no le será simple al Gobierno, a tal punto que entiende que las libertades para importar no se verían mejoradas, al menos, hasta el arranque del segundo semestre del año que viene. Esto, sin embargo, será solo para la industria ya que la idea es mantener el discurso sobre la importancia de que las plantas no frenen su ritmo.

El resto, como por ejemplo quienes quieren viajar al exterior o hacer compras fronteras afuera de la Argentina, deberán esperar su turno, a menos que lo amerite alguna situación electoral no del todo conveniente para el oficialismo, y se revean algunas de las restricciones actuales.

El campo suele ser el gran motor de las reservas, pero con el 60% del país agropecuario golpeado por la sequía las expectativas decaen. La Bolsa de Comercio de Rosario (BCR) indica que el año que viene el valor de las exportaciones de los complejos del agro se sostendrán en buenos niveles, y que generarán unos u$s 41.200 millones. Sin embargo, esto se ubicará cerca de u$s 400 millones menos que lo esperado para este año.

Una de las peores partes de los efectos climáticos sobre la cosecha 2022/2023 se los lleva el trigo. La perspectiva es que su cosecha caiga un 40% contra la campaña anterior, y de este modo se generaría una pérdida de ingresos por u$s 1420 millones (el total estimado es de u$s 3306 millones).

La soja y el maíz por ahora tienen buenos pronósticos, aunque dependerán de que se revierta la sequía. El complejo soja aportaría u$s 24.126 millones (u$s 500 millones más que en 2022), y el maíz u$s 10.446 (u$s 580 millones por encima). Sin embargo, todo dependerá de la meteorología.

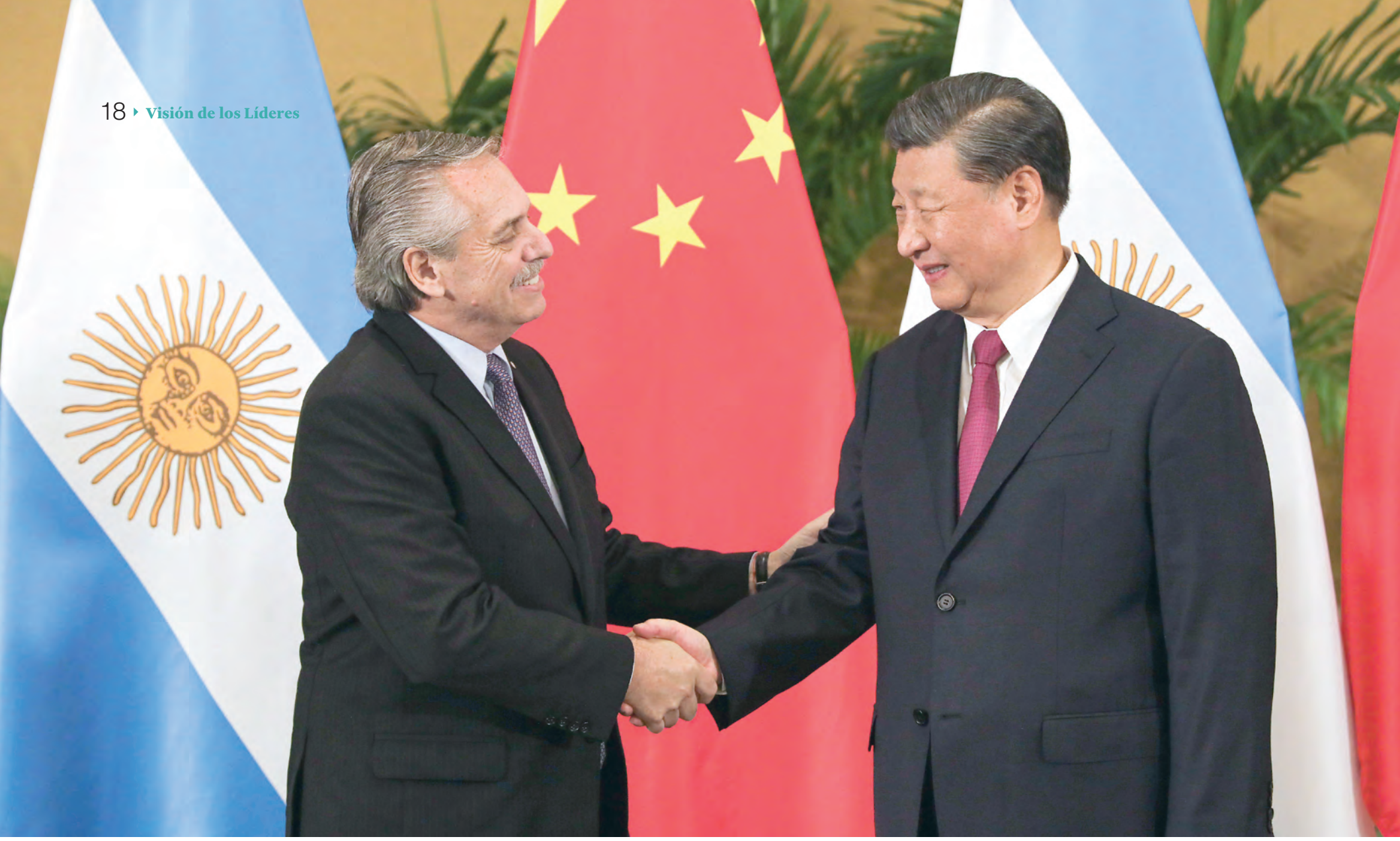
Todo esto le pone varios signos de interrogación al ritmo que mantendrá la producción industrial durante los próximos meses. Desde hace ya tiempo las empresas advierten sobre la problemática que les genera la imposibilidad de acceder con normalidad a insumos importados, y que hay casos de frenos en la producción.

El Gobierno teme por esto debido a distintas razones: lo que representa el freno productivo, las decisiones que se pueden tomar ante esto respecto de los trabajadores y, en el caso de los sectores exportadores, una caída en las ventas externas y la consecuente baja en el ingreso de dólares al país.

Sobre esto último, por ejemplo, ya lanzó una advertencia la Cámara Argentina de Empresarios Mineros (CAEM), que resaltó que, ante las demoras para importar pone en juego exportaciones por u$s 3800 millones

Por otra parte, el Gobierno decidió “sacrificar reservas” entre diciembre y marzo para que las empresas ingresen al programa Precios Justos. A cambio, prometen liberar unos u$s 1000 millones para compras externas.

Si bien algunos estudios privados sostienen que la producción cerrará este año con signo positivo de un 4% aproximado, hay coincidencia en que a raíz de la falta de dólares se enfría y de que podría seguir enfriando la actividad. **VL**



Un éxito dual, pero transitorio

Durante el año que está terminando, el Gobierno no pudo coordinar las acciones necesarias para reordenar la macro. Las facturas pendientes se tendrán que pagar, indefectiblemente, en 2023

Habrá que estudiar detalladamente las distintas etapas de 2022. Desde principios del año, la copa a conquistar fue la del no desborde. Fue una pelea por llegar a la etapa siguiente sin hiperinflación y sin *default*. Un Gran Hermano con galas de eliminación mes a mes. El índice de precios, el dólar *blue*, el nivel de las reservas, el rol de Cristina Kirchner, la Guerra en Europa, el precio de la energía, la sequía y el FMI fueron los actores que nos trajeron a este puerto inestable.

Vale la pena reseñar estos escenarios por dos razones. Por un lado, en estos meses determinaron el *timing* de las decisiones económicas, recogiendo el sabor amargo de un ritmo cansino y a destiempo que produjo en parte el clima de incertidumbre que deterioró las condiciones macroeconómicas.

Los costos postergados se transformarán en facturas, que proyectan la continuidad en 2023 de una crisis sin resolución.

La política, la falta de proyectos comunes en el oficialismo, impidió al Gobierno alinear un curso de acción contundente para frenar el gasto. Trabó primero los esfuerzos de Martín Guzmán por encaminar el acuerdo con el FMI, que suponía un recorte de ese gasto y del consecuente megafinanciamiento monetario en cabeza del Banco Central.

La propia idiosincrasia de Guzmán también había obturado durante varios meses la posibilidad de esterilizar la expansión monetaria. Se opuso a un aumento de tasas que ya desde 2019 impulsaba Miguel Pesce. Hubo abundante alimento para la inflación y para la demanda de dólares por las canillas que goteaban a pesar del cepo que apretaba el grifo de divisas, *in crescendo*, desde octubre de 2021.

El menoscabo de las reservas terminó de completarse, en el invierno. Fue por el gasto en dólares imprevisto por las importaciones de energía a precios disparados por la gurra en Ucrania. Hasta la llegada de los primeros calores, las reservas se habían erosionado unos u$s 5000 millones.

El recambio ministerial ante la resistencia kirchnerista al plan negociado con el FMI disparó a un nuevo nivel la inestabilidad en los mercados. Apenas un detalle de mala praxis financiera en una operación habitual de rescate de fondos fue leída como la perspectiva de *default* de la deuda en pesos.

Con el *blue* lanzado, y con el BCRA batallando por subir las tasas de interés, pasó brevemente por el Palacio de Hacienda Silvina Batakis, quien no logró consenso interno para instrumentar un ordenamiento fiscal mínimo.

En el medio se logró un pequeño puente frente a la aspereza del mercado local para refinanciar la deuda del Tesoro que no forma parte del acuerdo con el FMI. Ese puente se llamó bono dual.

Mientras subía el *blue* y los precios se subían a un régimen de alta inflación, la expectativa cruzada de devaluación y de mayor empuje de los precios dejó poco margen para que el Gobierno se-

© El Cronista



Ariel Cohen
Editor de Finanzas





Página anterior: en Bali se acordó una extensión del swap chino. Esta página, izq.: cumplir con el FMI, uno de los desafíos para 2023. Der.: Miguel Pesce deberá resolver la escalada de pasivos del BCRA

> **En agosto se terminó la temporada del dólar a $ 200 y desde entonces, el BCRA no para de acumular rojo”**

dujera al mercado.

Lo reflejaban los precios de los bonos, que llegaban a un piso de 20% de paridad. Es decir, por cada lámina de u$s 100, el mercado los valuaba a u$s 20.

Volvieron a financiar al Estado solo cuando se les presentó la oportunidad de un título con seguro de cambio y la garantía de cobrar el capital actualizado por la inflación. Lo que fuera mayor. Se trata de los bonos duales.

Los inversores, mayormente el propio Estado, los grandes institucionales (compañías de seguros, bancos y fondos comunes de inversión) respondieron a la oportunidad.

Mientras tanto, tras la explosión de pesos en la economía derivada de la fiesta electoral y del rescate de la economía real de la pandemia, hubo que buscar un renovado consenso político para volver a meter en la lámpara al genio de la incertidumbre.

La llegada de Sergio Massa a Economía pudo construir un pasadizo de seducción cambiaria para que los productores fueran al mercado y las reservas se alimentaran en línea con los objetivos del segundo y tercer trimestres pautados con el FMI. En paralelo, también se liberó la mano derecha del BCRA para subir tasas, y atarse el brazo izquierdo para frenar los giros al Tesoro.

Aún queda pendiente la resolución de la escalada de pasivos remunerados del Banco Central. Para frenar el aumento de gasto devengado y transformarlo en impagable, la economía debería recuperar aliento.

La superación del cuello de botella financiero con los duales dejó paso a la preocupación por los niveles de las reservas y la falta de liquidación de los exportadores de soja.

En agosto se terminó la temporada del dólar a $ 200. Desde entonces, el BCRA no para de acumular un rojo que solo la ampliación del *swap* con China firmada en Bali y otros desembolsos de organismos podrán engrosar.

El contexto de la guerra, a la salida inflacionaria de la pandemia, puso al mundo en una situación novedosa. El esfuerzo de los bancos centrales por evitar una mayor estampida inflacionaria se tradujo en un aumento de las tasas de interés. En los Estados Unidos, se espera que la Fed avance hasta un techo de 4,7%/5 por ciento.

Lo que no se puede prever aún es el efecto recesivo que producirá en la principal economía del mundo. En una lección aplicable tanto a nivel global como en la Argentina, los analistas están pronosticando que los efectos monetarios tardan en verse unos 9 meses. Es pertinente para analizar lo que sucede en la Argentina con las tasas ya aumentadas hasta 75% TNA y por primera vez en términos positivos hasta 100,7% de tasa efectiva anual.

Para el año próximo, el contexto no es muy prometedor. La interna oficial difícilmente logre alinearse en torno de los ajustes para cumplir las metas con el FMI.

Pero, sobre todo, el fantasma de la falta de dólares seguirá acechando. Las condiciones globales de parate y recesión frenarán la actividad. De acuerdo con el grado de avance de la guerra, el precio de la energía seguirá elevado para importarlo, mientras se termina el puente del gasoducto Néstor Kirchner que abastecerá el país de gas barato y local.

Las exportaciones de granos, afectadas por la sequía, no facilitarán las cosas. Tampoco la inflación, si no cede en la inminencia del proceso electoral.

La fórmula “dual”, que paga tanto con inflación como con una devaluación, no es eterna. Tiene costos, que alguna vez habrá que pagar. **VL**

© El Cronista

La mirada de 10 referentes sobre los principales desafíos y oportunidades que esperan a la Argentina de cara al año que se inicia

Juan Luis Bour

Mariana Camino

Martín Rapetti

Sergio Berensztein

Rosendo Fraga

Lucas Romero

Claudio Cesario

Roberto Murchison

María Julia Bearzi

Natalio Mario Grinman

Puntos de vista



Panorama económico



Juan Luis Bour
Economista jefe de FIEL

Abrochar los cinturones

A esta altura la mayoría de los políticos saben que un programa de estabilización requiere un esfuerzo fiscal mayúsculo, corregir precios relativos , contar con un importante *stock* de reservas de intervención y elevar las tasas de interés en términos reales para "comprar estabilidad" en el corto plazo. Además, se requiere implementar un conjunto amplio de reformas macro y microeconómicas que indiquen que "esta vez será diferente" y que en particular la estabilidad y el crecimiento llegaron para quedarse. Naturalmente el listado es demasiado amplio como para que sea abrazado con entusiasmo por alguien que se está yendo del poder, como es el caso de la actual coalición de gobierno en cualquiera de sus variantes.

Por lo tanto habrá que esperar, y esperar a que quienes asuman en una nueva administracion estén dispuestos a encarar el desafío, a riesgo de profundizar la represión en una eterna economía del cepo.

Hay sin embargo otra cuestión que resulta central y bien conocida en los procesos de estabilización y que no aparece en el listado anterior. Es el tema de la inercia, en particular cuando se parte de niveles muy altos de inflación. Hay rezagos importantes en los mecanismos de ajuste de algunas variables y no se comprende adecuadamente la idea de "corregir precios relativos" que forma parte de la herencia de un proceso de alta inflación. La corrección de precios relativos requiere apoyarse en cambios de variables reales de la economía.

Es así que para obtener una mejora del tipo de cambio es imprescindible ya no solo una baja del déficit fiscal sino del gasto público en términos reales (las consecuencias no son las mismas de bajar el déficit subiendo impuestos o bajando el gasto). O sea que se requiere cortar el gasto de manera perdurable para que esa menor presión sobre los no transables permita sostener la mejora del tipo de cambio real. Por si no queda claro, el programa de estabilización habrá de requerir cortar empleo público, cerrar actividades que sustraen valor de la economía (el listado incluye empresas y organismos en los tres niveles de gobierno), y en general gasto en bienes y servicios improductivos, más que cortar inversión en infraestructura, que es el candidato preferido en los programas de ajuste.

Estabilizar no siempre implica mejorar en lo inmediato salarios reales y jubilaciones, y ese es otro tema que debe ser tenida particularmente en cuenta para quien lo intente. Una baja de la inflación protege mejor el poder de compra de los salarios, pero la remuneración al trabajo no es independiente de su productividad. Una economía como la Argentina que solo ha creado empleo público, informal y monotributistas sociales por más de una década paga los costos de una caída de productividad con ingresos que también caen. Y no subirán mágicamente por la estabilización.

Sin embargo aquí juega un rol la inercia. Dado que los mecanismos de ajuste de pensiones y salarios formales suelen "mirar hacia atrás", ajustando en el periodo t con información de t-1. Durante la actual administración, el gobierno del FDT jugó con la idea de que la inflación "hasta aquí llegó y no va a subir más", pero la inflación sigue subiendo, los salarios privados formales y las pensiones están cayendo, 3,5% anual al mes de agosto en el primer caso (Ripte) y casi 9% las pensiones no subsidiadas hacia octubre. Eso cambia si la inflación se desacelera porque, entonces, el ajuste "mirando hacia atrás" sube salarios y jubilaciones. Lo que plantea un nuevo desafío.

> **"Para obtener una mejora del tipo de cambio es imprescindible del gasto público en términos reales"**

No podemos descartar completamente que durante 2023 se intente algún episodio de "estabilización de facto" antes de las elecciones, con controles y prohibiciones generalizadas y mayor atraso cambiario. La probabilidad de ese frenazo inflacionario que podría dar un par de meses con inflación de 4 o 5% mensual es cada vez más baja, ya que en una economía del cepo las reservas mandan y dejan poco lugar a estas aventuras que preanuncian una crisis más profunda aún. Pero la estrategia de represión y controles en modalidad extrema no estará ya disponible en 2024, por lo que allí muy probablemente tengamos un primer período de aceleración inflacionaria seguido –en caso de un programa consistente– de una desaceleración más o menos marcada. Es entonces que el tema de cómo encarar los problemas de inercia será importante, porque planteará un desafío al ajuste fiscal (jubilaciones y salarios públicos que podrían subir en términos reales durante el segundo semestre de estabilización) y al sector privado, en la medida que no se avance rápido en medidas que mejoren la productividad.

Si la macro de 2024 es compleja, la de 2023 no deja mucho espacio a algo que no sea simplemente tratar de llegar de alguna manera hasta la otra orilla. Ello implica objetivos muy modestos que definen un escenario de extrema debilidad en materia de crecimiento, déficit, deuda, inflación e ingresos.

La estrategia del cepo lleva a frenar la economía por el lado de la represión generalizada y el hecho de que se maximiza la incertidumbre post-2023. Ya para el cuarto trimestre de este año estamos proyectando una caída ajustada por estacionalidad del PBI y desde el primer cuarto de 2023 tendremos contracción interanual del producto. La caída del PBI que en un escenario base (favorable) supera el 2% tendrá la contrapartida de aumentar el déficit, y con ello requerirá una mayor financiación monetaria para el Tesoro. No es el mejor escenario para la deuda interna, y menos aún para la inflación, aunque los precios "cuidados y justos" hagan su mejor esfuerzo. Es poco probable que la caída en la actividad contribuya a reducir la inflación (la oferta de bienes puede caer más rápido que la demanda, y la demanda de pesos puede caer más rápido que su oferta), ya que en el plano monetario predominará el impacto de mayor emisión y caída de la demanda de pesos. Nadie pensará en ese contexto en este gobierno y en la coalición de gobierno –si es que a esa altura siguen estando juntos– en un programa de estabilización, por lo que el segundo semestre de 2023 ofrece todas las características de un final abierto, eventualmente con inflación más elevada que la del primer semestre.

La estrategia de los agentes económicos deberá necesariamente ser conservadora, ya que si bien las oportunidades aparecen en las crisis, los riesgos de fracaso y de errores de evaluación también aumentan. ¡Cinturones abrochados!. VL

El escenario para 2023



Mariana Camino
Socia y CEO de ABECEB

¡Qatar!, y ¿después?

Si estos años son extraordinarios, con disrupciones nunca previstas como la pandemia y la guerra, bien podría suceder que esta vez lo extraordinario nos juegue a favor y que, luego de 36 años y 8 mundiales, Argentina reedite aquel logro de México 86. Así, aquellos que trabajamos con escenarios de humor social y sus implicancias políticas (electorales), económicas y sociales, sumaríamos felices las implicancias de tan linda "disrupción" deportiva a nuestro análisis.

Esto que aparenta ser solo un comentario de color, es casi una apuesta para los decisores de nuestro país. La Argentina presenta un futuro cercano muy complejo, donde cada detalle cuenta, y el empujón colectivo emocional de lograr la Copa sin dudas está presente en los espacios de análisis político. Sobre todo, porque esa alegría compartida podría darse en diciembre, un mes históricamente complejo para las expectativas y los bolsillos de los hogares argentinos.

Argentina se ha vuelto cada día más imprevisible y en esta incredulidad, muchas veces pensamos que el tiempo que invertimos en construir escenarios 2023 es en vano porque en este país siempre se queman los papeles. Sin embargo, especialmente en este contexto es cuando debemos redoblar el esfuerzo y buscar la mejor lucidez prospectiva.

La probabilidad de una recesión en Estados Unidos y Europa, los riesgos geopolíticos en torno a la invasión rusa a Ucrania, el freno del crecimiento en China, son factores que oscurecen el horizonte de cara al año próximo.

Este escenario externo que enfrentamos es extraordinario, no podemos calibrar pensando en sucesos independientes, por el contrario, la confluencia simultánea y la proporción de los shocks nos ponen frente a lo que algunos denominan "policrisis". Cómo se potencian y retroalimentan la relocalización de procesos, los ajustes en cadenas de suministro, la transición energética, la transformación digital, la seguridad alimentaria, los eventos climáticos extremos, por nombrar solo algunos, constituye una ecuación con un resultado incierto. Una tormenta perfecta.

En el plano local, la estrategia de "administración" (y no de solución) de los desequilibrios macroeconómicos se mantiene desafiada por márgenes de maniobra cada vez más acotados y los desafíos que se sumará el ciclo político en un año electoral.

Las autoridades intentarán conciliar las demandas de la política con el objetivo de cumplir con las metas del FMI (para mantener la economía alejada de un umbral de crisis que evapore sus chances electorales), y en ausencia de una estrategia orientada a bajar sustancialmente la inflación, difícilmente la dinámica de precios escape de moverse a una velocidad del 5% mensual y no parece probable cerrar el año próximo en niveles inferiores al 80% - 85% interanual.

En lo cambiario, el gobierno acentuará la estrategia de restricciones "de tres patas" que viene aplicando y que consisten en i) intentar devaluar al ritmo de la inflación, ii) mantener tasas de interés reales más altas alineadas con el objetivo de preservar la demanda de pesos y iii) continuar con una minuciosa política de administración de las cantidades de divisas dólares (cepo, control de importaciones e incentivos extra para liquidación de exportaciones).

Con alta inflación, restricciones a la importación y un Gobierno casi sin margen para aplicar políticas fiscales y monetarias muy expansivas para ganar las elecciones, se espera un pobre desempeño de la actividad económica y el consumo el año próximo (2023 con PBI en 0%).

> "Una economía encepada, indexada, descontada, asegurada, disminuye los efectos de los posibles factores sorpresa"

El capítulo de las variables del escenario es una pieza importante para todos, pero dada la historia reciente de nuestro país, la mayoría de los agentes económicos nos hemos vuelto especialistas en estrategias de resguardo. Una economía encepada, indexada, descontada, asegurada, disminuye los efectos de los posibles factores sorpresa, sin embargo, el precio de esta economía mediocre cada vez es mayor.

Esos elevados costos ya los estamos viendo. Cuando una empresa que se enfrenta a oportunidades de demanda en el mercado interno no puede aprovecharlas por problemas de operación causadas por las restricciones a las importaciones, esto revierte decisiones de inversión o incluso dispara la posibilidad de levantar la operación en Argentina y llevarla hacia otros destinos. Estas consecuencias repercuten directamente en el empleo y con un nivel de pobreza del 40%, es clave resguardar los puestos de trabajo.

Descontado el corto, nos queda el largo. Y ahí volvemos a contar con un viento de cola que, esta vez, a los elevados precios de intercambio se le agrega el "activo" de la paz: la irrelevancia de la región como actor principal en la mesa donde se discute la geopolítica global, nos posiciona con un rol sustituto. El reciente Foro organizado por Abeceb encontró un consenso alrededor de este concepto en la mayoría de sus expositores.

Un abanico amplio y diverso de oportunidades puede catalizar este contexto favorable, el ecosistema de economía del conocimiento, la minería, la agroindustria, la movilidad.

Cómo ejemplo de este potencial hagamos foco en oil & gas, si Vaca Muerta se desarrollara al 50% en el largo plazo, podría duplicar los puestos de trabajo (más de 120.000 nuevos) y generar exportaciones por más de u$s 30.000 millones al año, equivalentes al complejo agroindustrial en valores actuales, con lo que lograría más de u$s 12.000 millones de divisas netas.

¿Veremos en 2023 la tracción de las oportunidades de mediano plazo? Difícilmente. Pero lo interesante, es que la certeza de estas oportunidades es suficiente para alinear decisiones e inversiones, estructurar negocios y agentes económicos, lo cual sin dudas es un factor determinante para quebrar la inercia negativa.

El desafío de encontrar un sendero de expectativas positivas el próximo año debe resolverse integrando la complejidad real con un proceso electoral donde se pone en juego el destino de nuestro país. ¿Lograremos asumir nuestra responsabilidad como líderes en nuestras empresas, en nuestro rol con la comunidad y en nuestra participación cívica? Es hora de prepararnos para construir una nueva realidad.

En aquel México 86 contamos con la "mano de Dios" para el éxito. ¿Será que detrás de esta geopolítica tan conflictiva pero imprevistamente favorable para nosotros se reedita algo de tan mística historia? También depende de nuestras decisiones, como dicen los que saben, a la suerte hay que ayudarla. VL

© El Cronista

De bienestar a

muy bienestar.



farmacity

La economía que viene



Martín Rapetti
Economista, director ejecutivo de Equilibra

Entre algodones

A fines del primer semestre de 2022, la economía argentina comenzó a transitar un cuadro estanflacionario intenso. La faceta más visible ha sido la aceleración de la inflación. El año comenzó con un ritmo inflacionario alto. De enero a mayo, la tasa mensual promedió 5,2%, lo que equivale a un 85% anualizado. La dinámica se intensificó a partir de junio. Durante el período junio-octubre, con un promedio mensual del 6,5% (mayor al 110%. anualizado)

El impacto sobre las ventas y la producción no fue tan inmediato. Hasta agosto, el estimador mensual de actividad económica siguió expandiéndose y alcanzó un nivel similar al pico previo de fines de 2017. Sin embargo, empiezan a verse indicios de enfriamiento y posiblemente contracción. Se advierten menores niveles de demanda de energía eléctrica, volúmenes de importación, producción industrial y construcción. En Equilibra, el Centro de Análisis Económico que dirijo, proyectamos indicadores que en los próximos meses mostrarían una mutación de estancamiento a contracción.

Como suele ocurrir, el crecimiento de la economía argentina se ha obturado por la falta de dólares. En una economía encepada, cerca del 85% de la oferta de divisas proviene de las exportaciones. Si no aumentan, no hay crecimiento. La política económica ha tenido un sesgo antiexportador. La existencia de restricciones cambiarias tan severas obstaculiza el desarrollo de las exportaciones e incluso genera incentivos para la elusión o subfacturación. Por motivos simétricos, incentiva en simultáneo una sobredemanda de importaciones porque es el mecanismo que tienen las empresas para dolarizarse. Bajo este esquema, el Banco Central no puede acumular reservas. No es un descubrimiento científico para el Nobel. Es una lección aprendida hace tiempo en la Argentina, la región y el mundo.

Pero la fortuna muchas veces es decisiva. La suba de los precios de las *commodities* exportables le dio un impulso inesperado a las exportaciones y, con él, permitió que la economía se expandiera a los altos niveles de actividad que vemos hoy. Sin subas adicionales de precios, con el volumen de exportaciones estancado y con el aumento de los productos que importamos como la energía, la economía argentina pareciera haber chocado con su techo de dólares. Difícilmente pueda evitarse un parate.

Con la evidencia que disponemos hoy, no hay muchas razones para pensar que esta tendencia se revertirá en 2023. Los principales bancos centrales del mundo liderados por la Reserva Federal de los Estados Unidos han iniciado una agresiva política monetaria contractiva. Las subas de las tasas de interés —las ya ocurridas y las que están por venir— buscan desacelerar la inflación y contener las expectativas inflacionarias. Es una batalla que está en curso, envuelta en una gran incertidumbre. El riesgo de una recesión a nivel global no es bajo. En Europa la contracción pareciera estar en camino, en China se prevé el menor crecimiento de los últimos 40 años (exceptuando el 2020) y en Estados Unidos se anticipa, de mínima, un fuerte enfriamiento.

Las altas tasas y el estancamiento global, en el contexto de un cambio geopolítico tras la invasión rusa a Ucrania, hacen prever que los precios internacionales de los alimentos —soja, maíz, trigo, carne, etc.— bajarán más que los de la energía. En pocas palabras: los términos de intercambio empeorarían para nuestro país durante 2023. La menor liquidez internacional, además, limitará el flujo de capitales a las economías emergentes, inoculando el riesgo de crisis en algunos países en condiciones vulnerables. La Argentina está racionada en el mercado de crédito internacional, pero en este contexto es difícil imaginar la entrada de fondos que busquen aprovechar el bajo precio de los activos locales anticipando un cambio de gobierno, como ocurrió en 2015.

Sumemos, por último, el factor clima. Los pronósticos climáticos prevén para 2023 el fenómeno La Niña —que implica un volumen de lluvias inferior al promedio histórico— por tercer año consecutivo. Hace unos 20 años que no ocurría. Con bajas lluvias y menor humedad en la tierra, la probabilidad de que la cosecha sea menor que la de esta campaña es alta. Otro factor más que contribuiría a una menor oferta de dólares.

No es sencillo conjeturar acerca de las acciones que tomarán los actores domésticos y qué efectos tendrán sobre la economía. Sabemos que 2023 será un año electoral y que, como en todos ellos, habrá una tendencia a la dolarización de portafolios. ¿Será particularmente intensa la del año que viene? Dependerá en gran medida de la incertidumbre política. Hoy es alta y no pareciera ceder en el corto plazo. El gobierno atraviesa una crisis intestina a cielo abierto. La facción de mayor peso electoral, liderada por la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner, manifiesta su creciente incomodidad con una política económica que navega por un estrecho desfiladero. De un lado, la necesidad de corregir los desequilibrios; del otro, las demandas de políticas expansivas. Hasta acá, esa tensión se ha logrado manejar con astucia y muñeca, pero cuesta no ver una intensificación con el correr de los meses, sobre todo si la economía se enfría.

La oposición tampoco contribuye a reducir la incertidumbre. La mayoría de las encuestas anticipa un cambio de gobierno a favor de Juntos por el Cambio. Por eso, las también tensas internas de esa coalición generan ruido. La fuente de incertidumbre no es solo quién será el o la candidata del espacio, sino cómo gobernará sin un liderazgo nítido y con tantas divisiones internas. Los desafíos que le esperan a la próxima administración son muchos y complejos. No bastará con buenas intenciones.

Señalemos, por último, una preocupación que es fuente de mucha consulta. ¿Podrán renovarse los vencimientos de la deuda en pesos del año que viene? A hoy, esos vencimientos acumulan unos $ 15 billones. El 90% de ellos está indexado a la inflación o al dólar oficial y una parte significativa vence entre junio y septiembre, al calor de la campaña electoral. Lo más probable es que la demanda privada de esos instrumentos disminuya. Eso no necesariamente implicaría un colapso del mercado y una explosión financiera, aunque obviamente no pueden descartarse. El 60% de la deuda en pesos está en manos del sector público y cerca del 20% en manos de bancos y aseguradoras, ambos sujetos a regulación estatal. La renovación de esos porcentajes debería lograrse sin enorme dificultad. Por otra parte, el Banco Central podría intervenir comprando en caso de que la demanda privada se retirara bruscamente. Y, finalmente, en el caso de que la oposición incremente sus chances de gobernar y se vaya acercando a esa instancia, podrían aparecer señales de que la deuda en pesos se pagará con el nuevo gobierno. Una aplicación más del teorema de Baglini.

En síntesis: vemos una economía que ha ingresado en una fase de estanflación intensa. De cara al futuro, los factores externos no parecieran contribuir favorablemente y las acciones internas suman incertidumbre. La combinación de pocos dólares y muchos pesos está ahí. El FMI mira, controla (un poco) y espera. Lo más probable es que tengamos una economía estancada o cayendo, con una inflación anual de tres dígitos y un ensanchamiento de la brecha cambiaria empujada por la dolarización de carteras. Una trayectoria entre algodones, que necesita señales políticas para evitar un sofocón. **VL**

© El Cronista

MÁS DE 20 AÑOS

CONECTANDO

HOGARES, EMPRESAS Y CIUDADES

DATACENTER - CLOUD SERVICES - ENLACES DE FIBRA
INTERNET & TELEVISIÓN - FTTH & OTT

Gigared

gigared.com.ar

Escenario político



Sergio Berensztein
Analista político

Entre las elecciones y los desequilibrios macroeconómicos

A poco menos de un año para las presidenciales, la Argentina ha entrado ya en la carrera electoral. Si bien las definiciones de las candidaturas no llegarán hasta entrado el segundo trimestre de 2023, no hay que esperar de la política otra cosa más que especulaciones respecto a la cuestión electoral. Todo esto con un ojo puesto en la dinámica macroeconómica, especialmente en cuatro variables: tipo de cambio, reservas, inflación y crecimiento; que son las claves que seguramente definirán la suerte del gobierno. El Frente de Todos (FDT) ha logrado hasta ahora frenar la dinámica caótica que experimentamos hasta comienzos de agosto, pero no logra despejar las dudas que producen los desequilibrios acumulados, sobre todo el atraso cambiario. Más aún, no está claro si podrá evitar corregirlos y trasladar esa responsabilidad al próximo gobierno, como ocurrió en 2015.

Si bien es muy prematuro para comprender la dinámica que tendrá el proceso electoral, la mayoría de los sondeos sugieren que el FDT (si es que mantiene esta marca tan erosionada) podría sufrir una dura derrota en manos de la oposición, que lidera Juntos por el Cambio (JxC). Es cierto que algunos estudios marcan un ascenso de Milei, pero se trata del único candidato ya instalado (el resto de las fuerzas están lejos de haber definido los suyos), con lo cual debe tomarse ese dato con prudencia. Mirado en términos comparados, si las elecciones fueran hoy, el peronismo podría sufrir una derrota humillante, tal vez la peor de su historia. En efecto, en estas cuatro décadas de democracia, el justicialismo (que siempre compitió con partidos aliados) perdió tres elecciones presidenciales: en 1983, Ítalo Luder obtuvo el 40%; en 1999, Eduardo Duhalde, el 38%; y en la primera vuelta de 2015, Daniel Scioli, el candidato más votado, cosechó el 37% (con un Sergio Massa que compitió por fuera y sacó el 21%). El antecedente más reciente es desalentador para el gobierno: en las legislativas del año pasado el FDT apenas superó el 34% a nivel nacional. Aunque no son directamente equiparables, marca una tendencia desalentadora para el oficialismo. Si repite esa marca efectivamente se tratará de la peor elección presidencial. Según un sondeo reciente de D´Alessio-IROL/Berensztein, si las elecciones fueran ahora, JxC obtendría el 42% de los votos, mientras que el FdT apenas el 28% (no se preguntó por candidatos sino por coalición).

Con la economía en general y la inflación en particular como principal tema de preocupación, y teniendo en cuenta este duro panorama que enfrenta el oficialismo, la gran pregunta es, entonces, si el peronismo se resignará a una derrota casi segura o intentará de algún modo recuperar la competitividad perdida. Los propios funcionarios del gobierno reconocen que, con la actual dinámica, sobre todo con la caída del consumo y el ingreso en un contexto de desaceleración por falta de insumos y caída en los stocks, es virtualmente imposible mejorar las perspectivas de cara a los comicios. En este sentido, lo que no se hizo hasta ahora por prejuicio o ideologización, puede que se contemple por simple desesperación: el horizonte de una derrota no solo inevitable, sino que contundente, con el riesgo de perder provincias claves, puede constituir un factor disuasivo poderoso para convencer a CFK y los sectores más radicalizados que tanto la veneran de ir más a fonde e implementar de una vez por todas un plan de estabilización que intente al menos revertir las expectativas.

El antecedente histórico que debe tenerse en cuenta (y que Massa conoce muy bien) es el Plan Real presentado en julio de 1994, durante la presidencia de Itamar Franco en Brasil. Su ideólogo, el ministro de Hacienda Fernando Henrique Cardoso, ganó las elecciones presidenciales en octubre de ese mismo año gracias al impacto positivo que tuvo en la población el cambio de expectativas respecto de la inflación. Vale la pena recordar que su principal rival era un joven y aguerrido dirigente sindical, un tal Lula da Silva. ¿Se atreverá Massa a impulsar un programa similar? ¿El giro pragmático que mostró CFK, que respaldó públicamente a su ministro de Economía, incluye acaso la posibilidad de avanzar en esta dirección?

El escenario de mayor probabilidad es que el gobierno se resigne a "seguir aguantando" con parches para ganar tiempo y llegar a los comicios sin grandes turbulencias. El beneficio marginal de cada medida micro que inventa el Gobierno en el contexto de semejantes distorsiones macro es cada vez más acotado. Aun así, si la sequía no juega una mala pasada, podría evitarse el peor desenlace (una salida caótica del gobierno), pero con poco margen para la recuperación económica. El oficialismo llegaría a las elecciones muy debilitado y con escasa competitividad. No sería la primera vez que el kirchnerismo aplica el plan "aguantar", ya lo hizo en 2015 y no le resultó bien. Hay dos obstáculos económicos por superar: la escasez de reservas del BCRA y la dinámica del financiamiento en pesos. Y una duda política: ¿Podrá CFK imponer su voluntad y decidir a dedo, como más le gusta, la fórmula presidencial?

Como sugerimos antes, también debe contemplarse la alternativa de un "giro racional", aunque esto conspire con la lógica de polarización y diferenciación con la oposición que intenta implantar el kirchnerismo duro en esta pre-campaña. Es que, asediado por el crecimiento de la izquierda, en el Instituto Patria consideran muy riesgoso perder las credenciales simbólicas y ceder frente a la narrativa del ajuste fiscal. Por otro lado, está el riesgo de que las diferencias internas en el oficialismo, las dificultades objetivas que implica convivir con desequilibrios macro tan profundos y las debilidades en materia de reservas y financiamiento conformen un cóctel explosivo y vivamos un cimbronazo de gran impacto político y electoral. En el caso de un giro racional relativamente exitoso, el FdT podría mejorar parcialmente sus pretensiones electorales. En el segundo caso, no debe descartarse una derrota de proporciones homéricas. VL

> "La gran pregunta es si el peronismo se resignará a una derrota casi segura o intentará de alguna manera recuperar la competitividad"

Un año a la expectativa



Rosendo Fraga
Director del Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría

Las elecciones como eje

El año próximo tienen lugar las elecciones presidenciales, como cada cuatro años. La primera vuelta se realiza el último domingo de octubre; la segunda, de haber, cuatro/tres semanas más tarde, y la asunción del nuevo Gobierno el 10 de diciembre.

Además de presidente y vice, se renueva la mitad de la Cámara de Diputados de la Nación elegida en 2017 y los 24 senadores que asumieron en 2015.

Este será el eje central del escenario político argentino en 2023, el que influirá sobre la problemática económica y social, que al finalizar 2022 da muestras de tensiones e incertidumbres importantes.

Los últimos meses del año que finaliza mostraron que la lucha por las candidaturas en los dos espacios principales, el Frente de Todos en el oficialismo y Juntos por el Cambio en la oposición, es el tema político dominante, aunque falte un año para las elecciones.

El Congreso finaliza sus sesiones ordinarias el 1° de diciembre y recién las reanuda tres meses más tarde, el 1° de marzo. La experiencia histórica muestra que, en los años electorales, la tarea del Congreso baja y ello se intensifica a medida que avanza el año.

En 2022, el Ejecutivo está logrando que el Congreso apruebe en tiempo y forma el Presupuesto para 2023. No será fácil que suceda lo mismo con el de 2024. Una oposición con posibilidades de ganar no dará *quorum*. Así, la "ley de leyes" sería lo primero aprobado por el nuevo Congreso antes de finalizar el año.

En marzo, el comienzo de las sesiones ordinarias coincidirá con la intensificación de la lucha interna en los dos espacios principales por las candidaturas, algo que no sucederá en el tercero que lidera Javier Milei, que no enfrenta alternativas que lo desafíen.

Lo más probable es que las PASO se mantengan. Ello obliga a que aproximadamente en mayo, quienes decidan ser candidatos definan que lo serán.

Hoy no es fácil anticipar quiénes lo serán tanto en el oficialismo como en la oposición. En esta última, resulta probable que el candidato a presidente provenga de las filas del PRO, el socio principal en Juntos por el Cambio. En principio, los nombres de Mauricio Macri -aunque hasta ahora no confirme su intención- Horacio Rodríguez Larreta y Patricia Bullrich parecen concentrar las posibilidades.

En cuanto al radicalismo, su verdadero interés, más que colocar al vicepresidente, está en la Jefatura de Gobierno porteña, para la cual promueve a Martín Lousteau.

En el oficialismo, hasta el mes de mayo la vicepresidenta Cristina Kirchner avanzará con su estrategia electoral, que consiste en permitir que su nombre sea propuesto como candidata presidencial desde las tribunas de los actos públicos del Frente de Todos. En el caso de que en mayo perciba que no tiene posibilidades de competir con éxito para el cargo frente a un candidato opositor, pasaría a ocupar la candidatura a senador por la provincia de Buenos Aires, la que obtendría, aunque el peronismo bonaerense quedara en segundo lugar. Ello implica que estaría en el Senado hasta el 10 de diciembre de 2029, es decir, durante toda la década.

Si ella compitiera en las PASO ganaría entre los votantes del Frente de Todos, pero no es lo más probable que lo haga. Las posibilidades del presidente Alberto Fernández de competir en las primarias obligatorias no parecen muchas y las del ministro de Economía, Sergio Massa, están atadas a lo que suceda en los próximos meses con una economía frágil y difícil.

> "Puede ser un poco aventurado negar cualquier posibilidad electoral para el oficialismo"

Las PASO tienen lugar el segundo domingo de agosto. Son una suerte de preelección que puede o no anticipar resultados. En 2019, el entonces presidente Mauricio Macri perdió por 15 puntos en ellas y en la primera vuelta logró reducir la diferencia a solo siete.

En cuanto a Avanza Libertad, el partido de Milei, probablemente no usará las PASO para dirimir candidaturas, sino para mostrar su capacidad electoral de terciar en la puja presidencial.

Definidas las PASO, se pasará casi inmediatamente a la campaña electoral competitiva entre el Frente de Todos, Juntos por el Cambio y Libertad Avanza. Hoy resulta imposible pronosticar un año antes un resultado electoral. Los comicios brasileños fueron elocuentes. Cuatro meses antes de la votación se pronosticaba un triunfo en primera vuelta de Lula por una diferencia de entre 15 y 20 puntos, que luego, en la segunda vuelta, quedó reducida a menos de dos.

Por eso puede ser un poco aventurado negar cualquier posibilidad electoral del oficialismo. Cabe recordar que Argentina tiene un sistema electoral particular, que no es el de segunda vuelta que tienen Francia, la mayor parte de Europa, Brasil, Uruguay, Colombia, Chile o Ecuador, entre otros. Si fuera así, el pronóstico sería más fácil, dado que con una economía complicada es difícil para un gobierno alcanzar el 50%. Pero en Argentina si el primero llega al 40% y tiene 10 o más puntos de ventaja sobre el segundo candidato, ya gana en primera vuelta.

Alcanzar este porcentaje con una economía difícil no es imposible para un gobierno en Argentina. Macri perdió hace cuatro años con 41% en primera vuelta y Angeloz, ya iniciada la hiperinflación, obtuvo 38%. Con una oposición unida, que el Gobierno llegue al 40% es irrelevante, pero con una oposición dividida no lo es. Que Milei llegue a la segunda vuelta es un escenario improbable, pero no imposible. Fenómenos como el que él representa hoy son comunes en Occidente.

En cuanto a las elecciones provinciales, la mayoría serán adelantadas. Comienzan ya en marzo de 2023 con las de Catamarca y Neuquén. De ahí en adelante, más de dos tercios también las adelantarán escalonadamente hasta las semanas previas a la elección nacional. Pero tanto la provincia de Buenos Aires como CABA parecen decididas a mantener la fecha junto con las presidenciales.

El Poder Judicial es un actor institucional, pero sus decisiones en un país como la Argentina suelen tener efectos políticos. Es posible que la vicepresidenta tenga más de una condena en primera instancia en las causas que la involucran. Pero no hay posibilidad de una sentencia definitiva que le impida ser candidata.

Pero la política es el campo del imponderable, es decir, esos hechos o situaciones que no pueden preverse y que modifican escenarios. El atentado contra Cristina Kirchner fue un ejemplo de ello en 2022. Otras situaciones pueden darse en áreas como la economía o lo social.

2023 es un año electoral, pero lo que suceda con la economía será fundamental para la política. **VL**

El camino a las elecciones



Lucas Romero
Politólogo, director de Synopsis Consultores

El desafío de ordenar la política

Es necesario que se ordene la política" concluyen por estos tiempos todos los análisis de los economistas que intentan identificar la probabilidad de que la economía argentina se arregle. Un reclamo que se entiende bajo la luz de que para producir determinados hechos económicos deseados, se requiere determinada voluntad política. Nada se puede lograr sin esa voluntad, pero lograr voluntad política no es sencillo, ya que no solo se requiere la voluntad de las autoridades a cargo, sino que se necesita que esa voluntad esté provista de ciertos grados de factibilidad de que pueda ser capaz de producir los hechos deseados.

Ese reclamo del sindicato general de economistas para que se ordene la política es la demanda de que existan condiciones para lograr voluntad política y que esa voluntad esté orientada a recorrer el camino correcto. Para llevar el barco a buen puerto, se requiere primero un capitán que piense una buena hoja de ruta (ideas), pero luego que pueda ejecutarla (gobernabilidad).

En democracia, a la política la ordena la gente con el voto. El orden político tiene que surgir de la voluntad popular, es la forma de que todo ese proceso tenga legitimidad democrática. Si bien esta forma de legitimar las decisiones colectivas le agrega cierta complejidad al asunto, cumple una función esencial en la construcción de una voluntad política, porque para producir determinados hechos económicos debe haber cierto consenso social detrás, que legitime la voluntad política.

Aquí es donde en 2023 puede despertarse algo el optimismo en medio del abrumador pesimismo social que hoy reina en Argentina. Y es que, a pesar de las dificultades que enfrenta nuestro país, es posible mirar el proceso electoral del año próximo con alguna expectativa de que sea finalmente una instancia ordenadora de la política.

Si bien es cierto que para conocer con más precisión quién puede ser ese capitán todavía falta que el escenario de candidaturas decante (ocurrirá en junio de 2023), es posible identificar los trazos gruesos de ese proceso electoral.

La preconfiguración que nos muestra el escenario electoral, según los estudios de comportamiento electoral, nos ofrece una particularidad, y es que los dos candidatos que reciben el máximo nivel de intención de voto son dos figuras que se ubican en los extremos del espectro (Cristina Kirchner y Javier Milei hoy tienen una intención de voto superior al 20%), pero el espacio que recoge mayor intención de voto es Juntos por el Cambio, que se ubica en el medio entre esas dos ofertas. Esa particularidad se explica en que hay varios candidatos aspirando a liderar ese principal espacio político, repartiéndose toda la intención de voto que suman el espacio.

> "Es posible mirar las elecciones con alguna expectativa de que sean una instancia ordenadora de la política"

El escenario que estamos viendo de cara a la elección presidencial 2023, es un escenario de 3 modos, similar a lo que ocurrió en la elección presidencial 2015. Pero a diferencia de lo que ocurrió aquel año, en el actual escenario el modo más competitivo se ubica en el centro, entre las opciones menos competitivas de los extremos. Es el escenario 2015 invertido: en aquel entonces los modos más competitivos estaban en los extremos (FPV y Cambiemos), en cambio para 2023 el modo más competitivo es el que está situado entre los dos modos de los extremos.

El hecho de que el modo más competitivo sea el del centro, nos habla mucho de cómo será la mecánica de competencia. Esa particularidad impide que se dé una mecánica de polarización, donde los polos se buscan para confrontar y se repelen, produciendo un arrastre (dinámica centrífuga) de los votantes del centro hacia los extremos. En este escenario, donde los polos son más débiles que el centro, se impide la polarización y su dinámica centrífuga.

En este contexto, la única forma que tienen los polos de mejorar su posición relativa es intentando desarmar el centro, para disminuirlo. Por ese motivo, es que observamos esa curiosidad de un Milei que confronta más con Rodríguez Larreta que con Cristina Kirchner (su polo opuesto), y trata de seducir a Bullrich (borde externo de Juntos por el Cambio) para que se sume a su espacio. Y por ese motivo también es que observamos que Cristina Kirchner, aun siendo una dirigente que se opone fuerte a las ideas de Javier Milei, casi no lo nombra. Mientras que sus dirigentes intentan seducir a los radicales (borde interno de Juntos por el Cambio) para tratar de tentarlos a que abandonen una alianza con dirigentes como Mauricio Macri o Patricia Bullrich.

Pero en definitiva, esta preconfiguración del escenario electoral nos está advirtiendo que hay altas chances de que se produzca alternancia política en la argentina en 2023, y de que hay altas chances de que esa alternancia política este protagonizada por Juntos por el Cambio. Pero para que ello finalmente ocurra, el espacio deberá atravesar un proceso de reducción a la unidad (selección de un candidato único) nada sencillo. Las diferencias entre las diferentes líneas internas del espacio también reflejan diferencias entre sus propios votantes y ello presenta el riesgo de que detrás de la selección de un candidato, aun siendo mediante un procedimiento democrático (las PASO) pueda producir el alejamiento de parte de los votantes de la parte perdidosa.

El espacio tendrá que superar ese proceso para ratificar esas mayores chances de ser gobierno. De lograrlo, ¿puede ser un escenario que nos muestre una política más ordenada? Si miramos el Congreso y la capacidad de construcción de voluntad política que tendría un próximo presidente de ese espacio, se puede ser expectante que sí. Realizando una elección cercana al 40% en octubre 2023, es altamente probable que Juntos por el Cambio logre el control de la cámara de diputados y casi el control del Senado. De ese modo, habría condiciones plenas de gobernabilidad para encarar los desafíos por delante, un aspecto no menor viendo lo que le ocurrió a ese mismo espacio entre 2015 y 2019.

Teniendo en cuenta todos estos elementos, es posible afirmar que se puede ser optimistas de que el voto de la gente pueda producir condiciones políticas propicias para encarar los desafíos económicos que hay que encarar. Igualmente, lo que quede por delante no será nada sencillo. El esfuerzo requerirá tolerancia social y fortaleza política para sostener un rumbo correcto. Pero si la política se ordena, y si se constituyen condiciones políticas propicias para la construcción de voluntad política, podremos entonces concentrarnos en discutir solamente la hoja de ruta y sentarnos a ver si efectivamente se puede enderezar el rumbo de este barco tan querido que es la Argentina. VL

150 años | ZURICH

Qué mejor que
alguien con 150 años

para conocer el valor de cada día.

Cumplimos 150 años y pedimos un solo deseo: seguir protegiendo siempre lo más valioso de las personas.

Porque cuando cuidamos sus proyectos, familias, autos, hogares, negocios, y cada una de sus cosas, estamos cuidando algo mucho más importante. Que puedan disfrutar mucho más de cada día.



Tus días
valen mucho.
Protegelos.

N° de inscripción SSN
Rubro 0039 | Rubro 0228
Rubro 0541

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado **0800-666-8400**

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

ZURICH ASEGURADORA ARGENTINA S.A., CUIT 30-50003639-3. ZURICH ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A., CUIT 30-50004977-0. ZURICH INTERNATIONAL LIFE LTD. SUC. ARGENTINA, CUIT 30-67965715-8. CERRITO 1010, CABA.

El desafío de los bancos



Claudio Cesario
presidente de la Asociación de Bancos de la Argentina



Un sistema sano, pero cada vez más pequeño

En pocas semanas, la Argentina culminará un año de grandes desafíos en materia política y económica, en donde cada sector enfrenta retos particulares que merecen ser analizados con detenimiento. ¿Cómo se encuentra el sistema financiero? ¿Qué está sucediendo con los bancos en nuestro país? En este aspecto es importante destacar que se encuentra muy sano, con elevada liquidez y capitalizado en exceso. Sin embargo, la contracara es su tamaño que cada vez es más reducido y, lejos de ser un punto irrelevante, es un aspecto que merece nuestra especial atención.

Al observar otros países latinoamericanos, y si solo tuviéramos como objetivo converger a los estándares de la región, para lograrlo deberíamos más que duplicar o triplicar el tamaño de nuestro sistema. El indicador que mide la rentabilidad promedio (ROE) de 2021 fue del 7,2% y el de 2022 a agosto es de 6,8%, muy por debajo de las economías comparables.

A pesar de esta situación, las entidades cumplen con todas las condiciones para contribuir a la recuperación de la economía y motorizar a cada uno de sus actores, algo que repetimos en innumerables oportunidades: "Podemos y deseamos ser parte de la solución".

Una clara muestra de madurez del sector es que atravesamos las turbulencias que nos impone la realidad sin romper los contratos. Si a eso sumamos una mirada a futuro, vemos que existe un fuerte compromiso para avanzar en lo que más entusiasma a nuestros equipos; generar nuevas propuestas y soluciones de negocios para todos los usuarios, familias y empresas.

Otros temas no lucen tan alentadores y su solución sigue pendiente. El uso del dinero en efectivo es todavía muy elevado, alentado también por la informalidad en el mercado local del orden del 30 a 40%. Desde 2011 discutimos soluciones de fondo para resolver el problema del exceso de billetes y la necesidad de contar con otros de mayor denominación (que no serían necesarios de atacarse seriamente el combate contra la inflación y se racionalizara el gasto público). Sin embargo, no hemos llegado a un consenso y vemos cómo los efectos negativos son cada vez más complicados de resolver.

En este punto, seguiremos insistiendo en la reducción de utilización migrando hacia los distintos medios de pago electrónico existentes y que se generen a futuro porque contribuyen a la transparencia de la economía y al combate contra la corrupción.

Con el alto nivel de informalidad existente, la hipótesis de que la incomodidad de portar muchos billetes de muy escaso valor haría que la gente se vuelque a otras soluciones, no funciona. Ni el Banco Central ni el resto de las entidades tienen más espacio para almacenar billetes. Por eso, nos vemos obligados a seguir construyendo tesoros y bóvedas. En suma, por no resolver el problema se elevan los costos operativos de toda la economía y se hace ineficiente al sistema, especialmente si consideramos las dimensiones de nuestro territorio.

La pandemia dejó algunas enseñanzas. Las operaciones por canales digitales crecieron fuertemente y nuestra expectativa es que sigan ese camino. La gente valora muchísimo su tiempo y prefiere operar por home banking y celular en lugar de asistir a las sucursales, que necesariamente deberán adaptarse a un nuevo modelo de atención.

> "El uso del dinero en efectivo es todavía muy elevado, alentado también por la informalidad en el mercado local"

El esquema híbrido de las entidades bancarias es una realidad y su ventaja es que abre todas las opciones para las personas y las compañías, que pueden elegir entre lo digital y lo presencial.

En este aspecto, fue importante el impulso que normativamente generó el Banco Central con respecto a las Transferencias 3.0, el E-Cheq y el QR, el cual debe ser cada día más interoperable. Estos desarrollos son los cimientos de la banca del futuro, ya que las transferencias 3.0 y la incorporación del código QR facilitan enormemente los pagos digitales y la interoperabilidad entre los distintos tipos de cuentas y desde sus celulares.

Es, sin dudas, resultado del esfuerzo realizado por los equipos técnicos de todos los actores de la industria, que además nos alientan a seguir invirtiendo en tecnología, tal como los bancos han estado haciendo en los últimos años en los que colocaron al consumidor en el centro de la escena.

La lista de fortalezas y debilidades se combina y nos obliga a continuar impulsando las primeras y a redoblar el compromiso con las últimas hasta encontrar su respectiva solución. Los bancos son, en todos los países del mundo y en el nuestro, instrumentos que permiten dinamizar la economía, dar crédito para el crecimiento y el desarrollo de la sociedad, generar riqueza y empleo. Trabajar en esa línea es nuestro norte y también nuestra vocación. VL

© El Cronista

Un viaje que comienza mucho antes de que empieces a planearlo.

TOYOTA 25 AÑOS

PRODUCIENDO EN **ARGENTINA**

ESTO ES TOYOTA

PAUTA VÁLIDA PARA LA REPÚBLICA ARGENTINA - PARA MAYOR INFORMACIÓN CONSULTE EN WWW.TOYOTA.COM.AR TOYOTA ARGENTINA S.A – CUIT: 33-67913936-9 -.
PLANTA INDUSTRIAL ZÁRATE: RUTA 12, KM 81 (B28000FA) ZÁRATE.

La vuelta a la normalidad



Roberto Murchison
Presidente de IDEA

El futuro nos sigue convocando

Hacer balances y proyecciones parece ser un buen ejercicio en todo momento y resulta casi inevitable en los cierres de año. Termina un 2022 tan particular que, como nos viene ocurriendo en los últimos años, podríamos pensar que es único.

Se va un año en el que lentamente vamos dejando atrás una pandemia que aceleró a toda velocidad los cambios que se venían avizorando y creó un mundo distinto. La pandemia modificó la vida de las personas, pero también la de las organizaciones. IDEA, por caso, logró mutar rápidamente a una forma de trabajo virtual sin que su operación no cesara un solo día. En 2022 atravesamos un proceso hacia más presencialidad, partiendo de una diferencia: tuvimos a disposición el valor de la experiencia que aprendimos en los años anteriores. Aprovechamos con eficiencia las ventajas combinadas de la virtualidad y la presencialidad. IDEA combina todas las formas de trabajo, y la virtualidad que sigue en algunos procesos no solo incrementa la eficiencia de reuniones puntuales, sino que permite pensar en exportar servicios como los de la Escuela de Negocios.

El presente año también tuvo experiencias que vale mencionar porque construyeron un camino completo y potente. Por un lado, en el sur, volvimos a la provincia de Neuquén, que representa un lugar icónico de lo que tiene Argentina para crecer y como el impacto de buenas prácticas puede poner al país en el lugar que necesitamos y merecemos, entendiendo que el mundo es una oportunidad enorme. Ahí debatimos sobre transición energética, convivencia y complementariedad de energías fósiles y renovables, sin perder de vista la reducción de emisiones en operaciones hidrocarburiferas.

Por otro lado, estuvimos en el centro del país, en Rosario, para tener nuestro encuentro sobre agroindustria, lo que fue otro paso importante del año, porque implicó debatir sobre otra de las agendas claves del país y del mundo, teniendo la presencia de figuras políticas de peso de distintos espacios, cámaras, productores y empresarios, hablando de producción, innovación, sustentabilidad, globalización y la industria como agregador de valor.

Experiencia Management, por su parte, constituyó otro evento clave, porque imprimió fuertemente lo que cree y quiere hacer IDEA en relación a los jóvenes profesionales, pymes y mandos medios de las empresas poniéndole fuerza a la mirada de conectarse e inspirarse sobre innovación y liderazgo. El trabajo, cada vez mejor, de las redes de profesionales de IDEA también merece una mención de lo que logró este año donde ha continuado su crecimiento.

El coloquio, otra vez en Mar del Plata, fue otro aporte importante, donde nos encontramos todas las dirigencias con propuestas concretas, que coconstruimos previamente con base en el dialogo, sobre temas clave del país para debatir, escuchar y escucharnos en tren de buscar salidas que permitan avanzar en la senda de una mejor Argentina. Nos reunió la idea de entender qué podía ceder, cada dirigencia, bajo el entendimiento de que eso constituye pilares para crecer.

Este año también profundizó algo que para IDEA es determinante y es el trabajo que se hace desde el programa Actuar, con el que construimos puentes entre profesionales y jóvenes emprendedores de barrios populares para potenciar la economía popular y acercarla al mercado formal. Creemos que este es un rol clave para el empresariado y un aporte necesario y concreto.

> “Anhelamos que el futuro muestre debates y propuestas consensuadas para solucionar lo que pasa en la Argentina”

Es importante destacar la colaboración como un elemento presente en el año en cada una de las acciones mencionadas y en tantas otras. Este fue para IDEA un año donde colaboró y recibió la colaboración de un sin fin de actores. Y esa colaboración tuvo objetivos concretos y eran, en general, lograr propuestas sobre temas, que es algo más que solo tener un diagnóstico o una mirada. Colaborar como algo presente en todo proyecto nos hace mejores y los resultados del año son contundentes.

Algo importante que conecta todo lo mencionado es que hemos logrado en este año récord de auspiciantes y socios. Entendemos que eso devela el interés que tiene el empresariado en participar en IDEA puntualmente, pero más importante, en la construcción de una manera de trabajar los temas que importan en el crecimiento del país. El acompañamiento encontrado pone de relieve que la necesidad de conversar y construir propuestas, donde todos los involucrados importan, y desde donde se pueden finalmente encontrar soluciones existe y es importante.

Mas allá de lo acontecido en este año es importante pensar también en lo que viene, donde desde IDEA seguiremos trabajando en la lógica de colaboración y construcción de caminos conjuntos para llegar a más propuestas en más temas. Pero también fortaleciendo una mirada, por ejemplo, en materia de equidad de género que entendemos nos puede permitir siempre representar mejor a la Argentina que tenemos y queremos. Hemos crecido mucho en los últimos años y tenemos que seguir esa senda.

Por otro lado, continuaremos lo que estamos haciendo con relación con uno de los temas que más nos preocupan y ocupan, que es lo que la agenda del empleo. Impulsar y acercar a la economía popular como uno de los caminos, pero también lo que respecta a fortalecer instituciones, atraer inversiones y tener un crecimiento sostenido y sustentable.

Venimos haciendo, y tenemos que seguir en tal sentido, trabajos muy profundos, serios y robustos con respecto a variados temas, y solo por nombrar algunos podríamos decir el de sostenibilidad de la deuda, energía, inserción de argentina en el mundo, educación, justicia, empleo o sistema previsional. También seguiremos creando espacios como los que tenemos con habitualidad donde los lideres de las principales empresas del país pueden compartir la realidad de distintos sectores de la economía.

De cara a un nuevo año, lo que anhelamos es que los balances futuros muestren debates y propuestas consensuadas que permitan dar lugar a acciones que solucionen lo que pasa en la Argentina. Tal vez el título del coloquio de este año puede ser un buen rector, donde todos los que estamos en alguna dirigencia entendamos que ceder puede ser un paso hacia adelante y que cuando hablemos de ceder para crecer, el debate sobre lo primero nos permita llegar a lo segundo, que es un país creciendo donde los argentinos se sientan mejor, con oportunidades concretas y con ganas de tener sueños por cumplir. **VL**

GALENO

UN FUTURO COMPARTIDO

GALENO SALUD

GALENO ART

GALENO SEGUROS

SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD - ÓRGANO DE CONTROL - 0800-222-SALUD (72583)
WWW.SSSALUD.GOB.AR LEY 26.682. SOLICITUD INSCRIPCIÓN N°1285. DERECHOS RESERVADOS EXPENDIENTE 200.717/12.

Ecosistema emprendedor



María Julia Bearzi
Directora ejecutiva de Endeavor

Antes de empezar a hablar del tema que nos convoca, quiero darle una pequeña introducción al lector sobre la importancia del emprendimiento en nuestro país y en toda América latina. El emprendimiento tecnológico le puede transformar la vida a la gente, no solo a los clientes sino también a los empleados, y si podemos hacer eso, podemos transformar la sociedad completa. Y eso es lo que necesitan la Argentina y los países de la región en estos momentos. Hay mucho talento creativo, con imaginación, con empuje, a partir del se pueden crear empresas de servicios que se puedan exportar fácilmente a través de la tecnología, sin necesidad de grandes infraestructuras, puertos, aeropuertos, logística. El emprendimiento tecnológico, además, puede desarrollarse desde cualquier lugar del mundo. Una combinación perfecta para sacar adelante a la región.



Un mercado más selectivo

Este panorama es el que ven los inversores y eso explica, en parte, por qué el ecosistema de emprendimiento latinoamericano ha crecido tanto en el último tiempo. Luego de la pandemia, 2021 fue un año de bonanza para el ecosistema: mucho capital disponible para startups, empresas que llegaron a grandes valuaciones y nuevos unicornios emergieron en Latinoamérica y Argentina.

Este año la crisis económica global, el aumento del precio de las *commodities*, los sucesos geopolíticos impactaron en el mundo de los fondos de venture capital y cambiaron el panorama: la tendencia alcista que notábamos el año pasado se rompió y los fondos de inversión empezaron a ajustarse. Muchos especialistas hablan de que este año es la etapa de "corrección" ya que se están acomodando algunas valuaciones, probablemente sobreestimadas, debido a la desmedida inyección de dinero del último tiempo. Y en este sentido vale destacar que en mi opinión, no creo que la primavera de capital de 2021 haya sido una burbuja: dentro de la burbuja hay aire y la gran mayoría de las empresas tienen sustento (un buen producto/servicio con un gran mercado al que servir).

Frente a este escenario de cambio, las empresas se vieron obligadas a modificar sus estrategias y a aferrarse a la rentabilidad, priorizar la eficiencia por sobre el crecimiento acelerado, tener al menos asegurado un año y medio de caja. Por esa razón fuimos testigos de despidos en las grandes empresas tecnológicas que habían contratado de manera abismal en época de vacas gordas, y que este año necesitaron adecuarse al contexto. Las que afortunadamente estuvieron exentas de hacer despidos, se rearmaron con equipos con más experiencia y lograron extensiones de rondas de inversión, esperando el mejor momento para salir a buscar nuevamente capital.

> "En lo que va del año la región levantó u$s 5400 millones en capital de riesgo, lo que supera los niveles prepandémicos"

Las menos perjudicadas fueron las *startups* en estadio incipiente o *early stage*: según LAVCA, en lo que va del año la región levantó u$s 5400 millones en capital de riesgo, lo que supera los niveles prepandémicos. Es decir que hubo capital para este tipo de empresas incipientes que están resolviendo los problemas más estructurales de América latina como el acceso al financiamiento y la inclusión económica.

Respecto de 2021, no hay ni habrá al menos por los próximos dos años capital excedente para fondear todo, será un capital mucho más selectivo. Esta condición hace más simétrica la competencia en el mercado de las startups a la hora de competir por talento, pauta, publicidad y otros recursos.

En particular, desde Endeavor hemos acompañado a los emprendedores argentinos en su proceso de internacionalización para que puedan seguir creciendo en mercados regionales y globales. Entendemos que abrir operaciones en un nuevo destino implica analizar múltiples variables como contratar el equipo adecuado que acompañe el crecimiento, consolidar la cultura de trabajo y cuidar la caja. A su vez, la internacionalización demanda grandes inversiones por lo que también ayudamos a los fundadores en su proceso de levantamiento de capital conectándolos con los mejores inversores del mundo. Porque en la medida en la que haya buenas empresas, habrá inversores para apostar por ellas.

Hoy más que nunca importa el equipo en el que se invierte, en aquellos que puedan sostener el crecimiento, que tengan la capacidad de adaptarse a un entorno cada vez más volátil e incierto y que puedan lograr grandes cosas con pocos recursos. **VL**

Ser digital es poder comunicarte de la forma que vos elijas, cuando quieras.

En Itaú podés comunicarte desde el celu, la compu, en persona o como más te guste.

También podés abrir una cuenta por WhatsApp, y hacer transferencias, compras y pagos desde el chat. Eso es ser digital.

Itaú. Hecho con vos.



Itaú

Banco Itaú Argentina es una sociedad anónima según la ley argentina, sus accionistas responden por las operaciones del banco, sólo hasta la integración de las acciones suscriptas (Ley 25.738).

Panorama empresario



Natalio Mario Grinman
Presidente de la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC)

Navegar la incertidumbre

Si tuviera que elegir tan solo una palabra para definir al año entrante, esta sería "incertidumbre". Podrá decirse que el futuro siempre es incierto y eso es verdad, pero hay una cuestión de grado. Y lo que percibo para los próximos meses es que las certezas son escasas y los interrogantes muchos más que los habituales.

En el panorama mundial, el conflicto desencadenado por la invasión rusa a Ucrania, más allá del drama humano que significa, ha abierto un escenario geopolítico nuevo, a la par que ha generado dudas sobre la estabilidad de las cadenas de suministros de productos clave como el gas y los granos. ¿Cómo responderá la política comercial de las principales naciones? ¿Qué consecuencias traerá un eventual endurecimiento en el frente monetario sobre el nivel de actividad? ¿Cómo derramará esto sobre la demanda de los productos de exportación de Argentina y sus precios? Preguntas que surgen y aguardan respuestas.

Simultáneamente, asistimos a un clima político y social enrarecido. La polarización dentro de las democracias líderes y la radicalización en los discursos ganan lugar. Lo vemos en países de la región y también en los del norte. Estamos en un tiempo en el que la democracia liberal afronta embates por izquierda y por derecha, incluso en naciones que eran sinónimo de estabilidad institucional. ¿Cuánto puede tensarse el sistema sin quebrarse? ¿Cuánto se extenderán temporal y espacialmente las posturas extremistas? ¿Es posible acordar y mantener políticas de Estado en una atmósfera tan crispada? Para complicar las cosas, debemos agregar que, aunque la pandemia de covid-19 va quedando en el olvido, está latente la amenaza de que se produzcan rebrotes con nuevas variantes, como algunos científicos vaticinan; y de que, como tantos otros anticipan, asistamos más temprano que tarde a nuevas pandemias. Si eso ocurriera, ¿volverían a adoptar los gobiernos medidas como las aplicadas en 2020? ¿Serían acatadas por sociedades en las que los discursos anticiencia y las 'fake news' parecen haber arraigado? ¿Cómo se conjugará esto con la inestabilidad institucional antes mencionada?

Más allá del escenario internacional que acabamos de describir a grandes trazos, tenemos importantes preguntas abiertas dentro de nuestras fronteras. Hasta dónde llegará la inflación local, cuántos segmentos cambiarios tendremos en los próximos meses y en qué grado se podrán corregir las cuentas fiscales son algunas de las principales que se plantean en el plano macroeconómico.

También tenemos incertidumbre a nivel sectorial. Al mirar al agro, por ejemplo, nos preguntamos cuán grave y extendido será el efecto de la importante sequía en curso; mientras que en el frente energético se mantiene el interrogante de si para el invierno próximo contaremos con la infraestructura adecuada para transportar el gas de Vaca Muerta, que reduciría la costosa dependencia de las importaciones energéticas. En el comercio y los servicios, en tanto, nos preguntamos sobre los efectos que tendrá sobre el poder adquisitivo de la población la aceleración inflacionaria que se produjo en los últimos meses. A la par, resta ver la evolución que tendrán las restricciones a las compras externas, que implican limitaciones a la oferta no solo de bienes finales importados, sino también de artículos producidos localmente con insumos importados, y que perturban la operatoria de numerosas empresas.

> "El sector empresario debe lidiar con un contexto global y local muy poco previsible"

En el plano político-institucional, en tanto, asistimos a iniciativas para modificar la Corte Suprema de Justicia o eliminar las PASO, lo que deja en evidencia que ni siquiera ciertas cosas básicas las podemos dar por seguras. Mientras eso ocurre y la sociedad soporta padecimientos varios, oficialismo y oposición, lamentablemente, parecen más enfocados en sus propias rencillas internas que en los graves asuntos que deberían concitar su atención, lo que ni siquiera deja prever cuál será la oferta electoral que tendremos en las elecciones del próximo año.

Así las cosas, el sector empresario no solo debe lidiar con la incertidumbre propia de su negocio (¿surgirá un nuevo competidor que quitará mercado a mi empresa?, ¿cambiarán los gustos de los consumidores y deberé adaptar mi producto?) sino que también debe tratar con un contexto global y local muy poco previsible. Y me permito agregar que junto a la incertidumbre tenemos unas cuantas certezas, pero que no son precisamente alentadoras. A modo de ejemplo, podemos mencionar una muy elevada presión tributaria que sabemos que no se va reducir en lo inmediato; falencias en materia de infraestructura que llevarán años corregir; una maraña de regulaciones que bloquean la actividad productiva y que demandará tiempo desanudar.

En este panorama tan desafiante, los empresarios tenemos la menuda tarea de seguir llevando adelante a nuestras firmas. De día tras día levantar las persianas de los comercios, poner a andar las máquinas y sembrar los campos, y generar valor agregado y empleo en el país.

Y lo hacemos en un entorno como el que describí, por demás adverso. Algunos pensarán que obramos de esta manera porque somos inconscientes y no comprendemos las dificultades presentes. O porque somos miopes temporales y no avizoramos la negrura del horizonte. Pero yo estoy absolutamente convencido de que no es así. Si los hombres y mujeres de negocios día a día seguimos poniendo en marcha nuestras empresas no es por inconsciencia, sino al contrario, es porque somos conscientes de que las trabas están, pero también de que hay un potencial latente en recursos humanos y materiales que puede aprovecharse. Y tampoco es por miopía respecto al futuro, sino al contrario, es porque sabemos que más allá de las dificultades del corto plazo nuestro país puede tener un porvenir promisorio.

En definitiva, los argentinos nos asomamos a un año en el que la incertidumbre parece ser la norma y las dificultades lamentablemente abundarán, pero sepamos que eso es algo que puede revertirse. No serán pocos los obstáculos, pero estoy convencido de que tampoco somos pocos los que en el 2023 trabajaremos para cambiar este escenario. Somos muchos los que con nuestra labor cotidiana seguiremos construyendo esa Argentina que queremos para nosotros y para las generaciones venideras. Es esa nuestra vocación. Y es ese nuestro compromiso. VL

© El Cronista

Comprá todo para tu Volkswagen donde comprás todo para vos

La tienda oficial de Repuestos y Accesorios Volkswagen llegó a Mercado Libre



LOS PRODUCTOS OFRECIDOS EN LA TIENDA OFICIAL VOLKSWAGEN SON COMERCIALIZADOS POR LA RED DE CONCESIONARIOS VOLKSWAGEN. PARA MÁS INFORMACIÓN, CONSULTE EN WWW.VOLKSWAGEN.COM.AR O COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO 0800-888-8338. VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A., AV. DE LAS INDUSTRIAS NO. 3101, GENERAL PACHECO, PCIA. DE BUENOS AIRES.

2023 Sumario

Agro

ADBlick Agro 42
Agropago 42
Compañía de Tierras Sud Argentino 44
GDM 44
Grupo Los Grobo 44
Lartirigoyen y Cia. 45
Ledesma 45
Molinos Agro 46
Rizobacter Argentina 46
San Miguel 46
Syngenta 48
Viterra Argentina 48

MAQUINARIA AGRÍCOLA

Agco 48
CNH Industrial 48

Alimentos y bedidas

ALIMENTOS

García Hnos Agroindustrial - Tregar 50
Grupo Arcor 50
Grupo Danone 50
Herbalife International 50
Molinos Río de la Plata 50
Mondelez International 51
Nestlé 51
Paladini 52
Pepsico Alimentos 52
San Ignacio 52
Solfrut 52

BODEGAS

Bodega Escorihuela Gascón 52
Bodega Luigi Bosca 54
Bodega Malma 54
Clos de los Siete 54
Corbeau Wines 54
Fecovita 56
Grupo Avinea 56
Grupo Colomé 56
Moët Hennessy Argentina 56

BEBIDAS CON ALCOHOL

© El Cronista

Cervecería y Maltería Quilmes 58
Diageo Argentina 58

BEBIDAS SIN ALCOHOL
Cabrales 58
Nespresso 58
PepsiCo Bebidas 58

Comunicación, marketing y publicidad

AGENCIAS DE PUBLICIDAD
Dentsu 59
Grupo DDB Argentina 60
R/GA 60
Wunderman Thompson 60

CENTRAL DE MEDIOS
Havas Media 60
Quiroga agencia de medios 60
CIO Creative Investigation 62
Kantar Ibope Media 62
FutureBrand 62

Construcción, infraestructura y mercado inmobiliario

INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN
Anclaflex 62
Ecosan 64
Holcim Argentina 64
Saint Gobain 64
Signify 64
Tecnoperfiles 65

CONSTRUCTORAS
CRIBA 66
Linz 66
Techint Ingeniería y Construcciones 66
Sacde 67

INFRAESTRUCTURA
Compañía Sud Americana de Dragados 67

REAL ESTATE
Colliers International 67
Consultatio 68
Contract Workplaces 68
Cushman & Wakefield 68
Eidico 68
Fernández Prieto & Asociados 70
Haras del Sur 70
Ocampo Propiedades 70
RE/MAX 70

Consultoría

AUDITORÍA E IMPUESTOS
Auren 72
Bakertilly Argentina 72
BDO 72
Deloitte 72
EY 72
KPMG 73
Lisicki, Litvin & Asociados 73
PGK Consultores 73
PwC Argentina 74
RSM Argentina 74
Russell Bedford Argentina 74
SMS Latinoamérica 74
SMS – San Martín, Suárez y Asociados 74

CIBERSEGURIDAD
BTR Consulting 75

ECONOMÍA Y FINANZAS
Abeceb 75
Finanzas & Gestión 76

GESTIÓN
Bain & Company 76
Boston Consulting Group 76
Ceibo Digital 76
Grupo Crescent 76
Paradigma 78
Together Business Consulting 78

HEADHUNTING
Glue Executive Search 78
High Flow Consulting 78
Russell Reynolds Associates 79
Wall Chase 79

RECURSOS HUMANOS
ADP 79
Bayton Argentina 80
Great Place To Work 80
Grupo Ceta 80
Grupo Gestión 80
Lee Hecht Harrison 80
ManpowerGroup 82
Mercer 82
Randstad 82
The Adecco Group 84
Whalecom 84

TECNOLOGÍA
Grupo Datco 84
G&L Group 84
Snoop Consulting 85

Consumo masivo

Clorox Argentina 85
Grupo Parallel 85
Kimberly Clark 85
Simmons de Argentina 86
Unilever de Argentina 86

Cosmética y Limpieza

Alfaparf Group 86
L'Oréal Argentina 86
Natura 88

Electrónica y electrodomésticos

Afarte 88
Aires del Sur 88
BGH 90
Grupo Núcleo 90
Newsan 90
Whirlpool Argentina 90

MANUFACTURA DE ELECTRÓNICA Y AUTOMOTRIZ
Mirgor 91

Energía y minería

BIODIÉSEL Y AGROINDUSTRIAL
Grupo Bahía Energía 92

ELECTRICIDAD
AES Argentina 92
ENEL 92
EDENOR 92
Edesur 92
Grupo Albanesi 94
Pampa Energía 94

GAS
Camuzzi 94
Excelerate 94
Mega 96
Metrogas 96
Naturgy 96
TGN 98
TGS 98

PETRÓLEO
DeltaPatagonia, licenciataria de Gulf en Argentina 98
ExxonMobil Exploration Argentina 98
Gulf Oil Argentina 100
Pecom 100



Raízen 100
Refinor SA 101
Shell 101
Tecpetrol 102
Victorio Podestá 102
Vista 102
YPF 102

RENOVABLES
Genneia 103
PCR 103
YPF Luz 104

Estudios jurídicos

Alegría, Buey Fernández, Fissore & Montemerlo 104
Allende & Brea 104
Beccar Varela 104
Martínez de Hoz & Rueda (MHR) 106
Marval, O'Farrell 106& Mairal
Nicholson & Cano Abogados 106
Pérez Alati, Grondona, Benites & Arntsen 106

Eventos y exposiciones

Messe Frankfurt 106

Finanzas

BANCOS
BBVA 108
Banco Ciudad 108
Banco Galicia 08
Banco Hipotecario 110
Banco Itaú 110
Banco Macro 110
Banco Mariva 112
Banco Patagonia 112
Banco Provincia 112
Banco de Servicios y Transacciones (bST) 112
Banco de Valores 112
HSBC 112
ICBC 113
JP Morgan 114
Openbank Argentina 114
Ualá 114

FINTECH
Bitso 114
Klimber 116
MODO 116
Pomelo 116
Quantia 116
Tienda Crypto 116
Allaria Ledesma Fondos Administrados 118
Balanz Capital 118
Credicuotas 118
Grupo Cohen 118
Grupo Provincia 119
IOL invertironline 119
Interbanking 120
Inviu 120
MegaQM 120
Neix 120
Mastercard 121
Naranja X 121
Quiena Inversiones 122
Ripsa 122

Industria automotriz

AUTOMOTRICES
Ford 122
General Motors Argentina 124
Honda Motor de Argentina 124
Iveco Group 124
Mercedes-Benz Argentina 124
Mercedes-Benz Camiones y Buses 126
Nissan 126
Renault Argentina 125
Stellantis 128
Toyota 128
Volkswagen Argentina 128

AUTOPARTES
Bosch 129
Michelin 129
Neumen 129

MARKETPLACES
OLX Autos 130

Laboratorios

Bayer 130
Biogénesis Bagó 130
Biosidus 131
Boehringer Ingelheim 131
Bristol Myers Squibb 131
Laboratorios Bagó 132
MSD Salud Animal 132
Merck SA 132
Novartis Argentina 132
Pfizer 133
Roche 133
Sanofi 134
Sidus 134
Takeda 134

Medios de comunicación

El Cronista 135

AUDIOVISUALES
Paramount 135
Torneos 136

Mercado de Capitales

Allaria Ledesma & Cía. 136
Bolsas y Mercados Argentinos SA (BYMA) 136
Latin Securities 137
MAE (Mercado Abierto Electrónico) 137

Minería

Barrick Gold 138
Compañía Minera Aguilar SA 138

Pinturas

Sinteplast 138

Química y petroquímica

BASF Argentina 138
Henkel Argentina 139
Dow Argentina 139
Transclor 140
Unipar 140

Retail y marketplaces

GASTRONOMÍA
Alsea 140
Arcos Dorados 140

MARKETPLACES
MercadoLibre 140
Tiendanube 141

RETAIL
Alot 141
Bigbox 142
Blue Star Group 142
Carrefour 142
DIA Argentina 142
Farmacity 143
GDN Argentina 143
Landmark 143
QU!ICK Scan&Go 144

Salud

Centro de Servicios Hospitalarios 144
Droguería del Sud 144
Emergencias 145
Grupo Galeno 145
Matercell 145
Medife 145
Omint 146
Osde 146
Osdo 146
Sanatorio Otamendi 146
SanCor Salud 146
Swiss Medical 147
WeFIV 147

Seguridad

ADT 147

Seguros

AON 148
BBVA Seguros 148
Coface 148
Compañía de Seguros Insur 148
Experta Seguros 149

Galicia Seguros 149
Grupo Gaman 149
Grupo Hawk 150
Grupo Sancor Seguros 150
Life Seguros 150
Marsh 150
Orígenes Seguros 151
Río Uruguay Seguros 151
San Cristóbal Seguros 151

Servicios

CORREO, LOGÍSTICA Y TRANSPORTE
Andreani 151
Cabify 152
CIMC Wetrans 152
Delfin 152
Grupo Tasa Logística 152

SERVICIOS DE CONTACTO
Konecta 152

SERVICIOS DE EVALUACIÓN
IRAM 153

SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS
3M Argentina 153
Atlas Copco Argentina 154
Ball Corporation 154
Smurfit Kappa 154

SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCESIONES
Aeropuertos Argentina 2000 155
Autopistas del Oeste 155
Autopistas del Sol 155

Siderurgia y metalurgia

ArcelorMittal
Acindar 155
Gerdau 156
Tenaris en Argentina 156
Ternium 156

Tabacaleras

BAT Argentina 157
Massalin Particulares 157

Tecnología

CONSULTORÍA
Mc Luhan Consulting 158
AMD Argentina 158
Epson 158
HP Inc 158
Intel 158
Logitech 159
Motorola Mobility 159
Samsung 160
Addoc 160
ESET Latinoamérica 160
Fortinet 160
Strix by LoJack 161

SERVICIOS
Brevity 161
Cirion Technologies 161
Epidata 162
Equifax 162
Google 162
Ituran 162
NTT Data 162
Octopus Proptech 164
Powerfleet 164
Prisma Medios de Pago 164

SOFTWARE
Apexar Technologies 164
Avenida+ 164
Baufest 164
Brandlive 165
Cegid América Latina 165
Cisco Systems Argentina 165
Edison 165
Globant 165
Liveware 166
IBM Argentina 166
Microsoft 166
MicroStrategy Argentina 166
Napse 166
Partix Tech 167
Planexware 167
Red Hat 167
SAP 167
Salesforce 167
SMS Sudamérica 168
Softtek 168
Tester 168
Totvs 168
Unitech 169
Veritran 169
Vortex 169
Wyder 169

Telecomunicaciones

Anura 170
Furukawa 170
Electric LatAm SA 170
Gigared 170
Metrotel 170
Telefónica Movistar 170

Turismo

HOTELES
Aadesa Hotel Manag. 171
Accor 171
Wyndham Hotels 171

LÍNEAS AÉREAS
Air Europa Líneas 171
JetSMART Airlines 171
Royal Class 171

SERVICIOS
Assisto Tu Viaje 172
Travel Services 172
Universal Assistance 172

Universidades

IAE Business School 172
ITBA 172
UCEMA 173
Universidad Austral 173
Universidad CAECE 173
Universidad de Belgrano 173
Universidad de San Andrés 173
Universidad Torcuato Di Tella 173



Somos más de **9.000 personas** en Argentina y Brasil que con orgullo y pasión **hacemos que llegue eso que te importa.**







Vinculamos a grandes empresas, pymes, emprendedores y consumidores; **con la mejor tecnología.**

Trabajamos todos los días en el desarrollo de soluciones logísticas para seguir llegando a cada rincón del país de forma simple, segura y sustentable.

ANDREANI

Llevamos lo que te importa.

Agro



José A. Demicheli
CEO

ADBLICK AGRO
Facturación (e.) 2022: u$s 90 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 100 millones
Inversiones 2023: u$s 50 millones
Empleados: 95

1 A pesar de la turbulencia internacional y, especialmente, nacional, en 2022 hemos asumido nuevos desafíos en materia de modelo de negocios, por lo que nuestro objetivo es desarrollar la mayor inversión que hemos efectuado para integarnos en la cadena de valor. Nos proponemos años de mucho crecimiento y de apuesta estratégica, de la mano de equipos que hemos logrado consolidar y profesionalizar.

2 El ecosistema agroindustrial navega en un entorno incierto, y la permeabilidad al cambio que ello exige para sobrevivir es el mayor desafío de los líderes de nuestro sector. No es solo la macro argentina, que es impredecible y turbulenta, sino también el orden internacional. La ventaja: la demanda mundial de alimentos no bajará. Los obstáculos fueron y son la falta de certeza y previsibilidad, la falta de plan económico, impositivo, cambiario, la inflación y el crecimiento de la pobreza, además de la falta de lluvia y otros factores no controlables.

El Cronista

LA VISIÓN DE LOS LÍDERES

1 ▸ ¿Cuáles son las expectativas y proyectos de su empresa para 2023?
2 ▸ ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrentó en 2022? ¿Qué balance hace del año que está por terminar?
3 ▸ ¿Qué políticas públicas podrían contribuir a darle impulso a su sector

(e): Estimada

Producción general:
Manuel Gómez Mirás
Sergio Lanzafame y
Ricardo Quesada

La recopilación de información se llevó adelante durante octubre.

Nos preocupa la falta de crecimiento y el estancamiento de la economía. De todas formas, apostamos y decidimos sumergirnos en las variables y factores que sí dependen de nosotros. En ello confiamos y basamos el optimismo con el que trabajamos.

3 Podemos generalizar la respuesta en casi cualquier política que implique previsibilidad y estabilidad. Parece un sinsentido pero todo lo que necesitamos es reglas claras. Detener la inflación y el crecimiento de la pobreza y continuidad del plan económico.

Agropago



Gonzalo Mas
Director

AGROPAGO
Facturación (e.) 2022: u$s 200.000
Facturación (p.) 2023: u$s 300.000
Inversiones 2023: u$s 150.000
Empleados: 40

1 La expectativa y el foco está en cuidar, fortalecer y respetar al equipo. Esto ayuda a que cada persona esté más cerca de su mejor versión, desarrolle y se desenvuelva en su rol lo mejor posible. Entendiendo que cada rol suma a un objetivo en común que es atender las necesidades de nuestros clientes. Uno de los objetivos para 2023 es seguir sumando distintos medios de pagos digitales a la plataforma de Agropago. Paralelamente a esto, está en curso el proyecto de regionalización que tiene que ver con expandir los servicios a América latina.

2 Diría que el mayor obstáculo tuvo que ver con

universal assistance

ASISTENCIA AL VIAJERO

Activá la tranquilidad

APP
Autogestión médica

Cobertura
COVID-19



Acceso a
SALAS VIP
vuelos demorados ó cancelados.

CÓDIGO QR
para compartir tu cobertura

Asistente virtual
24HRS

Tu viaje es tu viaje y nosotros lo protegemos.

DESCARGÁ NUESTRA APP

universal-assistance.com

Universal Assistance S.A. CUIT 30-58146679-6, Domicilio Av. Córdoba 820, piso 13, CABA (C1054AAU), contáctese con su ejecutivo de ventas u oficina local.
Infórmese en nuestra página web sobre los términos y condiciones https://www.universal-assistance.com/mobile/terminos/espanol/tyc.pdf

la coyuntura de nuestro país, sobre todo los bruscos cambios que hubo en cuanto a regulaciones específicas del sector Fintech. Otro importante desafío fueron los ajustes internos propios de una organización que está creciendo y de personas que se van vinculando con distintos intereses. El balance, en lo personal, y capaz desde un lado no muy ajustado, es siempre positivo. Sin dudas cuando nos va bien hay disfrute y recompensa. No obstante, son los momentos más difíciles los que nos hacen crecer. Nos desafían a ver más allá, a pensar distinto y a animarnos a otras cosas. Y es justamente el manejo de la incertidumbre lo que nos permite avanzar y lograr aquello que nos proponemos.

3 Se me viene algo simple, que creo que aplica a todos los sectores y es que haya incentivos para poder desarrollar los diferentes sectores. En definitiva, es parte de lo que contribuye al crecimiento del país. Hoy lo que hay disponible tiene más que ver con trabas, mayores impuestos, resoluciones poco claras y cambiantes, por mencionar algunas cosas.



Agustín Dranovsky

CEO

COMPAÑÍA DE TIERRAS SUD ARGENTINO

Facturación (e.) 2022: u$s 34 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 35 millones
Inversiones 2023: u$s 3 millones
Empleados: 300

1 Continuar con el desarrollo del plan de inversiones orientado a la optimización de procesos, incorporación de tecnología y ajuste de los modelos productivos para incrementar la producción de manera sustentable y a su vez generar empleo de calidad en las regiones donde operamos. En el largo plazo somos optimistas respecto de la producción en la Argentina, donde hay oportunidades para seguir creciendo e invirtiendo, y es lo que estamos haciendo puntualmente en ganadería, agricultura, forestación y en incorporación de tecnología. El año próximo tiende a ser similar a 2022 con algunos riesgos por la recesión global y la devaluación de ciertas monedas como el yuan y el euro, que podría afectar negativamente en los precios de la lana y la carne vacuna.

2 Sobre el final de este año una de las grandes preocupaciones es la condición climática que está afectando a todo el país y que podría impactar en la producción agrícola. Por otro lado, en relación con el mercado de lana vemos que la devaluación del euro y del yuan está generando una caída en la demanda y por consecuencia, una baja en el precio. Otra preocupación en cuanto a la situación local es la alta inflación, que supera a la tasa de devaluación. Comenzamos el año con buenos resultados productivos y una suba de precios de en granos y hacienda. Desde mediados de año la inflación en dólares resta competitividad a las empresas exportadoras y el temor a una recesión mundial genera incertidumbre sobre la demanda futura de lana y los precios futuros.

3 Es necesario implementar políticas orientadas a la protección de la propiedad de la tierra y que, a su vez, funcionen como incentivo a las inversiones, especialmente en la Patagonia. Este tema es esencial para brindar seguridad, no solo a quienes venimos apostando por el crecimiento económico de la región patagónica sino también a aquellas empresas privadas que tienen intención de invertir. Así como diagramar un plan sostenido con acciones que tiendan a disminuir la inflación, estabilizar la economía y desarrollar un mercado de capitales focalizado en financiar y fomentar proyectos de largo plazo. Esto sería un punto de inflexión para el desarrollo de las economías regionales.



Ignacio Bartolomé

CEO

GDM

Empleados: 1300
Facturación (e.) 2022: u$s 700 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 790 millones
Inversiones 2023: u$s 90 millones

1 Nuestro objetivo a nivel global es profundizar el camino de expansión como una compañía líder en el desarrollo y gestión de soluciones agrícolas, con un enfoque moderno y dinámico para diversificar el negocio, sumando nuevos productos y territorios. En la Argentina, trabajaremos para profundizar el desarrollo de Sembrá Evolución, una iniciativa de la industria que busca fomentar el respeto a la propiedad intelectual en semillas a través de la cual GDM va a disponibilizar su inversión en mejoramiento y sus cultivos de mayor valor. Apuntamos a desarrollar el negocio de maíz en Brasil y mantener el liderazgo en soja en ese mercado. Consolidaremos el negocio de EE.UU., con foco en licencias y el canal de *retail*. En Europa, el desafío será establecer un programa de girasol dinámico y competitivo.

2 En 2022 afrontamos el desafío de adaptabilidad como organización global a los distintos entornos en los que operamos, que fueron cambiantes. Se trata de un desafío grande, sobre todo cuando la compañía trabaja para profundizar la expansión en países desarrollados, donde los desafíos culturales y de mercado son aún mayores. A nivel global, cerramos el año con un balance positivo sobre todo por la contribución de Brasil como territorio. En la Argentina, el desafío fue la gran seca en trigo que hizo que disminuyera el área sembrada. También se sintió la falta de semilla de maíz disponible debido a las condiciones climáticas de la campaña 21/22 y la inflación en dólares. De todas formas, tuvimos un año con resultados cercanos a lo esperado.

3 Estamos convencidos de que es esencial una ley o regulación que fomente el respeto a la propiedad intelectual en semillas para que se pueda generar un circulo virtuoso donde haya más inversiones y competencia, que genere mejores productos y mejores opciones para los agricultores.



Enrique Flaiban

Grupo Los Grobo

GRUPO LOS GROBO

Facturación (e.) 2022: u$s 820 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 1102 millones
Inversiones 2023: u$s 10 millones
Empleados: 700

1 Nuestra expectativa para el próximo año es continuar con el plan de crecimiento en volúmenes comercializados y acopiados de granos de un 10%, y llegar a los 2,5 millones de toneladas, un incremento en los volúmenes de insumos vendidos entre un 5% y un 25% dependiendo el tipo de producto y un incremento en el número de sucursales abiertas y de capacidad de acopio. Para ello se prevé una inversión en Capex de unos u$s 10 millones más una inversión en la próxima campaña 22/23 de unos u$s 110 millones.

2 Incertidumbre climática frente al segundo año niña. Volatilidad de los precios de las *commodities* en los mercados. Mantener la cadena de suministros de materias primas del exterior a partir de las restricciones en los países de origen y las limitaciones impuestas para los pagos al exterior por parte del BCRA. Incertidumbre de la situación financiera a nivel mundial con incrementos en las tasas de interés y a nivel local con limitaciones y costos de los créditos. Alta inflación en dólares de los costos locales en pesos e inflación en pesos. Demoras en la comercialización de los volúmenes de granos. Sin embargo, el balance es positivo, porque a pesar de los obstáculos descriptos anteriormente, hemos terminado un año con volúmenes y resultados superiores un 15% en relación con 2021.

3 Regularización y normalización de las variables

macroeconómicas: inflación, tasas de interés, tipo de cambio, déficit fiscal. Eliminación gradual de las retenciones a las exportaciones de granos.



Ignacio Lartirigoyen
Presidente

LARTIRIGOYEN Y CIA.
Facturación (e.) 2022:
u$s 1080 millones
Facturación (p.) 2023:
u$s 1200 millones
Inversiones 2023:
u$s 12,3 millones
Empleados: 1200

1 Como viene ocurriendo en los últimos años, en Lartirigoyen creemos que el 2023 será un año en el que habrá oportunidades en el sector agroindustrial. Como consecuencia de eso, y manteniendo el objetivo de seguir consolidando las adquisiciones que hicimos en los últimos años, continuaremos creciendo orgánicamente, así como también analizando potenciales inversiones que nos permitan expandir nuestra red comercial y logística, para seguir brindando soluciones integrales a nuestros clientes.

2 El cambio de reglas tanto en lo financiero como en lo que respecta a Comercio Exterior, nos dificulta operar con normalidad. Un claro ejemplo de esto son las limitaciones en el pago de importaciones.

3 Hay que trabajar en la simplificación del sistema tributario e implementación de mayores controles que ayuden a combatir la informalidad y –como consecuencia– reducir la presión fiscal. También creemos fundamental generar consenso entre los distintos actores de la política, para entender en qué marco regulatorio vamos a tener que navegar en los años venideros. Esto ayudará a generar confianza para atraer nuevas inversiones al sector.



Javier Goñi
Gerente general

LEDESMA
Facturación (e.) 2022:
$ 80.600 millones
Facturación (p.) 2023:
$ 146.200 millones
Inversiones 2023:
u$s 40,9 millones
Empleados: 6970

1 En los últimos cuatro años hemos reforzado las capacidades de los negocios y estamos atentos a las oportunidades para generar nuevos productos y proyectos. Nuestro plan estratégico está basado sobre 3 ejes: la transformación digital, la transformación cultural y la innovación. Seguiremos diversificando nuestro portafolio de productos sobre el pilar de la sustentabilidad y al mismo tiempo buscaremos potenciar nuestras ventajas competitivas. Además, continuaremos incorporando tecnología en el campo y avanzaremos con el Parque Industrial Ledesma en Jujuy.

2 En 2022 tuvimos un aumento muy importante en los costos, sobre todo en dólares, de insumos importados o dolarizados: fletes, gas, gasoil y fertilizantes. Además, tuvimos una sequía muy grande en los cultivos del NOA y también en la Pampa Húmeda, por segundo año consecutivo. En el caso de la caña, eso causó una baja en la producción. En cuanto al negocio de Frutas, tuvo un buen año en términos productivos pero muy complejo en la rentabilidad por el altísimo costo de los fletes y un contexto macro muy adverso a nivel nacional e internacional. En síntesis, si bien tuvimos resultados positivos en el balance de la compañía en el ejercicio 21/22, la perspectiva para el que estamos atravesando ahora es más incierta.

3 Como siempre decimos, *a priori* la estabilidad económica y jurídica, con instituciones sólidas, son el mejor marco posible para las empresas. La educación también es una de las políticas públicas que se hace necesario apuntalar

IMPULSAMOS
EL DESARROLLO
DE LAS PERSONAS

Personal Temporario
Búsqueda y selección
Outsourcing de procesos
Consultoría corporativa

0810 345 CETA **www.grupoceta.com.ar**
Grupo Ceta Argentina grupo.ceta.ar grupocetaarg

grupoceta
impulsamos el desarrollo de las personas
metro servicios
conectamos marcas con personas
más distribución
unimos a todas las personas

para mejorar la empleabilidad de las personas. Para las economías regionales en zonas alejadas la reinstalación de beneficios como el decreto 814 sería un impulsor del empleo.



Pablo Oscar Noceda
Gerente general y CEO

MOLINOS AGRO
Facturación (e.) 2022: u$s 3800 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 4000 millones
Inversiones 2023: u$s 20 millones
Empleados: 606

1 Para el año entrante esperamos un aumento en el área a sembrar con soja que, de mediar condiciones favorables, por el retorno a una situación de neutralidad climática después de tres años de sequías, se traduciría en una mayor producción de soja, principal materia prima para la actividad industrial de la compañía. En este sentido, al contar con mayor oferta de materia prima, proyectamos una mayor utilización de la capacidad instalada. Los nuevos proyectos estarán en línea con el agregado de valor a ciertos subproductos obtenidos de la molienda de soja y girasol.

2 Las exiguas cosechas producto de la sequía, el bajo ritmo de venta de materias primas por parte de los productores, que se ubicó por debajo del promedio histórico, y la exportación de materia prima sin procesar, afectaron negativamente el uso de la capacidad instalada y el agregado de valor. El pograma dólar soja implementado por el gobierno nacional en septiembre hizo que en 30 días se comercializaran 11 millones de toneladas de soja, de las cuales unos 4 millones serán exportadas como poroto sin procesar, lo que deja en evidencia la desventaja competitiva del complejo industrial sojero vs. la exportación de materia prima sin industrializar a partir de la publicación del DNU 131/2022, que suspendió hasta el 31 de diciembre de este año el diferencial de alícuotas entre los derechos de exportación del poroto de soja y los productos con valor agregado industrial, con una mayor carga impositiva nominal para estos últimos.

3 El sector agroindustrial (y el país) necesitan de mayor volumen de producción agrícola, en particular, de aquellos granos y oleaginosas fuertemente orientados a la exportación como es el caso de la soja, que genera un fuerte saldo exportable y fortalece el ingreso de divisas del exterior, prácticamente sin impacto en la mesa de los argentinos. Toda política pública que favorezca mayor área sembrada, la adopción de nuevas tecnologías, y el uso de semillas de alto potencial productivo como así también las que refuercen nuestra infraestructura serán bienvenidas por parte del sector. Al mismo tiempo, la eliminación de distorsiones en la política fiscal exportadora (como el mencionado caso de la suspensión del DNU 131/2022) aportará mejoras al agregado de valor en suelo argentino.



Ricardo Yapur
CEO

RIZOBACTER ARGENTINA
Facturación (e.) 2022: u$s 288 millones
Empleados: 600

1 En nuestra compañía, estamos muy entusiasmados con todo lo que se viene. Hoy atravesamos un proceso de reorganización que resulta de la adquisición de Marrone-Profarm por parte del Grupo Bioceres Crop Solutions, al cual pertenecemos. Esto nos posiciona como uno de los proveedores más importantes de biológicos para agro a nivel global. Este escenario acompaña los proyectos de la compañía de continuar creciendo en sus negocios internacionales. Hoy estamos en 45 mercados y este año aspiramos llegar a China además de seguir desarrollándonos en otros países de América latina, Asia, Europa y África. En 10 años, la estrategia comercial internacional logró una tasa de crecimiento anual del 34%. En el último ejercicio, superó en un 21% las ventas conseguidas en el período anterior, con una facturación que traspasó los 60 millones de dólares, lo que representa un 30% de la facturación total de la compañía, que hoy cuenta con 700 colaboradores

2 La actual sequía que reducirá drásticamente el rendimiento de la cosecha fina. Según estimaciones de la Bolsa de Cereales, ya se perdieron 600.000 hectáreas de trigo. El fenómeno Niña también influye negativamente en las perspectivas de siembra de maíz y rendimiento de soja. Esto no significa que el productor no vaya a sembrar pero las inversiones en tecnología serán mínimas y eso afecta a toda la cadena de valor de la industria. No obstante, y a pesar de la coyuntura, como empresarios necesitamos proyectar y estar atentos a las nuevas necesidades del agro, que tiene el desafío de ser cada vez más sustentable en sus prácticas. Este año cumplimos 45 años y, mirando el crecimiento de la demanda internacional, estamos ampliando la planta de biológicos en la Argentina que sin dudas son una solución para una producción agrícola que necesita reducir su huella sobre el ambiente.

3 Reglas claras de políticas cambiarias y tributarias son indispensables para operar con un mínimo de previsibilidad, que influye tanto en la manera que respondemos al mercado interno, como al externo. Lo que cobra significativa importancia si pensamos que se trata de un sector que es fundamental para lograr el ingreso de divisas. Hoy estamos en más de 45 países y es muy complejo dar respuestas si eso no está resuelto. Nos parece, además, que sigue en agenda la paulatina reducción de las retenciones y la reducción de la inflación. Las retenciones como una medida “rescatista” pueden ser válidas, pero si se enquistan pasan a ser un impuesto a la producción, lo que reduce la inversión en tecnología con la consecuente pérdida de competitividad con nuestros competidores, que en el caso de la producción de soja son Brasil y los Estados Unidos. Nada peor para un país que necesita crecer.



Pablo Plá
CEO

SAN MIGUEL
Empleados: 2900 colaboradores (directos y temporarios permanentes)

1 San Miguel durante 2023 operará en Argentina, Uruguay y Sudáfrica, concentrará el foco en el negocio industrial de procesados de cítricos, y potenciará la producción y exportación de derivados del limón, ingredientes estratégicos para sus clientes de las industrias de bebidas, alimentos, sabores y fragancias.

2 Sin duda, el principal desafío y dificultad en la Argentina durante el 2022 fue el control de cambios. Esto genera una enorme distorsión en las operaciones de exportación, dado que todas las ventas se liquidan al tipo de cambio oficial, mientras que los insumos de campo y todos los gastos logísticos y de transporte que representan el 50% de los costos tienen valores en dólares libres. Esta situación tuvo un impacto significativo en toda la industria.

3 Uno de los principales pedidos del sector es la eliminación de los derechos de exportación que aún se mantienen para el aceite de limón y la cáscara deshidratada dado que se trata de una economía regional. Asimismo, desde la Federación del Citrus se están solicitando condiciones de emergencia para la citricultura con un dólar diferencial que tenga una cotización especial para el ingreso de divisas derivadas de la exportación de cítricos frescos y derivados del limón con un plazo acorde al ciclo normal de negocio. Ayudaría mucho a la competitividad internacional y la generación de divisas para el país, la reducción de todas las tasas y gastos que son aplicados por el Estado Nacional a través



Trabajar en COTO es tener la oportunidad de seguir creciendo en tu carrera profesional.
Te ofrecemos un espacio en diversas áreas, desde comercio, tecnología, legales y agronomía entre otros.
Somos una empresa en constante expansión y creemos en el crecimiento de todos como parte de nuestra filosofía.
Desarrollamos tecnología, para hacer de éste, un negocio hacia el futuro.
Innovamos con técnicas comerciales que luego se convierten en estrategias exitosas.
Por todo esto, deseamos tener a los mejores profesionales en esta gran empresa argentina.

Estas distinciones avalan nuestro compromiso y trayectoria corporativa:

- *Premio Oro Mejor Publicidad elegida por los consumidores CAA 2021*
- *Supermercado Nº 1 en Imagen de la Argentina Ranking SEL 2021*
- *Primer puesto Octubre 2020 Spot Publicitario más visto de Argentina*
- *Profesionales de Marketing Digital que administran cuentas de Google Ads*
- *Capacitación en Programas in Company para el Desarrollo Gerencial*
- *Asociación de Cadenas de Supermercados más grande del país*
- *Auditoría Internacional de Estados Contables y Campañas de Donaciones*
- *Premio en la Categoría Industria Frigorífica 2019 de Argentina*
- *Premio FMG Mejor Performance Cadena 2019 de Argentina*

Te ofrecemos ser parte de nuestro camino.

www.coto.com.ar/empleos

Encontranos en

de sus organismos de control como es el caso del programa de certificación de cítricos para Unión Europea que se realiza a través del Senasa.



Antonio Aracre
Director General de Protección de Cultivos para Latinoamérica Sur

SYNGENTA
Empleados: 1200

1 Syngenta acompaña a los productores con innovación y ciencia, e impulsa la agricultura regenerativa, que plantea la necesidad de producir alimentos de calidad a través de un uso eficiente de los recursos naturales, mejorar la biodiversidad en las tierras agrícolas, la salud del suelo y del ambiente. Con la tecnología como aliada, nuestro objetivo para el próximo año es continuar consolidando programas que le permitan a nuestra cadena de valor crecer y aumentar sus exportaciones e impulsar el trabajo de empresas pequeñas y medianas, que generen empleo y nuevas oportunidades.

2 El sector es uno de los principales motores de la economía: Syngenta ocupa la posición número uno en el negocio de protección de cultivos en la Argentina y continúa creciendo en un mercado sumamente desafiante.

3 Sin dudas, 2023 estará fuertemente condicionado por el perfil político que defina el próximo gobierno. Creemos que es fundamental mantener un diálogo abierto, fluido y permanente en el que participen todos los actores. Medidas como el dólar soja, que llegó en un momento muy crítico para la economía, permitieron generar acumulación de reservas necesarias, entre otros, para pagar las importaciones que sustentan la producción. Otro punto en el que necesitamos trabajar es en cuestiones que le preocupan al productor, como la propiedad intelectual, el otorgamiento de seguros por sequías –un factor a tener en cuenta en 2023– o líneas de crédito para inversión.



Vladimir Barisic
CEO de Argentina, Paraguay y Uruguay

VITERRA ARGENTINA
Empleados: 807

1 En 2022 continuaremos trabajando en la eficiencia de nuestras operaciones para seguir consolidando nuestro rol en el mercado y convalidar los resultados que obtuvimos en 2022, pese a un escenario sumamente desafiante tanto a nivel local como global. Al mismo tiempo, continuaremos haciendo foco en una gestión sostenible del negocio. Para ello, seguiremos trabajando e invirtiendo en materia de sustentabilidad, energías renovables y reducción de huella de carbono.

2 Este fue un año muy desafiante para el negocio, en el que tuvimos que mitigar los riesgos de una alta volatilidad en los mercados, tanto financieros como de *commodities* en general. Además, tuvimos que contrarrestar los vaivenes internacionales, al mismo tiempo que buscábamos aminorar los impactos de la incertidumbre política y económica a nivel local en Argentina. A pesar de todo esto, el balance del año es positivo ya que, si bien la incertidumbre fue muy alta, se logró ejecutar el negocio de una forma rentable y se demostró una resiliencia y una adaptabilidad enormes.

3 Necesitamos tener claridad respecto de las reglamentaciones que afectan nuestro mercado para poder planear y ejecutar los presupuestos. A su vez, reducir la carga impositiva que recae sobre el sector ayudaría a dinamizar enormemente el crecimiento y poder escalar hacia zonas marginales, hoy esquivas por estructura de costos. La inversión en infraestructura también es fundamental. El estado de las rutas, caminos rurales, vías y otros accesos, sumados a los vaivenes en la concesión de la hidrovía, agrega sobrecostos que afectan a la eficiencia y competitividad.

MAQUINARIA AGRÍCOLA



Gustavo Meyer
Director de AGCO Argentina

AGCO
Facturación (e.) 2022: u$s 226 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 249 millones
Inversiones 2023: u$s 4,6 millones
Empleados: 233

1 Ofrecemos tecnología en maquinaria agrícola con el principal objetivo de aumentar la productividad, rentabilidad y sustentabilidad de las producciones agropecuarias. Al mismo tiempo estamos siempre atentos a las necesidades del productor en las distintas etapas de sus cultivos. En la Argentina, y en los últimos cinco años, nuestras marcas han tenido una importante renovación en su portafolio lo que trajo una evolución muy significativa en innovación y tecnología. Nuestra estrategia "El Agricultor en Primer Lugar" fue proyectada para colocar al productor rural en el centro de todo lo que la empresa realiza. El objetivo es entender lo que el agricultor necesita y ofrecer soluciones agrícolas inteligentes, de alta calidad, que entregan valor agregado y con el mayor cuidado al medioambiente.

2 La cadena de suministro de maquinaria agrícola se mantuvo inestable a nivel global, impactada por la escasez de materia prima en los últimos dos años. Tenemos la expectativa de que el año próximo este escenario se encuentre un poco más controlado.

3 Todas aquellas políticas que contribuyan a poder adquirir tecnología de manera financiada por parte de los productores y contratistas.



Marcus Cheistwer
Country Manager Argentina

CNH INDUSTRIAL
Facturación (e.) 2022: u$s 19.500 millones (facturación 2021 a nivel global)
Inversiones 2023: u$s 30 millones (Inversiones 2021-2023 de CNH Industrial y red de concesionarios)
Empleados: 450

1 Apuntamos a un mercado similar al del 2022, pero siempre siguiendo de cerca las variables macro y micro del país y del mundo. Apuntamos a abastecer el mercado local con 80% de las unidades producidas en nuestra Planta Industrial de Córdoba. Estamos realizando inversiones y promoviendo el desarrollo de proveedores locales para sumar más integración a nuestro proceso productivo. Además, seguimos trabajando para ampliar volúmenes de producción y líneas de productos locales.

2 Los obstáculos fueron por la logística y provisión a nivel mundial, aumento de costos de materia prima, falta de divisas para importar y alto costo del financiamiento. En este contexto, el balance es positivo. Aumentamos la producción para abastecer a clientes con equipos de alta tecnología y tuvimos apoyo de empleados, proveedores y concesionarios, que robustecieron el trabajo. Invertimos u$s 30 millones junto a los concesionarios para desarrollar nuevos productos y soluciones innovadoras.

3 Las medidas que promuevan y faciliten producir en el país, tanto para el mercado local como para el externo, son importantes. Medidas que permitan la competitividad y la visión a largo plazo. Fijar reglas de juego a largo plazo es vital para lograr más inversiones y confianza. La previsibilidad es clave en todo proceso industrial globalizado para que las inversiones nos elijan. Para el día a día, financiación competitiva para clientes finales y una mejora estructural en la cadena de impuestos.

Alimentos y bedidas

telecom

Potenciamos tus ganas de avanzar

Evolucionamos impulsando la inclusión tecnológica y el talento digital.

Telecom Argentina S.A. - General Hornos 690 - Ciudad de Bs. As. CUIT 30-63945373-8

ALIMENTOS



Rodrigo Alzueta
Gerente general

GARCÍA HNOS. AGROINDUSTRIAL - TREGAR

Inversiones 2023: u$s 5 millones
Empleados: 400

1 En 2023 apuntamos a continuar consolidando a Tregar como una marca confiable para nuestros clientes, al tiempo que comencemos a ser elegidos por nuevos consumidores. Como venimos haciendo, también buscaremos ampliar los canales de distribución (físicos y digitales) de manera de ser todavía más accesibles.

2 En términos generales, nuestro balance es positivo: seguimos consolidándonos como una marca cercana. Sin embargo, el alto costo de alimentación animal para la producción de leche cruda y la dificultad de acceso a divisas para importar insumos, pueden dificultar el desarrollo de los negocios y el crecimiento del sector.

3 Lograr el control de la inflación será prioridad. Necesitamos mayor previsibilidad en términos económicos e institucionales. Seguimos en deuda con el saneamiento del gasto público, el equilibrio fiscal y todas aquellas políticas que permitan posicionar a la Argentina como un mercado confiable y atractivo.



Luis Pagani
Presidente y CEO

GRUPO ARCOR

Empleados: 20.000 (Argentina y resto del mundo)

1 Los proyectos estarán focalizados en nuestra visión para los próximos años: ser una empresa de alimentos y golosinas líder en América latina y reconocida en el mercado internacional, que se destaca por sus prácticas sustentables y por su capacidad de generar nuevos negocios y proyectos de asociación estratégica. En este sentido, continuaremos con la estrategia que hemos seguido en los últimos años y nos focalizaremos en los principales negocios, *packaging*, agronegocios y en especial, alimentos de consumo masivo (golosinas, chocolates, helados, galletas, alimentos y productos funcionales), con el objetivo de enfrentar el dinamismo que tendrán todas las categorías en un posible escenario de recuperación de la actividad económica.

2 En relación con el balance del año, sin duda el hito más importante ha sido la inauguración de una planta en Luanda, Angola, nuestra primera fábrica fuera del continente americano especializada en la elaboración de golosinas, chocolates y galletas. Esta operación, basada en las mejores prácticas de la compañía a nivel global, nos permitirá diversificar la oferta de productos en el mercado angolano y en un futuro se prevé abastecer a toda África subsahariana.

3 La economía argentina debe integrarse al mundo con reglas del juego claras, que promuevan la inversión, las exportaciones y el empleo de calidad. Esta es la manera de generar un desarrollo inclusivo y un crecimiento sustentable. Para ello, la dirigencia en su conjunto debe generar acuerdos básicos, con una mirada de largo plazo, que nos permita una inserción inteligente en el mundo. Cuanto más largo sea el horizonte de previsibilidad, más decisiones de inversión se van a promover.



Juan Garibaldi
CEO & Senior VP - Danone South Cone

GRUPO DANONE ARGENTINA

Empleados: Más de 4100

1 Estamos cumpliendo 50 años del pronunciamiento de nuestra misión, que es brindar salud a través de los alimentos a la mayor cantidad de personas posibles cuidando el planeta. En este sentido, seguiremos invirtiendo en el desarrollo y formulación de productos ricos en nutrientes, así como también en la reducción de los críticos (azúcares y sodio) e innovando en nuevos productos, formatos y marcas para acompañar la necesidad y realidad de cada persona. Al mismo tiempo, seguiremos impulsando iniciativas y programas en pos de acelerar la transición hacia una economía circular: sumaremos más material reciclado a nuestros envases e impulsaremos su recolección y reciclaje.

2 Como compañía de alimentos que ingresa todos los días en los hogares de miles de familias argentinas, atravesamos distintos desafíos que implican agilidad y dinamismo para dar respuesta a muchas y diversas necesidades. En un contexto regulatorio cada vez más agresivo, nuestro principal desafío es incentivar el dialogo abierto y transparente entre el sector público y privado, para dar visibilidad a las necesidades de cada parte que favorezcan la creación de políticas de múltiples beneficios. Sobre todo, en las variables económicas que producen cambios constantes en cuestiones referidas al abastecimiento y la logística como en la estructura general de costos. Así como la que brinde a los consumidores datos transparentes que ayuden a tomar buenas decisiones a la hora de elegir qué alimentos consumir.

3 Es necesario seguir fomentando la inversión con el objetivo de incorporar más y mejor tecnología, más innovación, mejor capacidad. También es clave el reconocimiento y el incentivo hacia aquellos que trabajamos en iniciativas de impacto social y ambiental hace tantos años para seguir estimulando y apostando por la generación de beneficios múltiples: hacia el ambiente, hacia la sociedad, entre actores del sector público y también hacía el propio sector productivo. En Argentina hace más de 10 años que llevamos adelante programas para fomentar el reciclaje, la recuperación de alimentos y la donación hacia poblaciones vulnerables.



Laura Bazzano.
Gerente general de Argentina y Uruguay

HERBALIFE INTERNATIONAL ARGENTINA

Facturación (e.) 2022:$ 2928 millones
Empleados: 78 empleados

1 Nuestras expectativas para el 2023 son continuar creciendo en cantidad de nuevos compradores como lo hemos logrado en los últimos 3 años, en los que notamos un especial interés del mercado en el consumo de productos como los que ofrecemos en Herbalife Nutrition. Además, buscamos brindar a clientes y distribuidores independientes productos de altísima calidad que nutran el bienestar integral que necesitamos en este mundo tan demandante y activo. Por ello, vamos a seguir robusteciendo la producción local para fortalecer el balance de nuestras exportaciones e importaciones y así abastecer el mercado nacional con productos de primerísima calidad hechos en la Argentina.

2 Lo más retador fue diseñar e implementar planes de negocios con un escenario de alta inflación, los cuales tuvimos que modificar en varias oportunidades para no perder competitividad. La inflación distorsiona proyecciones y expectativas y complica la contratación de servicios y materias primas a futuro.

3 Creemos que el mercado necesita tener un plan económico que trabaje en bajar los niveles de inflación, dar incentivos al emprendedurismo para que más personas se animen a generar sus propios ingresos. La industria de venta directa es una excelente herramienta para muchas personas que buscan independencia económica.



Agustín Llanos

CEO

MOLINOS RÍO DE LA PLATA

Empleados: 2600

1 En Molinos tenemos un propósito que nos inspira: alentar a los argentinos a comer mejor en todo momento y lugar. Confiados en el largo plazo, seguiremos acercando a nuestros consumidores productos cada vez más ricos, prácticos, saludables y accesibles. Nos enfocaremos también en nuestra transformación, tanto digital con la búsqueda de innovación y ser cada vez más eficientes y cercanos a nuestros clientes y consumidores, como también cultural, mediante el desarrollo de nuestra gente para la industria del futuro.

2 Este fue un año realmente complejo para todos, muy desafiante. Sin embargo, gracias al esfuerzo de todos los que forman parte de Molinos, logramos mantenernos cerca de nuestros consumidores con marcas muy queridas y productos de calidad. En 2023 continuaremos trabajando con confianza en el futuro, con el respaldo que nos da nuestro pasado y la pasión por los planes que estamos desplegando en presente.

3 Es importante seguir colaborando con todos los actores encargados de políticas públicas a nivel nacional, provincial y municipal con el objetivo de lograr una mejor alimentación para todos los argentinos. A su vez, es de suma importancia seguir una agenda que permita disminuir la carga impositiva, mejorar la infraestructura para hacer más accesibles los alimentos y promover reglas que permitan desplegar el potencial que tiene nuestro país para exportar alimentos y vinos.



Martín Antola

Presidente de Mondelez Cono Sur

MONDELEZ INTERNATIONAL

Empleados: 2600

1 Como compañía líder de snacks, continuaremos enfocados en nuestros planes de negocio y estrategia de sustentabilidad, para seguir invirtiendo en nuestras marcas y acelerando nuestro crecimiento en el país y la región. Además, continuaremos trabajando en el desarrollo de nuestras marcas estratégicas que fortalecen nuestro liderazgo en *snacks*, seguiremos ampliando nuestra red de distribución para llegar con nuestros deliciosos productos a más consumidores y consolidaremos la formación constante de nuestros líderes. Seguiremos trabajando y creciendo juntos con la misma dedicación de siempre para brindarles a nuestros consumidores el *snack* correcto, en el momento correcto, hecho de la manera correcta.

2 El balance es positivo, a pesar del contexto volátil y adverso. Continuamos invirtiendo en nuestras marcas y en nuestra gente, lo que nos ha permitido sostener nuestro liderazgo de *snacks* en categorías como chocolates y galletitas. Estamos muy satisfechos con los nuevos productos que lanzamos al mercado a lo largo del año, que fueron muy bien recibidos por los consumidores. Sin dudas, se destaca una vez más el compromiso de nuestra gente, que logra adaptarse a los desafíos durante el año y permite abastecer nuestros productos de manera sostenible con el fin de seguir deleitando a nuestros consumidores.

3 Es imprescindible que el país pueda crecer de manera sostenida a lo largo del tiempo. Para ello, las políticas que estén más cerca de la realidad de la gente son necesarias. También son importantes las inversiones en materia de infraestructura, logística y tecnología, que sin dudas contribuirán a mejorar la competitividad local. Por otro lado, fomentar políticas que contribuyan a la creación de empleo de calidad que brindan las empresas.



Gian Carlo Aubry

Presidente Ejecutivo para Argentina, Uruguay y Paraguay

NESTLÉ

Empleados: 2200

1 En Nestlé, queremos seguir agregando valor y creando futuro para los argentinos. Tenemos el firme propósito de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida hoy y de las generaciones futuras. En 2023, uno de nuestros grandes proyectos se hará realidad y comenzaremos a producir en nuestra planta de Firmat fórmulas infantiles. Además, en 2023 buscaremos seguir generando oportunidades, potenciando y desarrollando proveedores locales a través de nuestro programa Argen+. Por otra parte, seguiremos trabajando firmemente para avanzar en nuestro camino hacia las cero emisiones netas de gases de efecto invernadero para el 2050.

2 Desde Nestlé, nuestro foco siempre está puesto en el consumidor. Queremos estar cerca de ellos y continuar ofreciéndoles productos de valor agregado que tanto valoran de nuestra compañía, producidos de una manera sostenible. En esta línea, este año comenzamos a comercializar la primera leche en polvo orgánica del país, la cual hemos desarrollado en conjunto con más de 15 tamberos argentinos. Apoyamos esto con una fuerte comunicación al consumidor, para darla a conocer y comenzar a consolidar su lanzamiento al mercado. Esperamos poder lograr la neutralidad en plásticos, lo que significa que sacaremos del mercado y reciclaremos la misma cantidad de plástico que hemos generado. Por



otro lado, este año hemos invertido alrededor de u$s 42 millones. Las inversiones fueron, principalmente, en dos de nuestras ocho plantas en el país.

3 Para contribuir con el sector, considero que es importante potenciar los acuerdos de exportación y revisión de aranceles –principalmente de la industria láctea– para acercar los productos argentinos al mundo. Además, en líneas generales, para las operaciones locales que requieren de insumos importados, creo que es imprescindible lograr reglas competitivas y equilibradas de comercio exterior y, en particular del plazo del pago. Esto es crítico para asegurar el flujo normal de abastecimiento y el buen funcionamiento de las operaciones locales.



Juan Carlos Paladini Concina

Presidente de Paladini S.A

PALADINI

Empleados: 3800 empleados, entre directos e indirectos.

1 De cara a 2023, año en que la empresa cumple 100 años, el objetivo es seguir consolidando nuestra evolución hacia una empresa integral de alimentos. En los últimos años desarrollamos una cartera de marcas y productos que se adaptan a los deseos de nuestros consumidores. Esto lo podemos alcanzar gracias a que contamos con un departamento de innovación y desarrollo en el cual invertimos más de $ 4000 millones en los últimos 5 años para mejorar la infraestructura, la evolución de nuevas fórmulas alimenticias y productos innovadores que van en línea con las últimas tendencias de consumos de productos.

2 El contexto de la Argentina en líneas generales es complejo. De todas maneras, desde Paladini mantenemos una visión a largo plazo en el país y nos adaptamos para alcanzar nuestros objetivos anuales, tal como hicimos este año. La innovación y sustentabilidad son y serán pilares claves para seguir contando con la preferencia del consumidor. Somos una empresa pionera en la industria nacional de alimentos en el cuidado del ambiente y el bienestar de la comunidad.

3 Desde hace años, el sector atraviesa serias cuestiones de competitividad para lo cual es necesario establecer políticas de mediano y largo plazo que ayuden a resolver este problema. Otros temas son combatir la inflación y la alta marginalidad y profundizar la exigencia de cumplimiento de requisitos sanitarios.



Diego Serantes

Gerente General de PepsiCo Alimentos Argentina

PEPSICO ALIMENTOS

Empleados: más de 1200

1 En PepsiCo trabajamos con metas que trascienden el corto plazo y entendemos que en Argentina tenemos una gran oportunidad de crecimiento en términos de consumo de snacks per cápita. Es por esto, que estamos enfocados en hacer crecer nuestro negocio en el país y nos hemos puesto como meta duplicar el tamaño del negocio en los próximos 10 años.

2 En 2022 continuamos trabajando bajo un contexto macroeconómico con cierta incertidumbre, pero con muchísimos aprendizajes que nos dejaron los años pasados. La apertura pospandemia permitió volver a enfocarnos de lleno en nuestra meta a largo plazo.

3 Aquellas políticas que otorguen previsibilidad y permitan la planificación e inversiones a largo plazo.



Alejandro Reca

CEO

SAN IGNACIO

Facturación (e.) 2022: $ 5,1 millones

Facturación (p.) 2023: $ 8,7 millones

Inversiones 2023: u$s 1,5 millones

Empleados: 120

1 Mejorar en las condiciones de demanda, transparencia en los mercados internos y, sobre todo, de exportación. También, mejorar la competitividad a partir de corrección en el tipo de cambio. Inversiones en capacidad de elaboración de queso crema y queso azul y en el sistema de gestión; desarrollo de nuevos mercados; mejora en la capacidad de medir, analizar y accionar en consecuencia.

2 La guerra entre Rusia y Ucrania; el cambio en las reglas de juego y la resultante incertidumbre; la falta de capital de trabajo a partir de restricciones crediticias y un sistema financiero retrógrado; y la inflación. En cuanto al balance, es positivo. Seguimos avanzamos en el cambio de “cómo hacemos lo que hacemos” y afianzando el equipo gerencial.

3 El aggiornamento del sistema de financiamiento; un sistema de garantías establecido a partir de flujos y no activos; reglas claras y coherentes con las buenas prácticas de manufactura y comercialización. Así como también la simplificación del sistema tributario, comenzando por la eliminación del IIBB; transparencia y homogeneidad en el comportamiento del regulador; manejo de los registros y habilitaciones que sea transparente y activo. Evitar superposiciones entre ámbitos provincial y nacional.



José Chediack

Presidente

SOLFRUT

Facturación (e.) 2022: $ 6150 millones

Facturación (p.) 2023: $ 9850 millones

Inversiones 2023: u$s 9,5 millones

Empleados: 205

1 A principios del 2023 inauguraremos nuestra nueva planta industrial de aceite de oliva virgen extra en la Ruta 40, Media Agua, y duplicaremos nuestra capacidad de molienda y acopio. Durante 2023, pondremos en funcionamiento nuestros primeros 3 parques fotovoltaicos para abastecimiento del 30% de la energía requerida para nuestra unidad de negocio agroindustrial ubicada en Media Agua, denominada El Principio. Continuaremos con el plan de inversiones en olivares y pistachos en la provincia de San Juan. En Solfrut Alimentos proyectamos aumentar nuestras ventas en un 20% como consecuencia de la ampliación del mercado, fruto de las acciones comerciales que se están realizando en este 2022.

2 Uno de nuestros principales obstáculos sin lugar a dudas fue la inflación, la cual se vio incrementada en relación con el año anterior y provocó distorsiones en toda la cadena de valor. El atraso cambiario provocó en nuestros productos de exportación, vinos y aceite de oliva, falta de competitividad que nos dejó fuera del mercado internacional. El apalancamiento requerido para las inversiones planificadas se vio altamente encarecido, incrementando nuestros costos de inversión por encima de lo planificado.

3 Es necesario por parte del Estado identificar las necesidades propias de las economías regionales para poder establecer políticas públicas para cada región y cada sector en especial, que ayuden a su desarrollo. Las políticas de largo plazo son fundamentales para disminuir la incertidumbre, en especial de aquellas inversiones que requieren de tiempo para su retorno económico. Sin dudas, las políticas fiscales, cambiarias, financieras deberían incentivar inversión privada, que trae consigo la contratación de personal y la generación de valor agregado.

BODEGAS



Rodrigo Nazar

CEO

BBVA

Creando Oportunidades



On

¿Cómo puede BBVA hacer **acciones sostenibles?**

Colocando bonos verdes en las empresas de Argentina para ayudarlas a generar un impacto ambiental positivo.

BBVA Argentina organiza y coloca bonos verdes que representan una emisión de más de 6.700 millones de pesos, ayudando a las empresas a generar un impacto ambiental positivo y poniendo a la sostenibilidad en el centro del negocio.

Diferentes acciones para un único modo de hacer las cosas.
BBVA en modalidad sostenible.

bbva.com/es/sostenibilidad/

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

BODEGA ESCORIHUELA GASCÓN
Facturación (e.) 2022: $ 5900 millones
Inversiones 2023: u$s 2 millones
Empleados: 350

1 En un contexto macroeconómico y social extremo en el que vivimos en 2022 las expectativas no pueden ser más que un reflejo de la realidad. De todas formas, lo que nos caracteriza como empresa y grupo humano es la determinación de avanzar siempre en la dirección de la calidad e innovación. Nuestro objetivo para 2023 seguirá siendo la consolidación de nuestras exportaciones a más de 40 países del mundo.

2 Lo que se puede destacar, es la volatilidad de las reglas del mercado local, la inflación y la total devaluación de la capacidad productiva del país.

3 Incentivo a la producción, créditos, revisión de las reglas impositivas, baja de retenciones, dólar competitivo, análisis profundo de las leyes laborales que promuevan el trabajo. Estas serían solo algunas.

Luigi Bosca



Alberto Arizu (h)
CEO

BODEGA LUIGI BOSCA
Empleados: 234

1 La bodega está en un proceso de expansión a nivel internacional y local. Principalmente orientado a crecer en lo que mejor hacemos, que es producir vinos de gran calidad y valor. Luego de la pandemia hemos reorganizado algunos países y orientado el esfuerzo a mercados que consideramos serán clave para nuestro desarrollo futuro. También hemos apostado a la nueva tendencia de venta directa al consumidor, no solo con nuestro propio *e-commerce* sino también apoyando las ventas por internet que siguen consolidándose y aquellos canales de ventas más postergados durante la pandemia, como el *on premise*, turismo y hospitalidad.

2 Este año tuvo grandes desafíos. Internamente tuvimos que convivir con una economía desordenada, con una de las inflaciones más altas del mundo, con múltiples tipos de cambio, tasas de interés récord, la dificultad de importar insumos y hacer pagos al exterior, todos estos fueron fuertes obstáculos para crecer y potenciar principalmente el negocio exportador. A eso se sumaron las dificultades de la logística internacional que se encareció y que aún no logra normalizarse. Debemos convivir en un escenario internacional poco favorable, con nuestra situación que es muy grave. A pesar de esto, para la bodega fue un año positivo, en el que pudimos cumplir varios de nuestros objetivos vinculados con la marca y la internacionalización. Tuvimos lanzamientos de producto en el mercado interno y externo, la apertura al público de nuestra histórica finca El Paraíso, la premiación de expertos y medios internacionales a varios de nuestros vinos, la confirmación de la presencia de la bodega en el mundial de Qatar, entre otros grandes hitos. A su vez, destaco el gran equipo humano y de profesionales que conforman la bodega, responsables de los resultados positivos que hemos obtenido.

3 El sector necesita exportar para crecer. Estamos estancados hace tiempo y para crecer principalmente en nuestras exportaciones, es necesario construir reglas de juego claras y transparentes para incentivar la inversión. Además, es fundamental tener una macroeconomía sana e implementar políticas económicas serias, para atacar el mayor flagelo que tenemos en la Argentina, que es la inflación. Con un país ordenado en sus cuentas fiscales, sin inflación, podemos recuperar nuestra moneda y a partir de ahí, podremos crecer.

MALMA



Ana Viola
CEO

BODEGA MALMA
Facturación (e.) 2022: $ 820 millones
Facturación (p.) 2023: $ 1543 millones
Inversiones 2023: u$s 250.000
Empleados: 40

1 Continuar afianzando la marca tanto en la Argentina como en los principales países del mercado externo (Brasil, Estados Unidos y el Reino Unido)

2 Principalmente la inflación, que hace muy difícil planificar a futuro.

3 Controlar la inflación para poder planificar sobre todo el mercado externo.

Clos de los Siete



Ramiro Barrios
Director Ejecutivo - CEO

CLOS DE LOS SIETE

1 Los mercados internacionales muestran para 2023 señales de recesión, producto de la inflación global y el aumento de tasas de interés en las principales economías. Esto, sumado a la incertidumbre por la guerra en Ucrania y su impacto en el costo de materias primas y energías, muestra un panorama más contractivo de los mercados. A nivel local, se presentará un año electoral combinado con una situación macroeconómica delicada que no hace prever grandes tasas de crecimiento. En vista de esto, nuestros esfuerzos estarán dedicados a consolidar el crecimiento obtenido pospandemia y continuar el desarrollo de nuestra marca que verá el lanzamiento de la vigésima cosecha al mercado. Trabajaremos en la eficiencia de nuestros procesos, pues prevemos un año el que los márgenes se verán resentidos. La buena noticia es que veremos el retorno del turismo a niveles prepandemia así como la participación en eventos de promoción en los mercados.

2 En los inicios de 2022, la cuarta ola de covid demoró la vuelta a la normalidad y aún hoy algunos países como China continúan con medidas de restricción. Sin embargo, fue la guerra quien dominó la agenda internacional, así como la disrupción de la logística internacional y el aumento de costos. Todo esto se vio agravado en la Argentina por el aumento de la tasa de inflación, así como el retraso en el tipo de cambio que afectó la rentabilidad de nuestros productos. Las recientes medidas restrictivas al acceso al MULC impactaron las importaciones de insumos para la industria así como el pago de servicios de promoción en el exterior, lo cual dificulta nuestras operaciones. Nuestro equipo respondió con agilidad ante estos desafíos y podemos decir pese a todo será un año de crecimiento.

3 La situación actual de pérdida de competitividad y caída de márgenes es crítica. Si no se toman medidas se perderá *share* en mercados claves. Para revertir esto, el gobierno precisa controlar la inflación y volver a dotar a las economías regionales la competitividad que ha perdido en los últimos años. Esto puede lograrse con la eliminación de retenciones a la exportación, corregir el retraso cambiario y avanzar en acuerdos internacionales para evitar el pago de aranceles en mercados de destino.

CORBEAU WINES



Eduardo H. Rodríguez
CEO

CORBEAU WINES
Facturación (e.) 2022: $ 340 millones
Facturación (p.) 2023: $ 600 millones
Inversiones 2023: $ 50 millones
Empleados: 47

1 Seguir proyectándonos en el mundo, agregar nuevos mercados y potenciar aquellos en los que ya estamos presentes. Invertiremos en el desarrollo de sistema de gestión de calidad y buscaremos obtener certificaciones internacionales que nos ayuden en el proceso de crecimiento.

2 Fuerte aceleración de la inflación, pérdida continua de competitividad en los mercados externos por el retraso cambiario y la falta de fluidez del transporte marítimo que

IAE BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD AUSTRAL

Interactuá con líderes como vos, **dispuestos a inspirar el cambio**

TRIPLE CORONA

AACSB ACCREDITED
ASSOCIATION OF MBAS
EQUIS ACCREDITED

FT FINANCIAL TIMES #1 GROWTH LATAM

ocasionó importantes demoras en la salida de nuestros productos con altos costos que impactan directamente en el precio de los vinos. La inflación mundial elevó los costos de algunos insumos que, sumados a las restricciones a la importación, agravaron el problema de abastecimiento de materiales críticos como corchos, papel, tintas, maquinarias, suministros agrícolas y enológicos.

3 El sinceramiento del tipo de cambio y la drástica baja de la tasa de interés, sumados a una paulatina baja de la inflación aumentarían las posibilidades de la industria de generar mayor ingreso de divisas.



Rubén Panella
Presidente

FECOVITA
Facturación (e.) 2022: u$s 340 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 395 millones
Empleados: 1000

1 Esperamos un año desafiante. En mercado interno, seguiremos trabajando para consolidar nuestro mercado y mejorar los márgenes de contribución que se vienen achicando por la situación económica del país. En comercio internacional, proyectamos abrir nuevos mercados con nuestras bodegas de media y alta gama, con la bandera el malbec como varietal representativo de la Argentina en el mundo. También proyectamos continuar liderando las exportaciones de mostos y graneles.

2 Sin duda, la inflación, la dificultad de reposición de nuestros productos por el aumento de los costos de insumos y la escalada de precios en fletes terrestres, pero sobre todo marítimos, fueron los principales obstáculos a los que nos enfrentamos en 2022. Al ser una empresa formada por viticultores, estamos satisfechos con la tonificación de los precios para la producción primaria y que nuestros asociados pudieran recibir un pago acorde a sus costos. Desde el mercado, tuvimos que eficientizar toda nuestra cadena de valor para llegar al consumidor con un precio competitivo. Tenemos ADN 100% argentino, y si bien fue un año de mucha incertidumbre, seguimos apostando al país y estamos convencidos que entre todos podemos superar la coyuntura macroeconómica actual.

3 Principalmente, tasas preferenciales para inversión de capital de trabajo. Políticas de comercio internacional que fomenten las exportaciones y la apertura de nuevos mercados. Paridad cambiaria que sea favorable en términos de intercambio y eliminación de retenciones a todas las industrias que generen valor agregado.



Santiago Ribisich
Director general

GRUPO AVINEA
Facturación (e.) 2022: u$s 21,7 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 24,9 millones
Inversiones 2023: u$s 2,9 millones
Empleados: 210

1 Dentro de nuestro programa de I+D Matrizviva continuaremos desarrollando el Plan Agrícola Avinea 2025, que consiste en duplicar la cantidad de hectáreas orgánicas productivas actuales, hasta llevarlas a 650 hectáreas en las fincas propias de Mendoza, lo fortalecerá nuestro liderazgo en la producción de vinos orgánicos y naturales en Argentina. Junto a lo anterior reforzaremos el trabajo con nuestra red de distribución global, incrementando la inversión en marcas estratégicas del portfolio como Argento, Otronia, Pacheco Pereda, Cruz de Piedra y Cuesta del Madero.

2 Las principales dificultades que tuvo la Industria en general fueron la falta o retrasos de nuestros proveedores en la entrega de insumos necesarios para la producción, lo que generó demoras en el abastecimiento a nuestros clientes. Estas dificultades se vieron incrementadas por las tardanzas en la logística internacional y la falta de contenedores para exportar. Por otro lado, y al igual que en otras Industrias, el atraso del tipo cambio real más la inflación de costos generan dificultades y pérdida de competitividad externa.

3 Desde Bodegas de Argentina estamos impulsando la eliminación de los derechos de exportación al vino ya que este tipo de impuesto nos resta competitividad en el exterior y afecta la posibilidad de continuar desarrollando nuevos mercados, en conjunto con la necesidad de implementar acuerdos comerciales con los principales mercados de exportación. La falta de estos tratados nos coloca actualmente en una situación muy perjudicial en comparación con otros países competidores. Tratándose el vino de la bebida nacional y el mejor comunicador a nivel internacional de la marca Argentina sería importante contar con mayor apoyo de todos los resortes del Estado en la promoción externa y desarrollo de mercados.



Matthieu Naef
CEO

GRUPO COLOMÉ
Facturación (e.) 2022: $ 971 millones
Facturación (p.) 2023: $ 1971 millones
Inversiones 2023: $ 144 millones
Empleados: 156

1 A) Continuar con nuestro plan de expansión de las exportaciones e incorporar nuevos mercados, en especial en el mercado asiático.
B) A nivel de producción, estamos analizando opciones de alquiler de fincas para incrementar el volumen de cajas a producir.
C) Con la apertura de nuestro Centro de Visitas en Cafayate, en nuestra finca Amalaya, a realizarse este año, esperamos el próximo año alcanzar el mayor número de visitantes, con un plan de publicidad muy ambicioso.
D) Continuar incrementando las ventas en nuestro canal *e-commerce*.

2 El principal obstáculo que enfrentamos es la brecha promedio del 100% entre el dólar oficial, con el que se liquidan nuestras exportaciones, y el dólar contado con liquidación, con el que comenzaron a valuarse muchos de los insumos que necesitamos para nuestra producción, lo que afectó nuestros márgenes. Y obviamente la inflación que corre actualmente en un nivel del 6% al 7% mensual, lo que hace muy difícil cualquier planificación.

3 Básicamente hoy lo que se necesita en forma urgente es un plan de estabilización: no se puede continuar con este nivel de inflación. Luego, reglas claras a nivel impositivo, en especial, habría que bajar el IVA que a su tasa del 21% es muy elevada y permitir descontar la pérdida que se genera en el ajuste por inflación en un ejercicio.



Gustavo Perosio
Director general de Moët Hennessy Argentina

MOËT HENNESSY ARGENTINA
Facturación 2022: $ 15.914 millones (julio 2021- junio 2022)
Inversiones 2023: $ 2171 millones
Empleados: 500

1 Desde Moët Hennessy siempre trabajamos pensando en el largo plazo, explorando constantemente distintas alternativas para el desarrollo de nuestro negocio y nuestras marcas. Para el 2023, tendremos grandes novedades, siempre poniendo el foco en nuestros consumidores y en el desarrollo de nuestros clientes. Por otro lado, seguiremos con nuestro plan de inversiones programado con miras hacia un crecimiento sustentable y de largo plazo.

2 Una vez superada las restricciones que la pandemia trajo a todo nuestro sector, este 2022 nos hemos enfrentado a un gran problema de escasez que hizo que tuviéramos que

Energía para
transformar el futuro

Iveco Group, una empresa comprometida con liderar el cambio para un mañana más sostenible.

Como líder mundial en vehículos comerciales y especiales, tren motriz y servicios financieros relacionados, Iveco Group reúne ocho grandes marcas que aportan la fuerza y la experiencia de cada uno de sus segmentos para llevarnos por el camino de la energía renovable y las grandes transformaciones.



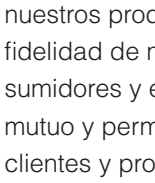
IVECO • GROUP

IVECO CAPITAL HEULIEZ IVECO BUS | IVECO FPT POWERTRAIN TECHNOLOGIES | IDV ASTRA MAGIRUS

trabajar junto a nuestros clientes en la administración de los *stocks*. En lo que respecta a la situación económica sin duda que el principal obstáculo fue la inflación. Creo que el gran desafío para 2023 será volverla a niveles razonables. Sin embargo, nuestros objetivos están siempre puestos en el largo plazo, apoyándonos en la fortaleza de nuestras marcas, la calidad de nuestros productos, en la fidelidad de nuestros consumidores y en el apoyo mutuo y permanente de clientes y proveedores. A pesar de los inconvenientes que tuvimos relacionados con la escasez, el balance es muy positivo. Se fue recuperando el canal On Trade, uno de los principales canales de nuestra industria para el desarrollo de las marcas, tuvimos un crecimiento de ventas en todas las líneas de productos lo que confirmó la tendencia positiva comenzada en 2021, con un crecimiento en participación de mercado tanto en espumosos como en vinos.

3 Argentina necesita alcanzar una estabilidad económica que nos permita planificar con mejores niveles de previsibilidad y para eso resulta imperioso volver a tener niveles razonables de inflación para continuar con nuestro desarrollo de planes a largo plazo.

BEBIDAS CON ALCOHOL



Martín Ticinese

Presidente

CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES

Empleados: 6000

1 En 2023 nos esperan grandes desafíos y, a pesar del escenario volátil, nuestro objetivo es seguir el camino de pasar de ser una compañía de bebidas a una plataforma. Este año anunciamos nuestra meta de carbononeutralidad y seguiremos trabajando para reducir al máximo nuestra huella de carbono. También vamos a acelerar nuestra transformación digital de la mano de Ta-Da, nuestra solución integral de venta de bebidas, y BEES, la plataforma B2B que renueva la experiencia de compra y fomenta la inclusión digital de nuestros clientes.

2 Las empresas tenemos el desafío de operar en un contexto de incertidumbre y con una alta carga tributaria, pero a pesar del contexto difícil nosotros no especulamos, sino que tomamos riesgos y reinvertimos. Creo que fue un año de importante transformación tecnológica del negocio impulsada por BEES y Ta-Da. Además destaco nuestra gestión ESG, que resulta en acciones y compromisos como el de alcanzar la carbononeutralidad y fomentar la diversidad e inclusión dentro de la compañía.

3 Tenemos 131 años de historia en Argentina y seguimos apostando al país, pero sin dudas hace falta lograr mayor previsibilidad para que desde el sector privado podamos continuar invirtiendo, produciendo localmente y generando más y mejor empleo. Todas las decisiones que nos acompañen y fomenten las inversiones, la incorporación de tecnología, la posibilidad de crear trabajo y crear nuevos productos creciendo junto a toda la cadena de valor, son positivas para el sector.

DIAGEO



Gonzalo Aguirre

General Manager Diageo South LAC (Perú, Ecuador, Bolivia, Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay)

DIAGEO ARGENTINA

Empleados: 28

1 Seguir creciendo en participación de mercado en todos los países del Cono Sur de América latina con nuestras marcas icónicas como Johnnie Walker, Tanqueray, Gordon's y Smirnoff. Continuar ofreciendo productos y experiencias *premium* a nuestros clientes y consumidores. Potenciar el desarrollo de Guinness en la Argentina.

2 Este fue un año de muchas oportunidades y desafíos. Por un lado, la normalización del mercado gastronómico y sus cambios a raíz de la pandemia y, por otro, el escenario macroeconómico mundial con altos niveles de inflación y restricciones de materia prima. Todo esto nos hizo repensar nuestras estrategias comerciales para terminar con un balance positivo.

3 Las que generen estabilidad económica para reducir la inflación y proporcionen reglas claras para la inversión.

BEBIDAS SIN ALCOHOL

Cabrales



Martín Cabrales

Vicepresidente

CABRALES

Facturación (e.) 2022: $ 5000 millones

Inversiones 2023: $ 500 millones

Empleados: 400

1 Consolidar a Cabrales cada vez más en el mercado, a partir de realizar nuevas inversiones y lanzamientos de producto con mayor valor agregado.

2 La restricción a las importaciones ha sido el mayor obstáculo que hemos enfrentado en 2022. Respecto al balance, fue un año complejo que ha generado mucha incertidumbre en el ambiente empresarial.

3 Tener políticas claras de mediano y largo plazo, principalmente que generen previsibilidad y una política monetaria fiscal que lleve a la estabilidad. Necesitamos poder prever y planear nuestros planes de inversión a largo plazo.

NESPRESSO



Sandro Ribeiro

Business Executive Officer de Nespresso Argentina

NESPRESSO

Empleados: aproximadamente 200

1 Actualmente, Nespresso está en una posición privilegiada para promulgar un cambio significativo. Estamos incorporando acciones transformadoras a lo largo de nuestra cadena de valor, como la agricultura regenerativa, el diseño ecológico, el reciclaje y la construcción de una economía inclusiva y positiva para la naturaleza con bajas emisiones de carbono. Estamos en un viaje hacia carbón neto, con el objetivo de obtener la certificación Carbon Trust que representa un hito importante en nuestra ambición.

2 Fue un año positivo para nuestra compañía ya que fuimos certificados como Empresa B, lo cual constata que en Nespresso cumplimos con altos estándares en cinco áreas fundamentales: gobernanza, trabajadores, comunidad, medioambiente y clientes. Para Nespresso, la certificación como Empresa B refleja 30 años de compromiso con la sustentabilidad, brinda un punto de referencia a través del cual podemos medir nuestras acciones, y destaca nuestras debilidades, así como nuestras fortalezas, y una hoja de ruta a través de la cual podemos mejorar y acelerar nuestras acciones. Eso nos inspira a ir más allá, a hacer más y a escalar nuestro impacto. Al unirnos al movimiento de Empresas B, estamos consolidando nuestro compromiso de tener un impacto positivo en el mundo.

3 En Nespresso tenemos la convicción de que el camino de la sustentabilidad y del cuidado del medioambiente no se hace solo, así que todas las políticas públicas de carácter ambiental que sigan proyectando medidas que impulsen a reducir la huella de carbono son fundamentales para generar un mayor impacto. Particularmente en Nespresso, estamos comprometidos con el desafío que enfrentamos localmente para seguir brindando una taza de café con propósito.

PEPSICO



Mariana Gallo Sacerdote

Gerente general de PepsiCo Bebidas para Argentina y Uruguay

PEPSICO BEBIDAS

Empleados: 37

1 Nuestra agenda para

2023 está principalmente enfocada en la innovación: seguiremos trabajando para brindar a nuestros consumidores propuestas de valor a través de nuestros diferentes canales y continuaremos trabajando para hacer crecer nuestro portafolio de bebidas sin azúcar y calorías reducidas (actualmente el 87% es de 106 kcal o menos).
2 Este año brindó un contexto macroeconómico desafiante, pero tras la reapertura pospandemia logramos un balance positivo en gaseosas y en isotónicos. Además, nos ayudó a seguir posicionándonos en el mercado de energéticas, a través de una campaña muy importante con Rockstar. Entendimos el contexto y con 7UP celebramos los momentos de encuentro con familiares y amigos con la campaña de "Juntarse". Y con Pepsi, reafirmamos nuestro aporte con el medioambiente con el lanzamiento de la botella 100% reciclada.
3 Aquellas políticas que otorguen previsibilidad y permitan la planificación e inversiones a largo plazo.

Comunicación, marketing y publicidad

AGENCIAS DE PUBLICIDAD

dentsu



Leandro Zumárraga
CEO

DENTSU
Empleados: 550
1 Para 2023, visualizamos un contexto macroeconómico complejo relacionado con factores externos y también internos como las elecciones presidenciales que irán marcando la temperatura del mercado y del nivel de actividad. Dentro de esa complejidad y de cierta incertidumbre, mantenemos una visión positiva para el crecimiento de nuestro negocio con oportunidades identificadas a desarrollar en implementar en el próximo año. Con respecto a nuestros objetivos primarios, nos planteamos seguir creciendo, aumentando nuestra oferta de servicios para convertirnos en socios con soluciones *end-to-end* para nuestros clientes, sumar nuevos clientes, continuar potenciando el desarrollo de nuevas unidades de negocio como la de *offshore* y *gaming*.
2 Sin dudas, el principal obstáculo está relacionado con el desarrollo y retención del talento en un entorno cada vez más competitivo, nuevos actores y propuestas de valor disruptivas basadas en la coyuntura actual del país. Frente a ello, es clave entender y alinear las expectativas de beneficios, desarrollo y crecimiento que tienen los talentos con los objetivos de la compañía, delineando una propuesta de valor, flexible y adaptable, que satisfaga las necesidades de estos en un entorno de cambio continuo donde el concepto de "vivir nuevas experiencias" prevalece cada vez más sobre el antiguo paradigma de hacer carrera en una organización. A su vez, el contexto de incertidumbre macroeconómico por el cual estamos transitando en Argentina es una dificultad adicional no menor que complejiza aún más al gerenciamiento y proceso de toma de decisiones en una compañía y coloca cada vez mayor presión en los márgenes a nivel negocio.
3 El fomento de políticas públicas tendientes a favorecer la exportación de servicios de conocimiento podrá dar un impulso significativo no solo a nuestro sector sino también al país. Sin dudas, hay una oportunidad enorme de desarrollo en materia de exportación de servicios, en donde la relación calidad de servicios y competitividad a nivel de costos continúa siendo una ventaja competitiva

Roche

significativa frente a otros mercados.



Fernando Capalbo
Presidente

GRUPO DDB ARGENTINA

1 La argentina es reconocida a nivel mundial por su alto potencial y la excelente creatividad. Somos un país generador de recursos humanos altamente calificados, y gracias a eso, una fuente de innovación. Para nosotros trabajar exportando ideas no es solo un beneficio económico, sino también profesional y emocional, ya que nos permite crear para proyectos que tienen mayor dimensión y visibilidad. La diversidad y la inclusión son también muy importantes. Tenemos esta filosofía de ser talentosos y agradables. Es algo maravilloso y creo que es inherente a las oficinas de DDB en todo el mundo. Siempre he pensado que en este negocio hay que encontrar personas con talento y también buenos seres humanos. Si encontrás a alguien que sea un buen ser humano y una persona con talento, tenés una joya, un tesoro.

2 La tan anhelada reactivación no fue como la esperábamos, lo que afectó no solo a nuestra industria sino también a la de nuestros clientes. Este fue, una vez más, un año con muchos retos. Seguimos transitando en nuestra industria momentos de cambios a nivel local y global. Y esto apenas comienza. Nuestra prioridad es cuidar a las personas mientras continuamos haciendo un gran trabajo para nuestros clientes, mientras ganamos nuevos y hacemos crecer el negocio de los actuales. Trabajamos para encontrar formas inesperadas de acercar nuestras marcas a los clientes y queremos seguir siendo considerados como una de las mejores agencias del país. Unexpected Works no es solo un compromiso con nuestros clientes, sino también con la gente que trabaja en la agencia porque ellos saben que están trabajando en un lugar que les va a permitir desarrollarse profesionalmente donde logren realizar trabajos que los hagan sentirse orgullosos como personas y como profesionales.

3 Debemos trabajar en propuestas que permitan alivianar los efectos de la crisis económica. La implementación de incentivos fiscales a las empresas que realicen publicidad es un buen ejemplo. Sostener la inversión en publicidad contribuirá a relanzar el consumo, incentivar la actividad, mantener puestos de trabajo y dar sustentabilidad e independencia a los medios de comunicación. Por eso, los incentivos son indispensables para el sostenimiento de la actividad publicitaria y el consecuente efecto multiplicador en la economía de consumo.

R/GA



Juan Soprano
VP, Managing Director, SS LATAM

R/GA

Empleados: 265

1 Para R/GA el principal objetivo del año que viene es la expansión regional. Ya tenemos clientes regionales, y otros en República Dominicana y México, donde queremos seguir consolidando nuestra presencia. Además, vamos a buscar seguir posicionándonos como un *partner* estratégico en innovación y transformación, y acompañaremos a otras empresas en el desarrollo de soluciones que combinen tecnología y creatividad para hacer crecer sus negocios y construir relaciones de valor con sus audiencias en los espacios en los que estas se encuentren.

2 Este año construimos y consolidamos un equipo de liderazgo ejecutivo nuevo, ganamos clientes como La Nación, Gatorade, Nissan, y seguimos expandiéndonos en la región trabajando con empresas en México. Además, potenciamos la colaboración con el resto de las oficinas de la red y desarrollamos proyectos que tuvieron un impacto positivo en la comunidad. A nivel obstáculos, diría que la inflación es el principal. Nos obliga a estar muy metidos en la parte más financiera del negocio para buscar seguir siendo competitivos, tanto en términos de *fees* hacia nuestros clientes, como de empleabilidad.

3 Contar con la Ley de Economía del Conocimiento es clave para promover el desarrollo y ayudar a que las empresas que exportan servicios puedan mantenerse competitivas y seguir siendo una fuente de empleo importante en nuestro país.

WUNDERMAN THOMPSON



Victoria Cole
CEO de Wunderman Thompson Argentina y Chile

WUNDERMAN THOMPSON ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: $ 3500 millones

Empleados: 625

1 Seguir acompañando a nuestros clientes en su crecimiento, cuidar a nuestro talento, con capacitaciones que lo potencien. Lograr un buen equilibrio entre vida y trabajo. El año próximo traerá muchos planes en el mercado de USA y en el mercado local y regional, con la creación no solo de campañas sino de productos y servicios que estén al servicio de las personas.

2 Entrando ya en el tercer año de pandemia, hemos visto cómo muchas empresas han tenido que dar un salto en su transformación digital para adaptarse a los cambios. El cambio es una constante, para seguir creciendo y aprendiendo, sobre todo. Reorganizamos el área de *business* y estrategia, y las orientamos al desarrollo de clientes actuales. Creamos el área de *growth*, orientada no solo a nuevos negocios, sino al desarrollo de nuestras *capabilities*. Lanzamos MIS, el área que unifica las capacidades de martech, *media*, *data*, desarrollo tecnológico e *e-commerce*, dando servicios *full funnel*. Profundizamos el desarrollo de acciones y planes para el cuidado, retención y atracción de talentos para desarrollar al máximo el potencial de las personas en un ambiente de bienestar. En políticas, podríamos decir que un obstáculo fue la restricción de disponibilidad de moneda extranjera y la limitación para pagos al exterior.

3 Hoy la Ley de Economía de Cocimiento, está impulsando el negocio en parte. Políticas que podrían contribuir serían tener mayor disponibilidad de divisas y la reducción de las limitaciones para pagos en y al exterior.

CENTRAL DE MEDIOS

havas



María José Ezquerra
CEO

HAVAS MEDIA

Empleados: 310

1 Las expectativas están en afianzar la operación luego de 2 años de altísima rotación, y al mismo tiempo una muy buena *performance* en *new business*. Seguir creciendo los centros de excelencia internacionales, para exportar servicios al mundo. Profundizar la integración de nuestra oferta de servicios de creatividad, medios, *data* y *analytics*.

2 La inestabilidad económica, pero principalmente la inflación y su efecto en la compensación. El desbalance de un mercado laboral donde jugadores externos vinieron a plantear condiciones de contratación con las que es muy difícil competir. A pesar de ello el balance es positivo, tenemos un equipo resiliente, con líderes fuertes en las agencias y en los clientes, lo que nos permitirá cerrar un año con muy buenos resultados.

3 Baja de costos laborales y reducción de presión impositiva. En nuestro mercado hay más demanda que oferta de talento, por lo cual iniciativas de inclusión y desarrollo de talento serian muy bienvenidas.

QUIROGA agencia de medios





En Novartis reimaginamos la medicina para mejorar y prolongar la vida de las personas

NOVARTIS | Reimagining Medicine

AG2209291091

Gustavo Quiroga
Founder & CEO

QUIROGA AGENCIA DE MEDIOS
Empleados: 80
1 En 2023 nos proponemos seguir creciendo y desarrollando QPerfom, nuestro sistema de pensamiento estratégico integral que permite a nuestros clientes integrar una visión innovadora que maximice el valor de sus marcas a través de un proceso colaborativo. Lo conforman: • Quiroga Agencia de Medios • QIntelligence - BI & A: detección de tendencias en innovación y consumo. • Quicont: contenidos especiales basados en insights. • Quiroga Sport – Marketing deportivo. • Qartic – Transformación digital, análisis de madurez digital e implementación de soluciones. • Qlanda – Prensa & RRPP y sustentabilidad.
2 El mercado en términos generales no creció al ritmo esperado y además hubo varias medidas que no ayudaron en ese sentido, como por ejemplo la Ley de Etiquetado Frontal o las trabas a las importaciones que afectaron a muchos anunciantes. A pesar de lo mencionado, se consolida la pospandemia y se reactiva de la inversión. En Quiroga seguimos apostando para que en 2023 la inversión publicitaria crezca a los valores esperados.
3 Creemos que sería bueno poder trabajar en forma colaborativa entre el sector privado y el público para identificar posibles obstáculos que afectarían a la industria y evaluar soluciones conjuntas. También trabajar en acuerdos relacionados a la exportación de servicios con el fin de evitar la doble tributación con el resto de la región. Todo esto permite que las empresas podamos ser parte activa de la reactivación económica del país y generar más y mejor empleo.

RESEARCH Y CONSULTORÍA



Cecilia Mosto
Socia Gerente

CIO CREATIVE INVESTIGATION
Facturación (e.) 2022: u$s 800.000
Facturación (p.) 2023: u$s 850.000
Inversiones 2023: u$s 50.000
Empleados: 15
1 Continuar con la expansión regional y fortalecer alianzas.
2 Trabas burocráticas, importaciones, inestabilidad cambiaria, inflación.
3 Apertura del cepo, baja de inflación.



Ariel Hajmi
CEO Kantar IBOPE Media Argentina & Uruguay

KANTAR IBOPE MEDIA
Empleados: 300
1 Este año celebramos los 30 años en Argentina y 2023 será corolario del trabajo de varios años porque haremos el *rollout* de la medición *cross media* y la evaluación de campañas publicitarias en TV y digital. Adicionalmente nuestra información estará disponible para la venta programática
2 Nuestro principal desafío es el desequilibrio de la macroeconomía argentina, con foco en la actividad económica y la inflación.
3 Retomar la senda de reducir la inflación, la reducción de la carga impositiva como así también mayor flexibilidad laboral.



Luis Rey
Managing Partner FutureBrand Spanish Latin America

FUTUREBRAND
Facturación (e.) 2022: $ 600 millones
Facturación (p.) 2023: $ 800 millones
Empleados: 70
1 Continuar consolidando nuestro liderazgo en la consultoría en *branding*; enfocarnos en proyectos que realmente agreguen valor al negocio de nuestros clientes a través de la construcción de marcas potentes y preparadas para el futuro. En tiempos complejos, hay que ser flexibles y adaptables; los decisores de empresas de todos los tamaños y todas las industrias reconocen la necesidad de construir vínculos más fuertes y sostenibles en el tiempo. Y para ellos, sus marcas deben responder adecuadamente a las necesidades de los distintos públicos, que cada vez están más informados y preocupados por mejorar su calidad de vida.
2 La inflación creciente y la inestabilidad económica impactaron en la Argentina principalmente. Es un buen año a pesar de los desafíos. La reactivación de la actividad económica en la pospandemia motorizó la necesidad de proyectos como los que hacemos en toda la región de Hispanoamérica.
3 Todas las políticas que generen confianza y estabilidad económica van a motorizar nuestro sector. Es una obviedad, pero cuando a las empresas les va bien, a nosotros nos va bien, dado que sus negocios crecen y las marcas deben poder acompañar ese crecimiento y acompañar esa evolución. En momentos de crecimiento, estabilidad y previsibilidad, hay más decisión de invertir en los activos intangibles.

Construcción, infraestructura y mercado inmobiliario

INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN



Emiliano Bonfiglio
CEO de Anclaflex

ANCLAFLEX
Facturación (e.) 2022: $ 1700 millones
Facturación (p.) 2023: $ 2900 millones
Inversiones 2023: $ 200 millones
Empleados: 150
1 Estamos muy avanzados con la instalación de las distintas plantas productivas y estimamos que para inicios de 2023 deberíamos tener esta primera etapa finalizada. En paralelo, hemos comenzado una segunda etapa que denominamos de “ampliación y mejora productiva”, la cual nos permitirá ser más eficientes y brindar un mejor servicio a toda nuestra red de distribución. Además estaremos lanzando nuevos productos al mercado. Por otro lado, estamos trabajando en profundizar la capacitación. Hemos retomado los cursos presenciales teórico-prácticos que veníamos ofreciendo antes de la pandemia con un excelente nivel de convocatoria.
2 Luego de terminada la pandemia, la modalidad de trabajo a distancia fue un tema a superar. Hoy podemos decir que estamos muy cómodos trabajando con un esquema mixto que mejora notablemente la productividad de los colaboradores. Otros obstáculos a mencionar son el desabastecimiento de materias primas a nivel mundial, el aumento del flete internacional que se trasladó a los insumos productivos, y la intensificación de las trabas en las importaciones, las cuales continúan siendo uno de los principales obstáculos a los que nos enfrentamos. El desafío también se enfocó en continuar creciendo y atender a nuestros clientes, y brindarles la misma calidad y servicio de siempre. El balance es sumamente positivo, dado que hemos alcanzado las metas propuestas tanto en lo económico como en lo organizativo. Seguimos afianzando el equipo de jóvenes profesionales a cargo de puestos estratégicos.
3 En primer lugar, las pymes demostraron tener una gran capacidad de adaptación y a su vez generan el 70% del trabajo. Consideramos que se les debe brindar un importante apoyo. Por otra parte, la inversión en redes de infraestructura es un elemento clave para poder proveerse de materias primas o llegar a otros mercados sin complicaciones en la operatividad. A su vez, darían un importante impulso al sector las



Citi

En el mundo, en Argentina, en el mañana.

Más de 200 años de experiencia nos enseñaron a abordar los desafíos del cambio continuo.
A ir siempre un paso más adelante y abrir camino para el crecimiento y el progreso.
Vayamos juntos a descubrir que el mundo sigue siendo un lugar lleno de oportunidades.

citi®

SUCURSAL DE CITIBANK N.A. ESTABLECIDA EN LA REPÚBLICA ARGENTINA. CITIBANK N.A. REALIZA SU ACTIVIDAD BANCARIA EN ARGENTINA A TRAVÉS DE SU SUCURSAL. LAS OBLIGACIONES RESULTANTES DE SUS OPERACIONES SON PAGADERAS EN ARGENTINA Y ÚNICAMENTE CON LOS ACTIVOS DE LA SUCURSAL DE CITIBANK N.A. EN ARGENTINA. CITI Y EL DISEÑO DEL ARCO ES UNA MARCA REGISTRADA DE CITIGROUP INC.

líneas de crédito blando, la baja de impuestos para la construcción, la creación de Planes de Vivienda y los incentivos a la exportación.



Juan Pablo Rudoni
Presidente

ECOSAN
Facturación (e.) 2022: u$s 50 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 60 millones
Inversiones 2023: u$s 5 millones
Empleados: 250

1 Tenemos mucha expectativa en el crecimiento de los sistemas constructivos modulares e industrializados, que han demostrado ser muy efectivos, dado que cuentan con cualidades que los hacen muy atractivos para el mercado por la rapidez en la instalación, los costos fijos que no tienen mayores variaciones en el transcurso de la obra y, además, por el mínimo plazo de la obra, que es fundamental, así como por la calidad y diversidad de las terminaciones. Vamos a seguir expandiéndonos en el mercado de la construcción modular a partir de nuevos proyectos e innovando en el desarrollo de productos con los más altos estándares de calidad que nos caracteriza. Próximamente, estaremos comenzando la construcción de nuestra nueva planta en Loma Verde, y esto es parte de nuestra apuesta por el crecimiento de nuestro sector y del país.

2 Sin dudas, el incremento constante de todos los costos genera grandes dificultades a todas las industrias y la nuestra no es la excepción. En lo que respecta a Ecosan, fue un año de continuar con el crecimiento sostenido que venimos teniendo año tras año, en los que trabajamos en muchos proyectos en simultáneo y logramos posicionar la construcción modular y su alto rendimiento en el mercado.
La demanda y las ganas de crecer nos van llevando hacia otros rumbos, siempre con el foco puesto en la innovación constante en nuevas unidades de negocios.

3 Sin duda, a nuestro sector lo impulsaría todo lo relativo a créditos para la vivienda, así como incentivos para la construcción, una baja impositiva en el sistema constructivo sería muy importante para fomentar la inversión privada. Por otro lado, la política pública de construcción de viviendas sociales también haría crecer mucho el sector de la construcción en general y, en particular, al nuestro.



Christian Dedeu
CEO

HOLCIM ARGENTINA
Empleados: 1200

1 Nuestra estrategia de negocios estará enfocada en acelerar el crecimiento sustentable. Queremos incrementar la producción y venta de nuestros productos y soluciones sostenibles para la construcción. Nuestro propósito "construir progreso para las personas y el planeta" nos plantea el desafío de liderar el proceso de cambio hacia la economía circular con Geocycle, buscar otras soluciones para los residuos de la construcción que pueden ser insumos y reducir nuestra huella de carbono de manera significativa los próximos años. Somos líderes y por ello referentes en nuestro sector y mercado en el país. Así debemos demostrarlo y estar cada vez más cerca de los clientes a través de una plataforma de crecimiento y creación de valor en toda la cadena. Las inversiones que venimos realizando en estos más de 90 años de presencia en Argentina con Holcim, Disensa y Geocycle son un gran motor para continuar creciendo con el fin de lograr un desempeño superior y expandir nuestras soluciones Queremos estar presentes "desde los cimientos al techo" en cada vivienda de los argentinos y en cada obra de infraestructura, por lo que seguiremos diversificando nuestra oferta de productos de la construcción para nuestros clientes.

2 Nuestra estructura de costos está influenciada por la inflación y las importaciones: la mitad es en pesos y la otra es en dólares, lo cual afecta directamente a la actividad del sector. Sin embargo, durante 2022 fue un hito para Holcim en cuanto a novedades y lanzamiento de productos: presentamos nuestra nueva identidad y visión a nivel mundial, cuyo foco es ser líderes mundiales en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción con un gran foco en la descarbonización. Lanzamos la gama más amplia de cementos sustentables, "ECOPlanet", compuesto por los productos Maestro, Fuerte y Agrovial a nivel nacional; y AQUA solo para la provincia de Mendoza por sus características especiales. Por su parte, la red Disensa de corralones se expandió en los últimos años de una manera exponencial, contamos con más de 450 locales a nivel país y seguiremos creciendo para llegar a más ciudades. En tanto, Geocycle, gracias a las inversiones realizadas en Córdoba, Jujuy y Mendoza –entre u$s 10 y 15 millones–, aumentamos nuestra capacidad de coprocesamiento, lo que nos permite continuar reduciendo las emisiones de carbono (CO2).

3 Nuestro país tiene todo para crecer y salir adelante si se establecen normas claras y perdurables en el tiempo. Para el desarrollo y crecimiento del país es importante que se mantengan en el tiempo y que permitan estabilidad en las inversiones, esto incluye consenso y diálogo entre el sector público y privado en aspectos impositivos, laborales, energéticos y medioambientales, que garanticen un marco previsible para el crecimiento del sector. Para nuestro sector es clave la reactivación de la obra pública, las licitaciones de grandes obras es algo clave para empujar el crecimiento del sector como también contar con opciones de financiación para las obras privadas.



Mariano Bó
CEO de Clúster LATAM Sur de Saint-Gobain

SAINT GOBAIN
Empleados: 1200

1 En línea con nuestro propósito "Hacer del mundo un hogar mejor", en 2023 continuaremos enfocando nuestros esfuerzos en pos de los objetivos ambientales con metas parciales para 2025, 2030 y 2050. A la vez, continuaremos trabajando con el objetivo de fomentar la construcción sustentable en nuestro país a partir de la innovación y el desarrollo de nuevas soluciones constructivas que aporten positivamente al planeta. También, al igual que durante 2022, continuaremos con el foco puesto en aportar valor a las comunidades locales para impulsar su desarrollo.

2 Este fue un año de desarrollo y crecimiento no solo para la corporación sino también para la industria. Desde Saint-Gobain ampliamos la capacidad productiva para potenciar el abastecimiento y brindar soluciones cada vez más innovadoras y eficientes que acompañen al desarrollo de la industria y cuiden al planeta.

3 Es indispensable que la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente estén en el centro de la conversación para continuar impulsando al sector. Para ello, los gobiernos, las compañías y las personas debemos impulsar proyectos y políticas que fomenten las buenas prácticas en la industria. Por otro lado, también es importante que se tenga en cuenta la problemática actual de déficit de viviendas dignas, para promover entre todos el crecimiento económico y la inclusión social en pos de un futuro más justo, sostenible y diverso.



Guido Di Toto
General Manager South Latam

SIGNIFY

1 Seguir creciendo en soluciones de iluminación conectadas y de valor agregado para nuestros clientes, tanto profesionales (industrias, municipalidades, estadios, oficinas, con nuestras marcas Philips, Interact y Color Kinetics…) como residenciales (con nuestras marcas Philips Hue y Wiz). Nuestro objetivo es contribuir con cada vez más y mejores soluciones para ciudades más seguras y eficientes, hogares más confortables y conectados, para industrias, oficinas y comercios más productivos, ofrecer más y mejores alimentos a través de la luz, entre muchas otras innovaciones. Vemos 2023 con optimismo desde el lado de la demanda, ya que nuestros clientes y consumidores siguen adoptando cada vez más nuestras soluciones conectadas. Tiene todo el potencial de ser un gran año.

2 Hemos tenido un año muy desafiante. Nos encontramos con obstáculos, como lo fue la segunda mitad del año con el bloqueo de importaciones que impacta en la falta de insumos y productos, pero también con aciertos y logros, ya que hemos tenido mucho crecimiento en la primera mitad del año, con proyectos como la apertura de nuestro primer Philips Hue Store de América latina en Buenos Aires, o la introducción de la iluminación 3D que es 100% sustentable. También nos hemos certificado como un Great Place to Work por segundo año consecutivo, hemos lanzado nuestros primeros reportes de acción climática y de diversidad e inclusión con importantes logros. Sin dudas la situación de importaciones deja un sabor amargo para el cierre del año, pero somos optimistas y estamos muy contentos por todos los logros alcanzados.

3 Necesitamos poder tener previsibilidad para la disponibilidad de insumos y productos finales. Esto nos permitiría seguir desarrollando el mercado interno y las exportaciones, donde este año realizamos los primeros embarques de luminarias de fabricación nacional a Uruguay y Chile, con miras a convertirnos en polo productor y exportador para la región.



Fernando Martínez

Presidente

TECNOPERFILES

Facturación (e.) 2022: u$s 50 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 65 millones

Inversiones 2023: u$s 2,5 millones

Empleados: 307

1 Este año llevamos adelante la inauguración oficial de la nueva planta productiva de foliado de 2000 m2 contigua a nuestro centro de distribución, con la última tecnología de procesos utilizada en Europa sumada a un *layout* de planta adaptado exclusivamente a este proceso, que ya cuenta con cinco foliadoras que permitirán aumentar la capacidad productiva de la empresa en un 250%. Invertimos en nuevas extrusoras con la máxima tecnología europea de punta que junto a la nueva matricería austríaca de Greiner, nos ha permitido aumentar nuestra capacidad productiva en un 30%, para dar respuesta a una demanda creciente a nivel nacional e internacional, con tiempos cada vez más cortos y procesos más eficientes. En línea con estas inversiones, también hemos realizado importantes obras de mejora y un nuevo playón de maniobras en el centro de distribución de 3000 m2, con la implementación de Tecnología 4.0, que permitirá aumentar la disponibilidad de stock de producto y agilizar toda la logística.

2 A pesar de los vaivenes económicos que hemos sufrido tanto a nivel local como global, en Tecnoperfiles logramos adecuarnos una vez más al contexto vertiginoso.



Este año pudimos fortalecer nuestra capacidad productiva, con nuevas inversiones y proyectos para expandirnos y seguir optimizando procesos para elaborar perfiles de PVC para aberturas de media y alta prestación, a la vanguardia de la industria europea, creciendo a paso firme con productos elaborados en la Argentina, con la máxima tecnología europea, con gran presencia internacional. A pesar del complejo contexto mundial, hemos tenido un muy buen año comercial. Hemos desarrollado grandes proyectos para expandirnos y seguir optimizando nuestros procesos productivos, para continuar respondiendo a una demanda cada vez más exigente y creciente a nivel nacional e internacional.

3 La recuperación de la industria de la construcción, y el impulso a través de créditos para nuevas viviendas y refacciones, siempre contribuyen al crecimiento del sector. Si se logra una mayor estabilidad económica, se verá reflejado en una mayor seguridad para invertir y seguir creciendo.

CONSTRUCTORAS



Santiago Tarasido

CEO

CRIBA

Facturación (e.) 2022: $ 20.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 24.000 millones

Inversiones 2023: $ 600 millones

Empleados: 1000

1 Proyectamos un año con objetivos de crecimiento de nuestra operación tanto en la Argentina como en Uruguay y estamos analizando en concreto proyectos en otros países de la región. Más allá del contexto cada vez más complicado, el sector de real estate y obras privadas se sigue reinventando para aprovechar algunas condiciones favorables como un costo de construcción históricamente bajo en dólares y cambios de la pospandemia. En CRIBA tenemos el enorme desafío de construir cerca de 500.000 m2 en los próximos dos años de edificios muy emblemáticos.

2 El principal obstáculo sigue siendo la falta de proyecto de país y la visión de largo plazo necesaria para favorecer las inversiones y el desarrollo de las empresas que, en definitiva, son las generadoras de empleo. Debido a las restricciones presupuestarias cayó drásticamente la actividad en obras públicas. La inflación y sus evidentes consecuencias, con un tremendo impacto en la productividad, en el poder de compra de quien necesita una vivienda y en el crédito hipotecario, sigue siendo el gran problema. Estos niveles de tasas e inestabilidad en una industria con una cadena de valor muy larga y muy dependiente de pequeñas y medianas empresas generan grandes problemas.

3 Desde el sector presentamos infinidad de propuestas. Los incentivos están a contramano, un claro ejemplo es la famosa ley de alquileres. La realidad es que no se puede seguir castigando al sector productivo en un país que necesita generación de empleo y con un tremendo déficit de vivienda e infraestructura de todo tipo. Revalorizar a las empresas y emprendedores que generan actividad genuina y agregan valor a la economía es el gran desafío público y de toda la sociedad.



Hernán Franco

CEO

LINZ

Empleados: +75

1 Durante 2023 nuestra empresa se centrará en continuar con la expansión regional de la mano de la exportación de servicios de conocimiento, y mediante alianzas por país a fin de generar volumen en nuestra división de negocios llave en mano (construcción). En la Argentina seguiremos consolidando la marca y con la proliferación de los negocios en todos los segmentos en los sectores que actuamos.

2 En la Argentina los obstáculos son la falta de un plan económico y la alta inflación. El balance del año que se va es muy positivo. Nuestra cartera de clientes tanto locales como internacionales se ha incrementado un 25%. Nuestro volumen de negocios también se ha incrementado tanto de forma local como en la región gracias a una adecuada estrategia comercial implementada por la gerencia liderada por Oscar Germain. El ingreso al sector pharma es un objetivo cumplido de 2022.

3 En nuestro sector en la Argentina precisamos previsibilidad y un ordenamiento político-económico para dar certeza a los inversores locales y extranjeras. En lo que tiene que ver con el tipo de cambio, su actualización también ayudaría a vender más, a seguir mostrando nuestros productos y servicios al mundo lo que genera un círculo virtuoso para todos. Está probado que la reforma laboral en Argentina es urgente, no se puede perder más tiempo con esto, teniendo en cuenta la fuerza laboral de todo tipo que necesitará el país en los próximos años.



Carlos Bacher

CEO de Techint Ingeniería y Construcción

TECHINT INGENIERÍA Y CONSTRUCCIONES

Facturación (e.) 2022: $ 80.579.276.000

Facturación (p.) 2023: $ 210.626.366.000

Empleados: 5136

1 El año próximo nos espera con un nivel de actividad muy importante para Techint E&C, con obras relevantes de infraestructura y producción energética, y a la espera de que se concreten nuevas inversiones en materia de desarrollo de litio, minería y en distintas iniciativas en toda la cadena del *oil & gas,* con Vaca Muerta como disparador de la producción e industrialización del sector. Este incremento de actividad principalmente en infraestructura energética que estamos viendo en nuestro país, se da en simultáneo con el desarrollo de proyectos importantes en otros países de la región, con lo cual, anticipamos un nivel importante de ocupación para las empresas como la nuestra, no solo en Argentina, sino a nivel regional.

2 Si bien 2022 comenzó con un crecimiento lento y momentos de elevada incertidumbre respecto de la realización de proyectos como el Gasoducto Presidente Néstor Kirchner (GPNK) y otras plantas de tratamiento de gas y petróleo en la zona de Vaca Muerta, hoy estamos llegando a fin de año con un alto nivel de actividad y muchas de estas obras en ejecución. Esto es muy importante porque creemos que serán propulsoras de otros proyectos en el sector del *oil & gas*, fundamentales para el desarrollo del país y con la posibilidad de generar alivio en materia de importaciones. Las dificultades cambiarias e inflacionarias obligan a una planificación muy detallada, que, sumadas a una cadena internacional de proveedores afectados por el contexto global, hacen aún más desafiantes estos proyectos. Por otro lado, el incremento de actividad en nuestro país requiere personal con conocimiento en diferentes especialidades y oficios, que hace tiempo no se realizaban en Argentina. Esto pone de manifiesto la necesidad de llevar adelante capacitaciones para contar con las personas necesarias para llevar adelante los distintos proyectos de alta complejidad.

3 La Argentina está ante una oportunidad extraordinaria de desarrollar el sector energético, lo que implica la realización de grandes obras de infraestructura, que para empresas como Techint E&C, representan una gran oportunidad para poder llevar adelante dichos proyectos e implementar su capacidad de ejecución. Para ello, hace falta generar marcos de estabilidad para los inversores y dictar las leyes adecuadas que permitan el flujo de capitales necesarios para estos importantes proyectos. Asimismo, políticas que tiendan a ir disminuyendo

los niveles inflacionarios y que generen estabilidad en materia de convenios laborales harán que se transite un camino cada vez más virtuoso hacia el desarrollo.



Damián Mindlin
Presidente

SACDE
Facturación (e.) 2022: u$s 600 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 1100 millones
Empleados: 6000

1 El desafío excluyente es construir en los plazos previstos el Gasoducto NK, que es la infraestructura clave para el desarrollo del gas de Vaca Muerta y reducir la dependencia del LNG importado. Esperamos un año desafiante en todas nuestras áreas de negocio: *oil & gas*, ductos, energía, infraestructura, arquitectura y servicios.

2 No hablamos de obstáculos sino de desafíos. En un contexto general complejo y cambiante, estamos logrando llevar adelante todos los proyectos con mucha atención y en diálogo permanente a nuestros clientes y proveedores estratégicos. Esperamos llegar a fin de 2022 con un balance positivo de lo realizado este año.

3 Todas aquellas políticas públicas que contribuyan a impulsar el desarrollo y a generar las mejores condiciones de inversión. Desde darle mayor estabilidad y previsibilidad al marco legal y normativo a largo plazo, hasta un mejor acceso al financiamiento y la adecuación de la carga impositiva que afecta a los proyectos de inversión, entre otras.

INFRAESTRUCTURA



Pieter Jan De Nul
Presidente

COMPAÑÍA SUD AMERICANA DE DRAGADOS, MIEMBRO DE JAN DE NUL GROUP
Empleados: 500

1 Confío que continuaremos trabajando en Argentina y aportaremos valor al sector portuario y exportador a partir de las tareas de dragado y profundización de los puertos, canales y vías navegables desde donde se mueve el comercio exterior del país hacia el mundo.

2 Cerramos un buen año, ya que seguimos consolidando nuestra operación en territorio argentino a partir de la realización de las obras estipuladas para el 2022, que han mejorado sustancialmente la operatividad de los puertos argentinos. A nivel grupo, nos da mucha satisfacción seguir fortaleciendo nuestra presencia en la región a partir de proyectos importantes en Uruguay, Brasil y Paraguay.

3 La Argentina tiene que capitalizar su enorme potencial para poder llevar sus productos al mundo, desde los agroindustriales con valor agregado hasta los de la industria minera, combustible, entre otros. Para esto, es clave que las políticas públicas den incentivos y certidumbre tanto al sector exportador como al logístico.

REAL ESTATE



Alejandro Badino
Managing director

COLLIERS INTERNATIONAL ARGENTINA
Facturación (e.) 2022: u$s 4500 millones (global)
Empleados: 30

1 Estamos planificando el negocio para el 2023 y para el post 2023 considerando que es esperable dos contextos muy distintos. Para 2023 prevemos un contexto igual de complejo que el actual pero aún más agravado, y con las elecciones a fin de año que sin duda tendrán un impacto en el mercado.



Bajo estas consideraciones, nos vamos a focalizar en la estrategia de marketing virtual basada en el posicionamiento de marca, la inversión en tecnología para mejorar nuestros servicios y el crecimiento de las actuales unidades de negocio a través de nuevas incorporaciones y un plan de capacitación activo.

2 Lo de siempre, un contexto macro tanto económico como político supercomplejo que no permite tomar decisiones de inversión y solo hace posible focalizarse en los negocios de oportunidad que se generan como consecuencia del actual contexto. Desde el punto de vista de los resultados es un buen año, aunque vale la pena destacar que son las "malas razones" las que generan negocios. Excedentes de pesos que se invierten en *real estate*, desinversión de empresas que dejan el país son solo 2 ejemplos puntuales de lo sucedido en el año.

3 Repensar el país nuevamente desde todo punto de vista. O nos transformamos en un país serio o no habrá medidas (por más buenas que sean) que generen un impacto positivo.



Gonzalo de la Serna
CEO

CONSULTATIO
Facturación (e.) 2022: u$s 151 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 140,6 millones
Inversiones 2023: u$s 51,5 millones
Empleados: 535

1 Nuestro desafío es mantener el foco en las necesidades de usuarios e inversores, sus formas de habitar y consumir, para aportar un valor a nuestros productos a través de una visión innovadora. Estamos trabajando en una oferta diversificada de proyectos alineados con sus expectativas comprendiendo el rol que estos productos pueden cumplir como espacio habitable, activo de resguardo, de renta o de diversificación. Entre nuestros productos verticales, estamos trabajando en un gran proyecto de usos mixtos en Catalinas y, muy probablemente, empezaremos a comercializar unidades en Oceana Nordelta, el segundo complejo residencial de lujo de esa línea en el país. Puertos continuará consolidándose con la incorporación de nuevos barrios, y tendremos grandes novedades en cuanto a propuestas culturales, servicios e infraestructura. Además, seguiremos explorando nuevos modelos de negocio que generen más y mejores opciones para nuestro público inversor.

2 Durante 2022 la evolución del negocio ha variado en los distintos submercados en los que opera la compañía. En líneas generales, el segmento de urbanizaciones tuvo un impulso renovado a partir de la pandemia, con una actividad comercial muy robusta y niveles de demanda altos, que se sostuvo muy firme durante el primer semestre del año. A partir del segundo semestre, posiblemente producto de la reapertura sucesiva en las ciudades postpandemia, vimos una gran recuperación en el mercado residencial urbano. Esta tendencia se vio reflejada en un importante número de operaciones concretadas en Oceana Puerto Madero y Huergo 475, el proyecto joven que lanzamos en Paseo del Bajo, Dique 2.

3 El sector inmobiliario se encuentra en un nivel de actividad disminuido por el contexto de incertidumbre en el que opera. Desde luego que la reducción de estos niveles de incertidumbre y cierta previsibilidad macroeconómica serían beneficiosos para el sector, pero también podría mejorar a partir de la implementación otras políticas, como puede ser el desarrollo de un mercado de créditos hipotecarios, el eventual tratamiento de la ley de alquileres para generar incentivos a la inversión y aumentar la oferta de unidades en alquiler, entre otras políticas que están presentadas a través de las cámaras de desarrolladores.



Víctor Feingold
CEO

CONTRACT WORKPLACES
Facturación (e.) 2022: u$s 55 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 60 millones
Inversiones 2023: u$s 1,5 millones
Empleados: 118 en Argentina - 330 regional

1 - Apertura de nuevos mercados - Nuevas unidades de negocios: 1 - WYS (Workplaces by Yourself): plataforma digital basada en IA y data para la creación de espacios de trabajo 2 - Unspaces: diseño y gestión de espacios en el metaverso 3 - Camp: *office as a service*

2 Obstáculos: - Las empresas se enfrentan a una reducción en los metros de oficina ocupados por combinación de trabajo remoto. Aún quedan compañías adecuando sus políticas a las nuevas modalidades de trabajo, aunque eso también es una oportunidad ya que muchas oficinas deben adaptarse al trabajo híbrido La compañías están invirtiendo sus recursos en su core y financiándose con los proveedores para la adecuación de sus espacios de trabajo Limitación al acceso de líneas de crédito bancario por restricciones de la banca en general, Importante inflación general en Latinoamérica. Balance: un año con muchos desafíos, el cual va a finalizar con un interesante nivel de operaciones y consolidación de la marca Contract Workplaces. Hemos superado la pandemia con creces en virtud de nuestras capacidades técnicas, financieras y profesionales ratificando nuestro liderazgo en diseño y construcción de espacios de trabajo.

3 Acceso a líneas de crédito para apoyar la financiación de proyectos de innovación y capital de trabajo. Previsibilidad político-económica que favorezca el clima de negocios en la región.



Herman Faigenbaum
Director general

CUSHMAN & WAKEFIELD
Empleados: 252

1 Seguir trabajando como hasta ahora, atendiendo las necesidades de las grandes empresas con toda nuestra gama de servicios para potenciar los inmuebles corporativos (oficinas, inmuebles logísticos y retail): Brokerage, Facility, Project y Property Management, Valuaciones, Research y Capital Markets.

2 Los principales obstáculos estuvieron relacionados con la situación país. Pero sabemos que siempre hay oportunidades y por eso decidimos poner foco en los servicios orientados a los inmuebles logísticos que hoy son los que generan más movimiento y en ofrecer a nuestros clientes oportunidades de inversión acordes con el contexto de cepo cambiario.

3 El impulso del sector vendrá de la mano de una moneda fuerte y de que se puedan establecer las condiciones para favorecer las inversiones y el crédito inmobiliario.



Mateo Salinas
Gerente general

EIDICO
Facturación (e.) 2022: u$s 43 millones de suscripción
Facturación (p.) 2023: u$s 30 millones de suscripción
Empleados: 148

1 Al igual que en el último año, por un lado esperamos avanzar y terminar las obras en desarrollo y los proyectos en marcha, ya sean de loteos o vivienda, con sistema al costo o bien sistema valor cerrado ajustado por índice CAC. Con el desafío de la inflación y posibles variaciones del tipo de cambio, apuntamos a seguir aplicando sistemas que permitan defender el avance y cierre de los proyectos y sus obras. Tenemos en carpeta varios proyectos de loteos: barrios en GBA e Interior para 2023, con la expectativa de poder concretar 4

PEPSICO

SOMOS EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR PARA JÓVENES PROFESIONALES

PUESTO

1º

EN EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO EN ARGENTINA

Encuesta EFY. 2022

proyectos y, con relación a vivienda, en forma de town houses o departamentos, concretar 2 proyectos nuevos en 2023. La gente sigue apostando al "ladrillo" y al lote como refugio de valor, con la oportunidad que la pandemia generó para el desarrollo suburbano, apostamos en seguir desarrollando propuestas innovadoras de vivienda e inversión para nuestros clientes.

2 Variables macroeconómicas, inflación y variación dólar, tal como venía ocurriendo años anteriores, este año con una mayor escalada de inflación y crecimiento costo construcción. Existe hoy también el desafío de poder hacer acopios de materiales para obras de infraestructura o vivienda que en muchos casos no es viable o por falta de materiales o por "falta de precio" de los proveedores. No perder el valor de los aportes de nuestros clientes frente a los avances de las obras con esta inflación y aumento de costos es un gran desafío. En cuanto al balance, al igual que 2021, este fue un año positivo para Eidico. El desarrollo suburbano ha tenido un crecimiento exponencial desde la pandemia, tanto en el mercado secundario de proyectos terminados como en nuevos proyectos de pozo. En 2022 vimos que se estabilizó el mercado secundario y bajó con relación a 2021 la reventa de propiedades en proyectos terminados, sean loteos o viviendas.

3 Siempre decimos que la articulación público-privada y el diálogo entre todos los actores de la industria es esencial para el desarrollo inmobiliario. Vemos en estos años cómo la CEDU (Cámara Empresaria Desarrolladores Urbanos) viene creciendo en la articulación no solo con el gobierno sino también con otros actores clave del sector como la AEV (Asociación de Empresarios de la Vivienda), la Cámara de la Construcción, Uocra, etc. A partir de este diálogo en la "mesa de la vivienda" fue posible desarrollar y promover una ley como la Ley de Incentivo a la Construcción y la Vivienda, que es positiva para el sector. Cualquier mecanismo que potencie y fomente la actividad puede tener un efecto multiplicador en una actividad clave para nuestra economía, generadora de inversión directa en obra de infraestructura y vivienda, mano de obra intensiva calificada, valorización de inmuebles y mayor pago de impuestos.



Alberto Fernández Prieto

Presidente

FERNÁNDEZ PRIETO & ASOCIADOS

Facturación (e.) 2022: u$s 35 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 48 millones

Inversiones 2023: u$s 25,4 millones

Empleados: 145

1 Vemos una oportunidad para invertir en 2023 debido a los bajos costos de produccion medidos en dólares y un despegue sostenido en nuestra actividad que empezo hace dos años y se mantiene firme.

2 El principal problema que hemos enfrentado es el derivado del proceso inflacionario y la dificultad para realizar la compra y provisión de materiales estratégicos para la construcción.

3 Tratar de bajar la inflacion y reducir la presion impositiva .



Agustín Freccero

Presidente & CEO

HARAS DEL SUR

Facturación (e.) 2022: u$s 3 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 4 millones

Inversiones 2023: u$s 2 millones

Empleados: 260

1 Es nuestro deseo consolidarnos como el principal desarrollo de la zona sur de la Provincia de Buenos Aires y brindar un entorno seguro, natural y agradable, un espacio educativo con nuestra institución Haras del Sur College y recientemente una zona comercial y de oficinas para el desarrollo de las familias y de la zona Haras del Sur.

2 Todos sabemos que la difícil situación económica que estamos atravesando, es un enorme desafío para cualquier emprendimiento. La inflación y la incertidumbre nos hacen repensarnos día a día e innovar. Es por ello que nos encontramos permanentemente analizando nuevas alternativas, desarrollos y proyectos, a fin de cubrir tanto la necesidad de los propietarios como también asegurarnos que cada proyecto culmine de forma satisfactoria y cumpla las expectativas del cliente. Estos últimos años, a raíz de la pandemia, muchas familias han replanteado sus proyectos de vida y dada la facilidad que brinda el teletrabajo, han decidido desarrollarse en un entorno natural y seguro. Así, ha crecido enormemente la cantidad de residentes en nuestros emprendimientos, lo cual lógicamente incrementó las ventas tanto de lotes, como de viviendas y departamentos.

3 El cuidado del medioambiente es un pilar fundamental en nuestros proyectos. Consideramos que para lograr el crecimiento sostenible, se requiere una mejor gestión de los recursos naturales, políticas fiscales respetuosas con el medioambiente, mercados financieros más verdes y programas eficaces de gestión de desechos a nivel mundial.



Gabriela Goldszer

Directora

OCAMPO PROPIEDADES

Empleados: 35 y sumando dotación

1 Las expectativas para el próximo año es que continúe el proceso de recuperación de la actividad inmobiliaria. Especialmente, en virtud de que mucha gente –alejado el riesgo pandemia– está volviendo a tratar de resolver sus necesidades y deseos habitacionales las que había puesto en pausa.

2 Entre los principales obstáculos se destaca el escenario económico nacional e internacional y su consecuente impacto en el valor del dólar que es clave para el negocio del real estate. De igual modo, la dinámica inflacionaria. El balance del año que está por terminar es positivo, especialmente si se toma en cuenta de dónde venía la actividad. El año 2022 mostró mejores indicadores relativos tanto en cantidad de operaciones concretadas como de la dinámica de consultas y visitas.

3 Toda política económica que esté orientada a la estabilidad monetaria y la normalización del tipo de cambio, tiene un impacto fuerte y directo en el mercado inmobiliario. De igual modo, y en términos estructurales del mercado, el crecimiento del mercado de crédito a largo plazo resulta decisivo.



Sebastián Sosa

Presidente de RE/MAX Argentina y Uruguay

RE/MAX

Facturación (e.) 2022: $ 975 millones

Facturación (p.) 2023: $ 1665 millones

Inversiones (p.) 2023: $ 375 millones

Empleados: 30 en casa central

1 A pesar del contexto económico del país no creemos que el 2023 vaya a ser muy distinto. En la red RE/MAX tenemos grandes expectativas, estuvimos haciendo cambios internos y aumentamos alrededor de 20% nuestro equipo de trabajo, con lo que esperamos ver los frutos en el crecimiento del número de oficinas adheridas y por supuesto el volumen de sus ventas.

2 Tuvimos los mismos obstáculos que tuvieron todos los rubros, la inestabilidad económica, la inflación y devaluación de nuestra moneda. Particularmente en el rubro inmobiliario enfrentamos la ausencia de préstamos hipotecarios, el constante cambio de reglas y la falta de incentivos para invertir.



afarte

ASOCIACIÓN DE FÁBRICAS ARGENTINAS
TERMINALES DE ELECTRÓNICA



afarte.org.ar

Con todo esto en este 2022 hemos llegado a tres provincias del país donde antes no teníamos presencia que son lugares estratégicos, con lo cual sigue siendo un balance positivo para la marca.
3 Aquellas que faciliten la financiación, el acceso a la vivienda, seguridad jurídica e incentivos para la inversión.

Consultoría

AUDITORÍA E IMPUESTOS



Fernando de Tezanos Pinto
Presidente de Auren Argentina y Auren en Latinoamérica. Director ejecutivo del Board Internacional

AUREN
Facturación (e.) 2022: $ 812 millones
Facturación (p.) 2023: $ 1200 millones
Empleados: 200
1 Vamos a continuar acompañando a los clientes con soluciones simples y que los ayuden a disminuir costos frente a las complejas coyunturas (impositivas, legales, laborales, de sectores). Continuamos creciendo con los servicios de auditoría, impuestos, fiscal y outsourcing, y los potenciamos con la estrategia de crecimiento inorgánico mediante la invitación a potenciales firmas talentosas a formar parte de Auren. A partir del crecimiento logrado en América latina durante los últimos 4 años vamos a continuar ofreciendo los servicios de consultoría (estrategia e innovación, IT, recursos humanos, procesos, sostenibilidad) con nuestra metodología "Auren te escucha" para comprender cada problema y ofrecer soluciones 360, a través de equipos multidisciplinarios coordinados por un KAM (Key Account Manager). Las expectativas y proyectos de Auren están relacionadas principalmente con la creciente presencia internacional y regional. Ofrecemos amplia oferta de servicios y soluciones desde una visión global con respaldo local. Ponemos el foco en la tecnología, innovación, transformación y nuevos mercados, acompañamos a nuestros clientes y alineamos los 3 factores principales: personas, procesos y tecnología.
2 Uno de los mayores obstáculos que enfrentamos como consecuencia de nuestro crecimiento fue la búsqueda de personal joven. Actualmente la búsqueda en la Argentina compite con aquellas empresas que contratan desde el exterior y pagan con moneda extranjera. Otros obstáculos que enfrentamos son la crisis, la alta inflación, incremento de costos, déficit fiscal, la falta de confianza e inversión en el plano económico. Esto dificulta la planificación y la generación de oportunidades de negocios. Seguimos viviendo el impacto que generó la pandemia en los negocios y en el mercado y la profundización de la crisis, que se suman a la incertidumbre constante en los negocios. Nos seguimos adaptando al cambio profundo y nuevas tendencias. El desafío es lograr el consenso a nivel país e identificar las oportunidades con una mirada internacional.
3 Es fundamental trabajar el consenso político, social, económico y empresarial para impulsar el país y su integración con América latina. Las políticas públicas aisladas no logran fortalecernos. Debemos contar con una economía más fuerte, estable y con seguridad jurídica para hacer frente a las necesidades del país y demandas a nivel global. Las políticas de inversión y una inflación moderada generan oportunidades para todo nuestro sector.



Miguel Centarti
CEO

BAKERTILLY ARGENTINA
Facturación (e.) 2022: $ 1400 millones
Facturación (p.) 2023: $ 2800 millones
Inversiones 2023: $ 28 millones
Empleados: 230
1 Nuestras expectativas para 2023 son las de continuar creciendo en facturación, en nuevos servicios y en la apertura de nuevas oficinas en el interior.
2 Los principales obstáculos han sido básicamente la creciente inflación, la imposibilidad de trasladar el incremento de costos a los precios, el aumento de los impuestos y las dificultades para incorporar personal profesional.
3 La estabilización de la economía, la reducción del déficit fiscal, el control de la inflación y la disminución de las tasas de interés mejorarían seguramente el clima de negocios y de inversión.



Sergio Crivelli
Socio director

BDO
Facturación (e.) 2022: $ 4200 millones
Facturación (p.) 2023: $ 8400 millones
Inversiones 2023: $ 250 millones
Empleados: 800
1 Nuestro objetivo es seguir creciendo y ganando participación de mercado para competir con las principales firmas de nuestro rubro. Para ello seguiremos invirtiendo en capacitación de nuestros colaboradores y en tecnología e innovación para mejorar los servicios actuales y crear nuevos servicios acorde a las necesidades de nuestros clientes.
2 El balance para nuestra firma es positivo. Hemos alcanzado los objetivos de crecimiento fijados a principio de año y ampliado nuestra base de clientes. Los principales desafíos que enfrentamos tienen que ver con la inflación, la escasez de talentos y la alta rotación de nuestros colaboradores. A partir de la pandemia se aceleró el proceso de globalización del mercado de profesionales lo cual hace muy difícil competir con salarios y condiciones de contratación que ofrecen otros países con economías más fuertes que la nuestra.
3 Nuestra actividad es una actividad globalizada, competimos por los profesionales con otros países y aplicamos cada vez más tecnología. En la medida que no se resuelvan los problemas macroeconómicos y políticos y sigamos teniendo restricciones para insertarnos en el mundo, cualquier política pública que intente solucionar problemas puntuales por actividad solo será un parche temporario con impacto de corto plazo.



María Inés Del Gener
CEO Marketplace Cono Sur

DELOITTE
Empleados: 1250
1 Somos una firma multidisciplinaria, estamos preparados para dar asesoramiento a las distintas problemáticas que un mundo cambiante genera en las empresas. Encararemos el 2023 con altas expectativas en nuestros negocios de asesoramiento en áreas que identificamos de mayor interés como innovación, servicios legales, ciberseguridad, asistencia en materia fiscal, planificación financiera, etc.
2 El mayor desafío que estamos teniendo está vinculado con el talento, hay muchos jóvenes destacados en nuestro país, buscados no solo localmente sino con ofertas desde el exterior.
3 Fomentar la economía del conocimiento independientemente del tamaño de la organización, somos generadores de ingresos para el país, así como formadores de profesionales con los más altos estándares a nivel mundial.



Norberto Nacuzzi

Country Managing Partner EY Argentina

EY

Empleados: 4000

1 Las expectativas son moderadamente optimistas a pesar de las dificultades de la economía en general. Las empresas han diversificado sus necesidades después de la pandemia y requieren soluciones más sofisticadas, mejor información y en muchos casos adaptar sus modelos de negocios. En este contexto nuestra firma tiene una diversidad de soluciones desde las tradicionales de auditoría e impuestos hasta las más recientes relacionadas a estrategia, transformación digital, ciberseguridad y soluciones sustentables entre otras. Entendemos que estamos en una posición inmejorable para ayudar a nuestros clientes a gerenciar sus riesgos, ser más competitivos y desarrollar nuevos negocios.

2 La situación económica condicionó el desarrollo de los negocios de muchos sectores. El contexto generó incertidumbres que afectaron las inversiones. Sin embargo nuestro balance fue positivo dado que nos pudimos adaptar a las nuevas realidades y nuestros clientes continuaron demandando muchas de nuestras soluciones. Desde ya la inflación es en este momento el mayor obstáculo ya que genera muchas distorsiones en los precios relativos, sumada a la falta de dólares para importaciones y la suba de tasas, en un contexto complejo.

3 Un plan económico claro y sostenido en el tiempo que estabilice la macro y detenga la inflación. Y acuerdos que generen condiciones de inversión y reglas estables.



Néstor García

Presidente y CEO de KPMG Argentina

KPMG

Empleados: 1500

1 Poner foco en ESG, innovación, diversidad. Seguir creciendo orgánica e inorgánicamente.

2 La inflación y el traslado del incremento de los costos a las tarifas de los servicios profesionales que vendemos a nuestros clientes; continuaron los márgenes decrecientes. Es un desafío conseguir profesionales muy bien capacitados, si bien trabajamos y capacitamos continuamente a nuestra gente.

3 Mayor apertura del mercado e inversiones en el sector de infraestructura en general.



César Litvin

Socio CEO

LISICKI, LITVIN & ASOCIADOS

Facturación (e.) 2022: $ 2200 millones

Facturación (p.) 2023: $ 3465 millones

Inversiones 2023: $ 100 millones

Empleados: 400

1 El año próximo trae grandes desafíos. En línea con nuestra expansión federal inauguramos una nueva oficina en la provincia de Córdoba, la cual cuenta con un gran equipo de profesionales locales y mantiene inalterable la política del trato personalizado tan valorado por nuestros clientes, característica que sostenemos desde nuestros orígenes, y que nos distingue y gratifica. Además, estamos trabajando en la región norte del país, específicamente en Salta, colaborando con los grandes proyectos de extracción de litio y acompañando a las empresas mineras que apuestan por invertir en Argentina. Seguimos ampliando nuestra propuesta de valor al empleado y les ofrecemos a nuestros colaboradores todo lo necesario para ayudarlos a lograr un equilibrio saludable entre la vida profesional y personal.

2 Los principales obstáculos que tuvimos que enfrentar este año fueron los efectos nocivos del contexto inflacionario y devaluatorio que afectaron a la economía en general, a nuestros clientes y a la estructura de servicios profesionales que prestamos. No obstante, el balance es positivo, ya que logramos poner en marcha nuevos proyectos que permitieron nuevas oportunidades, acompañadas por un gran crecimiento en la cantidad de nuestros colaboradores. Otro desafío importante fue conseguir la contratación de talentos profesionales, en un contexto laboral de mucha rotación y gran demanda.
Durante 2022, complementamos la prestación de nuestros servicios de excelencia con nuevas tecnologías de automatización para optimizar nuestros procesos y mantener nuestra competitividad, hecho que nos permitió lanzar al mercado servicios innovadores y captar nuevos clientes.
Por otra parte, continuamos colaborando con fundaciones y ONG vinculadas con la población carente de recursos.

3 Tanto para el sector de servicios como para todos los sectores de la economía en general, bajar la carga fiscal y los impuestos distorsivos, junto con una profunda reforma laboral, contribuirían a atraer inversiones que ayuden a superar la pobreza mediante la generación de empleo. Asimismo, ofrecer incentivos fiscales para el desarrollo productivo, energético, tecnológico y de las exportaciones, en un contexto de normativa legislativa que otorgue mayor seguridad jurídica. Es clave promover políticas públicas claras que permitan un marco económico más estable y predecible, donde las empresas puedan desarrollarse y realizar mayores inversiones.



Gastón Paludi

CEO

PGK CONSULTORES

Facturación (e.) 2022: $ 1500 millones

Facturación (p.) 2023: $ 3000 millones

Inversiones 2023: $ 100 millones

Empleados: 330

1 Las expectativas son muy buenas. Ya reacomodados en la nueva realidad y con muchos negocios que florecieron en torno a la tecnología y los nuevos mercados, esperamos acompañar a nuestros



clientes y ser creativos, pioneros y asesores frescos y modernos. Invertir mucho en tecnología y capacitación, y apostar a la transformación digital.
2 A nivel cultural, terminar de refundar la empresa bajo las nuevas condiciones de trabajo y estudiar cómo evitar perder los principales *drivers* que nos llevaron a crecer y hacer sustentable el proyecto.
Un entorno muy variable dependiendo la industria donde se desarrollaban nuestros clientes. Interrupciones en la cadena de pago. Problemas económicos que tuvimos que acompañar y el manejo a distancia de cuestiones que físicamente se resuelven de manera más productiva. El balance es muy bueno y esperanzador. Adaptados al nuevo entorno esperamos un crecimiento fuerte en diferentes áreas y la creación de nuevos servicios para acompañar las nuevas necesidades de los clientes. Va a haber muchas posibilidades de crecimiento para nuestra gente.
3 Reducción de costos laborales para empleados nuevos, subsidios para inversión en tecnología (hardware y software) para nuevos proyectos y productos exportables, y alivianar de una buena vez la carga y la presión fiscal para fomentar inversiones y hacer más sustentables las decisiones y los negocios.



Santiago Mignone
Socio a cargo de PwC Argentina

PWC ARGENTINA
Empleados: +4600

1 Al igual que en 2022, estamos viendo un escenario difícil, de alta inflación y mucha competencia. La expectativa es terminar 2023 con un leve crecimiento, pero que terminará de definirse en la segunda mitad del año. Nuestros proyectos están basados, principalmente, en el crecimiento de exportaciones de servicios y en los proyectos de transformación digital en algunas industrias. El resto de la actividad, la vemos estable, sin grandes cambios.
2 El principal obstáculo es la inflación y las restricciones cambiarias. Sin solucionar esos temas, la planificación se torna muy dificultosa.
3 Reducción inmediata del gasto público y el déficit fiscal, para contener la inflación y abandonar la política de aumento permanente de impuestos.



Daniel Razzetto
Managing Partner

RSM ARGENTINA
1 Buscamos sostener el crecimiento que hemos experimentado durante este año en las áreas de servicios tradicionales como auditoría, *tax* y BPO, mediante la profundización de las inversiones en capacitación y tecnología. Asimismo, continuaremos desarrollando nuestra práctica de consultoría con un enfoque local, respaldados por el amplio alcance regional con el que cuenta nuestra red.
2 El principal obstáculo de este año fue sin dudas el contexto inflacionario en el que nos encontramos. Esto nos obliga a tener una gestión dinámica y adaptativa al entorno. Asimismo, en términos generales, para RSM Argentina ha sido un año positivo en el que pudimos continuar por una senda de crecimiento continuo. Además, afianzamos aún más nuestra relación con los clientes a través de servicios que aportan valor agregado.
3 Son necesarias políticas públicas que incentiven la producción, así como normas que seduzcan a los capitales, tanto locales como extranjeros. Por otro lado, el talento es clave en nuestra actividad y su desarrollo debe estar orientado a las nuevas necesidades. En ese sentido, se requieren políticas que establezcan cambios en la formación de los futuros profesionales.



Ariel Goñi
Socio

RUSSELL BEDFORD ARGENTINA
Facturación (e.) 2022:
$ 1052 millones
Facturación (p.) 2023:
$ 1800 millones
Inversiones 2023:
$ 45 millones
Empleados: 200
1 Seguir haciendo crecer nuestra cartera de clientes en las industrias estratégicas en las que estamos bien posicionados, ampliar la oferta de servicios con los que les brindamos soporte, como lo venimos haciendo, a través de la mayor introducción de tecnología.
2 Indudablemente la inflación fue el principal obstáculo, que atraviesa a toda la economía argentina y genera importantes distorsiones. Otro importante desafío de nuestra Firma consistió en la captación de una significativa cantidad de talentos que se sumaron a nuestros equipos para poder afrontar un importante incremento en la demanda de servicios. Este año estuvo marcado por lograr un gran éxito en el crecimiento de nuestra organización, a pesar del contexto, y haber alcanzado una notable expansión de nuestra cartera de clientes.
3 Por la naturaleza de nuestra industria, sería muy importante contar con incentivos a la contratación de personal vía reducción de cargas sociales o reducciones impositivas.



Pablo San Martín
Presidente

SMS LATINOAMÉRICA
Empleados: 558
1 En 2023 esperamos continuar incorporando profesionales para brindar servicios en áreas de demanda creciente tales como tecnología, mercados y sustentabilidad. Pese a las dificultades propias que presenta la economía argentina esperamos continuar creciendo en share e incorporar firmas a la red SMS Argentina. Contamos con la ventaja de ser la única firma internacional con su sede central en el país, lo que nos permite estar a la vanguardia en la implementación de las mejores prácticas mundiales.
2 Este es el año del reencuentro físico entre nuestros equipos y con nuestros clientes. Pudimos afianzar los vínculos y ponernos al día respecto a necesidades que no estaban adecuadamente cubiertas durante los períodos de aislamiento. Pudimos mantener un esquema de gran dinamismo y flexibilidad al haber incorporado herramientas tecnológicas que nos permitieron automatizar numerosos procesos beneficiando la forma de prestar servicios, lo cual es muy valorado por nuestros clientes. Nos pusimos muy contentos en no reducir metros ya que al regresar en un formato semipresencial contamos con múltiples espacios colaborativos que nos permiten incrementar la efectividad de nuestros equipos de trabajo.
3 Control de la inflación y estabilidad regulatoria. Del resto nos encargamos nosotros. Pienso que, con períodos estables (y acertando más en los intentos de ayuda que van resultando fallidos), sin cambios normativos, vamos a poder adaptar nuestros procesos para mantener el alto grado de profesionalismo que nos caracteriza e incrementar la productividad. Ahora, si se estudiaran políticas públicas que busquen beneficiar al sector, recomendaría evaluar y priorizar la forma de contratación de jóvenes profesionales, acceso al primer empleo y pasantías. Somos grandes conversores de jóvenes estudiantes en profesionales experimentados, y brindamos capacitación y oportunidades de progreso. Todo indica que somos aliados al Estado en el ascenso social y económico. Facilitar ese camino sería de ayuda.



Celina Cartamil
Socia

SMS – SAN MARTÍN, SUÁREZ Y ASOCIADOS
Empleados: 190

1 Seguir apostando a la tecnología, el análisis de datos masivos y la transformación digital de los procesos con los que respaldamos los servicios a nuestros clientes. Continuar apoyando la diversidad y asistiendo a las empresas en sus planes de estrategia sustentable, así como en la medición y reporte de los efectos socioambientales de sus negocios. Nuestro pilar es la capacitación continua de nuestros equipos, tanto en normativa profesional como en nuevos negocios y tendencias en tecnología.

2 Este año enfrentamos incertidumbre económica y alta inflación en nuestro país, lo que trajo aparejada la necesidad de realizar actualizaciones y controles cercanos de nuestro presupuesto, así como analizar constantemente oportunidades y estrategias. Es un año que nos permitió afianzar la confianza de nuestros clientes, asesorarlos en la estrategia de sus negocios en materia financiera y, en muchos casos, asistirlos en temas relacionados con comercio exterior que tuvieron cambios constantes de normativa.

3 La apertura del financiamiento para inversiones de capital y mejoras en tecnología. Políticas tendientes a la generación de empleo y la inserción laboral de trabajadores y trabajadoras con mayor dificultad de empleabilidad, así como políticas orientadas al crecimiento sostenible y a lograr mayor estabilidad económica y control de la inflación.

CIBERSEGURIDAD



Gabriel Zurdo
CEO BTR Consulting

BTR CONSULTING
Empleados: 100

1 Para 2023 apuntaremos a continuar creciendo en el mercado local e internacional, focalizados en la construcción de relaciones de negocios basadas en la calidad y la excelencia. Asimismo, continuaremos invirtiendo en investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios, apoyados sobre la base de la formación de nuestros equipos de trabajo y líderes, para brindar oportunidades de trabajo, como venimos realizando desde hace 10 años.

2 Este fue uno de nuestros años más transformadores. Podemos celebrar un balance positivo, con un aumento en la cantidad de talento humano y con la adquisición de nuevos desafíos tras la ampliación de la oferta de servicios. Este año incorporamos de la división People & Culture para ofrecer a cada cliente un diagnóstico en profundidad y así aportar propuestas innovadoras, eficientes y sustentables en cuanto a selección de personal, cultura organizacional y talento. Asimismo, mejoramos la tasa de conversión comercial, invertimos significativamente en infraestructura, investigación y desarrollo de productos y enfoques de servicios innovadores, ampliando por ejemplo la unidad de negocios orientada a la concientización a partir de la *gamification*. Con el desarrollo de Human Shield, la saga de videojuegos, apuntamos a educar y formar a las personas sobre el uso de herramientas tecnológicas.

ECONOMÍA Y FINANZAS



Mariana Camino
Socia y CEO

ABECEB
Inversiones 2023: u$s 250.000
Empleados: 50

1 Nuestra expectativa es continuar fortaleciendo la unidad de estrategia



de negocios e innovar en nuestros procesos para ofrecer nuevos servicios a nuestros clientes. A nivel internacional, apuntamos a una mayor expansión en Iberoamérica, con foco en Brasil.

2 Los principales obstáculos fueron la dificultad para sumar talentos y la elevada inflación que impacta en la competitividad. La incertidumbre creciente que dificulta encarar una agenda estratégica y un clima de negocios y social deteriorado son los principales factores de un año complejo por el escenario local y por los efectos económicos de la guerra.

3 La estabilización de la macro, una mayor previsibilidad, regulaciones proinversión y una estrategia de inserción internacional, son las claves para el crecimiento de la economía, de las empresas y de nuestro sector.

FINANZAS & GESTIÓN
SERVICIOS DE ASESORAMIENTO



Mario Caramutti
Socio

FINANZAS & GESTIÓN

Empleados: 15

1 Seguir consolidando nuestro rol como uno de los principales jugadores en el mercado de M&A argentino y continuar aumentando nuestra participación en el mercado de fusiones y adquisiciones en el resto de los países de la región. Por el lado de los productos de deuda, continuar liderando distintos procesos de reestructuraciones financieras y de originación de operaciones de crédito para nuestros clientes. Hemos venido creciendo fuerte en los últimos años y estamos trabajando para poder consolidar esa tendencia durante 2023.

2 Las condiciones macroeconómicas y políticas imperantes en Argentina claramente no ayudaron a crear un marco transaccional saludable. Inflación en niveles elevados, paritarias con final abierto, tasas de interés a la suba, decisiones de inversión postergadas y diversos tipos de cambio complican las negociaciones entre las contrapartes. Este fue un año de menor transaccionalidad en lo que hace a productos de deuda y complejo para cualquier proceso de M&A. Más allá de eso, y en gran parte gracias al compromiso y capacidad de ejecución de nuestro equipo en escenarios complejos, logramos cerrar a la fecha una cantidad relevante de operaciones de M&A para nuestro mercado.

3 Claramente la eliminación de las restricciones a la transferibilidad y convertibilidad de la moneda (o sea la eliminación del cepo cambiario), la unificación de los diversos tipos de cambio, y una baja abrupta de la inflación a partir de un nuevo marco de políticas fiscales, monetarias y cambiarias. En el actual contexto todo un desafío.

GESTIÓN

BAIN & COMPANY



Alejandro Pérez De Rosso
Socio - responsable por la oficina de Buenos Aires

BAIN & COMPANY

Empleados: 40

1 Acompañar a nuestros clientes en un año clave, de transición y de nuevas bases para un crecimiento sostenido de medio y largo plazo. Seguir creciendo el equipo local y regional. Continuar desarrollando "nuevas" capacidades: digital, analítica avanzada, ESG.

2 A nivel interno, los principales desafíos en nuestro sector son de talento, atraer y desarrollar al talento más preparado, más motivado y diverso para construir relaciones de largo plazo con nuestros clientes. A nivel país / clientes, 2022 fue un año de muchos desafíos en la macro y coyuntura.

3 Reglas de juego claras y con previsibilidad de medio / largo plazo.

BCG



Federico Muxí
Managing Director & Senior Partner para Chile y Argentina

BOSTON CONSULTING GROUP

Empleados: 184

1 Para el próximo año, profundizaremos nuestro foco en los temas de mayor relevancia para nuestros clientes y los países donde nos desempeñamos, en particular en dos ámbitos: desarrollo de capacidades digitales y de analítica avanzada y sostenibilidad y cambio climático (clave para apoyar a nuestros clientes a transformar sus compromisos climáticos en acción y construir un mundo más sustentable). Para 2023, proyectamos un crecimiento mayor al 20% respecto de 2022, en tamaño de equipos y en nivel de actividad.

2 La salida de la pandemia nos ha hecho cambiar la forma en que trabajamos, interactuamos (internamente y con clientes) y viajamos. Con cambios que han requerido adaptaciones en todos los niveles que, finalmente, resultan en un trabajo más sustentable y sin comprometer el impacto en clientes y el desarrollo de nuestros equipos. El contexto macroeconómico argentino requiere siempre de mucha flexibilidad y capacidad de adaptación. Este contexto hace que el propósito de BCG, desbloquear el potencial de aquellos que hacen avanzar el mundo, sea aún más relevante. Nos enfocamos en 4 pilares: impulsar el impacto social, proteger nuestro planeta, empoderar a nuestra gente y promover prácticas comerciales responsables. Este ha sido nuevamente un año de gran crecimiento para BCG en la Argentina y la región, y de enorme impacto del trabajo con clientes. Considerando el constante crecimiento de las diferentes industrias en Centroamérica y el Caribe hemos inaugurado una oficina permanente en Ciudad de Panamá como Hub para Centroamérica y el Caribe. La oficina se integra a nuestro cluster de oficinas de Sudamérica.

3 Se requiere de acuerdos sobre políticas de estado en los ámbitos laboral, energético, fiscal y educativo en los que converjan los diferentes espacios para crear un marco de previsibilidad y fomento a la iniciativa privada. Continúa siendo la única forma de atraer inversiones productivas y generar empleo de calidad.

CEIBO DIGITAL



Hernán Gutsztat
Managing Partner

CEIBO DIGITAL

Facturación (e.) 2022: $ 500 millones
Facturación (p.) 2023: $ 900 millones
Inversiones 2023: $ 100 millones
Empleados: 53

1 Continuar creciendo internacionalmente y consolidarse como la consultora de transformación digital en Argentina.

2 El contexto macroeconómico de la Argentina y la falta de previsibilidad generan una situación de volatilidad en nuestros clientes de la Argentina que les impide encarar proyectos de largo plazo. En cuanto a desafíos internos, la adquisición de talento siempre es un desafío para acompañar nuestro crecimiento agresivo.

3 Un tipo de cambio competitivo permitiría la exportación de servicios del conocimiento que podría convertirse en una fuente de divisas relevante para Argentina. Incentivos fiscales para la contratación de talento (por ejemplo con el presupuesto de Ingresos Brutos o Cargas Sociales), traería mayor dinamismo al sector pudiendo ser un sector de alta creación de empleo de calidad.

grupocrescent



María Eugenia Fabiano
CFO - Socia Gerente

GRUPO CRESCENT

Empleados: 15

1 Continuar afianzándonos en servicios en España y resto de América latina, y consolidarnos como prestador de servicios tecnológicos de primera línea.


inter
banking
Somos la plataforma digital de servicios financieros para empresas líder en Argentina.
WWW.INTERBANKING.COM.AR
@interbanking
interbanking
@interbanking

2 La inestabilidad económica y la inexistencia de un plan de estabilización, que incluya bases sólidas de crecimiento es siempre, y más en la actual coyuntura, un obstáculo muy difícil de salvar. Existe una desconfianza muy marcada del empresariado (primordialmente el pequeño y mediano), tanto en la sustentabilidad del modelo económico como en las promesas del Estado y su potencial asistencia en su creación de valor.
3 Necesitamos reglas de juego claras para todos los actores de la actividad económica para darle previsibilidad al mercado en general. Es muy importante generar seguridad económica y jurídica para que el empresario pyme vuelva a confiar.



Luis Bendersky
CEO y cofundador

PARADIGMA
Facturación (e.) 2022: $ 1350 millones
Facturación (p.) 2023: $ 2300 millones
Inversiones 2023: $ 60 millones
Empleados: 240
1 Esperamos un año de crecimiento orgánico y sustentable. Profundizar la presencia regional en América latina y la internacionalización. Continuar brindando servicios de impacto para el negocio y valor agregado en grandes proyectos de transformación, desarrollo de nuevos negocios e innovación digital y optimización de resultados.
2 Más que un obstáculo, se evoluciona hacia proyectos cortos, resultados concretos e inmediatos y productos intermedios tangibles. Privilegiándose formas de trabajo más ágiles y la combinación de capacidad de *front* y de *back* y la integración de especialistas. Tendremos un crecimiento de más del 10% con respecto al 2021. Seguimos trabajando con nuestra base de clientes líderes en los diferentes segmentos de industria, y captamos 30% de nuevos clientes. Combinamos nuestros servicios de *consulting*, con otros focalizados en el escalamiento de nuevas tecnologías ágiles, y logramos mayor presencia en proyectos estratégicos trabajando junto a CEO y C-Level. Incrementamos nuestra presencia en proyectos con alcance en América latina. Seguimos cuidando al máximo nuestros pilares estratégicos, la proximidad, el compromiso, el trabajo en conjunto con nuestros clientes y la evolución y el desarrollo del equipo que conforma paradigma.
3 Más allá de la coyuntura y del foco puesto en la estabilización macroeconómica, debemos seguir privilegiando la inversión estructural y el fomento del desarrollo de competencias que sigan mejorando la competitividad del país, y aseguren su evolución y sustento en el tiempo. Es importante seguir trabajando en ensanchar la base laboral e incentivar la formalidad.



Guillermo Ocampos
Socio fundador

TOGETHER BUSINESS CONSULTING
Facturación (e.) 2022: $ 490 millones
Facturación (p.) 2023: $ 920 millones
Inversiones 2023: $ 40 millones
Empleados: 60
1 El año próximo presenta múltiples desafíos. A nivel país un entorno macroeconómico difícil y año electoral. En América latina la situación también es compleja en la mayoría de los países. Desde una perspectiva global encontramos economías que crecerán menos que en 2022, junto a otros problemas como inflación, crisis energética, guerra Ucrania-Rusia, entre otras dificultades. Sin embargo, en ese contexto sumamente complejo las empresas por múltiples razones necesitan acelerar su transformación. Un cambio que se aceleró hace algunos años y ahora se potencia sumando al cambio digital el camino hacia la sustentabilidad. Sin dudas ese cambio que afecta a todas las empresas de cualquier industria y país representa una gran oportunidad para Together Business Consulting cuyo core de negocio es precisamente la Transformación de negocios sustentables.
2 La incertidumbre y pérdida de foco generadas por el contexto macroeconómico son un obstáculo importante. La gestión del talento en un mercado de alta demanda, con competencia local y del exterior junto a las condiciones de mercado local ha dificultado la adquisición y retención de talento. Aún así, como empresarios debemos liderar mas allá de los obstáculos. Con base en una estrategia clara, nuestros logros y resultados de este 2022 nos ratifican como una firma de servicios profesionales consolidada, con un importante crecimiento sólido y sostenible, ágil en su organización y con las capacidades instaladas para seguir creciendo a un ritmo acelerado.
3 Todas aquellas que aporten mayor previsibilidad a los actores económicos, para así tener la posibilidad de proyectar los negocios de una manera razonablemente clara. También, aquellas políticas que tengan que ver con una moneda más estable, con mayor seguridad jurídica, menos regulaciones a los mercados y que favorezcan las condiciones de inversión.

HEADHUNTING



Daniel Iriarte
Director asociado

GLUE EXECUTIVE SEARCH
Empleados: 12
1 Continuaremos creciendo, como lo venimos haciendo, consolidando el equipo y el negocio en Argentina y profundizando la expansión regional con foco en Uruguay y Chile. Seguiremos trabajando en el armado de pipelines regionales, desarrollando alianzas con partners y referentes en disciplinas complementarias para continuar agregando valor a nuestros clientes. El área de Executive Coaching continuará creciendo con foco en Career Coaching y Onboarding.
2 El contexto internacional con la guerra entre Rusia y Ucrania, la suba de tasas en Estados Unidos y la incertidumbre en los mercados que todo esto provocó, sumado a la inestabilidad política y económica propias de nuestro país, fueron el mayor desafío este año. Sin embargo, el balance es muy positivo para nosotros, las empresas siguen sumando talento para mantenerse competitivas, crean nuevas posiciones y buscan el expertise digital que necesitan para robustecerse. El *pipeline* regional que aportamos es muy valioso en este contexto.
3 En la Argentina se necesita previsibilidad, respeto por las instituciones, estabilidad y reglas de juego claras para generar confianza en los inversores. En nuestro sector, además se requiere una reforma laboral e impositiva que faciliten la competitividad y la contratación regional de talento para aprovechar las ventajas competitivas que nos brinda el contexto.



Mauro Lestrange
Co-Founder & CEO

HIGH FLOW CONSULTING
Facturación (e.) 2022: $ 150 millones
Facturación (p.) 2023: $ 300 millones
Inversiones 2023: $ 50 millones
Empleados: 20
1 Tenemos 3 metas claras. En primer lugar, desarrollar nuevos negocios y nuevos mercados, luego continuar profundizando la inversión en el desarrollo de talento de nuestro equipo y finalmente continuar innovando.
2 La situación macroeconómica de la Argentina es desafiante, en América latina el contexto todavía es incierto y el panorama global genera pesimismo en mucha gente. Para nosotros lo primordial fue mantener el foco en cuidar a nuestra gente y sostener

los pilares de crecimiento definidos para nuestra organización.

3 El futuro del trabajo es incierto, pero en la Argentina se necesitan reglas claras, que incentiven la generación de empleo de calidad. Si hubiese un escenario de largo plazo que genere confianza y ofreciera incentivos a la inversión, muchas empresas buscarían el talento argentino y se instalarían en nuestro país. Eso transformaría nuestro potencial en una mejor realidad.



Edgar Medinaceli

Managing Director - América del Sur de Habla Hispana

RUSSELL REYNOLDS ASSOCIATES

1 Creemos que el año próximo será un año de transición para los negocios en la Argentina, fuertemente influenciado por el entorno politico y macroeconómico. En este contexto esperamos más actividad de las empresas locales que de las multinacionales, aunque un cambio fuerte de las expectativas puede cambiar algo el entorno de negocios aun antes de que se produzca un cambio real de las políticas.

2 La inestabilidad macroeconómica, la inflación y la falta de interés de inversores externos en el país fueron obstáculos importantes para el desarrollo de los negocios en Argentina. De todas maneras, el balance del año es positivo porque entendemos que el país se dirige inexorablemente hacia un cambio que debería mejorar las perspectivas de mediano plazo (aunque no en forma dramática).

3 Toda política que incentive la inversion, y que tienda a generar un escenario de estabilidad macro con crecimiento debería tener un impacto positivo en nuestro negocio. Reglas de juego claras, racionales y persistentes que provean de un horizonte razonablemente estable a las empresas y las personas.



Gonzalo Mata

Managing Partner

WALL CHASE

Empleados:

1 El 2023 será un año de redefinición de enfoque y prioridades en la forma en la que generamos nuestros vínculos con clientes y profesionales.

2 Este año arrojó un balance positivo. Logramos alcanzar los objetivos planteados para nuestras tres unidades de negocios (Executive Search, Outplacement y Career Adivisory) y dejar las bases sólidas para que 2023 sea aún mejor.

3 Políticas relacionadas a la estabilidad económica que permitan mejorar y sostener una fórmula compensatoria en el tiempo. Políticas que impulsen el crecimiento de las economías regionales para que se genere empleo en distintos puntos del país. Favorecer el ingreso de inversiones del exterior en el mercado argentino, con el compromiso de generar nuevas empresas y oportunidades de trabajo.

RECURSOS HUMANOS



Alejandro Russo

Director Regional de Operaciones y Argentina Country Leader

ADP

1 En lo que refiere a proyectos y servicios, el foco está puesto en seguir trabajando en automatización, proceso comenzado ya hace algunos años, con el objetivo de seguir profundizando en la eficiencia y la calidad de nuestros entregables, para lograr reducir las tareas repetitivas y de poco valor,

together.
Business Consulting

Orgullosos de cumplir 10 años **Transformando Negocios.**

Acelerando nuestros cambios para brindar servicios a escala global

acompañando la transformación sustentable de nuestros clientes.



Visitá nuestra web

Encontranos en:

Together business consulting

@Togetherbusinessconsulting

y enfocar nuestro capital humano en acciones que generen un valor distintivo para nuestros clientes. Tenemos el objetivo de incorporar a nuestra cartera alrededor de 38 nuevos clientes mediante nuevas implementaciones; y desde el punto de vista de ventas, la expectativa es lograr un crecimiento del 10% real respecto del año anterior.
2 El principal desafío fue la implementación del cambio de normativa respecto de impuesto a las ganancias, ya que por un lado generaba una expectativa muy alta en nuestros clientes (debido a los potenciales beneficios que la medida podría traer a sus colaboradores), y por el otro lado los exigentes tiempos y los constantes cambios en la normativa adicionaron mucha complejidad a la ejecución, considerando además lo profundo de esta última reforma. El balance fue positivo, ya que alcanzamos la meta de diseñar un sistema robusto, alineado a los requerimientos de la normativa.
3 Seguramente un mayor nivel de estabilidad de las normas laborales e impositivas sería beneficioso. Vemos que las empresas de una manera general terminan invirtiendo mucha energía a lo largo del año para adaptarse a cambios abruptos. Quizá sería conveniente pensar en cambios algo más graduales y consensuados, en donde desde ADP, como expertos en nómina, estaríamos dispuestos a participar de la discusión y aportar desde nuestros conocimientos y experiencias.

BaytonGroup



Ricardo Wachowicz

Fundador y presidente

BAYTON ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: u$s 50 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 64 millones
Inversiones 2023: u$s 750.000
Empleados: 1350
1 Seguimos focalizados en la capacidad de proveer servicios empresarios en América Latina, ampliando las soluciones ofrecidas intensivas en trabajo humano.
2 Este fue un año de crecimiento impulsado por el servicio hacia sectores especializados. Aún así, los desafíos creados por un contexto internacional difícil y la coyuntura interna de Argentina generaron impactos en precios relativos y distorsiones en las cadenas de valor que impactaron en varios sectores en diversos grados. 2022 continúa siendo un año de crecimiento, pero el seguimiento cercano de las variables económicas y las inversiones es crítico. En BaytonGroup hemos logrado mantener el foco en nuestra estrategia de largo plazo, profundizando inversiones y alcanzando un crecimiento sólido.
3 En la Argentina existe una fuerte presión fiscal en varios rubros y ámbitos (consumo, trabajo, nacional, provincial, municipal). Una política fiscal de incentivos a la inversión y el crecimiento del empleo privado impactaría positivamente en el desarrollo productivo y generaría un posicionamiento competitivo de largo plazo.

Great Place To Work.



Carlos Alustiza

CEO

GREAT PLACE TO WORK

Facturación (e.) 2022: u$s 2,5 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 3 millones
Empleados: 25
1 Afianzar el crecimiento sostenido en los últimos 2 años y medio en un contexto de alta incertidumbre.
2 La inflación como principal obstáculo para los negocios y principalmente para las personas que forman parte. Gestionar bajo dicho obstáculo es un desafío diario.

grupoceta



Ernesto Fernández Machado

CEO

GRUPO CETA

Facturación (e.) 2022: 6000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 12.000 millones
Empleados: 4500
1 Nuestras expectativas para el 2023 son muy positivas. Apostamos fuertemente a que sea un año de crecimiento en la generación de empleo y de negocios en las industrias que tenemos presencia –minería, petróleo, energía, personal eventual, consultoría, agro, logística y hotelería–. Estamos enfocados en seguir posicionando estratégicamente a Grupo Ceta para acompañar a nuestros clientes en todo momento es por eso por lo que estamos abriendo sucursales en las ciudades de Córdoba, Santa Fe, Catamarca, Mendoza, Salta, San Juan, San Luis, Neuquén y en el interior de Buenos Aires. Queremos continuar con el crecimiento y desarrollo de Metroservicios, nuestra empresa de marketing promocional y con MD Logística empresa de distribución que cuenta con alta eficiencia y tecnología de punta orientada a dar soluciones al mundo logístico.
2 Los principales obstáculos que se vivieron en este 2022 fueron los vaivenes inflacionarios, pero Grupo Ceta pudo seguir creciendo, demostrándole al mercado y a nuestros clientes que somos una empresa robusta confiable y en pleno crecimiento.
3 Las mejores políticas a la que debemos apuntar es que el ámbito público y privado trabajen de manera conjunta para crecer y proyectar un crecimiento paulatino pero estable con el fin de seguir generando oportunidades de empleo y de negocios para nuestro país.

GRUPO GESTION



Jorge Salvatierra

Presidente

GRUPO GESTIÓN

Empleados: 500 profesionales (internos) |18.000 colaboradores externos
1 Vemos un mercado laboral más desafiante, donde una de las reglas de juego será, cada vez más, la identificación del mejor talento para cada organización, aspecto que sin duda requerirá de una mayor inversión en tecnología y capacitación orientada a la atención del cliente y al conocimiento de los candidatos.
2 El año que termina ha estado marcado no solo por el crecimiento de las búsquedas laborales, sino también por la aparición de nuevos requerimientos profesionales, con nuevos criterios de búsqueda y selección, muchos de los cuales surgieron durante la pandemia, pero que de alguna manera llegaron para quedarse. El requerimiento de personal se ha vuelto cada vez más fuerte en el interior del país, producto de que muchas personas ya decidieron radicarse allí, aumentando la demanda de servicios y reactivando más el comercio. Esto impulsa el empleo y hemos tenido muchas búsquedas, tanto puntuales como masivas en distintas plazas del país. En este sentido, tenemos elementos para pensar que estamos frente a una nueva normalidad del mercado laboral en general, donde los candidatos se han vuelto más claros en sus necesidades y demandas.
3 Hay dos grandes temáticas que podrían contribuir al impulso de nuestro sector. Por un lado, iniciativas y programas que estimulen y sostengan el desarrollo industrial tanto en el corto como largo plazo y que permitan a las organizaciones crecer, invertir y planificar, impactando de manera directa en la formación y demanda de empleo sostenido. Y por otro lado, la capacitación de los más jóvenes para que finalicen los estudios secundarios con las habilidades demandadas por el mundo del trabajo actual, como lo son el pensamiento crítico, conocimientos digitales, creatividad y resolución de problemas.

LHH



Mercedes E. Gallegos Riveiro


DIÁLOGO
No es necesario estar
en el campo para sembrar.
En el campo o en la ciudad,
sembramos.
Porque cultivando esfuerzo, solidaridad,
y diversidad, podemos cosechar progreso,
empatía, innovación. Y un futuro mejor.
Todos los días podemos
sembrar algo nuevo.

syngenta

Country Head Argentina, Uruguay & Paraguay

LEE HECHT HARRISON

1 Con un alto compromiso social, apuntamos a afirmar el posicionamiento de liderazgo de LHH Argentina en servicios de *outplacement* y talento (*coaching*, *change management*, *mentoring*, diversidad e inclusión, assessment & analytics y bienestar). Para sustentar el crecimiento, en el mercado local y en nuestras sedes de Uruguay y Paraguay, estamos realizando significativas inversiones en el desarrollo de innovadoras tecnologías de apoyo, que nos permitirán incrementar efectividad en servicios de transición de carrera, movilidad online e híbridos, acortando los tiempos de recolocación profesional.

2 Como empresa proveedora de servicios de transición de carrera y talento, nos hemos visto fuertemente exigidos para asegurar estabilidad de resultados en medio de los cambios que debieron sobrellevar nuestras empresas clientes. Este ha sido un año caracterizado por demandas puntuales, de gran magnitud y con apremios de tiempo y calidad que, ahora que en su mayoría se han podido superar muy satisfactoriamente, valoramos por el aprendizaje logrado y el fortalecimiento del vínculo con nuestros clientes.

3 Creemos que ciertas medidas que converjan en la creación de un marco de previsibilidad y fomento de la iniciativa privada ayudarían a una planificación asociada con crecimiento y foco puesto en el quehacer propio de nuestros servicios de consultoría en outplacement y gestión del talento. Asociado a esto, todas aquellas políticas de Estado que signifiquen privilegiar la inversión estructural y el fomento del desarrollo del capital humano, resultan claves para potenciar la innovación y la competitividad de nuestro país.



Luis Guastini

Presidente y Director General

MANPOWERGROUP

Facturación (e.) 2022: $ 17.700 millones

Empleados: +330

1 Nuestra expectativa es continuar creciendo de la mano de nuestros clientes en toda nuestra oferta de valor, especialmente teniendo en cuenta la creciente dificultad que observamos en la atracción y retención de talento. Adicionalmente, a través de Experis, la marca de ManpowerGroup que se especializa en el reclutamiento de profesionales en Tecnología de la Información (IT), continuaremos con nuestra oferta de servicios en la provisión de talento y soluciones basadas en proyectos IT. Los principales proyectos para el año que viene están relacionados con mejorar el relacionamiento con nuestros clientes y personal asociado, continuar automatizando procesos.

2 Actualmente en nuestro país la inflación tiene un impacto directo en el salario y en el poder adquisitivo de todos los trabajadores y, en este sentido, los más afectados son aquellos con niveles de ingreso más bajos. Al momento, desde ManpowerGroup no notamos que la inflación esté teniendo un impacto directo en la generación de empleo, pero sí un efecto distorsivo sobre la dinámica del mercado laboral. Observamos que las empresas están con un nivel muy alto de rotación y este fenómeno muchas veces se ve plasmado en las revisiones y ajustes que suelen realizar periódicamente. Asimismo, en la Argentina, 7 de cada 10 empresas no pueden encontrar el talento que necesitan, es decir, no consiguen las personas con la combinación correcta de conocimientos técnicos y fortalezas humanas. Para lograr que más personas sean incluidas en la fuerza laboral, la mejora de competencias y actualización de conocimientos tiene que convertirse en un tema no negociable para los individuos y las organizaciones.

3 Desde ManpowerGroup creemos que debemos pensar qué queremos para la Argentina a mediano plazo. Tenemos un enorme desafío para actualizar los modelos educativos y laborales con el fin de acelerar el desarrollo de las habilidades requeridas que este nuevo mundo digital está demandando. Debemos pensar en modelos educativos que se adapten a las demandas y competencias necesarias actualmente e incluso debatir políticas públicas que fomenten la transformación económica para mejorar la situación de vulnerabilidad de gran parte de la sociedad.



Cecilia Inés Giordano

Presidente y CEO

MERCER

Empleados: 60

1 Seguimos integrando tecnología en nuestra oferta de productos y servicios para ser más ágiles y flexibles de cara a las transformaciones digitales de nuestros clientes por un lado y por el otro la optimización de la fuerza laboral.

2 Durante este año que estamos terminando, vemos los desafíos del diseño e implementación del concepto de bienestar holístico, el compatibilizar la vuelta a las oficinas con cambios de layout de los lugares físicos y del mindset de los líderes para conectar la presencialidad con la virtualidad. Desde un punto de visto macro la Argentina nos expone a mantenernos creativos e innovadores frente a todos los cambios constantes de reglas de juego. Hemos acompañado a nuestros clientes con data relevante para que puedan diseñar e implementar propuestas de valor con impacto frente a altísimos niveles de inflación.

3 Necesitamos más conversaciones públicas y privadas para generar trabajo privado y de calidad que ayuden a que más jóvenes se inserten en la fuerza laboral y contribuyan a la sostenibilidad de la Argentina, así como dotar de nuevas habilidades a los +45 para que no salgan de la fuerza laboral a través de procesos de *upskilling* y *reskilling*.



Andrea Ávila

CEO

RANDSTAD

Cantidad de empleados: 650

1 Prevemos seguir consolidando nuestro liderazgo en el mercado local de servicios de RR.HH., y apoyar a las personas y a las organizaciones para alcanzar su verdadero potencial. Lo haremos desarrollando nuevas líneas de servicios que combinen el poder de la tecnología con la pasión de nuestros profesionales de RR.HH. para brindar una experiencia de servicios más personal y más humana. Seguiremos acompañando a los candidatos, para ayudarlos a encontrar el trabajo que los haga sentir bien, y a las empresas clientes, para ayudarlas a conseguir y desarrollar el talento que les permita crecer. Si bien todo indica que seguiremos en un contexto económico complejo en 2023, proyectamos continuar creciendo de la mano de nuestros clientes, colaboradores y candidatos.

2 El combo de la macroeconomía sin dudas es uno de los principales factores estructurales que ha impedido el normal desarrollo del negocio, especialmente por el impacto de una inflación, que lejos de tender a la baja como se preveía a inicios del año, profundizó su ciclo alcista y obligó a las empresas a acomodar en sucesivos tramos a lo largo del año las estructuras de precios, costos y salarios para mantener equilibradas sus cuentas. Si bien una vez más estamos cerrando el año con un crecimiento importante, consideramos que la sostenibilidad de largo plazo de nuestro negocio está atada a la evolución de la macro y de la reactivación económica, que aún sufre los impactos negativos de la pandemia y que está condicionada por una inflación sin freno.

3 Randstad se ha consolidado en los últimos años

Alsea

entrega felicidad experiencias sabor



#SomosAlseaConoSur

BURGER KING

chili's

P.F. CHANG'S

como el mayor proveedor de servicios en RRHH, tanto a nivel global como local, y eso implica para nosotros una responsabilidad como actores en el mundo del trabajo. Por eso colaboramos activamente para desarrollar un mercado laboral sólido, inclusivo y en crecimiento, con mirada de largo plazo, basado en criterios de trabajo decente y que busque que nadie quede atrás en la transición hacia los trabajos del futuro. Trabajamos en articulación público-privada para impulsar una mayor vinculación entre la educación y el mundo del trabajo y para que la inversión privada, que es la única vía para generar empleo de calidad, formal y registrado, ponga a la Argentina en la senda del desarrollo sostenible.



Leandro Cazorla
CEO Adecco Argentina & Uruguay

THE ADECCO GROUP
Empleados: 360

1 Será un año con grandes desafíos, marcado por un escenario económico global difícil más la complejidad del contexto local en un año de elecciones. Desde Adecco confiamos en nuestra capacidad de mantener el ritmo de crecimiento sostenido de nuestro negocio a través de una estrategia basada en servicios de calidad que se adaptan a las necesidades de cada uno de nuestros clientes. Seguiremos invirtiendo en procesos, innovación tecnológica y calidad de los servicios para garantizar un alto nivel de productividad y rentabilidad.

2 Claramente fue un año muy desafiante para todos los argentinos. La volatilidad económica exige una adaptación constante y los altos índices de inflación modificaron planes y previsiones y a ello se sumó un contexto internacional complejo. Todo eso hace que las compañías tengan que poner mucho énfasis en la gestión de la coyuntura. Sin embargo, fue un año positivo en el quw se reactivaron muchos proyectos que estaban en espera. Salimos fortalecidos de las múltiples adaptaciones realizadas, mantuvimos la cercanía con nuestro personal interno, brindamos respaldo y soluciones de calidad a nuestros clientes, reforzamos la confianza con nuestros proveedores y nuestros asociados siguen confiando en nosotros para acompañarlos en su proceso de encontrar oportunidades de empleo formales y de calidad.

3 Adecco es una compañía generadora de empleo. Cada año miles de personas consiguen un trabajo registrado, con todos los beneficios que ello implica, a través de una agencia. Por eso, creo que sería bueno poder reducir las trabas burocráticas para el uso de los servicios, disminuir la conflictividad laboral, incorporar la actividad en los beneficios de promoción de empleo, potenciar programas de formación dual y ampliar incentivos para inclusión laboral de grupos vulnerables.



Paula Molinari
Presidente

WHALECOM
Empleados: 50

1 Aumentar el volumen de negocios y nuestra participación en la región como socios para la transformación. Apuntamos a posicionarnos como uno de los principales referentes en gestión del cambio en América latina y ayudar a la transformación de las empresas para que sean más felices y sustentables. Esperamos aportar también servicios innovadores y buscar siempre un impacto positivo en el ecosistema.

2 Un año muy difícil por el contexto político y económico local y todo el entorno global, que limitó el crecimiento de nuestros clientes y el nuestro. Las empresas nos enfrentamos a la necesidad de dar respuesta a grandes desafíos en un entorno global muy a la baja. Esto frenó proyectos estratégicos.

3 Promoción de las pequeñas y medianas empresas. Promoción del sector de servicios profesionales. Políticas de contratación de mayor flexibilidad que aporten regulación a un mundo donde el trabajo cambió radicalmente y permitan operar en un contexto híbrido y de *open talent*.

TECNOLOGÍA



Horacio Martínez
CEO

GRUPO DATCO
Facturación (e.) 2022: u$s 116 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 125 millones
Inversiones 2023: 0
Empleados: 530

1 En el área de soluciones de TI seguiremos apuntalando el proceso de digitalización y migración a la nube de las grandes organizaciones. Con foco en la productividad y en la eficiencia, trabajaremos con ellos en la implementación de herramientas de analítica de *big data*, soluciones de colaboración y productividad, de IA y realidad aumentada y de IoT, buscaremos sumar valor agregado diferencial con conectividad integrada en los proyectos a través de nuestra propia red de fibra óptica. Con Silica Networks buscaremos avanzar en nuestro proyecto de conectar con fibra a la Antártida e iniciaremos el tendido que unirá Ushuaia con Puerto Williams, por el canal de Beagle. También comenzaremos a explotar el tramo que estamos completando este año en la traza del Ferrocarril San Martín.

2 Si bien estamos en un segmento de negocios cuyos ingresos están mayormente atados a la evolución del dólar, la inflación y otras complicaciones de la macroeconomía no nos resultan neutrales. En este sentido, diría que el mayor obstáculo ha sido, otra vez, tener que movernos en un entorno de inflación creciente y de alteración del tipo de cambio. Este entorno da como resultado un clima de incertidumbre que se traduce en proyectos que se demoran, inversiones que esperan mejores tiempos y en general una mayor cautela que impacta en la posibilidad de un mayor crecimiento de nuestros ingresos. El balance final, aún con estas complejidades, es positivo, pero siempre queda la sensación de que si la macro acompañara, el crecimiento podría ser mayor.

3 Para las empresas que operamos internacionalmente, las restricciones cambiarias son una traba que genera desgaste, burocracia y mayores costos que inciden en cuán competitivo es nuestro negocio versus el de la competencia y eso es aplicable también al país, que se vuelve menos competitivo. Por eso es que nuestra mayor expectativa en relación a políticas públicas que pueden dar impulso a la industria de tecnología tiene que ver con que se acomoden las bases de la economía, que se estabilice la macro y tengamos reglas y términos de intercambio previsibles y sostenidos en el tiempo, como único camino para que la economía argentina encuentre su equilibrio, se desarrolle y permita que las empresas puedan poner a andar sus proyectos de mediano y largo plazo.



María Laura Palacios
CEO

G&L GROUP
Facturación (e.) 2022: u$s 18 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 22 millones
Inversiones 2023: u$s 1 millón
Empleados: 450

1 Seguir consolidando el nuevo modelo de servicio de células mentoreadas de la compañía y expandirnos en América latina.

2 El principal obstáculo fue la falta de perfiles *seniors* disponibles. Fue un año castigado por la vorágine inflacionaria y por la falta de perfiles con alto *seniority*, pero a la vez con un horizonte positivo en el mediano plazo,

3 La brecha cambiaria es una medida que castiga directamente a la produc-

ción. Su eliminación sería un gran impulso.



Gustavo Guaragna
CEO

SNOOP CONSULTING
Facturación (e.) 2022: u$s 3 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 3,5 millones
Inversiones 2023: u$s 500.000
Empleados: 75 personas directas

1 El camino del sector debe estar dirigido hacia la internacionalización

2 Las principales complicaciones por las cuales hemos atravesado durante este año, han sido la inflación y el desdoblamiento cambiario. Sumado a todas las restricciones ligadas al comercio exterior.

3 Mejoras en las condiciones macroeconómicas y hacer foco en la fuga de talentos, que se magnifica y se potencia por la brecha cambiaria.

Consumo masivo



Antonio Mosteiro
Gerente general Cluster Sur (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay)

CLOROX ARGENTINA
Empleados: 550

1 Alineados a nuestro propósito de "apoyar a las personas para que estén bien y prosperen todos los días" continuaremos con la construcción de marcas y el desarrollo de nuevos productos que mejoran, facilitan y hagan más saludable la vida de las personas. Para ello continuaremos fortaleciendo nuestro portafolio de productos de alta calidad que son esenciales para la vida cotidiana y en el cual todos los consumidores pueden depositar su confianza al elegirnos cada día.

2 El contexto de negocios ha sido marcado por un fuerte incremento de los costos operativos. En este sentido, nos hemos enfocado en reforzar los programas de eficiencias y productividades para mitigar, aunque sea de manera parcial, el impacto en los márgenes de nuestros productos. El balance del año 2022 es altamente positivo. Hemos fortalecido la presencia de nuestras marcas y productos en millones de hogares en el país. Esto se ha logrado gracias al esfuerzo y compromiso de todo nuestro equipo de colaboradores, que opera nuestras plantas, depósitos y oficinas bajo estrictos protocolos de seguridad.

3 Entendemos que el ordenamiento y estabilidad de las variables macroeconómicas es clave para fortalecer el potencial productivo de nuestra industria. Por otro lado, creemos en el valor agregado del trabajo colaborativo entre el sector público y el privado, tendientes a mejorar la competitividad y el crecimiento sustentable de la industria. Estamos a favor de las políticas que fomenten la libre competencia entre las empresas, en el marco del cumplimiento de las normas legales e impositivas vigentes, para seguir ofreciendo mejores productos y generar más empleos de calidad.



Facundo Mendizábal
Presidente

GRUPO PARALLEL
Facturación (e.) 2022: $ 3500 millones
Facturación (p.) 2023: $ 5000 millones
Inversiones 2023: $ 300 millones
Empleados: 40

1 Además de sostener la operación actual con Stanley, Philips Avent, Chicco y Unilever internacional, estamos abiertos a encontrar socios estratégicos multinacionales que eligen una alianza con nosotros, logrando sinergia y resultado del negocio. Tomamos la representación exclusiva de Stanley para Centroamérica y el Caribe. Desarrollo del canal *e-commerce* propio.

2 El principal obstáculo ha sido pasar al modo pospandemia, luego de una fase mundial atípica donde perdimos personas y modificamos costumbres, con procesos que se aceleraron en la dirección digital y de IA. La inflación en aumento, baja el poder adquisitivo. Cambios de regulaciones en comercio exterior frente a nuestros proveedores. El orden mundial esta en crisis, la Argentina tiene una gran oportunidad con recursos demandados por el mundo.

3 Apertura de comercio internacional con tipo cambio competitivo, simplificación de tramites públicos, reduccion fiscal.



Ignacio Seoane
Gerente General para la región Cono Sur

KIMBERLY CLARK
Empleados: 1000

1 Para el 2023 y a nivel local, buscamos seguir creciendo en la categoría de pañales para bebés y adultos, bajo las marcas de Huggies, Kotex y Plenitud. Reconocemos que esta última categoría, está asociada a cierto tabú construido durante los años. Nuestro objetivo es que ,a través de brindar información y educar a los consumidores, continúe creciendo, ya que sin dudas tiene un gran potencial. Hoy, en la Argentina, la penetración es entre 15 y 18%. Asimismo, guiados por nuestro propósito de lograr un mejor cuidado para un mundo mejor, estamos llevando a cabo nuestra iniciativa "SFA Fórmula Uno" -automatización de ventas en el punto de venta-, a través de la cual apostamos a la trasformación comercial a nivel mundial y ya se está testeando en la Argentina.

2 Este fue un año complejo en cuanto a costos por el aumento de precios de las materias primas a nivel mundial y una situación macro movida y difícil de predecir. A su vez, este año nos enfrentamos a una revolución tecnológica impresionante. La modalidad de trabajo dejó de ser aquella a la que estába-



mos acostumbrados y pasó a ser completamente flexible, y la digitalización pasó a estar en el centro de todo lo que hacemos, y, sobre todo, hacia nuestros consumidores. Seguimos la premisa de poner al consumidor en el centro, buscando sus necesidades insatisfechas con mayor velocidad gracias al mundo digital. También, creamos nuevas innovaciones en los productos. Por ejemplo, con Huggies evolucionamos hacia una marca que ofrece soluciones concretas para el bebé y brindar no solo pañales, sino toallitas, una línea de jabones, y expandirnos a productos y a servicios. Hacia allá vamos, a la innovación y a crear mensajes más relevantes a través de nuestros productos.

3 Kimberly Clark fue fundada hace 150 años y está en Argentina hace más de 25 años. Siempre buscamos trabajar de manera colaborativa con el Gobierno, es algo clave para nosotros. Las políticas públicas de desarrollo de la competitividad y de la industria son las que siempre dan impulso al sector de consumo masivo. Es importante para nosotros tener la mayor previsibilidad y estabilidad de cara al futuro ya que nos permite poder tomar decisiones de inversión a mediano y largo plazo, y continuar apostando a nuestros negocios en el país.



Marcelo A. Poj

Presidente

SIMMONS DE ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: u$s 91,2 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 93,5 millones

Inversiones (p.) 2023: u$s 1,5 millones

Empleados: 570

1 En Simmons tenemos muchos proyectos tanto en la producción como en la comercialización. En el plano de la producción, estamos invirtiendo en máquinas para mejorar el *layout* de la planta química, así como en nuevas tecnologías para que nuestros productos terminados siempre cuenten con la máxima calidad del descanso. En el marco de la comercialización, estamos desarrollando un centro de ventas virtuales, el primero en la Argentina, algo muy novedoso, que utiliza las últimas tecnologías. En cuanto a los sistemas, estamos desarrollando una importante inversión para mejorar el servicio al consumidor final, la logística y las ventas. A pesar de las dificultades que tenemos con el abastecimiento de materias primas, estamos desarrollando y lanzando líneas nuevas de productos con tecnología y calidad superadora.

2 Las expectativas para el 2023 son que el país se estabilice para dejar fluir la fuerza, imaginación, creatividad y ganas que tenemos los empresarios en la Argentina. El principal obstáculo, sin duda fue la inflación con todas las incertidumbres que trae. A pesar de eso, el Balance para Simmons de Argentina fue positivo, gracias al inmenso esfuerzo de nuestros gerentes, jefes, administrativos, operarios y vendedores que en todo momento nos acompañan.

3 Las políticas públicas son difíciles de detallar porque realmente el estado trata de contribuir en todo pero muchas veces logra el efecto contrario. Yo creo que lo mejor sería empezar a pensar en desregular y desburocratizar lo relacionado a sociedades, mercado exterior, empleo y mercado crediticio.



Laura Barnator

Gerente general Argentina, Uruguay y Paraguay

UNILEVER DE ARGENTINA

Empleados: 3500

1 Nuestro propósito es hacer de la sustentabilidad algo cotidiano. Estamos convencidos de que las compañías con propósito son las que perduran, las marcas con propósito son las que más crecen y las personas con propósito prosperan. Con esto como norte, vamos a continuar nuestros planes de innovación poniendo al consumidor en el centro de todas las decisiones que tomamos, para acercarle propuestas innovadoras que se adapten a sus necesidades y al contexto, creando productos cada vez más inclusivos y que maximicen el valor que entregamos. Continuaremos el camino de la producción nacional, con capacitación que fortalezca a las pymes, especialmente a las más de 2000 que forman parte de nuestra cadena de valor a través de nuestro programa Unipyme. Seguiremos con nuestros compromisos sobre plásticos. Para fines de este año vamos a reemplazar el 20% del plástico virgen de nuestros envases por plástico reciclado de origen nacional y para 2023 vamos a recuperar el 50% de los envases plásticos que introducimos al mercado.

2 A pesar de las dificultades derivadas de la pandemia con aumentos de costos de *commodities*, mayores costos de fletes internacionales, falta de productos y mayor volatilidad de los mercados, creo que pudimos sortear los obstáculos de manera positiva y afrontar los desafíos aprendiendo de ellos. Un claro ejemplo es la cultura híbrida que llegó en muchas empresas para quedarse y en términos de producción una aceleración de nuestro plan de nacionalizaciones con el cual logramos que el 95% de nuestros productos ya sean fabricados en el país ganando mayor resiliencia frente a las dificultades para importar y a cadenas de suministros internacionales más complicadas. Unilever en Argentina tiene un fuerte anclaje local y una gran capacidad de adaptación, con 96 años acompañando e impulsando de manera sustentable el desarrollo del país, 6 fábricas, más de 3000 empleados y una cadena de valor enorme.

3 La Argentina necesita ganar destinos de exportación y asegurar la sostenibilidad de los costos y confiabilidad de suministro para el mercado interno. Para lograr garantizar la competitividad de las operaciones en relación con otros países de la región y poder mantener los mercados de exportación que ganamos a otras filiales de Unilever, son necesarias políticas a largo plazo y claridad de las reglas para poder tomar decisiones de inversión. Así como regímenes de promoción a las exportaciones, y sistemas regulatorios armonizados con el Mercosur. Además, se necesitan medidas que permitan garantizar el abastecimiento y acceso a las materias primas que aseguren la producción y se alineen a los costos de los insumos locales e internacionales.

Cosmética y Limpieza



César Cantero

Presidente

ALFAPARF GROUP ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: $ 2200 millones

Facturación (p.) 2023: $ 3500 millones

Inversiones 2023: u$s 1 millón

Empleados: 178

1 Aumentar la capacidad productiva de la planta mediante la sustitución de importaciones

2 La alta inflacion y la falta de continuidad y previsibilidad en la politica de importaciones

3 La Ley de Góndolas y la convocatoria a consenso sobre importaciones y exportaciones.



Jean-Noël Divet

Director General de L´Oréal Argentina/CEO

L'ORÉAL ARGENTINA

Empleados: 600

1 Desde este lugar del planeta y respondiendo a una compañía líder en el mundo, tenemos el desafío de estar siempre a la vanguardia con la incorpora-

Omint

55 años

EXPERIENCIA PARA LO QUE SIGUE

Superintendencia de Servicios de Salud. Órgano de control de las empresas de medicina prepaga - www.sssalud.gov.ar 0-0800-222-72583 R.N.E.M.P.:Nº1336

ción de nuevos formatos y exigirnos respecto de toda la cadena de valor, para ir mejorando nuestra operación día a día. Apostamos a un mercado interno más dinámico en plena recuperación. Un mercado interno más poderoso y con mayor poder de consumo permitiría a L'Oréal seguir avanzando con nuestro plan de sustitución de importaciones, que comenzó en 2011 y continúa creciendo a tal punto que ya el 73% de las ventas de la compañía se producen localmente

2 Este fue un año muy desafiante en términos de gestión del negocio y de los equipos. Tanto a nivel global como local, el foco estuvo puesto en adaptarse a los nuevos desafíos que nacieron con la pandemia, el contexto económico, y los nuevos hábitos de los consumidores. Afortunadamente hubo algunos de los principales puntos para los que ya estábamos preparados, como la transformación hacia la venta *online*, que viene mostrando una gran aceleración tanto a nivel mundial como local, y la transformación sustentable del negocio. Además, la gestión de los equipos en un contexto híbrido y altamente dinámico.

3 La recuperación del consumo será clave para el desarrollo del país, pero es importante que desde el sector privado también exista un compromiso para apoyar el nuevo rumbo social y económico de la Argentina. En el aspecto social, L'Oréal es pionera en generar proyectos que fomentan la diversidad de género, la inclusión y el empleo, como "Belleza por un futuro", una articulación público-privada para la inserción laboral. También es necesario seguir trabajando en las barreras que existen hoy para el desarrollo del papel de las mujeres en la ciencia, continuar trabajando en políticas inclusivas y equitativas para derribar las barreras que permitan avanzar en estos temas.



Verónica Marcelo

Gerenta General de Natura Argentina

NATURA

Empleados: 847

1 Nuestro principal objetivo es seguir consolidando el liderazgo de Natura en la venta directa con mucho foco en la evolución de nuestro modelo de negocio ahora digitalizado y omnicanal. Hoy estamos impulsando las principales innovaciones de la industria cosmética en el país, a través de diferentes modelos de comercialización. Vamos a continuar impulsando nuestro modelo de triple impacto porque entendemos que es la única manera de hacer negocios. Además, continuaremos potenciando el negocio de nuestros consultores para llegar cada vez a más hogares con nuevos lanzamientos y novedades; y seguiremos apostando a nuestro crecimiento en el país como hace más de 28 años lo venimos haciendo.

2 Atravesar la pandemia y el pospandemia fue crítico para todos. Para las empresas fue, hoy lo sabemos, un contexto sumamente desafiante. La venta directa sabe de estos períodos complejos, porque se basa en la confianza que existe en las personas, que es algo que está más allá de las coyunturas. Sobre esa base de confianza en el modelo y en nuestra marca, en Natura logramos adaptarnos y seguir creciendo. Por otro lado, somos una empresa de origen brasileño y una parte de nuestros productos proviene de Brasil, por lo que, las importaciones son y fueron en este 2022 sin duda, un gran desafío.

3 Los cambios reales, estructurales y de largo plazo no surgen desde una empresa o desde un gobierno de forma aislada. Se logran desde la articulación y el trabajo conjunto. Por eso vemos que los procesos de cooperación público-privados son fundamentales para crear marcos normativos, y medidas claras y de mediano y largo plazo. Como explicamos en el plenario del Coloquio de Idea este año, consideramos que la educación es un requisito indispensable para el desarrollo. Y la única forma de lograr políticas de educación que perduren en el tiempo es mediante el diálogo, los acuerdos y la búsqueda de consensos. Creemos que las empresas somos agentes de transformación social de los entornos en los que operamos y por lo tanto tenemos una responsabilidad crítica en este proceso.

Electrónica y electrodomésticos



Ana Vainman

Directora ejecutiva

AFARTE

Empleados: 8500



Juan Pablo Guaita

CEO

AIRES DEL SUR

Facturación (e.) 2022: $ 6000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 12.000 millones

Inversiones 2023: $ 600 millones

Empleados: 211

1 Para 2023 vislumbramos una mejora. Vemos un gobierno nacional que ha sido consciente de que las restricciones de importaciones no deben ser iguales para todos. Por un lado existen empresas que importan y venden productos sin un valor agregado nacional. No es nuestro caso. La nuestra es una industria donde se importan insumos claves desde el exterior y a los que se agregan un número muy grande de bienes y servicios locales, con lo cual, no solo estamos hablando del trabajo de nuestra fábrica en sí, sino de un sin fin de empresas argentinas que nos proveen. Es decir que hay una cadena de valor, nacional, muy grande. El Estado está dando muestras claras de que está seleccionando a quiénes acompañar y así sostener a todas estas empresas que crean valor. Estamos convencidos de que estaremos entre las empresas seleccionadas por el alto valor agregado que generamos. En resumen, nuestras expectativas para 2023 son recuperar capacidad de giro y consecuentemente recuperar capacidad productiva. El que viene será un año de crecimiento.

2 El balance del año tiene un dejo de tristeza. 2022 era un año importante para Aires del Sur, se venía avanzando a paso seguro y nos recuperábamos luego de la convocatoria de 2019. En este año se aspiraba a lograr cantidades realmente significativas, luego de haber logrado, durante el año anterior, el tercer puesto como fabricantes de aires acondicionados. Se aspiraba a competir por el segundo puesto y crecer en otras líneas de productos, sin embargo, nos vimos seriamente limitados por las restricciones de realizar giros al exterior impuestas desde el Gobierno, por la reducción de las reservas públicas. Empezamos 2022 para ganar. Confluía un gran comienzo con un Mundial de fútbol en verano, nuestra alta estacionalidad. Teníamos todo para lograr mayor participación de mercado y la realidad es que terminamos peleando por la supervivencia. Llegamos con lo justo a importar la cantidad de insumos básicos necesario para una producción muy reducida, por debajo del 50% esperado.

3 Debe haber una actuación del Estado muy puntillosa, muy selectiva y sobre todo muy inteligente en entender a quiénes tienen que acompañar. Abrir la política de importación no es una decisión que el Gobierno vaya a implementar, porque claramente la reducción de reservas hace que tenga que gestionar (con el poco dinero que va a tener disponible) a quién sí y quién no permitirle el el giro de divisas. Creemos que las políticas tienen que atender a profundizar esta tendencia y a poder seleccionar qué empresas quieren mantener cuando acabe la crisis. La crisis ciertamente va a acabar. La Argentina tiene hoy los bienes más importantes en el mundo, como son el petróleo, el litio, los

YO Y MI EMPRENDIMIENTO

Accedé a nuestros beneficios pensados para tu PYME.



BANCO PATAGONIA

VOS Y LO QUE QUERÉS

CARTERA COMERCIAL – PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTÁ EN WWW.BANCOPATAGONIA.COM.AR. LA FOTOGRAFÍA ES DE CARÁCTER ILUSTRATIVO Y NO IMPLICA NINGÚN TIPO DE COMPROMISO NI RESPONSABILIDAD PARA EL BANCO. EL OTORGAMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS SE ENCUENTRA SUJETO A LA APROBACIÓN DE LAS CONDICIONES CREDITICIAS Y DE CONTRATACIÓN DEL BANCO. LOS ACCIONISTAS DE BANCO PATAGONIA S.A. (CUIT: 30-50000661-3, AV. DE MAYO 701 PISO 24 (C1084AAC), C.A.B.A) LIMITAN SU RESPONSABILIDAD A LA INTEGRACIÓN DE LAS ACCIONES SUSCRIPTAS. LEY 25.738. bancopatagonia.com.ar

servicios de tecnología de la información. El país tiene reservas de gas. Es decir, claramente el futuro es muy promisorio, pero importante es llegar a ese futuro manteniendo en pie su plataforma productiva, que de otra forma no es capaz de generar valor y creo que esa es la inteligencia, que ya empezó a demostrar el Estado, que lo está aplicando y que es a lo que tienen que tender todas las medidas que se dicten o que se actúe durante 2023.

BGH



Daniel Rosenfeld

Director ejecutivo de BGH

BGH
Facturación (e.) 2022: u$s 500 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 500 millones
Inversiones 2023: u$s 8 millones
Empleados: Más de 1500

1 En BGH entendemos el potencial de la tecnología para mejorar la calidad de vida de las personas. Es por eso que en 2023 seguiremos trabajando para poner la innovación, la tecnología y la eficiencia energética a disposición de los hogares. De esta manera, seguiremos contribuyendo al desarrollo productivo de la Argentina y de los países donde estamos presentes, con la generación de empleo de calidad y una oferta amplia de productos.

2 Este fue un año marcado por los desafíos de la coyuntura económica argentina. Tuvimos que desarrollar planes alternativos y una programación muy minuciosa de nuestras actividades. No obstante, en ese marco, 2022 ha sido bueno para BGH, que pudo sobrellevar los desafíos que se le presentaron. Tanto a nivel local como internacional hemos consolidado nuestra posición de liderazgo en diferentes categorías, con el lanzamiento de nuevos productos muy innovadores.

3 El sector público junto al privado, debe continuar haciendo sinergia y debemos seguir trabajando profundamente en una agenda de crecimiento, producción y competitividad. En el área de consumo, es relevante mantener una dinámica de consumo activa, que permita impulsar inversiones, generar nuevos puestos de trabajo, renovar tecnología y desarrollar nuevos proyectos. Para esto, las políticas de financiamiento a largo plazo cumplen un rol fundamental, e impulsan las ventas. Otro de los aspectos importantes es el vinculado a la energía. Es importante tomar políticas de Estado y decisiones empresariales en materia de eficiencia energética, pero también cambiar hábitos en el ámbito residencial. Las políticas de eficiencia energética enfocadas en el consumo de los hogares pueden atenuar el impacto en las tarifas de servicios públicos.

grupo núcleo



Mauro Guerrero

CEO

GRUPO NÚCLEO
Facturación (e.) 2022: $ 15.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 26.000 millones
Inversiones 2023: $ 200 millones
Empleados: 200

1 Seguimos trabajando en consolidar la producción nacional, tanto para los productos de PCBOX en nuestras plantas en Parque Patricios, como para Conectar Igualdad, y el gran objetivo es el montaje final de la línea productiva de eBike en la nueva planta en el Parque Industrial de Mar del Plata, donde vamos a seguir sumando certificaciones a la ya lograda bajo norma IRAM de nuestras plantas. Además de darles mayor profundidad a los modelos de electromovilidad de marca Kany, a los proyectos corporativos y a la fabricación para terceras marcas

2 Estamos entrando en la recta final de un año con dificultades en la cadena de abastecimiento y variaciones de precios internacionales, los cuales generan trastornos e inconvenientes en las líneas de producción y por ende en la cadena de comercialización, pero con un gran trabajo de todo el equipo y la coordinación y búsqueda de diferentes soluciones vamos cumpliendo los compromisos y objetivos. Es un año en el que tuvimos que invertir mucho en la capacitación de todos nosotros en nuevas líneas de productos, en nuevos nichos de negocio y en nuevas líneas productivas como la micromovilidad, donde también logramos, después de un gran trabajo, ser la primera planta certificada bajo norma IRAM de la Argentina para bicis asistidas. Todos estos desafíos consolidaron muchísimo a todo el equipo de trabajo y generaron objetivos renovados para 2023

3 Argentina sigue creciendo en la aceptación de la micromovilidad eléctrica y hay un crecimiento también de planes desde el sector público para apoyar esta expansión. Creo que es fundamental que se sigan impulsando programas que ayuden y acerquen la tecnología a las diferentes industrias y rubros. Estamos convencidos que se debe continuar con los programas de acceso a la tecnología a todo el país, seguir impulsando el uso eficiente y responsable de la Electromovilidad en estos tiempos donde la energía toma un papel importante en la vida de todos nosotros. Estamos en línea con todas las políticas públicas que vienen ayudando a pensar la movilidad sustentable urbana y en eso venimos trabajando muy fuerte, para eso hemos certificando nuestras plantas de fabricación de electromovilidad en Parque Patricios de CABA. Es el camino correcto para seguir ayudando a mejorar la problemática del medioambiente y la movilidad de la gente, así como también los planes que tienen que ver con el acceso a la tecnología para el sector educativo como Conectar Igualdad. Hay que seguir profundizando ese camino y también acercando tecnología no solo de *hardware*, sino de desarrollo de *software*, *gaming* e *e-sports*.

newsan



Luis Galli

Presidente & CEO de Newsan

NEWSAN
Facturación (e.) 2022: u$s 2130 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 1870 millones
Inversiones 2023: u$s 50 millones
Empleados: +9300

1 Buscamos consolidar y profundizar el liderazgo de los negocios core de la compañía. Estamos enfocados en seguir invirtiendo en el país y continuar con un crecimiento sostenido, no solo con nuestras marcas, sino también a través de alianzas internacionales y el desarrollo de nuevas categorías de negocio. Ejemplo de ello es nuestro plan de regionalización, para llevar todo nuestro conocimiento y ecosistema a diferentes países de Iberoamérica.

2 Para Newsan y nuestro sector, 2022 fue un año muy bueno. El negocio se encuentra saludable, la oferta sigue en pie y eso nos anima a continuar con nuestros planes de expansión. El acceso a divisas, que no nos ha permitido tener garantizado el abastecimiento y la continuidad de los embarques a lo largo del año, fueron algunos de los obstáculos que debimos gestionar. Así y todo, logramos asegurar el suministro de productos, su calidad y el cuidado de nuestros colaboradores. El contexto económico de 2022 no nos deja un panorama claro para 2023.

3 Los temas recurrentes, no solo en nuestro sector, sino también en la industria en general, son la falta de previsibilidad y la necesidad de trabajar en un acuerdo que conlleve a encontrar soluciones a los problemas estructurales. Cuando se define el rumbo, se logra una mayor confianza por parte de los empresarios. De esta manera, se garantizan inversiones que contribuyen a la creación de nuevas oportunidades.

Whirlpool



Martín Castro
Business Director de Whirlpool Latinoamérica

WHIRLPOOL ARGENTINA

Empleados: 200 empleados

1 Para 2023 Whirlpool se convertirá en la mayor empresa exportadora de electrodomésticos de Argentina gracias al desarrollo de su nueva planta productiva en Pilar, en la cual 200.000 de los 300.000 lavarropas que se produzcan se exportarán a países de la región. Continuaremos trabajando en programas relacionados con los objetivos para el desarrollo sostenible como inclusión y la diversidad, y el trabajo con la comunidad de Pilar en alianza con Hábitat para la Humanidad y Mano Amiga, entre otros.

2 El contexto internacional de guerra generó el aumento de precios en los fletes internacionales, entre otros puntos de impacto para el negocio, lo que resultó sumamente desafiante tanto para la empresa, en particular, como para el país y el mundo, en general. Esta situación, así como ciertas restricciones en los pagos al exterior o en el flujo del comercio exterior que tuvo la Argentina, fueron desafíos que tuvimos que enfrentar en el año y que supimos superar. Fue un año muy positivo y de enormes desafíos. Inauguramos la planta en Pilar, que contó con una inversión de u$s 52 millones y generará más de 1000 puestos de empleos, entre directos e indirectos. Esta inauguración es un paso clave en el proceso de industrialización de la empresa en Argentina y la inserción en la matriz productiva de Whirlpool en la región. Nos impulsa a seguir creciendo como marca arraigada en el país, generadora de empleo de calidad y con un marcado perfil exportador.

3 Nuestros productos son parte del segmento de bienes semidurables, lo que implica que los usuarios hacen una importante inversión en la mejora del hogar para adquirirlos. En esta línea, todas las medidas que busquen acompañar y facilitar el acceso al crédito para estas compras, como el caso del programa Ahora 12, 18 y 30, que complementan acciones propias de la marca como Whirlpool Special Days con las que procuramos brindar opciones de compra que abarquen todo nuestro porfolio e impulsen la demanda del sector.

MANUFACTURA DE ELECTRÓNICA Y AUTOMOTRIZ



José Luis Alonso
CEO de Mirgor

MIRGOR

Empleados: 3796

1 Está avanzando la construcción de ONTEC, la planta que fabricará piezas de apariencia para la industria automotriz en Baradero, para la cual anunciamos una inversión de u$s 71 millones y estimamos esté operativa el año próximo. En Tierra del Fuego estamos ampliando nuestra planta de producción de plaquetas electrónicas y *software* factory. Asimismo, uno de nuestros proyectos más importantes para los próximos 5 años es la construcción del puerto de Río Grande, la cual aún se encuentra en fase preliminar. Se están pidiendo las autorizaciones necesarias a todas las entidades gubernamentales para poder avanzar con el desarrollo. Además, durante los próximos años estaremos potenciando nuestra presencia regional. Este año iniciamos nuestras operaciones en Uruguay y Paraguay.

2 La limitación de acceso al mercado de divisas generó algunas dificultades en el proceso productivo, sin embargo, el balance que hacemos del año 2022 es positivo. Seguimos comprometidos con la diversificación de la matriz productiva de la provincia de Tierra del Fuego, y con los nuevos proyectos que estamos desarrollando. También



tenemos equipos trabajando en profundidad para mejorar nuestra atención y servicio al cliente, tanto a las grandes marcas que confían en nosotros para su manufactura, como para el usuario final de los productos y servicios que ofrecemos. Este año presentamos también la Fundación Mirgor: Desarrollo comunitario hacia el futuro, con el objetivo de acompañar el desarrollo de las comunidades en donde estamos presente. A través de la Fundación, Mirgor brindará apoyo en cuatro ejes centrales: educación, soluciones habitacionales, salud y cultura.

3 Es importante tener puntos de interlocución y construir confianza en que los empresarios argentinos estamos para desarrollar la industria y dar trabajo. Recuperar reservas para que sea posible comprar materiales productivos sin restricciones; colaborar con los gremios para lograr convenios modernos, ayudar a eficientizar cadenas de valor, ampliar el financiamiento de proyectos que fortalezcan el entramado industrial y contar con reglas claras y políticas públicas a largo plazo que permitan tener previsibilidad en los negocios.

Energía

BIODIÉSEL Y AGROINDUSTRIAL



Juan Manuel Ritacco

CEO

GRUPO BAHÍA ENERGÍA

Facturación (e.) 2022: u$s 500 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 800 millones

Inversiones 2023: u$s 50 millones

Empleados: 1500

1 Esperamos seguir reafirmando nuestro posicionamiento y crecimiento en la producción de Energia y Combustibles que contribuyan a reducir emisiones de gases contaminantes y sustancias perjudiciales para la salud; agregar valor a los recursos naturales y talentos srgentinos con calidad global, avanzar con nuestra transformación organizacional y operacional, desarrollo de nuevos negocios y en la optimización de resultados e innovación.

2 El balance es positivo, nuestra operación principalmente en biodiésel logró cierta estabilidad de producción y eficiencia gracias a una política más estable en las regulaciones y reglamentaciones que rigen la operación. Logramos ampliar la producción como resultado de un plan agresivo de inversión, no solo en la Argentina sino también en otras regiones donde operamos. Avanzamos mucho en el reordenamiento y profesionalización de nuestra organización y equipos de trabajo, con el objetivo de dar las bases para nuestros planes de crecimiento.

3 Avanzar con la implementación del Marco Regulatorio de Biocombustibles definido por la Ley 27640 que nos dará previsibilidad y nos permitirá continuar con el plan de inversiones, y ampliar el cupo de corte con biocombustibles en linea con los compromisos y objetivos asumidos en el Acuerdo de Paris por la Argentina, para reducir emisiones y mitigar los impactos generados por el cambio climático.

ELECTRICIDAD



Martín Genesio

Presidente y CEO de AES Argentina

AES ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: u$s 399,4 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 378,6 millones

Inversiones 2023: u$s 70,1 millones

Empleados: 382

1 La transición energética es una realidad y la visión de la empresa a nivel global, es acelerar un futuro energético más sustentable. En AES Argentina estamos enfocados en que todo nuestro crecimiento sea a partir de fuentes de energías renovables, ya sean plantas de generación solar, parques eólicos, baterías; por nombrar algunos de nuestros proyectos. En 2023 vamos a seguir desarrollando nuestro portafolio y continuaremos realizando inversiones para asegurar la disponibilidad de nuestras plantas de generación de energía eléctrica.

2 Este fue un año con muchos desafíos, en el que los principales obstáculos los encontramos en los altos niveles de inflación y la devaluación de la moneda local. Asimismo, mantener los altos niveles de eficiencia y disponibilidad en nuestras plantas. Este año también fue marcado por el regreso a la presencialidad lo que posibilitó retomar la dinámica en el ámbito de los negocios y una nueva etapa en las relaciones laborales.

3 Es necesaria una política que genere incentivos para inversiones en energía eficiente. Actualmente, el sector energético se encuentra trabajando en una nueva regulación que posibilite sentar las bases para nuevas inversiones a largo plazo en el sistema eléctrico nacional. A su vez, también es necesario que se realicen inversiones en la ampliación del transporte eléctrico.



Claudio Cunha

Country Manager

ENEL

Facturación (e.) 2022: $ 135.998 millones

Inversiones 2023: $ 61.000 millones

Empleados: 4500

1 Quiero pensar siempre con mucho optimismo. Que exista diálogo entre sector público y privado. Que se avance hacia una normalización del sector en la que se pague por los servicios lo que realmente valgan y así poder invertir para avanzar en la electrificación.

2 El elevado nivel de inflación es un enorme desafío para industrias tan intensivas en inversión como la nuestra.

3 La estabilidad y continuidad de reglas es un enorme desafío que necesitamos solucionar en la Argentina.



Neil Bleasdale

Presidente y CEO

EDENOR. EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA NORTE S.A.

Empleados: 4700 directos más 6000 indirectos

1 Es importante destacar:
-las mejoras en la operación de la compañía, fundamentalmente en la frecuencia y duración de cortes que de continuar volverían a nivel mínimos históricos,
-que hemos completado el pago y canje de deuda que vencía en octubre 2022, lo que redujo el total de deuda corporativa a u$s 85 millones y despejó vencimientos por los próximos dos años
-Seguimos trabajando con el regulador respecto a la actualización de las tarifas, y la implementación de la segmentación

3 Es importante continuar con todos los programas orientadas a la educación en la eficiencia energética y las transiciones energéticas a energías más limpias.



Juan Carlos Blanco

Presidente

EDESUR

Facturación (e.) 2022: $ 112.000 millones

Inversiones 2023: $ 51.000 millones

Empleados: 3600

1 Que se avance en la normalización del sector eléctrico para poder llevar adelante las inversiones necesarias en un país que crece y que cada vez necesita más electricidad para crecer.

2 La inflación

La mejor Cobertura Médica para tu Empresa



- Programas de prevención in Company
- Atención personalizada

Y mucho más

LUIS PASTEUR

Cuidamos tu salud

R.E.N.O.S. N° 4-0200-4, R.N.E.M.P N° 1013, SSSALUD 0800 222 SALUD (72583) - www.argentina.gob.ar/sssalud
LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE. LEY 3960.

3 Necesitamos reglas claras que se sostengan en el tiempo para poder llevar adelante el fuerte nivel de inversiones que requiere un sector como el eléctrico.



Armando Losón (h.)
Presidente

GRUPO ALBANESI
Facturación (e.) 2022: u$s 620 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 715 millones
Inversiones 2023: u$s 140 millones
Empleados: 449

1 Consolidar los avances en la ampliación y cierre de ciclo en las centrales térmicas de Ezeiza y Rio Cuarto para continuar posicionándonos entre las principales generadoras del país. Esto nos permitirá sumar unos 275 Megawatts (MW) y ampliará nuestra capacidad instalada actual de 1520 MW . Se trata de un gran paso adelante en nuestra estrategia de focalización en el sector. Asimismo, continúa en nuestro portfolio el proyecto de cogeneración en Arroyo Seco, Santa Fe. Todos contribuyen a mejorar la eficiencia de nuestro parque de generación con la consecuente reducción del costo y de emisiones de carbono por MW

2 El acceso al crédito continúa siendo una restricción importante. No obstante ello continuamos mejorando nuestro perfil como emisor de deuda y afirmando nuestro *track record* de reconocida solvencia en el mercado de deuda corporativa. Una vez más ha sido un año de grandes realizaciones que afirman nuestro carácter y valores corporativos. Hemos hecho importantes cambios en la organización del trabajo para eficientizar la organización, afirmando nuestro compromiso con el capital humano como uno de nuestros principales activos. Emitimos nuestro primer reporte de sustentabilidad que refleja nuestra ambición en términos de performance en materia de ESG

3 Lo más importante es la consolidación de reglas claras que den sustentabilidad a las mismas en el mediano y largo plazo.



Gustavo Mariani
CEO

PAMPA ENERGÍA
Facturación (e.) 2022: u$s 1850 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 2000 millones
Inversiones 2023: u$s 600 millones
Empleados: 2000

1 En Pampa tenemos un fuerte compromiso con el crecimiento del país y nuestro objetivo es continuar siendo una de las compañías más importantes de energía de la Argentina. La construcción del gasoducto Néstor Kirchner nos permitirá seguir invirtiendo para aumentar nuestra producción de gas. Además, concluiremos los proyectos que tenemos en generación de energía eléctrica para sumar mayor capacidad instalada al parque nacional.

2 Los mayores obstáculos que enfrentamos tuvieron que ver con el contexto macroeconómico argentino de alta inflación y restricción en el acceso a las divisas. Sin embargo, pudimos seguir adelante con todos los proyectos que teníamos en ejecución. Este año logramos excelentes resultados en nuestro negocio de gas e incrementamos de manera significativa nuestra producción. Además, por cuarto año consecutivo seguimos siendo la generadora eléctrica independiente que más produce. Sin dudas, es un año positivo para Pampa.

3 Haber puesto en marcha la construcción del gasoducto Presidente Néstor Kirchner para aumentar el transporte de gas a los principales centros de consumo del país, y las nuevas licitaciones del Plan Gas que lanzó el gobierno, favorecen el desarrollo de la industria y benefician al país. También sería muy importante contar con una política de estado, que a través de una ley de Vaca Muerta, apoyada por todos los sectores, otorgue mayor visibilidad a largo plazo para que se hagan las inversiones necesarias para que el país se convierta en exportador de GNL.

GAS



María Tettamanti
Directora General

CAMUZZI
Empleados: 1700

1 Sin dudas tendremos por delante meses muy complejos en el plano económico, social y político, ante una situación que atraviesa el país de profundos desequilibrios macro y microeconómicos generados por la distorsión de precios relativos. Sabemos que no son cuestiones fáciles de resolver, más aún en un año que estará muy condicionado por las elecciones presidenciales. Este contexto adverso nos obligará a extremar más que nunca los cuidados en la administración financiera de la compañía para poder hacer frente a nuestras obligaciones como prestadores de un servicio público esencial para los más de 2 millones de usuarios que servimos.

2 En empresas reguladas como la nuestra, el mayor obstáculo es y ha sido en los últimos años, la cuestión tarifaria y regulatoria. Los atrasos en la tarifa de distribución se han prolongado en el tiempo y adicionalmente, no se han implementado subsidios o asistencias económicas que permitan compensarlos. Ser muy eficientes en la administración de los recursos, extremar la creatividad para encontrar soluciones a problemáticas propias de la operación y redoblar los esfuerzos para implementar políticas de gastos muy restrictivas que no impacten en la calidad del servicio, son las variables que nos han permitido sostener la prestación, cumpliendo con los estándares regulatorios de calidad de servicio establecidos.

3 Necesitamos en carácter de urgente que las autoridades gubernamentales comprendan que es necesario normalizar la tarifa de distribución y abandonar definitivamente las políticas de congelamientos tarifarios tan recurrentes en estos 30 años de trayectoria en el país, para evitar que los deterioros que hoy estamos observando se profundicen cada vez más. La experiencia frente a este tipo de medidas ya nos ha mostrado que cuando se interrumpen arbitrariamente las condiciones contractuales y regulatorias, la prestación comienza progresivamente a deteriorarse y afecta la posibilidad de hacer expansiones en los sistemas y, por lo tanto, pone un freno a la incorporación de más usuarios al gas natural. Esto afecta negativamente a quienes hoy consumen energías más caras como el gas licuado, al impedir que puedan gozar de una energía limpia, segura y constante como el gas natural, así como a las economías regionales, por no poder acompañar las necesidades energéticas de las pymes, comercios e industrias. Debemos decir "nunca más" al atraso tarifario como política de ingresos. Hay otras herramientas más adecuadas que deberían ser las utilizadas –como los subsidios directos a los usuarios de bajos recursos– para permitir hacer accesible el servicio público a un vasto sector de la población, sin dañar los ingresos de las compañías prestadoras de ese servicio y que posibilite contar con un servicio de calidad que llegue a la mayor cantidad de usuarios posible.



Gabriela Aguilar
Gerente General Argentina y VP Latam

EXCELERATE
Empleados: 100

1 Excelerate Energy continuará brindando garantia energética a traves de soluciones integrales de GNL, incluidos barcos de regasificación y venta de gas natural a la región. Por otra parte, tenemos grandes expectativas en pos de brindar a la Argentina la flexibilidad necesaria para desarrollar una estrategia



Pensá en tu negocio. Pensá en tu familia.
Pensá en tu vida.

Pensá en Macro

pensaenmacro.com.ar

Macro

inteligente que le permita aprovechar y desarrollar sus recursos de Vaca Muerta de forma consistente, con las garantías de suministro necesarias para apuntalar el desarrollo del país a su máxima expresión y poder convertirse en un actor clave del escenario mundial con la exportación de petróleo crudo y GNL.

2 La incertidumbre geopolitica tras la invasión de Rusia a Ucrania impulsó al mundo a buscar soluciones de abastecimiento energético de manera eficiente, flexible y segura para el corto y el mediano plazo. En este contexto, el GNL representa una fuente de energía clave y el rol de Excelerate Energy fue y seguirá siendo, contribuir a resolver la falta de acceso a energía limpia ofreciendo productos de GNL flexibles a integrados a los mercados *midstream* y *downstream*.

3 Vemos con entusiasmo que el sector va encontrando las reglas claras y una política energética consensuada que le permita a largo plazo desarrollar toda la potencialidad que tiene la Argentina. Todos formamos parte, de una manera u otra, de la cadena que pondrá en valor Vaca Muerta y poder convertir a Argentina en exportador neto de energía.



Andrés Scarone
Gerente general

MEGA
Facturación (e.) 2022: u$s 670 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 643 millones
Inversiones 2023: u$s 150 millones (OPEX y CAPEX)
Empleados: 175 colaboradores directos y 370 colaboradores indirectos

1 Mega ha realizado inversiones en los últimos cinco años por más de u$s 100 millones para continuar siendo el referente de la producción de etano y GLP (propano y butano) en la Argentina, con proyectos de infraestructura como la captación de shale gas en Vaca Muerta por medio de la construcción del gasoducto Tratayen-LLL. Esto, sumado a las tareas de infraestructura e ingeniería realizadas en ambas plantas de producción y las mejoras en el poliducto que va desde la planta separadora de líquidos de Loma La Lata-Neuquén hasta la planta fraccionadora de Bahía Blanca, ratifican el liderazgo de la compañía y contribuyen al desarrollo sostenible del sector energético y petroquímico nacional y a la transición energética del país.

2 Este ha sido un año sumamente desafiante para el sector energético a nivel global y para Mega ha significado un momento de consolidación de su rol estratégico para el país y la región. Vaca Muerta dejó de ser una promesa para convertirse en realidad, con un potencial que el mundo sigue con mucho detalle y que la Argentina tiene que aprovechar. En esta coyuntura, la compañía ha puesto toda su capacidad a disposición, junto con su *know how*, para garantizar el abastecimiento y el crecimiento de un sector clave, no solo en materia de energía, sino también desde la posibilidad de generar saldos exportables que potencien el desarrollo sostenible para el futuro del país.

3 El gas natural es un recurso cada vez más importante en la matriz energética tanto local como regional y global, y clave para acompañar la transición energética. En este sentido, las políticas que brinden previsibilidad son las que potenciarán las capacidades que el país tiene, con una visión de largo plazo que permita dar certezas para un sector que invierte con esa visión para dar seguridad a toda la cadena de valor. La estabilidad macroeconómica es esencial para que estos proyectos se conviertan en realidades, del mismo modo que las obras de gasoductos y poliductos son estratégicas para el país. Por eso, la articulación público-privada es imprescindible para transitar con éxito los años venideros.



Tomás Córdoba
CEO

METROGAS
Empleados: 1167

1 Las expectativas de la compañía están centradas fundamentalmente en culminar el proceso de renegociación de las tarifas dispuesto por el Poder Ejecutivo Nacional y lograr al mismo tiempo la revisión tarifaria que establece el marco regulatorio, y así darle previsibilidad de mediano y largo plazo al negocio. Los proyectos se seguirán enfocando en nuestra estrategia de tener al cliente en el centro de nuestras acciones, a partir de una gestión eficiente y de calidad, en el marco de un modelo de excelencia.

2 Como ocurrió en toda la economía en general, nos hemos visto afectados por el incremento de costos operativos y financieros, que repercuten en forma directa en nuestros resultados. Aun así, nuestro balance nuevamente nos indica que continuamos en la senda de la eficientización de los costos.

3 La profundización del desarrollo de la producción de gas ya sea convencional y no convencional, así como la expansión de la capacidad de transporte, permitirán una mayor participación del gas local en el abastecimiento de la demanda de gas natural, lo que redundará en una mayor seguridad de abastecimiento.



Alberto González Santos
Gerente general

NATURGY
Facturación (e.) 2022: 23.418 millones
Empleados: 436

1 Nuestra expectativa para 2023 es que, de no concretarse la revisión tarifaria integral pendiente, para los últimos dos meses de 2022, esto se concrete a inicios del próximo año. Esta revisión es necesaria para garantizar los ingresos futuros y asegurar el buen funcionamiento de toda la cadena de valor en tiempo y forma. Este hito es imprescindible para poder continuar expandiendo el servicio y llegar cada día a más hogares, industrias, comercios y estaciones de GNC. Continuaremos trabajando con el sector público en diversos proyectos poniendo el foco en la gasificación de los barrios de menores recursos que aún no cuentan con este vital servicio.

2 Nuestro principal desafío del año fue seguir gestionando de manera positiva el servicio para los usuarios dados los impactos provocados por la pandemia, hasta normalizarlo de forma total. Esto se logró con diversas mejoras, con modificaciones para sumar valor en la atención al cliente, y con herramientas tecnológicas para simplificar la vida diaria. El principal obstáculo, tanto para el sector como para la economía en general, fue la inflación que impactó bastante en los costos de un servicio esencial como el gas, el cual no se actualiza mensualmente como lo hacen muchos sectores. Lo positivo que destacamos, a pesar del contexto, es que Naturgy continuó brindando un servicio de excelencia en tiempo y forma, al realizar obras necesarias para ello. A su vez, el año que finaliza muestra la importancia del sector energético y del gas natural para el país, ya que se avanzó en la construcción de un nuevo importante gasoducto.

3 Entendemos que es primordial generar seguridad jurídica y estabilidad regulatoria. En el marco de la macroeconomía es fundamental que se estabilicen las principales variables y se logre un descenso de la inflación. Específico de nuestro sector, como ya dijimos, la concreción de la revisión tarifaria integral. Que continúen sincerándose los precios de la energía, tanto en la producción como en la distribución, mucho más en un contexto internacional en los que los precios subieron de forma significativa mundialmente. Es importante continuar dando señales de los precios reales en los 3 segmentos de la cadena, más allá de continuar con la tarifa social para los sectores de menores ingresos.

EST. 1873

Heineken®

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

Seamos claros acerca del consumo responsable.

Heineken fomenta activamente una actitud responsable.
Para más información escaneá el código.

#EnjoyResponsibly



Daniel Ridelener
Director General

TGN

Empleados: 675 (al 30/09/2022)

1 Este será sin dudas un año muy importante para el sector. La conclusión de la primera etapa del gasoducto que va de Tratayén a Saliqueló y la continuidad de las demás obras anunciadas de expansión del sistema de gasoductos serán fundamentales para el país. En particular la reversión del gasoducto norte, que permitirá asegurar el suministro a las provincias del norte con gas de Vaca Muerta, reducirá la importación de combustibles líquidos y GNL y permitirá que la Argentina vuelva a exportar al norte de Chile y a materializar exportaciones a Brasil vía Bolivia.

2 El prolongado congelamiento tarifario en un contexto de alta inflación es sin dudas un enorme desafío diario. TGN transporta el 40% del gas del país a través de sus gasoductos a lo largo de 16 provincias, brindando un servicio público esencial. La continuidad del proceso de mantenimiento, inversión e innovación es clave para dar las respuestas operativas y tecnológicas que la sociedad requiere. La invasión rusa a Ucrania produjo una gran volatilidad de los mercados de gas europeos y asiáticos. Se trata de una gran oportunidad para nuestro país, que impone la necesidad de contar con infraestructuras y capacidades robustas que motoricen el crecimiento interno y dejen a la Argentina con las puertas abiertas para ser motor de la transición energética y que brinde al mundo la energía que tanto necesita.

3 La generación de políticas de largo plazo con reglas claras y estables es necesaria para propiciar las condiciones para una mayor inversión en producción de gas e infraestructura de transporte. Esto permitirá que el país pueda convertirse en un jugador global de relevancia, tanto en el ámbito regional como en la exportación de GNL al mundo. Asimismo, en el corto plazo, la corrección de la incertidumbre tarifaria resulta imprescindible para dar previsibilidad a los planes de inversión en mantenimiento sostenido de los 11.000 km de gasoductos y 21 plantas compresoras que operamos en el país.



Oscar Sardi
Director general

TGS

Empleados: 1100

1 En los últimos años demostramos un gran compromiso de inversión y continuaremos así, creciendo, para acompañar el desarrollo de Vaca Muerta. En 2019 habilitamos infraestructura *midstream*, apta para captar 60 millones m3/d de gas, compuesta por un gasoducto de alta presión y una planta de acondicionamiento que posibilita que el gas natural ingrese a los sistemas regulados de transporte en condiciones de calidad. En los últimos años hemos ampliado modularmente dicha planta y ya hemos comenzado la construcción del cuarto módulo que permitirá alcanzar una capacidad total de 21,1 MMm3/d en invierno 2023. La tecnología adquirida nos permitirá poder habilitar, a futuro, el negocio de procesamiento a escala en Vaca Muerta. Asimismo, continuaremos realizando obras e inversiones destinadas a fortalecer la confiabilidad y seguridad operativa de nuestro sistema de transporte, que abastece más del 60% del gas consumido en nuestro país.

2 El balance es sumamente positivo. Continuamos con nuestra visión estratégica de convertirnos en un actor principal y fundamental dentro de la cadena de valor del gas natural argentino con productos y servicios diferenciales a los referentes de la industria. En el negocio del transporte, pese a la situación tarifaria, continuamos operando de manera segura y confiable nuestros más de 9300 km de gasoductos.

3 Definir bases estructurales para el desarrollo económico, acordar políticas energéticas y sostenerlas en el tiempo, acompañadas de seguridad jurídica y marcos regulatorios adecuados, que permitan delinear un rumbo sostenible para la concreción de grandes proyectos. La concreción de la obra del gasoducto Presidente Nestor Kirchner dará oportunidades para que el gas de Vaca Muerta pueda llegar al mercado local e internacional y abre una oportunidad que como país debemos aprovechar.

PETRÓLEO



Eduardo Torras
Gerente general

DELTAPATAGONIA, LICENCIATARIA DE GULF EN ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: u$s 110 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 118 millones
Inversiones 2023: u$s 2 millones
Empleados: 27

1 Para el próximo año nuestro principal objetivo es finalizar gran parte de los embanderamientos de la red en los primeros dos meses del año; superando las 130 estaciones en el país. También vamos a trabajar enfocados en nuestro programa Identidad Gulf en conjunto con nuestra red de estaciones de servicio para consolidar una manera común de tratar a nuestro cliente que pasa ser el centro.

2 El año que está terminando fue un año desafiante pero de balance positivo para nosotros. Avanzamos con la identificación de más de 20 nuevas estaciones de servicio y agroservice hasta el mes de octubre. En casi cuatro años desde que comenzamos a operar en el país logramos consolidarnos como la séptima compañía comercializadora de combustibles y con muchas esperanzas de terminar el año en el sexto lugar.

3 Sin dudas que Vaca Muerta tiene que ser la prioridad número uno de las políticas de energía en nuestro país. Su desarrollo permitirá a todos los jugadores de la Argentina un abastecimiento pleno y gran competitividad en precio y calidad de combustibles en la región.



Daniel De Nigris
CEO ExxonMobil Argentina

EXXONMOBIL EXPLORATION ARGENTINA

Empleados: 3000 aproximadamente

1 Nuestras expectativas están relacionadas a la eficiencia, reducción de costos y la evaluación de oportunidades para aumentar la productividad. La Argentina posee un gran potencial para desarrollar el sector energético en general y los hidrocarburos no convencionales en particular. Esto nos permite seguir enfocados en aumentar la producción de petróleo de manera segura para los trabajadores y el medioambiente, y a la vez, impactar positivamente sobre la sociedad en la que operamos a los fines de seguir contribuyendo al desarrollo energético del país. En Vaca Muerta, ExxonMobil Exploration Argentina (EMEA) tiene por objetivo continuar avanzando con los bloques en sus distintas etapas, especialmente nuestro principal bloque Bajo del Choique - La Invernada (BdC-LaI), que ha demostrado tener crudo de muy buena calidad y pozos con un alto nivel de productividad considerados entre los mejores de la cuenca.

2 El principal desafío es mantener el proyecto argentino competitivo dentro del *portfolio* de nuestra compañía, a fin de continuar atrayendo las inversiones necesarias para el desarrollo. Esa competitividad y estabilidad a largo plazo son esenciales. Entendemos que para que el clima de negocios en Argentina pueda lograr escala, bajo un contexto donde las inversiones de capital compiten de manera permanente a nivel global, es necesario generar condiciones de previsibilidad y sosteni-

COMPAÑÍA SUD AMERICANA DE DRAGADOS

DESDE SUDAMÉRICA, CONECTAMOS LA ARGENTINA CON EL MUNDO







Somos una compañía local miembro del grupo Jan De Nul, fundada en 1995 en Buenos Aires con la visión de acompañar el desarrollo del potencial agroexportador argentino.

Contamos con buques de Bandera Nacional tripulados por talento argentino, altamente capacitado y comprometido con la labor de contribuir en las obras de dragado de los principales puertos y rutas fluviales de la región.

Conoce más en www.sudamericanadedragados.com.ar

Compañía SUD AMERICANA DE DRAGADOS

Miembro de: Jan De Nul GROUP

bilidad en el tiempo que permitan que el desarrollo de nuestros recursos sean competitivos a nivel internacional. Durante 2022, EMEA completó seis pozos del Pad 5A y se avanzaron las instalaciones asociadas como parte del testeo del diseño óptimo para el desarrollo del bloque. La producción comenzó en septiembre y nuevos pozos del mismo Pad se irán conectando en el transcurso del 2022 y 2023.

3 Desde ExxonMobil queremos seguir trabajando con el gobierno nacional y provincial, referentes del sector, representantes de los trabajadores y todos los integrantes de la cadena de valor para mejorar la productividad y seguir desarrollando los recursos energéticos del país. Consideramos que las medidas deben estar orientadas a generar condiciones de competitividad de nuestro sector a nivel internacional a los fines de que no haya un desacople con los mercados internacionales. Las reglas sostenidas, claras y predecibles en el tiempo son un requisito crucial para que la industria ejecute más inversiones en un entorno de certeza y sostenibilidad. Por último, creemos que la producción de petróleo y gas es clave para el desarrollo económico de la Argentina, por eso en la cuenca Neuquina es prioritario aumentar el desarrollo de infraestructura de evacuación de la producción mediante la ampliación o construcción de oleoductos y gasoductos que permitan evacuar a niveles de desarrollo masivo.



Gastón Mienko

CEO Latam

GULF OIL ARGENTINA

Empleados: 75

1 Ampliar la capacidad productiva en la Argentina, enfocando el desarrollo comercial al mercado interno y exportaciones al mercado Latam. Ingresar al mercado de Brasil, impulsando la expansión de la marca, en el mercado de lubricantes, la agroindustria y una red estaciones de servicio Gulf

2 Alta volatilidad macroeconómica e inestabilidad política. No hay reglas claras de mediano y largo plazo.

3 Estabilidad macroeconómica en variables básicas como tipo de cambio, inflación, reducción de impuestos a las exportaciones.



Javier Gremes Cordero

CEO

PECOM

Facturación (e.) 2022: u$s 550 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 700 millones

Inversiones 2023: u$s 15 millones

Empleados: 6000

1 En la Argentina, por nuestra posición de liderazgo en servicios y soluciones industriales para la industria del Oil&Gas, aspiramos a dar respuesta al nuevo nivel de actividad creciente. También proyectamos continuar profundizando nuestra participación en obras estructurales (oledocutos, *flowlines*, gasoductos, EPF y CPF), y sumar nuevos contratos de EPC, producto de la mayor actividad mencionada. Participaremos en obras en la industria del litio y las energías renovables, donde también tenemos espacio para crecer en el país. En el exterior, hay nuevas oportunidades de desarrollo en Brasil (O&G convencional, *midstream*, infraestructura de transporte y renovables). En Colombia apostamos al convencional *on-shore*.

2 La coyuntura financiera del país nos planteó grandes desafíos, sobre todo al momento de cotizar nuestros servicios y obras, lo que incluye la problemática con las importaciones de bienes y servicios.
A su vez, el crecimiento exponencial que registró la demanda de trabajadores es un desafío para las empresas de *oil & gas*. Todas buscamos personal especializado con una oferta reducida para la alta demanda que se registra, lo que nos impulsa a ser muy creativos para atraer personal. Fue un año que termina muy positivo en términos de actividad. Logramos niveles de facturación prepandemia, lo que demuestra la recuperación del sector *oil & gas*. La digitalización cobró gran protagonismo, sobre todo en operación y mantenimiento y en productos químicos. En Brasil sumamos nuevos contratos y contamos con 500 colaboradores trabajando allí. A su vez, comenzamos a desempeñarnos en el sector minero, que era uno de nuestros objetivos de desarrollo. Claramente, este incremento de actividad nos obliga a redoblar esfuerzos en materia de seguridad en todos los niveles.

3 Nuestras expectativas están puestas sobre toda iniciativa que brinde señales claras y tenga el largo plazo como meta. Así como en 2022 las políticas públicas impulsaron el desarrollo de obras estructurales para el sector *oil & gas*, destrabando cuellos de botella existentes, en 2023 esperamos que implementen políticas de largo plazo que sostengan este crecimiento, como la disponibilidad de divisas para importaciones, y que sucedan las mismas medidas con el transporte eléctrico. El país necesita nuevas líneas de alta tensión para darle robustez al sistema interconectado.



Teófilo Lacroze

Presidente de Raízen Argentina

RAÍZEN

Facturación (e.) 2022: u$s 6300 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 6500 millones

Inversiones 2023: u$s 220 millones

Empleados: + de 2500

1 Siendo Raízen Argentina la empresa privada número 1 del sector de refinación y comercialización de combustibles (licenciataria de la marca Shell), nuestro principal proyecto para 2023 es continuar ejecutando nuestro plan de inversiones por u$s 715 millones. Nuestras expectativas para 2023, apuntan a que se logre estabilizar la macroeconomía, controlar la presión inflacionaria y estabilizar el tipo de cambio. Esperamos también que puedan comenzar a generarse condiciones clave para operar en nuestro sector a mediano/largo plazo (i) marco regulatorio, fiscal y financiero claro y previsible; (ii) disponibilidad de divisas de exportación; y (iii) sendero de precios de mercado.

2 Comparado con los dos últimos años (2020 y 2021) que fueron de extrema complejidad para el sector por la caída de demanda debido a la pandemia, 2022 resultó más favorable, ya que logramos recuperar la demanda prepandemia. Sin embargo, continuamos operando en un contexto complejo, agudizado significativamente por los altísimos precios del petróleo, y del gasoil y naftas que importamos para abastecer el mercado local. Los principales obstáculos que hemos enfrentado son: (i) presión fiscal; (ii) acceso a divisas para adquisición de bienes de capital para completar nuestro plan de inversiones de u$s 715 millones; y (iii) aumento de costos por precios internacionales y localmente por el impacto de devaluación/inflación muy por encima de lo planificado. Dentro de este marco, continuamos haciendo un esfuerzo sin precedentes para seguir ejecutando nuestro plan de inversiones (nueva columna de destilación, planta de propelentes, tecnología & innovación, crecimiento de red de estaciones de servicio, etc) que no solo permitirá reducir las importaciones de gasoil sino que aumentará el procesamiento de crudo de Vaca Muerta.

3 Nuestro sector ha avanzado en la consolidación de espacios de diálogo y de trabajo con las autoridades nacionales para encontrar soluciones a las problemáticas actuales. Es uno de los sectores más dinámicos del país y que cuenta con una importante balanza comercial superavitaria e inversiones de las más relevantes del país. Es un sector que requiere inversiones permanentes de largo plazo, razón por la cual es clave contar con un marco regulatorio y fiscal estable y competitivo, acceso a divisas para

invertir y honrar nuestros compromisos, y un sendero de precios de mercado equilibrado para toda la cadena.



Lindor Martin

Presidente

REFINOR SA

Facturación (e.) 2022: u$s 372 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 491 millones

Inversiones 2023: u$s 54 millones

Empleados: 363

1 Incrementaremos la producción de combustibles, ampliando nuestros procesos. Con la calidad de nuestros combustibles al máximo nivel del mercado. Seguiremos produciendo el GLP para abastecer de garrafas la región. Terminaremos la ampliación de capacidad de nuestra planta de Tucumán, desde donde se despacha el combustible para las redes de Refinor e YPF. Nuestra red de 90 estaciones de servicio mantendrá su foco en la calidad y el servicio al cliente.

2 Este fue un año de transición para la industria petrolera. Se produjo la salida de la pandemia, la recuperación de la actividad y el consumo. La coyuntura internacional nos cambió repentina y drásticamente el eje, como consecuencia de la guerra entre Rusia y Ucrania. En nuestro país, comenzamos con la recuperación estratégica de nuestras cuencas, y las obras necesarias para poder explotarlas y conectarlas con los centros de consumo.

3 Las políticas públicas tienen que estar orientadas a incrementar el abastecimiento de materias primas para contribuir al desarrollo económico de la región. Deben incluir un plan de incentivos para la recuperación de las cuencas maduras de la región, y un programa de relocalización de la producción excedente en áreas no abastecidas. A la vez, se requieren medidas de largo plazo con visión federal para aprovechar la infraestructura y, que el norte argentino, continúe siendo el gran generador de GLP de la región.



Ricardo Rodríguez

Presidente

SHELL

Facturación (e.) 2022: u$s 600 millones

Empleados: 250

1 Nuestro objetivo es seguir creciendo en Argentina a través del desarrollo de nuestros proyectos en Vaca Muerta. En este momento estamos produciendo un promedio de 45.000 barriles diarios de crudo en nuestras áreas operadas y participadas y esperamos seguir creciendo, al mismo tiempo que reducimos costos y ganamos eficiencia para aumentar la competitividad de esa producción. Además, esperamos haber terminado para fines de este año el oleoducto de 120.000 barriles diarios que estamos construyendo a lo largo de 105 km entre Sierras Blancas y Allen, para contribuir a la ampliación de la infraestructura de transporte de la cuenca. Por último, continuaremos con la construcción de una primera planta de procesamiento EPF en Bajada de Añelo, de 12.000 barriles diarios de crudo y 2 millones de metros cúbicos de gas, ampliando nuestra capacidad instalada de procesamiento en la cuenca, que hoy es de los 42.000 barriles diarios entre las plantas EPF y CPF de Sierras Blancas.

2 Los mayores desafíos que enfrentamos fueron dos. En primer lugar, el cuello de botella en infraestructura de evacuación en la cuenca, que limitó niveles de producción porque tenemos los pozos para producir más pero no podemos hacerlo si no tenemos manera de evacuar esa producción. Pero ese obstáculo está en



vías de solucionarse a medida que comienzan a ponerse en marcha los proyectos de ampliación de infraestructura de transporte y evacuación anunciados. El otro desafío es el acceso a divisas para el pago intragrupo de dividendos, servicios y otros. Llevamos invertidos más de u$s 2000 millones en la cuenca y fruto de esa inversión el año que viene estaremos en capacidad de empezar a repagar dividendos. Allí esperamos ver señales de mejora el año próximo.

3 Las operadoras debemos invertir como lo hemos venido haciendo para implementar tecnología y aprendizajes de otros activos para reducir costos, ganar eficiencia y lograr la competitividad del activo para atraer mayores inversiones. Desde el Estado lo que puede contribuir a darle impulso al sector es la consolidación de un marco regulatorio estable y previsible en el tiempo que asegure el acceso a divisas y brinde confianza en las condiciones de inversión en el largo plazo.



Ricardo Markous

CEO de Tecpetrol

TECPETROL

Empleados: 2700

1 Los principales proyectos son continuar con el desarrollo del área Fortín de Piedra (el principal yacimiento gasífero de la cuenca neuquina), avanzar en la evaluación del potencial de petróleo de las áreas Los Toldos II Este y Puesto Parada en Vaca Muerta, y continuar con el desarrollo de las áreas El Tordillo (Chubut) y Aguaragüe (Salta). Estos proyectos implicarán una inversión aproximada de u$s 750 millones. Las expectativas pasan por la concreción de proyectos clave de infraestructura y la implementación de las políticas públicas que den un marco de certidumbre para el aumento de la producción de gas y petróleo.

2 Las dificultades de operar con una alta volatilidad macroeconómica, lo que trae asociado un escenario de incertidumbre, así como dificultades para acceder a financiamiento en gran escala para los proyectos. Por otra parte, la inflación impacta también en las negociaciones laborales, inversiones y los costos de inversión.

3 En el mercado de gas, es esencial que se complete el gasoducto de Neuquén a Saliqueló que ya está en construcción y avanzando. Y que se lancen a la brevedad las ampliaciones junto con la compresión, lo que permitirá ampliar la capacidad de transporte, y el segundo tramo (Saliqueló – San Nicolás), así como la reversión del gasoducto norte. Esto permitirá reemplazar importaciones de LNG, combustibles líquidos y gas de Bolivia y fomentar exportaciones de gas y electricidad a Chile y Brasil (con Brasil también pueden realizarse intercambios de energía eléctrica en distintas estaciones). En el mercado de petróleo, es clave lograr consistencia entre el precio del petróleo local y el internacional para impulsar inversiones, mejorar la balanza comercial y los ingresos fiscales para el Estado y las provincias. Todo esto debe complementarse con una regularización de la situación macroeconómica y del mercado de cambios, además de la promoción de leyes que permitan acelerar el proceso inversor con un marco de mayor certidumbre y convertir a la Argentina en un exportador de GNL. El desarrollo de Vaca Muerta debe ser una política de Estado que trascienda la grieta.



Christian Marcelo Podestá

Gerente general

VICTORIO PODESTÁ

Facturación (e.) 2022: $ 8000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 12.000 millones

Inversiones 2023: $ 250 millones

Empleados: 100

1 Para 2023 proyectamos continuar creciendo dentro del sector energético local. Somos líderes en la comercialización de gas natural para el segmento industrial y para estaciones de GNC, así como en el almacenamiento, distribución y venta de combustibles líquidos. Desde Victorio Podestá seguimos sumando contratos de transporte en firme de manera directa, lo cual nos da un respaldo concreto y diferencial para abastecer a todos nuestros clientes de gas natural. Estamos fortaleciendo nuestra presencia en todas las provincias y zonas de distribución, y nos encontramos en contacto continuo con nuestros proveedores para poder planificar de la manera más precisa posible una estrategia en conjunto que nos permitirá seguir creciendo y sumando puntos de suministro.

2 El Plan Gas 4 (PG4) ingresó con algo de retraso, pero logró darle cierto marco a un mercado que venía inestable, con poca inversión y afectado además por el impacto del cierre de actividades por el COVID. Fue un cambio importante porque la demanda regulada volvió a ser la referencia de precio para la demanda desregulada de industrias y GNC. Es por ello que quisimos centrarnos en este segmento para asesorar a cada cliente que visitamos de manera personalizada y explicarles la dinámica del mercado en general y las implicancias de las múltiples variables sobre ellos de manera directa (e indirecta también).

3 Las inversiones en la industria energética son de capital intensivo, requieren planificación, certezas de largo plazo, reglas claras y, fundamentalmente, financiamiento. Algo similar está ocurriendo con el despacho de petróleo crudo por oleoductos. Ambos fluidos, tanto crudo como gas natural, han encontrado este cuello de botella para permitir que Vaca Muerta pueda explotarse como se debe.



Miguel Galuccio

Presidente y CEO

VISTA

Facturación (e.) 2022: u$s 652.2 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 900 millones

Inversiones 2023: u$s 400 millones

Empleados: 450 aproximadamente.



Pablo González

Presidente

YPF

Facturación (e.) 2022: u$s 13.000 millones

Inversiones 2023: u$s 5000 millones

Empleados: 21.151

1 YPF encara un año de enormes proyectos el año que viene. Pensamos seguir en el camino que iniciamos hace tres años de aumento sostenido de las inversiones, lo que genera mayor actividad y producción, mejora la situación en las provincias en donde operamos, aumenta el empleo y aporta energía para el desarrollo del país. YPF es clave en el escenario actual de mayor demanda de energía y vamos a liderar el proceso para convertir autoabastecer al país y convertirlo en un exportador de energía: mejorando nuestra actividad convencional, potenciando el desarrollo de Vaca Muerta y financiando obras de infraestructura y transporte que permitan el crecimiento de la producción. Como hitos para destacar, vamos a estar desarrollando nuestro primer proyecto de exploración y producción de litio en la provincia de Catamarca. Invertiremos fuertemente en la expansión de la red de transporte para abrir la puerta para el crudo a Chile y el Pacífico, aumentar la capacidad de Oldelval, y comenzar con el proyecto para la construcción de la terminal en Río Negro, única por sus dimensiones en el país. Además, vamos a continuar invirtiendo - a través de YPF Luz, YPF Litio e Y-TEC - en la producción de energías renovables, en donde ya somos el segundo productor a nivel nacional; en el desarrollo de la cadena de valor del litio, desde su producción hasta el desarrollo de la

tecnología de las baterías para su almacenamiento; y en hidrógeno que será uno de los combustibles del futuro y tenemos mucho conocimiento que estamos desarrollando desde el Consorcio H2Ar.

2 Estamos cerrando un año excepcional para YPF. Los resultados del segundo trimestre nos muestran que hemos logrado salir de la situación compleja en donde estábamos tras años de desinversión, caída de la producción y endeudamiento. El ebitda fue de u$s 1500 millones, el segundo mejor de la historia de YPF y la producción total de hidrocarburos totalizó los 504.000 barriles equivalentes por día, lo que representa un incremento del 9% interanual. A partir de estos muy buenos resultados, decidimos ampliar el plan de inversiones a más de u$s 4000 millones para este año lo que nos permitirá obtener un crecimiento de la producción total del orden del 9%, el crecimiento orgánico más importante de los últimos 25 años. La compañía está en pleno crecimiento con una agenda de proyectos muy relevantes para el país en todas sus áreas de negocios.

3 Tenemos una gran oportunidad como país para transformarnos en un productor de energía que garantice la soberanía energética, al mismo tiempo, que nos permita exportar a la región y al mundo. Para eso tenemos que trabajar con políticas de estado que les den continuidad a los proyectos. Este año celebramos el centenario de la compañía y 10 años de la decisión de la recuperación de YPF que, entre otras cosas, hizo posible el desarrollo de Vaca Muerta. Tenemos que seguir trabajando con el gobierno nacional, los gobiernos provinciales, los sindicatos y las empresas en establecer políticas que nos permitan producir GNL, seguir desarrollando los sistemas de transporte de gas, petróleo y electricidad, e impulsar la transición energética a partir de las energías renovables, el litio y el hidrogeno.

RENOVABLES



Bernardo Andrews
CEO

GENNEIA

Facturación (e.) 2022: u$s 281 millones
Inversiones 2023: u$s 150 millones
Empleados: 281

1 Las energías renovables son el presente y el futuro para la mitigación del cambio climático por eso nuestro foco es continuar impulsando la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías y lograr una mayor penetración de las renovables. Los planes para el próximo año se encuentran alineados con el objetivo de mantener nuestro liderazgo. Además, seguiremos atendiendo el crecimiento del mercado corporativo. Las compañías están comenzando a poner el foco en temas medioambientales, sociales y de gobernanza, asumiendo el compromiso de cambiar su perfil energético. Nosotros como industria somos el pilar para quienes deseen aportar en este inevitable camino hacia la sustentabilidad. La demanda MATER es cada vez más importante y nosotros debemos atender ese sector que no para de crecer.

2 Los principales obstáculos están relacionados al cuello de botella de las renovables por la capacidad de transporte disponible. Esperamos que se libere y se pueda trabajar en conjunto con las autoridades nacionales para acceder a financiamiento. Este año nos puso a prueba por el complejo contexto internacional y local, pero desde Genneia seguimos apostando a crecer e invertir. Por eso, estamos llevando a cabo nuestro Proyecto Solar Fotovoltaico Sierras de Ullum en San Juan, con una inversión de u$s 60 millones y 78 MW. Además, hemos anunciado inversiones de más de u$s 200 millones para la construcción del Parque Solar Tocota III (San Juan) y el Parque Eólico la Elbita (Tandil). Así, Genneia se perfila para superar 1GW de capacidad instalada.

3 Es necesario que la promoción de energías renovables sea una política pública de las próximas tres décadas para que la Argentina pueda cumplir con sus metas de descarbonización. Por otro lado, contar con la articulación del sector público y privado se vuelve importante para impulsar el desarrollo sostenible del sector. Además, es importante contar con seguridad jurídica, estabilidad macroeconómica y acceso a líneas de transmisión en las regiones con mejor viento e irradiación solar, enfocados siempre en las inversiones del sector, que son muy a largo plazo. Sin una previsión realista de la cantidad de megas renovables que se irán sumando año a año, es muy complejo generar inversiones que puedan sostener y hacer crecer la actual cadena de valor de las energías renovables.



Martín Federico Brandi
CEO

PCR

Facturación (e.) 2022: u$s 460 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 460 millones
Inversiones 2023: u$s 200 millones
Empleados: 650

1 El año que viene esperamos seguir avanzando en proyectos que expandan y consoliden nuestras verticales de negocios. En la División Renovables proyectamos finalizar la construcción de tres parques eólicos incrementando 50% la generación de energía renovable. En la División Petróleo planificamos perforar cerca de 40 pozos con el objetivo de incrementar producción y reponer reservas. En la División Cemento queremos incrementar el porcentaje de energía renovable que usamos para la producción de cemento y optimizar la cartera de productos que ofrecemos a nuestros clientes. Por último todas las divisiones de la empresa continuarán poniendo foco en sustentabilidad y nos propusimos emitir nuestro primer reporte durante el año.

2 Como principales obstáculos podemos mencionar la dificultad para acceder a divisas para importar equipamiento, repuestos y maquinaria tanto para los nuevos proyectos como para la operación habitual. No solo para la empresa



sino también para nuestra cadena de valor. A pesar de las dificultades estamos proyectando cumplir nuestros objetivos con lo cual fue un año positivo para la empresa. El equipo de trabajo de PCR fue el que permitió alcanzar los objetivos propuestos en cada una de nuestras divisiones.

3 La División Energía Renovable tiene en la ley 27191 una política de estado que resulta el principal soporte para el sector. A futuro se debe resolver el déficit de infraestructura para permitir la incorporación de nuevos proyectos y debe asegurarse el acceso a las divisas para la importación de equipos necesarios para la ejecución de nuevos proyectos. En la industria petrolera también hay cuellos de botella en la infraestructura que están en proceso de mejorarse. Sin embargo la regularización del mercado de cambios es necesaria para acelerar la inversión. En la industria cementera es necesario encontrar la forma de generar crédito hipotecario que permita resolver el déficit habitacional.

YPF LUZ



Martín Mandarano
CEO

YPF LUZ
Empleados: 372

1 Siempre estamos buscando y analizando nuevos proyectos. Nuestro objetivo es seguir creciendo como generadores de energía renovable, hay mucho potencial para la demanda industrial en la que podemos colaborar. En este sentido, de cara al aniversario de los 10 años de YPF Luz que se cumplen en el 2023, apuntamos a completar las obras de nuestro primer parque solar, El Zonda, en San Juan, y un proyecto eólico en la zona del sur de Córdoba.

2 Este ha sido un gran año para YPF Luz, fue el primer año en el que todos los activos de la compañía estuvieron operativos. Lideramos el mercado a término de energías renovables, somos el segundo generador de energía renovable en capacidad instalada y el cuarto de todas las fuentes. En febrero inauguramos Cañadón León en Santa Cruz, el tercer parque eólico de la compañía; y comenzamos el desarrollo del Zonda, el primer parque solar en San Juan. De esta forma, reforzamos nuestra presencia federal con operaciones y proyectos en 6 provincias del país, y nuestro compromiso de continuar diversificando la matriz energética nacional. Hace nueve años comenzamos a generar la energía que hoy abastece a más de 3,2 millones de hogares y a las principales empresas del país. Estos resultados nos impulsan a seguir invirtiendo y desarrollando proyectos en el país.

3 Para desarrollar todo el potencial de los recursos renovables que hoy tiene la Argentina y transformarlos en riqueza se necesita desarrollo de infraestructura de transporte. Contamos con recursos renovables extraordinarios, comparables a Vaca Muerta en cuanto a su potencial de aporte energético, que hoy no pueden llegar al 50% de la demanda. Habilitar mayor capacidad de transporte desde las zonas adonde están esos recursos hacia donde está la demanda posibilitará el desarrollo de nuevos proyectos de energías renovables y beneficiará a la industria y a la economía.

Estudios jurídicos



Miguel Montemerlo
Socio gerente

ALEGRÍA, BUEY FERNÁNDEZ, FISSORE & MONTEMERLO
Empleados: 18

1 Las expectativas son muy altas para 2023, estamos preparados para nuevos desafíos y cambios van a venir. Nuestro estudio es referente en temas de reestructuración de deudas corporativas y desde ese lugar vamos a participar en los cambios que se avecinan.

2 Los principales obstáculos fueron la alta inflación, los desfasajes entre precios y salarios, los diferentes tipos de cambio y el cepo cambiario. Desde el punto de vista económico y profesional en 2022 nos hemos podio mantener estables dentro de en un contexto difícil, marcado principalmente por temas macroeconómicos.

3 Es necesario generar políticas que favorezcan la inversión como así también eliminar el déficit fiscal para ir reduciendo gradualmente la inflación.

ALLENDE



Valeriano Guevara Lynch
Managing Partner

ALLENDE & BREA
Empleados: 150

1 Nuestras expectativas para 2023 son de mantenimiento del nivel de actividad de este año en términos de actividad de asesoramiento legal a empresas. Estimamos que el nivel general de actividad de las empresas en general no se incrementará y enfrentará desafíos difíciles de sortear. Seguiremos invirtiendo en tecnología y en recursos humanos, concentrados en formar al mejor equipo de abogados.

2 Los principales obstáculos que enfrentamos han sido el control de cambios y la reducción del nivel de actividad económica de manera generalizada y el altísimo nivel de inflación. Si bien hemos tenido un nivel de actividad razonable, el nivel de inflación está erosionando fuertemente la ganancia del sector.

3 Políticas públicas tendientes a lograr estabilidad económica y previsibilidad a mediano plazo. Lograr controlar la inflación y estabilizar el tipo de cambio.

BECCAR VARELA



Horacio E. Beccar Varela
Socio administrador

BECCAR VARELA
Empleados: 210

1 Nuestra meta principal será crecer manteniendo una posición de liderazgo así como la calidad de nuestros servicios, desarrollando el potencial de todas nuestras especialidades. Aspiramos a consolidar nuestra presencia en la región. Actualmente estamos ampliando nuestras oficinas en la zona franca de Uruguay, proyecto que seguiremos impulsando a lo largo de 2023. Trabajaremos en la extensión de nuestra política de sostenibilidad corporativa para ofrecer asesoramiento de vanguardia en cuestiones ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG), así como en inversiones de impacto.

2 Los principales obstáculos fueron la inflación, el atraso cambiario y la falta inversiones en grandes proyectos. Adaptarnos a los distintos problemas que genera la inflación en constante crecimiento se convirtió en un desafío diario. El balance del año dio como resultado varios aspectos positivos. A pesar de las dificultades, hemos podido mantener la estructura del estudio e incluso desarrollar nuevos proyectos. Mantuvimos el número de abogados y colaboradores, y nombramos tres nuevos socios. En línea con la tendencia de los grandes estudios internacionales, inauguramos un departamento de Public Affairs. Fortalecimos nuestra práctica de derecho ambiental y cambio climático. Afianzamos la modalidad de trabajo híbrida, muy efectiva y bienvenida por todos los integrantes de la firma.

3 Es vital integrar políticas que den lugar a un ambiente favorable para la generación y atracción de inversiones productivas, que creen trabajo genuino así como la producción de bienes y servicios con alto valor agregado. Entre los grandes desafíos se encuentran establecer una política antiinflacionaria que facilite la planificación a largo plazo, actualizar el tipo de cambio y poner fin a los impuestos regresivos.



#COMPROMISO Santander

acompaña la **transformación social**
y ambiental de tu comunidad.

santander.com.ar

Santander

LOS ACCIONISTAS DE BANCO SANTANDER ARGENTINA S.A. NO RESPONDEN EN EXCESO DE SU INTEGRACIÓN ACCIONARIA.



José A Martínez de Hoz

Managing Partner

MARTÍNEZ DE HOZ & RUEDA (MHR)

Facturación (e.) 2022: u$s 8 millones a u$s 10 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 9 millones a u$s 11 millones

Inversiones 2023: $ 30 millones

Empleados: 45

1 Al ser un año de elecciones presidenciales, es de esperar que los varios de los proyectos e inversiones más importantes para el país (y que son el *core* de la actividad de las grandes firmas de abogados, como el nuestro) entren en modo *wait & see*. Sin embargo, consideramos estar muy bien posicionados para aprovechar las oportunidades en sectores específicos como los vinculados a las energías, la tecnología y el consumo masivo, esperando un ritmo de actividad similar al observado durante 2022.

2 Definitivamente, la inflación, las restricciones en materia de cambio y demás políticas de fuerte intervención y regulación de la economía dañan la actividad económica general y de las empresas que operan en el país. El año no ha sido bueno en términos generales, aunque hay ciertos sectores que han logrado resultados comparativamente razonables.

3 Los recursos no convencionales de gas natural en Vaca Muerta son los segundos a nivel mundial. Los operadores internacionales no tienen dudas acerca de la magnitud de los recursos de gas natural y las calidades de la formación de Vaca Muerta. Además, el país ha dado sobradas muestras de su capacidad de reducir significativamente los costos de desarrollo y la productividad de los pozos. La Argentina cuenta con los recursos de gas natural suficientes para cubrir más de un siglo y medio del nivel actual de demanda, por lo que los proyectos de exportación no colisionan con la cobertura de la demanda interna. Por el contrario, los proyectos de exportación funcionan como un ancla para atraer inversiones para desarrollar esos recursos. Pero nuestro país necesita inversiones para extraer esos recursos y montar un desarrollo a gran escala que debido a las limitaciones del tamaño del mercado interno depende de su éxito en exportar su producción como gas natural vía gasoductos o como GNL. Es imprescindible la formación de un consenso político que permita la aprobación de un marco legal con condiciones adecuadas para la inversión, incluyendo un marco regulatorio favorable a la exportación que permita la venta al exterior en condiciones firmes (los 365 días del año) en condiciones competitivas. Es decir, sin retenciones, y que asegure la libre disponibilidad de divisas que es indispensable para el financiamiento de la infraestructura necesaria para cualquier proyecto de GNL, incluyendo plantas de licuefacción, instalaciones portuarias, gasoductos dedicados y desarrollo *upstream*.



Santiago Carregal

Chairman

MARVAL, O'FARRELL & MAIRAL

Empleados: 603

1 Seguir invirtiendo en tecnología e inteligencia artificial, en la atracción y fidelización del talento y en la mejora de nuestros procesos y sistemas para hacer mejor y más eficiente el servicio a nuestros clientes. Creemos que 2023 será un año de transición, y la actividad económica estará afectada por las expectativas que generen las elecciones presidenciales.

2 Los principales obstáculos fueron sin duda las restricciones cambiarias, el atraso del tipo de cambio y la alta inflación, que complican enormemente a nuestros clientes y a nuestra organización. El balance es bueno en cuanto a nivel de actividad.

3 Todas las políticas que fortalezcan la seguridad jurídica y las instituciones del país, claves para un crecimiento sustentable, inversión y generación de empleo.



Santiago Nicholson

Managing partner

NICHOLSON & CANO ABOGADOS

Empleados: 220 (entre abogados y administrativos)

1 A pesar de que estamos en un país donde resulta difícil saber lo que va a pasar en el corto plazo, nuestras expectativas son que se pueda repetir la *performance* de 2022, que fue razonablemente bueno. En cuanto a los proyectos, estamos en el medio de la implementacion de un sistema nuevo, interno al estudio, que va a generar mayor eficiencia en el manejo de los documentos y de la agenda.

2 Como es de público conocimiento, el gran obstáculo fue la inflación. Además, la falta de inversiones, que implica un menor volumen de transacciones en las cuales podemos intervenir. Sin embargo, muy de a poco estamos comenzando a ver algunas inversiones, en especial de empresas locales que logran aprovechar ciertas oportunidades. Estamos cerrando un año positivo, con un buen nivel de actividad, y algunas industrias que han crecido y hemos podido acompañar: es el caso de tecnología, logística y agro. A su vez, las áreas de Litigios y Laboral, dentro del Estudio, tuvieron una performance destacada.

3 Las políticas que podrían contribuir al sector son todas aquellas que logren atenuar la inflación y nos permitan tener un mayor crecimiento del país, basados en la inversión. Es muy importante lograr una recuperación de la moneda, base del ahorro y, por lo tanto, también de la inversión.



Guillermo E. Quiñoa

Miembro del Comité Ejecutivo

PÉREZ ALATI, GRONDONA, BENITES & ARNTSEN

Empleados: 130

1 Nuestra expectativa o aspiración es que se produzca un ordenamiento de las variables económicas para lograr mayor estabilidad. Nuestro proyecto como estudio jurídico es continuar expandiendo nuestras áreas de *expertise* para acompañar a nuestros clientes en todas sus necesidades.

2 El principal obstáculo fue la inflación. Para el país ha sido un mal año, con alta inflación, poco o nulo crecimiento económico y deterioro de las variables económicas y sociales. En nuestro estudio hemos tenido mucho trabajo, dado que al ser un estudio jurídico integral tenemos la capacidad de satisfacer las cambiantes necesidades de nuestros clientes a través de las diversas áreas de la firma.

3 La eliminación del control de cambios y el control de la inflación implicarían mayor inversión por parte de nuestros clientes, nacionales y extranjeros, así como la llegada de nuevos inversores al país.

Eventos y exposiciones



Fernando Gorbarán

Presidente y CEO

MESSE FRANKFURT ARGENTINA

Empleados: 35

1 Si bien será un año signado por el clima electoral tenemos una gran cantidad de eventos que están agendados para el próximo año. Los sectores de petróleo y gas y el sector de la minería tendrán sus encuentros bienales de la mano de AOG Y Arminera.

UNIVERSIDAD DEL CEMA

UCEMA

Escuela de Negocios

El conocimiento,
tu mejor negocio.

Innovarte,
tu mejor decisión.

MBA

Maestría en Dirección de Empresas

MFin

Maestría en Finanzas

MAG

Maestría en Agronegocios

EGN

Especialización en Gestión de Negocios

RRHH

Posgrado en Recursos Humanos

PMKT

Posgrado en Marketing Estratégico

PDA

Posgrado en Digital Accounting

EGP

Especialización en Gestión de Proyectos

PND

Posgrado en Negocios Digitales

EFI

Especialización en Finanzas

ucema.edu.ar/escuela-de-negocios | escueladenegocios@ucema.edu.ar | @ucema_edu

Como así también el sector de energía con la Biel Light+Building y Congreso Solar, la realización de Salón Moto y por primera vez en Sudamérica Busworld.
2 Sin lugar a duda la inflación alta y la imposibilidad de enviar remesas de dinero al exterior han complejizado nuestra actividad y nos han obligado a reprogramar algunos eventos por restricciones que sufren las industrias en las cuales operamos. Lo bueno del 2022 sin duda es la valorización del segmento de Turismo de Reuniones y la confirmación del rol que ocupa como plataforma de negocios. Las exposiciones que se han realizado han sido muy exitosas con gran afluencia tanto de expositores como de visitantes.
3 La Argentina y en particular la ciudad de Buenos Aires ocupan un lugar relevante en el mercado mundial de Exposiciones y Congresos por eso entendemos que las políticas públicas deben contribuir a visibilizar este sector tan pujante y con alto impacto de derrame económico. Necesitamos contar con más espacios para la realización de eventos si queremos continuar liderando en la región. Por supuesto la normalización de la macro es imprescindible.

Finanzas

BANCOS



Martin Ezequiel Zarich
Presidente Ejecutivo de BBVA en Argentina

BBVA
Empleados: 5863
1 Nuestro permanente objetivo es acelerar desarrollos y productos que den respuesta a las necesidades financieras de nuestros clientes. Los proyectos de innovación de BBVA relacionados con la digitalización y la explotación de datos son altamente atractivos, dado que tienen escala global, tecnología de última generación. Lo que buscamos es poder agregar valor al cliente, poder acercar tecnología y la innovación. También tenemos un fuerte foco basado en la sostenibilidad como oportunidad de negocio que nos permitirá seguir fortaleciendo nuestra estrategia.
2 La afectación estuvo marcada principalmente por la rapidez con la que tuvimos que adaptar todos los sistemas y equipos para poder responder de acuerdo con todas las normativas que se fueron dando en este entorno actual. Fue relevante la organización, adaptabilidad y flexibilidad de los equipos, para poder responder ante esta situación y garantizar la atención de los clientes en un contexto tan inusual para todos. Como balance creo que la experiencia nos ha ido preparando para afrontar diferentes situaciones adversas que logramos sacar adelante poniendo siempre al cliente primero y en funcionamiento pleno de las herramientas que BBVA posee para lograrlo
3 Consideramos que el sistema financiero es parte de la solución de esta crisis, por eso, ponemos todo el esfuerzo en continuar brindando nuestros servicios y en colaborar en la búsqueda de soluciones a las distintas necesidades que vive el país. Lograr una mayor estabilidad de la moneda y el control de la inflación serán claves para generar un sistema financiero que pueda brindar confianza, canalizar el ahorro e impulsar los créditos para apalancar la economía y brindar el impulso que la sociedad necesita.



Guillermo A. Laje
Presidente

BANCO CIUDAD
Facturación (e.) 2022:
$ 242.071.383.333
Inversión 2022:
$ 4.948.538.679
Empleados: 2693
1 Apuntamos a sostener resultados reales positivos, incrementar nuestra base de clientes, y continuar mejorando nuestros indicadores de satisfacción, que no sitúan entre los bancos líderes del sistema. Para ello, seguiremos mejorando y sumando funcionalidades en los canales de atención, con un mayor uso de billeteras, además de continuar avanzando en nuestro modelo de transformación basado en la tecnología y agilidad. En cuanto al entorno económico, esperamos un leve crecimiento de la demanda de crédito y mayor atención de los clientes en materia de *cash management*, ante una inflación elevada y altas tasas de interés.
2 Una elevada inestabilidad macroeconómica dio lugar a una baja demanda de crédito del sector privado, a lo que se sumaron restricciones cambiarias que limitaron, por ejemplo, la obtención de líneas de bancos corresponsales en el exterior. Como en toda la industria afrontamos el desafío de retener y captar talento en un área clave como tecnología. De todos modos, el balance es más que positivo, con un sostenimiento de nuestra base de clientes, buen desempeño crediticio a pesar del entorno, y una importante mejora en los indicadores de satisfacción de nuestros clientes. También pudimos hedgear nuestro patrimonio líquido para cubrirnos de una inflación creciente y mantener resultados positivos, junto con un muy buen funcionamiento del modelo de trabajo hibrido.
3 Los temas centrales pasan, fundamentalmente, por la necesidad de que se estabilice la macroeconomía. Que se corrijan los desequilibrios fiscal y externo, y se controlen variables como la inflación y brecha cambiaria, para dar un marco de mayor previsibilidad, necesario para impulsar la demanda de crédito del sector privado, estirar los plazos de financiamiento y acompañar el desarrollo del comercio exterior. Asimismo, se debe seguir trabajando en políticas públicas que allanen el camino para la inclusión financiera, además de profundizar el mercado de capitales, generando condiciones razonables de financiamiento del sector público y privado a mediano y largo plazo.

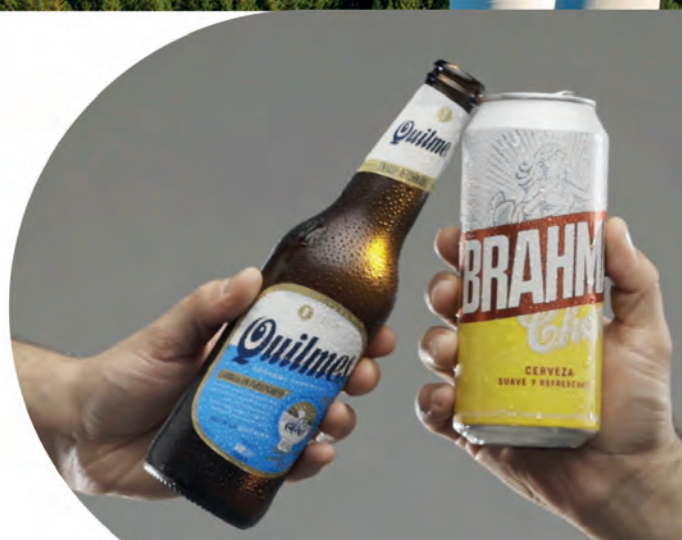


Fabián Kon
CEO

BANCO GALICIA
Facturación (e.) 2022:
$ 180.000 millones
Facturación (p.) 2023:
$ 330.000 millones
Inversiones 2023:
$ 21.000 millones
Empleados: +5300
1 Nuestro propósito es mejorar el día a día de más personas, lo que implica centrarnos en las necesidades de los clientes, desarrollar soluciones que los sorprendan, y seguir evolucionando la interacción digital. Junto a Naranja X lanzamos NAVE, una plataforma digital para los comercios, que brinda soluciones de cobros y pagos, financiación a través *buy now, pay later*, e información unificada de ventas y cobranzas. Durante 2023 sumaremos funcionalidades para ayudar a los comercios a crecer. Seguiremos desarrollando los canales digitales, sumando funcionalidades de autogestión, tanto para personas como para empresas. El foco seguirá estando en ampliar la disponibilidad horaria de los servicios. Seguiremos invirtiendo en la plataforma de contactabilidad para atender a los clientes a través de su medio preferido. Continuaremos con la visión de ecosistema, donde el Banco se integra a soluciones de terceros y viceversa.
2 Este año se caracterizó por una fuerte aceleración de los precios de la economía. A fines de 2021 el mercado esperaba una inflación para este año en torno al 55% y vamos a cerrar con un valor que casi duplica esas previsiones. En este contexto proteger el capital del banco ha sido un desafío muy importante. Esto es clave para poder estar en condiciones de atender una mayor demanda de crédito en el futuro. Hoy esa demanda se encuentra deprimida por la incertidumbre macroeconómica, pero también por un costo







Brindamos por usar 100% energía eléctrica renovable

¡AL PLANETA, SALUD!



RUMBO A LA
CARBONO NEUTRALIDAD

CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES

elevado del crédito. Aquí influye no solamente la mayor nominalidad de la economía, sino también una carga tributaria que ha crecido en los últimos años, que aleja a muchas personas y empresas de la posibilidad de acceder a un crédito. Algo muy positivo es que Galicia se ubica en el primer lugar tanto en colocaciones primarias de títulos privados como en compraventa de Títulos Públicos Nacionales en operaciones de dólar futuro garantizado en el MAE.

3 Reducir el costo del crédito es vital para que más argentinos puedan acceder a esta herramienta que permite potenciar el desarrollo económico. La alta carga impositiva incrementa las tasas activas y desalienta la inversión y el crecimiento. La carga tributaria se incrementó fuertemente en los últimos años. Hoy la alícuota de Ingresos Brutos y la tasa municipal de Seguridad e Higiene representa más del 100% del spread bancario, en 2021 era 60% y hace 10 años cerca del 20%. Por ejemplo, más del 30% del CFT de un crédito se explica por impuestos. Los impuestos sobre transacciones financieras, como el Impuesto a los Débitos y Créditos, aumentan los costos de transacción y generan más informalidad. Debemos fomentar el uso de medios digitales de pago en detrimento del efectivo y estos impuestos no ayudan. Billetes de mayor denominación ayudarían a la logística del efectivo y a reducir costos.



Manuel Herrera

Gerente general

BANCO HIPOTECARIO

Empleados: 1577

Facturación (e.) 2022: $ 119.700 millones

Facturación (p.) 2023: $ 253.000 millones

Inversiones 2023: u$s 7,9 millones

1 Desde el Banco Hipotecario continuaremos con nuestra estrategia de apoyo a las familias y empresas argentinas, para reafirmar nuestro liderazgo como banco del hogar. En el camino hacia la digitalidad, continuaremos desarrollando nuestros canales digitales con el objetivo de perfeccionar la experiencia del usuario, como también facilitar el acceso al financiamiento para el consumo y brindar soluciones para la vivienda. También buscamos fortalecer nuestro apoyo a las empresas y hacer más ágil el proceso de *onboarding* al banco minimizando la necesidad de acercarse al banco y promoviendo el financiamiento a tasas que permitan llevar a cabo los distintos proyectos de inversión.

2 El contexto inflacionario alto, como también las condiciones macroeconómicas, fueron el principal obstáculo del 2022, debido principalmente a la escasez de instrumentos disponibles para resguardar el balance del banco. Sin embargo, el Banco Hipotecario continúa con su estrategia plurianual de buscar principalidad en sus clientes, consolidando el liderazgo como banco del hogar, incrementando la eficiencia a través del desarrollo de las metodologías ágiles e invirtiendo en tecnología. Este enfoque, permite que nuestros colaboradores se aboquen a desarrollar tareas con mayor valor agregado para nuestros clientes. Asimismo, también logramos implementar varios programas de capacitación, con hincapié en todo aquello emparentado con la programación, con lo que logramos la reducción de la rotación y sobre todo, una mejora en la empleabilidad de nuestros colaboradores.

3 Las políticas públicas apropiadas para darle impulso al sector son las mismas que favorecen a todos o casi todos los sectores, entendiendo a la previsibilidad como uno de los mayores dinamizadores de la economía. Asimismo, si tuviéramos que circunscribirlas al sector financiero, un sendero de inflación decreciente y racionalidad en el gasto público, potencian de manera exponencial la demanda de créditos ya sea para consumo proyectos de inversión como también para la adquisición o construcción de viviendas. Asimismo, las medias que tiendan hacia la educación e inclusión financiera, por ejemplo transferencia 3.0 y/o a fortalecer el mercado de capitales, son claves para brindarle dinamismo al mercado hipotecario.



Juan O'Connor

CEO de Itaú Argentina

BANCO ITAÚ

Empleados: 1497

1 Nuestro objetivo para el próximo año es consolidar la transformación de nuestra banca digital La clave es cultural, atravesada por tres ejes que seguirán en nuestro ADN en 2022: centralidad en el cliente, transformación digital y gestión de los datos. El ecosistema es cada vez más competitivo y la innovación es la única salida para ofrecer mejores alternativas diferenciadoras. Las experiencias están haciéndose cada vez más ágiles, y el cliente está cada vez más informado sobre cómo operar sus cuentas. Desde Itaú seguiremos innovando y acompañando la tendencia con productos que permitan interactuar de manera colaborativa con todo el sector financiero.

2 Tenemos un balance muy satisfactorio y con perspectiva promisoria para seguir brindando productos y servicios que acompañen las necesidades y el contexto de nuestros clientes. Este año Itaú siguió transformándose, adaptando y acelerando rápidamente desarrollos pensando siempre en lo que nuestros clientes necesitan. Con Cuenta Chat incrementamos un 50% nuestra base total de clientes, con un fuerte foco puesto en la inclusión y educación financiera.

3 El marco regulatorio que viene impulsando la inclusión financiera incentiva la bancarización y la digitalización, y amplía los mercados de actuación y la sana competencia de proveedores no tradicionales, con reglas parejas. Asimismo, las iniciativas de educación financiera son transformadoras, y permiten que haya un público cada vez más informado y activo en el sistema.



Gustavo Manríquez

Gerente general

BANCO MACRO

Facturación (e.) 2022: 200.723 millones (Ingresos por intereses + comisiones netas, al segundo trimestre de 2022)

Empleados: 7925

1 Nuestro principal proyecto es compartir nuestro propósito: queremos que la Argentina piense en grande, piense en Macro. Pero lo que podría parecer un mero *slogan* está respaldado por un trabajo que cada día plantea un desafío. Pensá en grande es un mensaje que refleja el compromiso que tiene Macro con sus clientes y con la sociedad en su conjunto. Somos los que mejor entendemos que detrás de cada empresa, de cada emprendimiento, de cada comercio, de cada campo, hay personas. Y esas personas son una gran oportunidad para hacer que la Argentina siga creciendo.

2 En este año, producto de nuestro propósito, continuamos trabajando en las tres características que nos definen: el conocimiento del cliente, el trato personalizado y la velocidad de respuesta. Tuvimos como objetivo cambiar de un banco pensado en productos a un banco que piensa y ofrece experiencias para sus clientes. Hoy nuestro índice de atención digital nos permite decir que el 72% de las transacciones de nuestro banco son digitales, que más de 1 millón y medio de nuestros clientes son digitales y que, cada mes, unos 60.000 clientes se suman a la digitalización.

3 Desde Banco Macro seguimos creyendo que el uso del dinero electrónico debe tomar mayor relevancia, y que el público lo utilice para realizar sus transacciones diarias dejando a un lado el efectivo. El dinero en efectivo está siendo un grave problema para el sector. Es un tema que aún no está resuelto y continúa en

crecimiento. La educación financiera es un elemento más de la visión ecosistémica. Los clientes que conocen, que aprenden y que entienden toman mejores decisiones. Desde nuestro programa Cuentas Sanas seguiremos trabajando diariamente para fortalecerlos.



José Luis Pardo

Presidente

BANCO MARIVA

Facturación (e.) 2022: $20.000 millones

Empleados: 186

1 Continuar con la transformación digital para la que pusimos en marcha un fuerte plan de inversión que además de nuestros productos y servicios, comprende el desarrollo e implementación de aplicaciones con el objetivo de agilizar y robustecer nuestros procesos internos. En nuestras líneas de negocios, buscamos seguir afianzando nuestra presencia en colocaciones de instrumentos de oferta pública en el mercado de capitales, que otorguen a nuestros clientes la posibilidad de financiarse a tasas muy competitivas. En ese contexto estamos comprometidos con el crecimiento de nuestra cartera de clientes corporativos, mediante la oferta de servicios financieros a pymes a través de distintos canales, entre ellos: los productores financieros. Consolidar el crecimiento sostenido de la banca privada es también una de nuestras principales metas.

2 Fue otro año desafiante en un contexto inflacionario con tasas y comisiones reguladas. Pese a eso, logramos mantener el nivel de activos en términos reales sin incrementar el riesgo de crédito y sin perder liquidez gracias a nuestra política de diversificación de ingresos a través de las distintas unidades de negocios. Para ello, es muy importante continuar con nuestra política de diversificación de ingresos a través de las distintas unidades de negocios y ser muy cautos a la hora de invertir en activos financieros. Por otra parte logramos afianzar nuestra operatoria digital con la implementación de herramientas direccionadas a agilizar la interacción con los clientes, como *onboarding*, firmas electrónicas y productos digitales completos como echeqs, plazos fijos web y operatorias bursátiles, además del desarrollo de nuestra nueva banca empresas que estará disponible en el 2023. Consolidamos también nuestra presencia en transacciones del mercado de capitales, en el que somos líderes.

3 El actual contexto de tasas reguladas y por debajo del ritmo inflacionario sumado a la alta presión tributaria, no ayuda. Se necesita un trabajo mancomunado entre Gobierno y sector privado en un marco regulatorio e impositivo adecuado. Lograr implementar políticas que controlen la inflación sigue siendo el mayor desafío. Generar un entorno de mayor estabilidad macro es fundamental para un sistema financiero confiable que fomente el crédito y el ahorro.



Oswaldo Parré dos Santos

Presidente

BANCO PATAGONIA

Facturación (p.) 2021: $ 131.663,5 millones (ingresos por intereses más ingresos por comisiones al 31/12/21)

Empleados: (al 30-06-22) 3015

1 En el Plan Estratégico 2021-2025, definimos que nuestro propósito es acompañar el desarrollo de las personas, abanico que incluye a nuestros más de 3000 empleados en todo el país, nuestros clientes y empresas de los diversos segmentos que conforman nuestra cartera de hoy. En este desarrollo, seguimos

Consultoría en
transformación digital

CEIBO
DIGITAL

@ceibodigital
Ceibo Digital
ceibo.digital

Buenos Aires • Miami • Asunción

trabajando fuertemente en la transformación digital, con servicios diversos, ágiles, eficientes y seguros. Hablamos de productos pensados para nativos digitales, para universitarios que necesitan su primera cuenta, para gobiernos municipales y provinciales que precisan desarrollar su gestión, para aquellas pymes y empresas que buscan financiamiento para crecer y para aquellos que requieren asesoramiento específico en nuestros más de 200 puntos de atención. Hoy nuestros clientes tienen la sucursal en el bolsillo a través de nuestra app PatagoniaMóvil, pero también oficiales capacitados en cada rincón del país.

2 En un mundo globalizado, asistimos a un 2022 con diversos realineamientos geopolíticos, con escasez de recursos y condiciones financieras difíciles en todos los continentes. Como menciona el FMI en su último informe, "La economía global está experimentando una serie de desafíos turbulentos". En este contexto, desde Banco Patagonia tuvimos grandes desafíos. En el año que termina logramos que más del 60% de nuestros clientes operaran de manera digital y en cuanto al comportamiento financiero mantuvimos altos niveles de liquidez, capitalización, y de calidad de nuestras carteras de crédito. Seguimos trabajando para mantenernos como uno de los principales bancos del sistema financiero argentino, continuar desarrollando soluciones, funcionalidades y productos disponibles 100% online en los canales digitales, y maximizar la experiencia de nuestros clientes con servicios y beneficios únicos.

3 Es imprescindible una buena comunicación, un diálogo permanente entre todos los sectores. Ni lo público ni lo privado pueden ir por caminos separados. Las políticas públicas, nacidas del consenso, son estratégicas a largo plazo y construyen un país.



Juan Cuattromo

Presidente

BANCO PROVINCIA

Empleados: 10.500

1 Va a ser un año con muchísimos desafíos para Banco Provincia. Vamos a seguir consolidando las líneas de trabajo que venimos realizando desde 2020 pero en particular con un fuerte desarrollo e innovaciones en nuestras herramientas digitales. Apuntamos a terminar 2023 con una reconfiguración integral de todo nuestro ecosistema digital.

2 Este año tuvo múltiples desafíos, como la salida de la pandemia y el retorno de la presencialidad. En paralelo tuvimos que enfrentar las diferentes situaciones y coyunturas derivadas de la guerra y las crisis en diferentes mercados. Transitamos nuestro bicentenario y estamos orgullosos de haberlo podido celebrar con nuestra gente, el pueblo de la Provincia. Este fin de año nos encuentra con índices de mucha solidez y solvencia patrimonial que nos permite encarar mejor el año próximo.

3 Tenemos un sistema financiero muy sólido, líquido y estable pero muy pequeño. El gran desafío es construir y desarrollar las políticas públicas que nos permitan seguir incrementando la asistencia a los sectores productivos y a las personas para generar un mercado de crédito más profundo. Entender la realidad de la banca pública y el rol que cumplimos como motores de inclusión financiera para llevar los servicios a toda la población probablemente requiera la discusión de los marcos normativos en los cuales desarrollamos nuestra actividad.



Santiago González Pini

Gerente general

BANCO DE SERVICIOS Y TRANSACCIONES (BST)

Facturación (e.) 2022: $ 12.750 millones

Facturación (p.) 2023: $ 20.000 millones

Inversiones 2023: $ 250 millones

Empleados: 112

1 Posicionar al Banco como un proveedor de soluciones a medida en el sector corporativo, que nos permita mantener nuestro liderazgo en mercado de capitales y banca fiduciaria. Consolidar nuestro crecimiento patrimonial y potenciar nuevas mejoras en nuestra calificación crediticia. En el 2023 continuaremos con el cambio iniciado este año de nuestro *core* bancario que, junto con nuevas mejoras tecnológicas, nos permitan la agilidad operativa que requieren nuestros clientes.

2 Sin duda, el mayor obstáculo fue el fuerte incremento de costos, no solo en la base salarial, sino en toda la estructura de gastos. Por suerte pudimos más que compensar esta fuerte suba de costos con un altísimo volumen de negocios y un gran comportamiento de nuestra cartera crediticia que nos permitió liderar el sistema bancario en términos de retorno patrimonial.

3 Lo que más necesitamos, tanto nosotros como nuestros clientes, es estabilidad normativa. Durante los últimos años hemos dedicado mucho foco y recursos a adaptar nuestros sistemas y modelos de negocio a constantes cambios normativos.



Juan Ignacio Nápoli

Presidente

BANCO DE VALORES

Facturación (e.) 2022: $ 17.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 32.000 millones

Inversiones 2023: $ 650 millones

Empleados: 268

1 Acercarnos cada vez más a la tecnología, ser una compañía tecnológica que brinde soluciones los mercados de capitales y financiero. Llevar nuestro liderazgo y experiencia a otros mercados de América latina como lo hicimos en Uruguay, en los que existen todas las potencialidades para desarrollarse, pero carecen de nuestro expertise. Al mismo tiempo, continuar consolidando nuestra posición de líderes locales como fiduciarios y custodios de fondos comunes de inversión.

2 El desequilibrio de las variables económicas generado por las contradicciones del partido gobernante en esta materia produjo, entre otros, un sostenido aumento de la inflación que, además de ser el impuesto más regresivo, afecta en especial a los bancos, les causa grandes pérdidas por la exposición de sus activos monetarios y afecta el nivel de los depósitos bancarios. A pesar de las adversidades, nuestro balance es positivo: Concretamos negocios en Uruguay, mantenemos el liderazgo como fiduciarios y custodios en el mercado de capitales local y conservamos indicadores de eficiencia, liquidez y solvencia que se ubican dentro de los más destacados del sistema financiero. Asimismo, avanzamos en las gestiones para expandir nuestra presencia hacia otros países de la región.

3 Es indispensable el logro del equilibrio macroeconómico para recuperar la confianza que ayude a combatir la inflación y reducir la brecha cambiaria. Paralelamente, deben reducirse la complejidad y número de regulaciones financieras y cambiarias que afectan al sistema para que pueda crecer su participación en el PBI y genere el círculo virtuoso de ser uno de sus principales impulsores. Es necesario reducir la carga impositiva, en especial la generada por el aumento de la base de ingresos brutos.



Juan Marotta

CEO HSBC Argentina & LAM Sur

HSBC

Empleados: 3369

1 Seguiremos apoyando a nuestros clientes con productos y servicios que les permitan abordar con éxito los nuevos desafíos que plantea el contexto actual. Acompañaremos a las personas y a todas las empresas en sus pro-

yectos para conectarlas con más oportunidades que les permitan seguir creciendo. Trabajaremos fuertemente para cumplir nuestras metas en sustentabilidad; queremos liderar la transición hacia modelos de negocio sostenibles. Y continuaremos con un claro foco en la digitalización. Desarrollaremos nuevas tecnologías que nos permitan operar de una manera más ágil y simple.

2 No nos enfocamos en los obstáculos, sino en los desafíos planteados en un contexto global muy cambiante. En un mundo tan interconectado, los escenarios geopolíticos, climáticos y sanitarios impactan en nuestras estrategias, que adaptamos constantemente para poder administrar estos cambios y aprovechar también las oportunidades que traen. Nuestras estrategias y relaciones son a largo plazo, y el sector financiero continuará jugando un rol muy importante para aportar la liquidez necesaria para volver a la senda del crecimiento y acompañar a las empresas y a las familias a través de distintas propuestas de financiamiento. Nuestros negocios se mantuvieron sólidos al igual que nuestro balance. Crecimos en comercio exterior y conectamos a nuestras pymes al mundo. Incrementamos nuestra participación de mercado tanto en depósitos como en préstamos. Potenciamos nuestra presencia digital, con más del 90% de las transacciones gestionadas a través de nuestras plataformas, presentamos con éxito la nueva edición de Mujeres al Mundo y promovimos fuertemente las finanzas sostenibles.

3 El desarrollo de políticas a largo plazo, que continúen vigentes más allá de los cambios y que nos permitan recobrar la confianza. Desde el sector financiero, el desarrollo de aquellas que fortalezcan nuestro rol de apoyo a todos los sectores productivos de nuestro país para que puedan seguir creciendo, generar mayor empleo interno y promover un mayor desarrollo de sus industrias tradicionales y de otras como las del conocimiento.



Alejandro Ledesma Padilla

Gerente general

ICBC

Facturación (e.) 2022: $ 145.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 290.000 millones
Inversiones 2023: $ 12.000 millones
Empleados: 3449

1 Continuamos con nuestro proyecto de transformación digital y con la apuesta al segmento joven con el lanzamiento de YOY, una *app* de contenidos de interés y soluciones financieras especialmente dirigido a la generación Z. En línea con nuestro plan de negocios, seguiremos brindando servicios financieros a individuos, pymes y grandes empresas, para posicionarnos como el banco que crea puentes entre el mercado local y el mundo a través del comercio exterior. Potenciamos nuestra cultura de innovación puertas adentro, para mejorar los servicios a nuestros clientes y tener el mejor NPS del mercado financiero.

2 Uno de los mayores obstáculos que encontró el sistema financiero fue el escenario de altísima regulación y su complejidad. La situación económica del país, acentuada por la alta inflación, impactó en una menor demanda de crédito del sector privado y en un estancamiento de la cartera de clientes del sistema. Si bien el margen financiero mejoró, dada la suba de tasas del BCRA, la presión impositiva se mantuvo en niveles altos. El balance fue positivo ya que avanzamos de forma sostenida en el plan de transformación digital propuesto para el banco. Redoblamos la apuesta con el desarrollo y lanzamiento de YOY, y la innovación de la propuesta de unificación de los portales para las empresas, que mejora y



Líderes en la generación de energía renovable en solo 10 años de actividad. Audaces para transformar nuestra matriz energética. Y la de todo el país.
Por eso, hoy producimos 86 % de energía renovable y 14 % de térmica. Con el parque eólico más grande de Argentina, Madryn, y 18 proyectos renovables construidos en 4 años, abastecemos más de 900.000 hogares. Nuestros 236 aerogeneradores y 283.000 paneles solares generan más de 3.000.000 MWh de energía limpia al año, el 18 % de la energía limpia que consume el país.
Cumplimos 10 años de audacia y seguimos transformando el mundo.

10 AÑOS GENNEIA
Iniciamos el camino. Hoy, lo lideramos

simplifica de forma sustancial el servicio a nuestros clientes.
3 Es preciso estabilizar la política macroeconómica y recuperar el valor de nuestra moneda para generar certidumbre como generador de valor. Nos urge contar con un marco normativo claro que favorezca a desarrollar el potencial del sector como promotor de inversión y producción del país y de esta forma, dejar de ser meramente transaccional.

J.P.Morgan



Facundo Gómez Minujín

Presidente de J.P. Morgan para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, y General Counsel para J.P. Morgan Latin America

JP MORGAN

Empleados: +3000

1 Tenemos como objetivo seguir creciendo, incorporando más colaboradores y servicios a nuestra empresa, especialmente en el Buenos Aires Corporate Center (BACC), nuestro *hub* que exporta servicios internos de finanzas, créditos, investigación económica, desarrollo tecnológico, ciberseguridad, legales, entre otros, para Estados Unidos, Europa y América Latina. Esta apuesta que hicimos a nivel local se posiciona como el área de mayor crecimiento dentro de nuestra compañía, acompañada por una alta demanda en el mundo y auge del sector tecnológico. Para 2023 proyectamos seguir potenciando las capacidades y oferta del BACC.
2 Este fue un año de mucha actividad, a pesar de los desafíos presentados tanto por el contexto local como el global. Nos pone muy contentos haber podido alcanzar nuestro objetivo de llegar a los 3000 colaboradores para fin de año, teniendo proyecciones de seguir creciendo en 2023. En ese sentido, lanzamos a su vez un programa de trabajo *part-time* para estudiantes único en el mercado y en noviembre tendremos nuestro primer J.P. Morgan Corporate Challenge en Buenos Aires, en el que invitamos a la comunidad corporativa local a reunirse en un evento increíble, que reunió a más de 250.000 profesionales en todo el mundo.
3 Para poder impulsar al sector es necesario que se den una combinación de factores, más que políticas públicas en particular. Por ejemplo, bajar la inflación y el riesgo país sería dos puntos fundamentales a la hora de mejorar y aumentar las inversiones en el país, así como también resolver los problemas macros, reducir controles cambiarios y mejorar la financiación.

Openbank



Federico Procaccini

CEO

OPENBANK ARGENTINA

1 Uno de los grandes desafíos para el 2023 es continuar expandiendo nuestra oferta de productos y robusteciendo nuestra propuesta de valor para una experiencia personalizada y simple para nuestros clientes. Así podremos acelerar nuestro crecimiento de clientes a lo largo y ancho del país.
2 El contexto general fue desafiante pero aun así pudimos materializar los proyectos previstos para nuestro primer año de operación local. En cuanto al sector, la complejidad normativa con sus intempestivos cambios se suma a una competencia que muchas veces opera fuera de este marco regulatorio, lo que complejiza la diferenciación sin impactar los niveles de servicio. Para Openbank fue el primer año de operación en el país. Estuvo marcado por una intensa actividad con el lanzamiento de la tarjeta de débito Open –la primera transparente que resguarda los datos personales en el plástico para mayor seguridad–, plazo fijo; el servicio de Pago mis Cuentas, funcionalidades como card control, encendido/apagado por tipo de operación o ubicación geográfica, y la apertura de Openhouse, nuestro espacio en Palermo. Trabajamos para materializar el desembarco de una propuesta 100% digital que ya tiene una presencia federal, con el 87% de clientes ubicados fuera de la ciudad y la provincia de Buenos Aires.
3 Considero importante el desarrollo de políticas públicas que impulsen la inclusión financiera y el acceso al crédito, posibilitando el crecimiento que el país necesita, en un marco regulado basado en el tipo de actividad y no solo por tipo de empresa. Además, es condición necesaria generar condiciones macro estables y previsibilidad de mediano plazo, que nos permita desarrollar y hacer crecer el ecosistema.

ualá



Pierpaolo Barbieri

Fundador y CEO

UALÁ

Empleados: +1500 en la región
1 Invertiremos u$s 150 millones en los próximos 18 meses para seguir creciendo en América latina. El objetivo es seguir desarrollando un ecosistema de productos y servicios financieros, y usar tecnología para hacer productos más abiertos, transparentes e inclusivos. Buscamos lograr un margen neto positivo en la Argentina, apostamos a la expansión regional y proyectamos sumar más de 25 millones de personas usuarias en los próximos 5 años. Estamos alineados con nuestro propósito más que nunca.
2 Fue un gran año, nos consolidamos en la Argentina y México, lanzamos en Colombia, se aprobó la compra de Wilobank, y adquirimos Ceibo Créditos y Empretienda. Superamos los 5 millones de usuarios a nivel regional, más de 2.1 millones de personas invierten a través de Ualintec, nuestra Alyc, y otorgamos más 2 millones de créditos, además de crecer exponencialmente en Ualá Bis, nuestra vertical de cobros. Queda mucho por hacer en términos de interoperabilidad.
3 Es importante contar con un marco regulatorio que nos permita ser líderes en la economía digital de América latina y exportar servicios desde la Argentina para la región. Hace falta que las instituciones financieras cumplan con las normativas. Necesitamos un sistema abierto e interoperable, sin monopolios. Los monopolios matan la innovación. Por eso apoyamos el *open banking*, para que haya portabilidad de datos como hay portabilidad de teléfonos.

FINTECH

Bitso



Julián Colombo

Head of Public Policy de Bitso

BITSO

Empleados: 89
1 Nuestras expectativas van de la mano con la creciente adopción de cripto en Argentina y la región. Es una tendencia que creemos se mantendrá. En ese sentido, en Bitso continuamos desarrollando nuestra plataforma y ampliando nuestro portafolio de servicios, tanto para clientes corporativos como para usuarios individuales, en línea con nuestra misión de hacer que las criptomonedas sean útiles en la vida de las empresas y las personas.
2 Entre los principales desafíos con los que nos encontramos este año fue el contexto macroeconómico a nivel global que afectó a todos los activos tradicionales y al mundo cripto también. A nivel local, el principal desafío sigue siendo la educación financiera, ya que es la puerta de acceso a todas las herramientas y soluciones que ofrecen las criptomonedas. Aun así, a nivel local observamos el desarrollo de varias iniciativas que fomentan su adopción como, por ejemplo, su uso para el pago de impuestos. A pesar del contexto macro, en líneas generales fue un muy buen año para Bitso en Argentina, registrando un crecimiento interanual de más del 70% en la cantidad de usuarios a nivel local y superando el millón de clientes en nuestro país. Somos un impulsor relevante para la adopción

ES AHORA

Invertí en el fondo más sólido y rentable del sistema.



- 100% de desgravación del impuesto a las ganancias
- Rentabilidad en la inversión
- Desarrollo de la cadena de valor

25 años
de trayectoria
y más de
800 socios inversores
nos avalan.

Garantizar

www.garantizar.com.ar

cripto en el país, y crecientemente percibidos como una alternativa accesible y confiable no solo para el ahorro, sino también para proteger el patrimonio de los argentinos contra la inflación y la devaluación del peso argentino.

3 Tenemos un diálogo abierto y permanente con los diferentes organismos reguladores en la Argentina. Consideramos que cualquier iniciativa del sector público debe focalizarse primero en seguir promoviendo la educación financiera e incluir a las criptomonedas, para luego poder integrarlas en la vida de las personas, y potenciar su uso en cuestiones cotidianas como realizar pagos, cobros y transferencias. Asimismo, la tecnología *blockchain* tiene una enorme cantidad de casos prácticos de uso que pueden simplificar la gestión pública, a través de la escalabilidad y la trazabilidad, el uso de NFT, entre otros avances.



Julián Bersano
CEO & Founder

KLIMBER
Facturación (e.) 2022: $ 800 millones
Facturación (p.) 2023: $ 2400 millones
Inversiones 2023: $ 500 millones
Empleados: +80

1 Continuaremos con nuestro plan de expansión regional y apostaremos a nuevos mercados como México y Chile, mientras seguimos creciendo en los mercados en los que ya tenemos fuerte presencia como Argentina y Brasil. Nuestro objetivo es seguir acortando la brecha de cobertura en toda la región, democratizando el acceso al seguro en busca de alcanzar el hito de 1 millón de pólizas con todos los estados de Brasil, México y la Argentina representados.

2 En nuestra industria hay jugadores cada vez más fuertes y variados y, aunque se está atravesando una época difícil a nivel financiación de riesgo, logramos obtener el apoyo del reasegurador más prestigioso, lo que nos convierte en la insurtech con más respaldo de América latina. Esto quedó demostrado al cerrar importantes deals como el de Mercado Pago. Tuvimos un año de crecimiento exponencial. Triplicamos la cantidad de colaboradores, pusimos pie en dos nuevos países y alcanzamos logros que parecían imposibles en la industria: creamos un producto que permite el pago de siniestros en menos de una hora utilizando algoritmos, digitalizamos y automatizamos los 30 procesos que giran en torno a la administración de un seguro y ya tenemos pólizas colocadas en los 26 estados de Brasil, incluyendo sitios en donde nunca antes se había vendido un seguro de vida

3 El Estado debería ser socio estratégico para nosotros en nuestro propósito de acortar la brecha de cobertura y crear políticas públicas, programas y brindar herramientas que permitan incluir digital y financieramente a las futuras generaciones y a las personas que conforman la base de la pirámide. Mientras, entre los jugadores del sector, educamos a los usuarios acerca de la importancia de contar con herramientas de protección financiera para crear entre todos un futuro mejor.



Rafael Soto
CEO

MODO
Empleados: 250

1 Queremos seguir transformando el uso cotidiano del dinero y llevar el efectivo y las tarjetas a las aplicaciones de los bancos y personalizar la experiencia de cobro y de pago, de acuerdo con la realidad de cada comercio y cada usuario pagador. Eso implica seguir trabajando junto a todo el ecosistema de bancos, adquirentes y comercios para ofrecer grandes diferenciales, especialmente con promociones que incentiven la digitalización de los pagos y movilicen el tráfico a los comercios.

2 Este fue un año de crecimiento y consolidación para MODO: hoy contamos con el respaldo de más de 35 bancos, llegamos a 9 millones de usuarios, estamos habilitados en más de 500.000 comercios a lo largo del país y damos servicio a más de 20 *apps* bancarias, acercando una solución integral de pago a más de 20 millones de personas bancarizadas. El desafío de que MODO sea aceptado en todos los comercios –con tarjeta o transferencias– es una tarea que requirió mucho trabajo de comunicación, educación y de caminar la calle.

3 Las transferencias 3.0 fueron un hito fundamental para la interoperabilidad de QR en pagos con transferencia. El próximo paso es la interoperabilidad de pagos con tarjetas que es un instrumento de pago muy elegido por los consumidores argentinos.



Gastón Irigoyen
CEO & Cofundador de Pomelo

POMELO
Empleados: 300

1 Nuestro principal objetivo para 2023 es seguir transformando la industria financiera en América latina y, más específicamente, desarrollar una nueva infraestructura moderna y regional que responda a las necesidades de las empresas fintech y cripto que utilizamos a diario, como así también de los bancos en proceso de transformación digital. También continuaremos con nuestra expansión geográfica y de producto, lo que permitirá que nuestros clientes ofrezcan tarjetas de débito, crédito, prepago y cripto a unas 450 millones de personas en América latina.

2 Este fue un año de inversión, regionalización y mucho crecimiento para Pomelo. Invertimos más de u$s 10 millones, nuestro equipo pasó de 130 a 300 personas, lanzamos operaciones en cinco países y comenzamos a trabajar con 75 clientes en América latina, incluyendo a Rappi, Bitso, Belo, Buenbit y Agrotoken. Por otra parte, los principales desafíos estuvieron asociados a la burocracia que implica operar un negocio regulado en múltiples mercados, sumado a la incertidumbre internacional y los constantes cambios políticos y económicos de cada país.

3 Aún vemos mucha disparidad y heterogeneidad entre los reguladores en América latina. Hay países que han impulsado el *banking as a service*, el *open banking*, los pagos inmediatos e, incluso, aceptado a las criptomonedas como un activo financiero. Otros mercados aún siguen operando y diseñando la regulación de manera más tradicional, lo que hace más difícil la proliferación de nuevas tecnologías y modelos de negocio innovadores. Si miramos a la región en su conjunto, aún falta mucha convergencia y estandarización para facilitar la inclusión financiera, el crecimiento de la industria y la expansión de empresas con ambición regional.



Miguel Schweizer
CEO

QUANTIA

1 Aumentar el revenue en un 50% y también expandir nuestra base de clientes.

2 El contexto macroeconómico global y el contexto propio del mercado Cripto. A pesar de haber sido el peor año de los últimos 50 para todos los mercados de riesgo, no tuvimos que despedir gente y logramos mantener y cumplir nuestros objetivos de crecimiento y *revenue* para el 2022.

3 Evitar la burocracia excesiva y obstáculos para poder operar en el país fácilmente.



Federico Goldberg
CEO

TIENDA CRYPTO
Facturación (e.) 2022:

A CADA HISTORIA DE TU AUTO, LA MUEVE UN SOLO MOTOR.



Shell Protegelo con V-Power

AYUDA A PROTEGER LOS COMPONENTES CLAVE DEL SISTEMA DE COMBUSTIBLE, TALES COMO LAS VÁLVULAS DE ADMISIÓN Y/O LOS INYECTORES DE COMBUSTIBLE, DE LA ACUMULACIÓN DE DEPÓSITOS QUE DISMINUYEN EL DESEMPEÑO DEL MOTOR. LOS EFECTOS Y BENEFICIOS REALES PUEDEN VARIAR SEGÚN EL TIPO DE VEHÍCULO, LA CONDICIÓN DEL VEHÍCULO Y EL ESTILO DE CONDUCCIÓN. PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN SHELL.COM.AR.

$ 450 millones
Facturación (p.) 2023: $ 600 millones
Inversiones 2023: $ 60 millones
Empleados: 18

1 Si bien el mercado financiero y el de las criptomonedas se amesetó en términos de capitalización, las expectativas son las de seguir creciendo en el número de usuarios y volumen de operaciones. Vamos a continuar agrandando la sección corporativa para prestar servicios a pymes de manera de ayudarlas a que sigan adentrándose en el mundo de las criptos para soluciones de ahorro, pagos y envíos internacionales. Además, seguiremos avanzando y mejorando todo el sistema de pagos que se ha armado durante 2022, para que cada vez más negocios puedan cobrar directamente con criptomonedas.

2 Sin dudas, las caídas de los mercados financieros, hicieron que, por supuesto, el público *retail* deje de prestar atención y dude si invertir o mantenerse líquido. Por otro lado, con esta caída, con los cambios macroeconómicos constantes, y por lo rápido que sigue avanzando la tecnología, hay que estar constantemente adaptando el producto, buscando oportunidades que quizás son para un corto período, pero que son muy eficientes. Cada vez vemos más productos que no perduran en el tiempo pero que suplen una necesidad clara en un momento particular. El año para la empresa fue muy bueno, hemos crecido en usuarios, volumen y empleados. Contamos con un equipo de tecnología cada vez más robusto, más experto, más desarrollador, más innovador y que se anima a tomar más riesgos. Es importantísimo para nosotros entender que somos un equipo de tecnología y que todos en Tienda Crypto así lo entiendan.

3 La industria *fintech* crece por varios motivos, una mezcla de la situación económica local y global, y por algunas políticas públicas que se han tomado a nivel tecnología, como QR interoperable. Sería ideal si se pudiera encontrar alguna forma de ayudar aún más a la proliferación de estos servicios *fintech*, en los cuales la Argentina tiene una oportunidad enorme mediante beneficios a nivel contrataciones, impuestos, etc. Las *fintech* dan empleos de calidad, bien remunerados; creo que ahí es donde se puede poner foco para que sigan creciendo e ir dando trabajo de alto valor agregado.

SERVICIOS FINANCIEROS

Allaria Fondos



Néstor De Cesare
Presidente

ALLARIA LEDESMA FONDOS ADMINISTRADOS

Patrimonio bajo administración 2022: $ 200.000 millones
Patrimonio bajo administración 2023: $ 350.000 millones
Empleados: 38

1 La consolidación de una nominalidad elevada por la persistencia de un régimen de alta inflación nos compromete a continuar brindándoles a nuestros clientes las mejores alternativas de cobertura contra la inflación y contra una eventual devaluación de nuestra moneda, a través de nuestros fondos de inversión abiertos y cerrados (inmobiliarios y agrícolas), con diseños adaptados a circunstancias cambiantes como las actuales. Por otra parte, siendo el 2023 un año electoral, creo que tendremos oportunidad de aprovechar fuertes movimientos en el mercado, debido a la potencial aplicación de planes de estabilización y a la formación de expectativas respecto de la gestión que encare el próximo gobierno.

2 Tal vez el mayor desafío del año que termina fue la corrida acontecida a mediados de año en la curva de pesos. Nuestro adecuado pronóstico y la decidida acción del BCRA en defensa de los títulos del tesoro en moneda local, nos permitieron gestionar adecuadamente esa circunstancia con escaso impacto en las carteras administradas, pese a la fuerte volatilidad. Fue muy positivo que se hayan respetado las condiciones de los bonos y se haya brindado liquidez transitoria al mercado, lo que posibilitó la normalización de la curva. Resta superar la prueba de enfrentar un último año de gobierno y un proceso electoral en el cual se pueden acumular vencimientos de la deuda pública que solo podrán superarse con el respeto a los contratos y generar expectativas de estabilización de las principales variables.

3 Nuestro sector y todo el mercado de capitales necesita una normalización de la situación macroeconómica para poder desarrollar toda su potencialidad. Más concretamente, en términos financieros, se necesita consolidar tasas de ahorro crecientes a partir de retornos reales positivos en nuestra moneda, una buena administración de los vencimientos de la deuda pública, tanto en pesos como en dólares, y que se garantice el respeto a los compromisos asumidos. Del lado de nuestro regulador, queda pendiente la reglamentación de los fondos de ahorro para el retiro, como otra herramienta fundamental para incentivar el ahorro de largo plazo, una vez que se fijen por decreto los incentivos fiscales que lo promuevan.

BALANZ



Julio Merlini
CEO Balanz Argentina

BALANZ CAPITAL

Volumen operado (e.) 2022: u$s 50 millones
Volumen operado (p.) 2023: u$s 70 millones
Inversiones 2023: u$s 20 millones
Empleados: 800

1 Nuestras expectativas para el próximo año son de crecimiento. Nos encaremos especialmente en seguir siendo referentes en el mercado de capitales.

2 Este año fue positivo, ya que pudimos consolidar el crecimiento del grupo tanto a nivel local como internacional.

3 Confiamos en que toda política que fomente el acceso al mercado de capitales para inversores y emisores será positiva no solo para el sector, sino también para el desarrollo económico del país.

credicuotas



Ezequiel Weisstaub
CEO y cofundador

CREDICUOTAS

Facturación (e.) 2022: $ 3000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 4000 millones
Inversiones 2023: $ 100 millones
Empleados: 80

1 Tenemos una expectativa de mantener los niveles de nuestra operación para 2023 y poder generar nuevos productos digitales.

2 El principal obstáculo que enfrentamos fueron los constantes incrementos en la tasa de interés por parte del BCRA. Estamos terminando un año muy complicado para nuestro sector, por los constantes cambios de reglas de juego, la alta inflación y el deterioro en el poder adquisitivo de los clientes.

3 La reducción de la inflación e incentivos al consumo.

GrupoCohen



Anna Cohen
Presidente y CEO

GRUPO COHEN

Facturación (e.) 2022: $ 2800 millones
Facturación (p.) 2023: $ 3350 millones
Empleados: 150

1 Consolidar nuestra posición de Aliados Financieros, para la toma de decisiones financieras con un foco indiviso en el servicio premium y personalizado, y una mirada holística para ayudarlos a alcanzar los objetivos de corto y de largo plazo de nuestros clientes. Uno de nuestros mayores proyectos para 2023 es fortalecer la cultura organizacional como Aliados. Somos aliados de nuestra gente, aliados de la gestión y aliados de nuestros clientes. Los intereses de nuestros

clientes están en el centro de nuestro negocio, trabajamos juntos y alineados para el logro de objetivos comunes, brindando una experiencia laboral atractiva para el desarrollo profesional y el bienestar de nuestro equipo. El foco siempre está puesto en la transparencia.

2 Fue un año altamente desafiante, como desde hace un tiempo nos tiene acostumbrados nuestro sector, particularmente en este país. La situación geopolítica de la incierta salida de la pandemia en China, los conflictos bélicos en Europa, con sus consecuencias en los precios de las *commodities*, y una persistente inflación global –que se configura en los bancos centrales como el enemigo a derrotar– han generado un terreno escabroso para la toma de decisiones de inversión. El contexto local intensificó este panorama con incertidumbres normativas, restricciones cambiarias, un entorno de gran complejidad para el desarrollo normal de los negocios y una limitada visibilidad de largo plazo.

3 Todas aquellas que aporten estabilidad y transparencia. Se necesita que aquellos que quieran invertir puedan hacerlo en un marco de referencia amigable y de estabilidad y claridad para la toma de decisiones. Consensos políticos para aclarar el horizonte en las cuestiones imprescindibles para el desarrollo de la micro y la macroeconomía.



Gustavo Menéndez

Presidente

GRUPO PROVINCIA

Facturación (e.) 2022: $ 153.000 millones

Empleados: 1925 (Grupo Provincia y sus aseguradoras Provincia Art, Provincia Seguros y Provincia Vida)

1 Este fue un año marcado por la reconfiguración del Grupo Provincia como un *holding* netamente asegurador. Vemos perspectivas favorables para nuestras empresas de cara al 2023. Estamos focalizados en mejorar el resultado técnico, compensando la alta siniestralidad del sistema y continuar con el trabajo de diversificación de la cartera de inversiones. Asimismo, continuamos desarrollando productos que fomenten el crecimiento y la reactivación económica de todos los sectores, en línea con las políticas llevadas adelante por el gobierno de la provincia de Buenos Aires. Todo esto, sin perder de vista el rol social del seguro, como un instrumento de inclusión y de desarrollo para la comunidad. En este sentido nos encontramos desarrollando microseguros para sectores vulnerables, donde se combinan varios módulos con coberturas combinadas accesibles. Adicionalmente, seguiremos apostando a la renovación tecnológica, a la capacitación de recursos y a la mejora en la calidad de nuestros productos y servicios, todo enmarcado dentro de un proceso de mejora continua de cara a nuestra sociedad, respetando la igualdad de oportunidades y la inclusión.

2 Este año plantea un escenario difícil. Aún no terminamos de acomodar el fuerte impacto que significó la pandemia en términos sociales económicos y psicológicos. También debemos afrontar las consecuencias de una guerra, que si bien parece lejana, genera una incertidumbre mundial que afectó decisiones a corto, mediano y largo plazo, y provocó una grave crisis de precios en energía y alimentos, y que aún no sabemos cómo termina. Sin perjuicio de ello, nuestros recursos humanos han permitido que la compañía balanceara y diera respuestas a esas distorsiones externas y lograr un balance positivo del 2022, de cara a los desafíos del 2023. El principal desafío que afrontó el grupo, fue poder acompañar a nuestros clientes en el duro camino que significó normalizar todas las actividades que fueron afectadas por la pandemial. Si bien la actividad se recuperó vigorosamente, el tránsito hacia la estabilización de las relaciones financieras y comerciales de empresas y particulares nos demandó un esfuerzo y una consideración adicional por parte del grupo.



Diego Pizzulli

Chief Executive Officer (CEO)

IOL INVERTIRONLINE

Volumen operado (e.) 2022: $ 545.100 millones

Volumen operado (p.) 2023: $ 880.000 millones

Inversiones 2023: $ 987 millones

Empleados: 143

1 Para el 2023 continuaremos trabajando para ofrecer productos de inversión innovadores a la medida de nuestros clientes. Vamos a seguir promoviendo la educación financiera a través de un análisis completo del mercado de capitales, en un lenguaje simple y claro. Estamos comprometidos con mantener el liderazgo de IOL en el mercado de inversiones de la Argentina y vamos a trabajar en la regionalización de nuestro modelo de negocios en América latina.

2 Este ha sido un año sumamente desafiante para la compañía. Tanto el contexto argentino como el mundial sufrieron grandes disrupciones y eso puso presión sobre nuestro negocio. Sin embargo, desde IOL invertironline pudimos atravesar exitosamente esos inconvenientes, logrando en el proceso un fortalecimiento de toda la organización y consolidando nuestro lugar de ser la opción número uno de inversión para el cliente retail argentino. Durante 2022 además, pudimos lanzar con mucho éxito la *app* de IOL invertironline, una nueva manera de potenciar los ahorros al alcance de la mano, para hacer crecer el dinero desde cualquier lugar.

3 Políticas tendientes a favorecer la educación financiera y a simplificar las regulaciones que hoy alcanzan a nuestro sector son claves para que miles de argentinos puedan sumarse al mercado como inversores, mejorar su forma de ahorrar y por ende su calidad de vida. Adicionalmente, estabilizar la macroeconomía y controlar la inflación son condiciones necesarias para que los argentinos puedan ahorrar en su moneda y le den mayor profundidad al mercado financiero local.





Pablo Carretino
CEO

INTERBANKING
Empleados: 300
Inversiones 2023: $ 2100 millones

1 En 2023, lanzaremos la renovación de nuestra plataforma, para seguir evolucionando y brindando a nuestros clientes una mejor experiencia, potenciando a las organizaciones creando un ecosistema digital confiable. Profundizaremos nuestra transformación cultural para seguir sumando talento a nuestros equipos.

2 Los principales desafíos del 2022 fueron el armado y la consolidación de los equipos. Como contamos trabajamos un cambio de cultura de la compañía, lo que hizo que se sumara mas del 20% de nuevos talentos. Durante este año avanzamos en muchos proyectos dentro de la compañía, fue un año positivo. Incorporamos la funcionalidad de carrito de pagos, desarrollamos nuestra *app*, renovamos nuestra plataforma, incorporamos nuevos bancos llegando a 58 en nuestro ecosistema. Seguimos profundizando nuestra transformación cultural y digital en la compañía, incorporando nuevos talentos. Así como renovamos nuestra plataforma y procesos, refrescamos nuestra imagen de marca y definimos nuestro propósito y valores.

3 Todas las políticas públicas que ayuden a acelerar la transformación digital en materia financiera para las empresas. También la incorporación de capacitación en tecnología como política de gobierno, así como la profundización en economía del conocimiento.



Ignacio Sagués
Gerente general

INVIU
Facturación (e.) 2022: u$s 6 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 30 millones
Inversiones 2023: u$s 11 millones
Empleados: 116

1 Nuestro objetivo es expandir nuestro modelo de negocio a través de la región. Por eso continuaremos con el proceso de regionalización que iniciamos con nuestro agente de valores en Uruguay. En la Argentina seguiremos invirtiendo para ofrecer una experiencia de inversión superadora para los asesores financieros y sus clientes.

2 Fue un año particularmente desafiante para los mercados internacionales: la inflación global y la baja de acciones y bonos internacionales generaron un daño enorme para los inversores. Pero, en el mundo de las inversiones toda caída genera y abre oportunidades y esperamos un 2023 con mejores retornos de las inversiones. Nosotros –en un contexto muy agresivo para empresas de inversiones y de tecnología– logramos que nuestro negocio crezca, consolidamos el equipo y sentamos las bases para conseguir un mayor crecimiento en el 2023.

3 Toda política pública que permita desarrollar el mercado de capitales será bienvenida, ya que es condición necesaria para el desarrollo de cualquier país.



Federico Diez
CEO

MEGAQM
Facturación (e.) 2022: $ 3000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 5500 millones
Inversiones 2023: $ 165.000 millones
Empleados: 35

1 Esperamos un año 2023 marcado por el calendario electoral. Eso implica que los inversores estarán atentos a tomar cobertura ante cualquier factor que genere incertidumbre. Desde la industria de fondos comunes de inversión (FCI) tenemos que estar atentos a estas necesidades. Desde MegaQM en particular, tenemos por objetivo consolidar la posición de liderazgo que logramos alcanzar a partir de la fusión entre Megainver y Quinquela. La base de nuestra estrategia es seguir enfocándonos en el proceso de transformación digital que estamos llevando adelante para mejorar la experiencia de nuestro cliente. Creemos en el desarrollo de un mercado de capitales a largo plazo, que sirva de fuente de financiamiento para las empresas locales y para las necesidades del Tesoro.

2 El año 2022 a nivel local se destacó por la aceleración inflacionaria y las tensiones cambiarias. A nivel internacional por inflación elevada, suba de tasas, fortalecimiento del dólar y el conflicto bélico. Todos estos factores implicaron altos niveles de volatilidad y fuertes desafíos para lograr rendimientos superiores a la inflación. En la industria de FCI el mayor obstáculo fueron los flujos negativos de mitad de año, que nos obligaron a adaptar las carteras a mayores niveles de liquidez. Se pudo responder a esa dinámica negativa del mercado y hoy en el año los fondos CER, que fueron los más afectados en ese momento, ya muestran rendimientos acumulados en el año superiores a otras categorías de fondos. Nuestro desafío es gestionar las carteras de manera de estar siempre preparados para responder a estos ciclos y mantener como prioridad las necesidades de los clientes. A nivel industria de FCI el año que está cerrando vuelve a dejar un crecimiento patrimonial ajustado por inflación. Esto se ha logrado por la combinación de rendimientos que se han acercado a la dinámica inflacionaria y flujos de nuevos inversores que encuentran en los FCI una alternativa que les permite gestionar sus excedentes de liquidez. La clave ha sido ofrecer instrumentos enfocados en ofrecer cobertura ante riesgos como el cambiario o el inflacionario, además de ser una herramienta óptima para la liquidez de corto plazo. Como empresa, para MegaQM el año 2022 siempre quedará hito en nuestra historia, ya que logramos concretar la mayor fusión de sociedades gerentes de fondos comunes (Megainver + Quinquela), y adquirir un rol de liderazgo en una industria fuertemente competitiva

3 Nuestra visión siempre es constructiva y con un enfoque de largo plazo. Por eso, más que enfocarnos en medidas puntuales de corto plazo, pensamos que el desarrollo se logra a partir de consensos y acuerdos políticos en temas centrales de la organización económica. Esos acuerdos básicos deberían servir para minimizar el impacto que los cambios políticos tienen sobre la estructura económica y ayudar de esa manera a consolidar un programa económico que permita planificar a futuro.



Esteban Goyheneix
Chairman & Founder

NEIX
Volumen operado (e.) 2022: $ 950.000 millones
Volumen operado (p.) 2023: $ 2 billones
Empleados: 50

1 En el 2023 esperamos un año desafiante. Al cambio de condiciones económicas globales por suba de tasas, probable recesión mundial y alteración del comercio internacional debido a políticas y guerras se le suma un año eleccionario a nivel nacional con alta inflación. Sin embargo, en Neix continuaremos enfocados en seguir creciendo como los últimos 14 años. Nuestro objetivo es seguir siendo líderes en el mercado de capitales y persistir en elevar el valor de nuestro servicio a los clientes. Tenemos varios proyectos en curso que esperamos el año siguiente estén ejecutados para darle un importante impulso a la empresa.

2 Los principales obstáculos en términos macroeconómicos han resultado por el aumento de inflación y el frecuente cambio de normativas en nuestro sector. Por otro lado, en el segmento propio de la industria ha sido complejo encontrar personal idóneo para mantener nuestro ritmo de crecimiento. El balance en nuestro caso es muy alentador por nuestra

consolidación como uno de los principales participantes del mercado en la Argentina, el crecimiento en facturación, clientes, y una rápida recuperación de actividad pospandemia.
3 Mantener estabilidad en el marco jurídico y normativo en el cual se desarrolla el mercado de capitales. Menos restricciones y un esquema operativo más simple provocarían un acercamiento de pymes al sector. Adicionalmente, seguimos creyendo que hay mucho espacio para simplificar la operatoria de los productores para que funcionen de una manera similar a los de seguros.



Federico Cofman

Country Manager de Argentina y Uruguay

MASTERCARD

Empleados: 60

1 Seguiremos comprometidos con la incorporación de tecnologías en la industria, aportando valor para que las empresas brinden mejores soluciones a sus clientes y que los usuarios tengan diversidad de opciones en medios de pago. Seguiremos apostando a ser un socio estratégico de las *fintech* y las instituciones financieras, como también estaremos enfocados en fortalecer el desarrollo de servicios y productos B2B para llegar a más compañías. A través de este refuerzo de la digitalización buscamos fortalecer las soluciones disponibles y abrir posibilidades de innovación que generen inclusión financiera.
2 Hoy en día los consumidores tienen un especial interés por encontrar medios de pago que se adapten a sus intereses, que sean fáciles de entender, seguros, accesibles y que les permitan decidir libremente sobre sus finanzas. Ante un consumidor mucho más autónomo, demandante y capacitado que busca flexibilidad en sus opciones, el desafío está en ofrecer una gama más amplia de soluciones de pago que sean de fácil acceso y estén siempre activas. A lo largo de este año aprovechamos todas las oportunidades para asociarnos con las nuevas empresas para crear conjuntamente soluciones disruptivas; llevamos adelante iniciativas que impulsan la igualdad de género no solo dentro de la compañía, sino también en diverso ámbitos; aumentamos nuestro *market share* al ser elegidos por un mayor número de clientes y desplegar soluciones tecnológicas para los desafíos de corto y largo plazo de la industria. Todo esto fue logrado gracias a desarrollar un gran equipo y una cultura diseñada especialmente para afrontar estos retos
3 En Mastercard creemos en la visión de un mundo más allá del efectivo. Desde hace ya algunos años que apoyamos iniciativas y proyectos que abran el diálogo y eduquen acerca de cómo una sociedad sin efectivo puede ser más justa, incluyente y democrática, tal como la Ley de Inclusion Financiera en Uruguay. Creemos que las leyes de este tipo marcan un horizonte claro a largo plazo, alineando a distintos jugadores de la industria. También hemos apoyado planes como Plan Alimentar y Previaje.



Alejandro Asrin

Presidente de Naranja X

NARANJA X

Facturación (e.) 2022: $ 145.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 310.000 millones
Inversiones 2023: $ 350.000 millones (Incluye inversiones en tecnología y ampliación de cartera, entre otros)
Empleados: 2796

1 Seguir con la consolidación de Naranja X como compañía que favorece la inclusión financiera de los argentinos. Superar los 5,5



millones de clientes que todos los meses interactúan con Naranja X y reafirman nuestro compromiso de seguir acompañando a las personas en el uso cotidiano de su dinero a través de soluciones que permiten el acceso al ahorro, pagos, crédito y cobros. Las expectativas y los proyectos están alineados con nuestro propósito de incluir a todas aquellas personas que no pueden acceder al sistema financiero tradicional, que solo en 2022 fueron casi 100.000 clientes.

2 El 2022 trajo un contexto económico y social complejo, algo cotidiano en el último tiempo. Tuvimos el desafío de indagar nuevas opciones de funcionamiento, más armoniosas con el planeta y las personas. En el sector financiero, además de gestionar operaciones desde un abordaje de triple impacto, en Naranja X fomentamos nuevas herramientas diseñadas desde una mirada de impacto positivo. Avanzamos con el diseño de un *score* alternativo, para la incorporación de más personas al sistema financiero. Dimos impulso a acciones sustentables, como la agricultura y ganadería regenerativa; y seguimos promoviendo la carbononeutralidad de la compañía, por lo que el balance resulta positivo.

3 La incertidumbre en la macroeconomía es un desafío que debemos enfrentar actualmente para poder avanzar en el logro de objetivos económicos del país y de la región. Para esto, es necesario contar con políticas económicas fiscales adecuadas. Para que haya mayor inclusión financiera en Argentina debemos continuar apostando e invirtiendo en soluciones tecnológicas que permitan adecuarnos rápidamente a los nuevos escenarios y necesidades de los clientes. Para esto, consideramos necesario lograr estabilidad cambiaria e inflacionaria. Y un sistema tributario que promueva la inclusión financiera.



Nicolás Galarza Ricci
CEO & Founder

QUIENA INVERSIONES

Facturación (e.) 2022: u$s 600.000
Facturación (p.) 2023: u$s 1,5 millones
Inversiones 2023: u$s 2 millones
Empleados: 22

1 A partir de que este año obtuvimos nuestra licencia para operar en México, nos encontramos trabajando para concretar el lanzamiento de la operación en en ese país.

2 La situación mundial ocasionó que para muchas *startups* se viera dificultado el acceso a financiamiento, clave para que las empresas de estas características consigan escalar sus productos y servicios. El 2022 fue uno de los más difíciles de los últimos 10 años en términos de mercados, pero también somos conscientes de que estos períodos, en muchos casos, son los que brindan las mejores oportunidades de negocios.

3 Regímenes impositivos diferenciales para empresas del sector tecnológico que impulsen la productividad del país.



Juan Boubée
Director General

RIPSA

Empleados: 90

1 En 2023 aspiramos a tener un crecimiento significativo en nuestra red de agentes, el cual nos posibilitará una mayor capilaridad a nivel nacional. También seguiremos creciendo y fortaleciendo nuestra plataforma, a fin de ofrecer cada vez más servicios en ese canal. Asimismo, sumamos al QR como elemento de pago, otorgando más opciones de pago a los clientes y una mayor usabilidad a las billeteras. Finalmente, seguiremos afianzando nuestra nueva unidad de negocios, referente a la venta online de seguros.

2 Los principales obstáculos tienen que ver con la situación que atraviesa el país. Cuestiones como la falta de previsibilidad, la inflación, los problemas sindicales o el dólar son factores que hacen difícil la toma de decisiones y el planeamiento futuro.

3 En nuestro sector, los costos que más afectan a la actividad, tienen que ver con los camiones de caudales, costos bancarios y seguros, por lo que políticas que simplifiquen y abaraten esas cuestiones serían muy útiles para toda la industria. Pero también sería importante que desde las entidades gubernamentales aprovecharan la enorme red de nuestro sector para poder dar un servicio más eficiente y de mejor calidad a todos los beneficiarios.

Industria automotriz

AUTOMOTRICES



Martín Galdeano
Presidente & CEO Ford Argentina

FORD

Inversiones 2023: u$s 580 millones
Empleados: 3200

1 2023 será un año muy especial para Ford Argentina y sus colaboradores la conclusión de la última etapa de la inversión de u$s 580 millones, completando el proceso de transformación más importante en la historia de nuestro centro industrial para fabricar la próxima generación de nuestra pickup mediana Ranger en 2023, para seguir ofreciendo a nuestros clientes de Sudamérica productos y servicios de calidad global.
Además, como parte del plan para alcanzar la carbono-neutralidad a nivel global, en 2023 Ford sumará al mercado argentino tres nuevos vehículos electrificados: Maverick Híbrida, y la E-Transit y el Mustang Mach-E (Los últimos dos, 100% eléctricos). Serán cinco vehículos electrificados que Ford ofrecerá a sus clientes en la Argentina el próximo año, en cinco segmentos diferentes y en línea con su estrategia de negocios enfocada en pickups, SUV y vehículos comerciales.

2 Este fue un año desafiante para toda la industria automotriz que estuvo marcado por la falta de disponibilidad de componentes de tecnología y limitaciones en cuestiones logísticas, lo que limitó la producción mundial (y local) de vehículos. Esto se combinó con cuestiones más relacionadas con el contexto local, como el paro de actividades de la industria del neumático. Sin embargo, logramos junto a la cadena de valor hacer frente a estas dificultades con el objetivo de mantener las plantas abiertas y priorizar siempre la producción para impactar lo menos posible las exportaciones. Todo esto, en simultáneo con la transformación de la planta de Pacheco, un proyecto sumamente ambicioso que incluye equipamientos nuevos y altamente tecnológicos, que pudo cumplirse en los plazos propuestos.

3 Este año se aprobó una importante ley para el sector (Ley de Promoción de las Inversiones en la Industria Automotriz-Autopartista y su Cadena de Valor) que establece reglas claras y da un marco de previsibilidad para el desarrollo de la industria y crear condiciones favorables para la inversión y contribuye a la mejora de la competitividad para el acceso a los diferentes mercados a los que la Argentina exporta unidades terminadas de alto valor agregado. Desde la cadena de valor estamos muy satisfechos con el trabajo realizado en conjunto entre todos los actores (sectores de la política, sindicatos, terminales, proveedores, etc.) y creemos que esa clase de iniciativas son las que debemos seguir impulsando para sentar las bases que permitan consolidar y proyectar a la Argentina como *hub* de producción de vehículos hacia el futuro. En particular, en lo que tiene que ver con movilidad sustentable, tenemos una gran oportunidad para discutir y trabajar en conjunto un proyecto de ley que permita establecer políticas públicas que acompañen

PGM-FI
FUEL INJECTION

3 AÑOS
DE GARANTÍA
Los sueños te llevan

VIERNESABADO



ESCAPATE.

XR 190L

HONDA UTILIZA YPF INFINIA

HONDA

la profunda transformación por la que está atravesando la industria.



Federico Ovejero
VP de General Motors de Argentina, Paraguay y Uruguay

GENERAL MOTORS ARGENTINA

1 Avizorando el 2023, en General Motors seguiremos trabajando en la consolidación de nuestra producción de los dos modelos Chevrolet Tracker y Chevrolet Cruze para seguir fortaleciendo nuestras exportaciones y contribuyendo al crecimiento de la industria local. En el plano comercial, tendremos el lanzamiento de un nuevo modelo, la nueva pickup compacta Chevrolet Montana, que nos permitirá entrar en un nuevo segmento y ofrecer a nuestros clientes uno de los *portfolios* más completos del mercado.

2 En General Motors tuvimos un 2022 muy importante en el que resaltamos la innovación y la inversión, fortaleciendo nuestra producción en la Argentina. Este año, nuestraplanta ubicada en Alvear, provincia de Santa Fe, cumple 25 años y lo celebramos con el inicio de producción de la Chevrolet Tracker, que requirió una inversión de u$s 300 millones destinados a la modernización y ampliación de las líneas de producción. La manufactura de este nuevo modelo ya alcanzó la unidad número 5000 el pasado mes de septiembre. También iniciamos la exportación de este modelo a Colombia –por primera vez– y a Brasil. Respecto de nuestros desafíos, seguimos trabajando junto a Adefa y a las autoridades del gobierno nacional en asegurar la continuidad de la producción con motivo de la restricción de importaciones ante la escasez de dólares en el país.

3 Con toda la cadena hemos trabajado en un plan que se llamó 2030 en donde se plasmaron una serie de proyectos para seguir posicionando a la industria automotriz como motor del desarrollo en el país y la región. Este año uno de esos proyectos ha sido revisado y aprobado por el Congreso.



Takashi Fujisaki
Presidente

HONDA MOTOR DE ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: $ 36.671.119.948
Empleados: 654

1 Nuestro foco continuará siendo la superación de las expectativas de los clientes brindando la más alta calidad en nuestros productos, en respuesta a la confianza depositada en las múltiples unidades de negocio. En cuanto a motos, apuntamos a mantener el liderazgo e incorporar nuevos modelos al portfolio para complementar la oferta en los diferentes segmentos. En tanto, consolidaremos el *line up* de automóviles con lanzamientos y la llegada de nuevas tecnologías. Asimismo, proyectamos incrementar las ventas de productos de fuerza y marina con el objetivo de continuar siendo una de las marcas más elegidas localmente en motores, generadores, bombas, y motores fuera de borda.

2 Este año marcamos un nuevo hito de nuestra historia en el país al superar el 1.200.000 de motocicletas producidas en la Argentina. Este acontecimiento es el resultado del esfuerzo de cada uno de los que conforman Honda Motor de Argentina, del desarrollo de la cadena de valor y de inversiones de u$s 20 millones para el aumento de localización y el desarrollo de proveedores locales. Esto permitió fortalecer la producción local con la incorporación de nuevos modelos y tecnologías, la integración de piezas locales y la exportación de partes y productos terminados a plantas productivas del exterior y al mercado de reposición de Brasil. Además, reafirmamos nuestro liderazgo en el sector de motos como la marca más elegida por los argentinos, mantuvimos el liderazgo en patentamientos y el modelo Wave, encabezó el ranking de ventas.

3 Es necesario continuar trabajando para incentivar la producción local y fomentar la demanda tanto interna como la de otros mercados, además de contar con un esquema de previsibilidad a largo plazo que promueva el crecimiento sustentable.



Santos Doncel Jones
Presidente

IVECO GROUP

Inversiones 2023: u$s 200 millones en la región hasta 2025
Empleados: 1000 aproximadamente.

1 Esperamos ver un mercado en crecimiento, en el que Iveco pueda continuar consolidando su liderazgo a partir de un portafolio full range, como el que ofrece actualmente en el país. Muy pronto sumaremos más productos fabricados en Córdoba, como los Tector 9 y 11 toneladas, y un bus propulsado a GNC. Además trabajamos fuertemente con nuestra cadena de valor, sumando mayor nivel de contenido local a nuestros productos. Nuestro principal objetivo para el año que viene es sumar a la exportación de motores, la exportación de camiones al mercado de América latina.

2 El principal desafío fue incrementar la producción, tanto en volumen como en nuevos modelos. Algunas causas de esa dificultad fueron globales, como los problemas logísticos derivados del conflicto bélico europeo; y otras de carácter local, como los cambios en el acceso al mercado de cambios para cumplir compromisos comerciales.

3 Es importante mantener el dialogo permanente con el gobierno para trabajar juntos en proyectos que alienten el crecimiento de la producción local. Es fundamental brindar políticas públicas que promuevan la localización de componentes y, en caso de que no sea posible hacerlo, contribuir a agilizar la importación de esos insumos para permitir el eficiente abastecimiento de las plantas. El desarrollo de sectores estratégicos (como el litio, la minería, el petróleo, etc.) están íntimamente ligados a nuestra actividad y pueden dar un impulso adicional al sector. Programas que fomenten y promuevan el acceso al crédito para bienes productivos son siempre un importante eslabón de la cadena.



Manuel Mantilla
Presidente y CEO de Mercedes-Benz Argentina

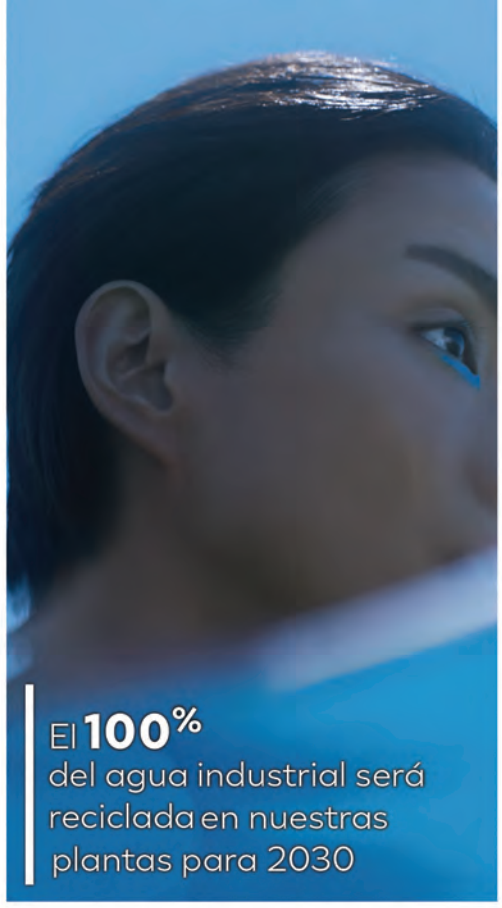
MERCEDES-BENZ ARGENTINA

Empleados: 2022

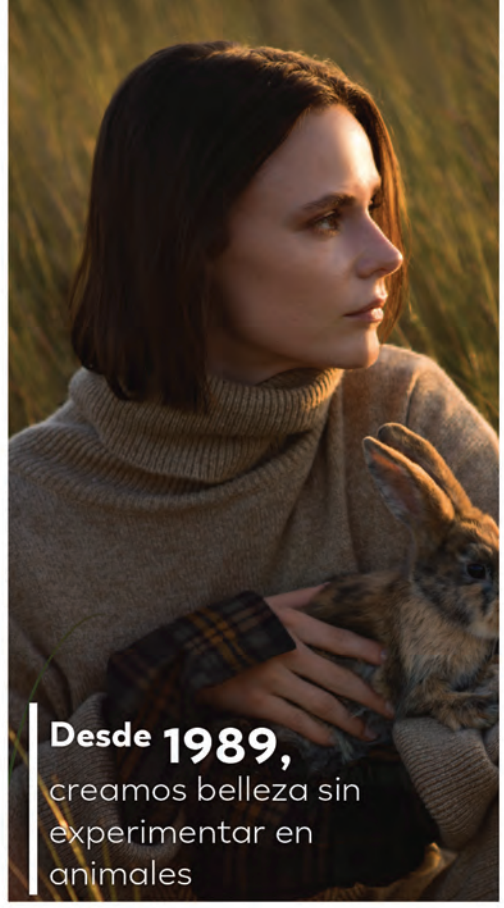
1 Tenemos previsto seguir trabajando en un rediseño significativo de la Sprinter. Los principales cambios técnicos se vinculan con una nueva motorización que permite un uso más eficiente. El nuevo motor cumple con las normativas Euro 5 que se están exigiendo en la Argentina y además tiene su versión para las normativas Euro 6. También, lanzaremos los nuevos GLC y el sedán Clase E. Esperamos la llegada del EQA, el primer Mercedes-Benz 100% eléctrico que se comercializará en el país.

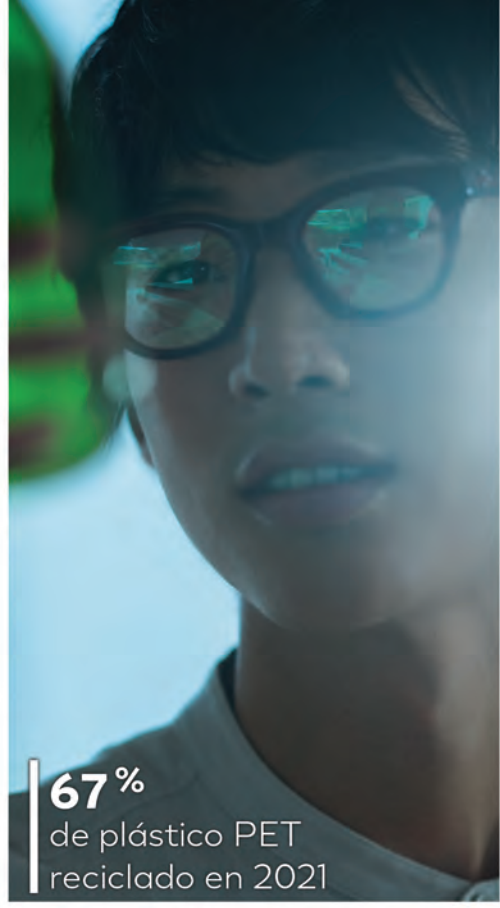
2 El balance es satisfactorio. La producción de la Sprinter ha registrado un aumento del 20% con respecto al año anterior. El 70% de su producción se exporta a países de la región y a Estados Unidos. Seguimos siendo la única automotriz en exportar vehículos a ese país. Llegamos a las 380.000 Sprinter fabricadas, un acontecimiento que nos llena de orgullo y renueva nuestro compromiso con el desarrollo productivo local. La Sprinter es líder de mercado en su segmento desde hace más de diez años.

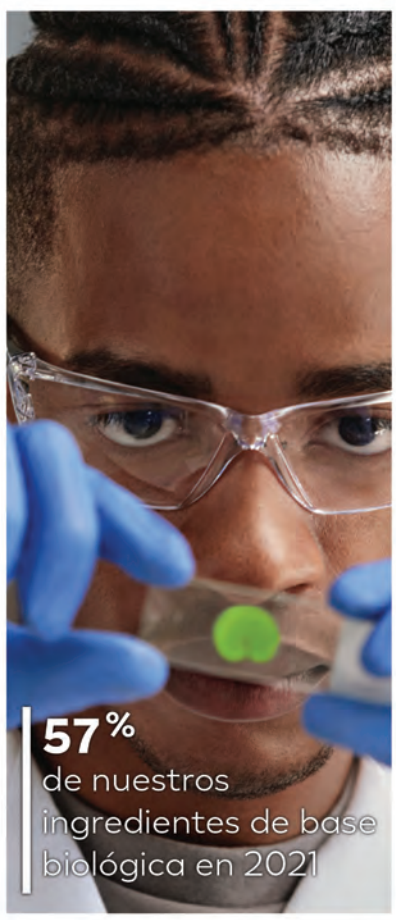
3 Estamos transitando el camino hacia la electrificación. Además de impulsar la Ley de Movilidad Sustentable de Argentina junto a la cadena de valor del sector automotor, es clave desarrollar la matriz energética para posibilitar





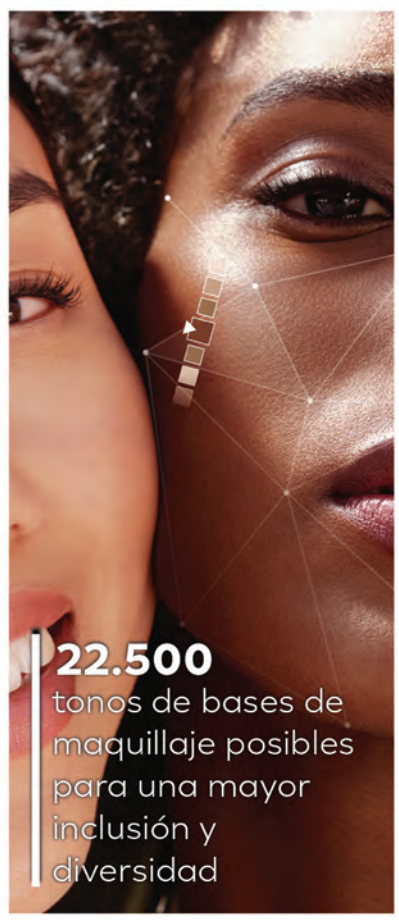


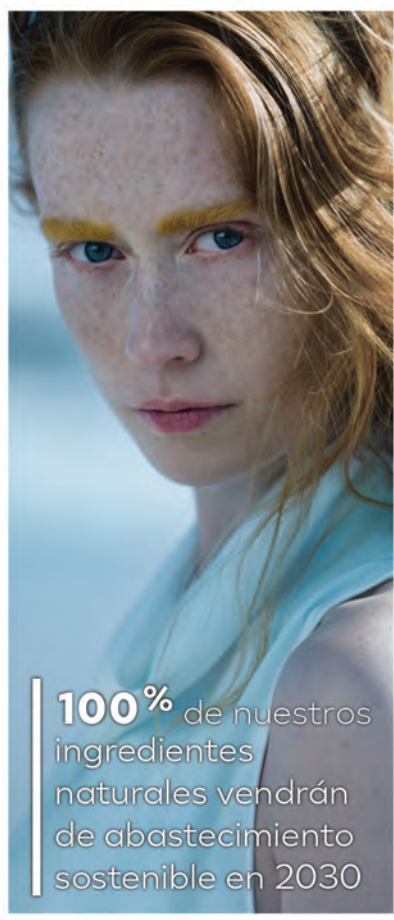




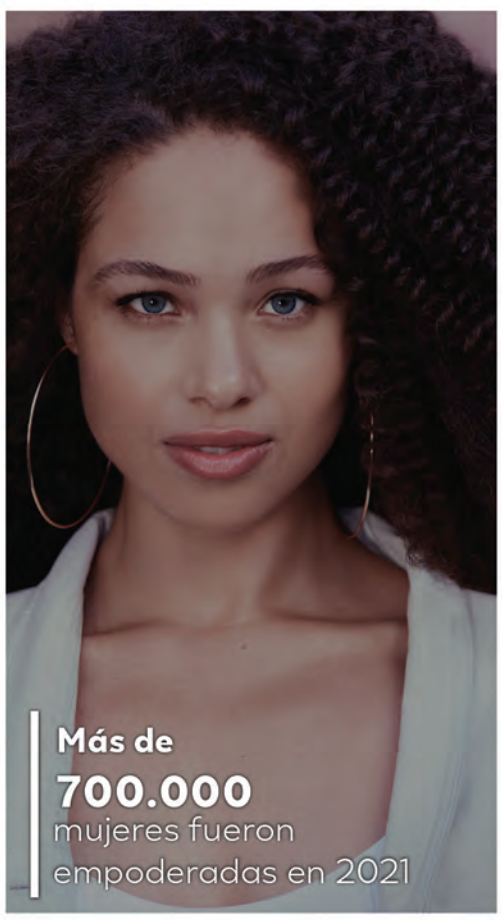




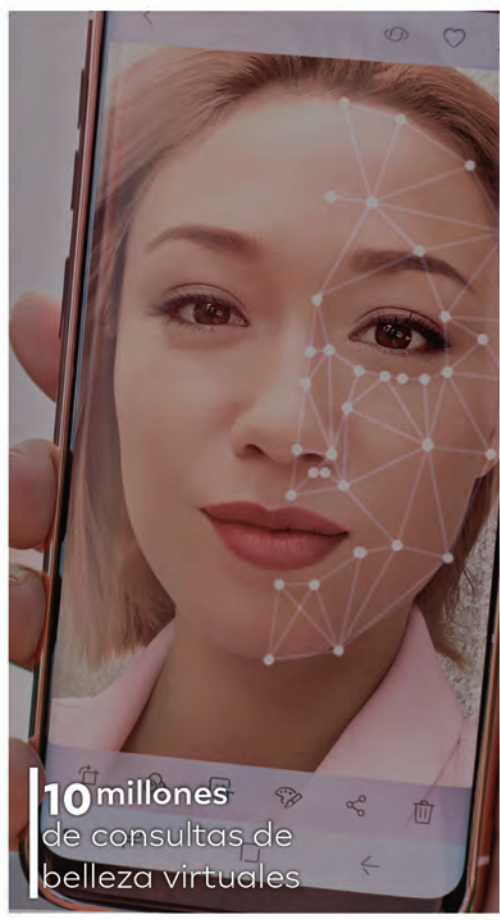












L'ORÉAL GROUPE | CREAMOS LA BELLEZA QUE MUEVE EL MUNDO

60 AÑOS
CELEBRANDO LA BELLEZA EN ARGENTINA

la expansión de este tipo de movilidad a nivel nacional. Consideramos crucial mantener un contacto permanente con el Gobierno, estamos haciendo un gran trabajo en equipo. Hay muy buena predisposición de los funcionarios para resolver las situaciones que se presentan.



Raúl Barcesat

Presidente de Mercedes-Benz Camiones y Buses

MERCEDES-BENZ CAMIONES Y BUSES

Empleados: 450

1 Estimamos que en el año 2023 tendremos valores similares a los de este año en cuanto a producción y ventas. Estamos trabajando para poder brindar cada vez más y mejores servicios a nuestros clientes. Tenemos una visión de 360° en lo referido a la experiencia con el cliente. Adicionalmente, seguimos desarrollando nuevos planes de postventa y generando más herramientas que contribuyan a la gestión de flotas y mantenimiento de las unidades. También, seguimos incrementando el portfolio de piezas que remanufacturamos en nuestra planta Reman. Ya superamos las 3000 piezas entregadas con la misma garantía que una nueva, contribuyendo a prolongar el ciclo de vida de los vehículos y reduciendo de manera significativa el impacto en el medioambiente.

2 Este ha sido un año que ha combinado diferentes obstáculos propios de nuestra macroeconomía donde la escasez de divisas afecta profundamente a nuestro sector que no puede ofrecer el volumen ni el portfolio de productos que nuestros clientes requieren. Nuestro sector requiere de una planificación a largo plazo. Es allí, donde las reglas claras y su permanencia son pilares fundamentales para el desarrollo de la industria.

3 El convencimiento de Mercedes-Benz Camiones y Buses Argentina es que la "verdad tecnológica" está en los eléctricos. Ese es el futuro (y el presente). A nivel mundial, la empresa tiene un liderazgo preponderante en términos de innovación, desarrollo y lanzamientos de productos con ese tipo de propulsión. La compañía está enfocada en la conversión eléctrica. El camino a la electrificación debe ser transitado en conjunto con las políticas públicas de cada país, para obtener las legislaciones y la infraestructura necesaria. Un movimiento así de revolucionario tiene que ir acompañado de muchísimos actores y debe contar con un acompañamiento sistémico, para poder concretar esa realidad en un tiempo más corto. En la Argentina todavía hay un largo camino por recorrer. Con la llegada de la electromovilidad, se va trabajando en la cadena de valor. Por su impacto positivo en el medio ambiente, la propulsión eléctrica es clave en las políticas de sustentabilidad a nivel global, para luego poder ser aplicadas en la región. La electromovilidad es transformadora de la industria automotriz y del sector del transporte en todo el mundo. Es importante que la Argentina continúe trabajando con toda la comunidad internacional para lograr un crecimiento relevante del mercado de vehículos de emisión cero, alcanzando de esta manera una gran escala en los volúmenes de producción para reducir los costos y de esta manera facilitar el acceso a nuestros clientes.



Gonzalo Ibarzábal

Presidente de Nissan Argentina

NISSAN

Empleados: 1250

1 Queremos seguir creciendo y expandiendo nuestro negocio, ese es nuestro objetivo principal para 2023. Somos una empresa joven que busca constantemente nuevas formas de hacer crecer su negocio. En línea con esto, seguiremos afianzando nuestro proyecto de producción nacional de la nueva Nissan Frontier, siempre enfocados en nuevas formas de enriquecer la vida diaria de las personas a través de la innovación. Asimismo, acompañamos la transformación que está viviendo la industria automotriz, durante 2023 llegará a la región nuestra revolucionaria tecnología e-Power y presentaremos nuevas motorizaciones que permiten mayor autonomía de los vehículos, impulsar una nueva visión de la movilidad y proporcionar tecnologías y servicios que mejoran la vida de las personas

2 Este fue un año de crecimiento para Nissan. De la mano de nuestra icónica pickup de producción nacional seguimos impulsando la transformación histórica que está viviendo la compañía en la región y el país. El lanzamiento de la nueva Nissan Frontier en abril permitió incorporar un segundo turno de producción en la fábrica de Santa Isabel, Córdoba, lo cual implicó la generación de más de 550 nuevos puestos de trabajo. Además, este año logramos alcanzar la producción de 50.000 pickups desde el inicio de producción, y, gracias a este nuevo turno, a partir de 2023 estaremos preparados para producir esa cantidad en tan solo un año. Sumado a esto, a principio de 2022 anunciamos la incorporación de Chile y Colombia como nuevos mercados de exportación bajo la normativa de emisiones de Euro 6.

3 Desde Nissan trabajamos en conjunto con Adefa para aprovechar todas las oportunidades que permitan seguir impulsando nuestro sector. Creemos que es imprescindible que siga creciendo la articulación público-privada para poder mejorar la competitividad y previsibilidad en un negocio que es a largo plazo. Y, desde nuestro lado, nos enfocaremos en seguir construyendo las bases que nos permita seguir construyendo las bases para, el año próximo, alcanzar las 50.000 unidades producidas.



Pablo Sibilla

Presidente y director general

RENAULT ARGENTINA

Empleados: +2500

1 En 2023, tendremos tres lanzamientos de vehículos eléctricos: Nuevo Megane E-Tech como embajador de la *nouvelle vague*, Kwid E-Tech y Kangoo E-Tech, lo que representa una fuerte ofensiva que recuerda que Renault fue pionera en lanzar un vehículo de esta tecnología con el Kangoo ZE en 2018. Continuamos trabajando sobre el desembarco de Mobilize en la Argentina, una marca para pensar y potenciar los servicios de movilidad del futuro y así seguir impulsando el plan estratégico de Renaulution que la marca presentó hace dos años, con el claro objetivo de alcanzar una empresa saludable, rentable, enfocada en la satisfacción del cliente y en el crecimiento sustentable.

2 Globalmente el 2022 está siendo un año positivo para Renault Argentina. Conscientes del complejo momento internacional por el que atraviesa el mundo, sumado a la crisis de semiconductores que aún continúa, como así también los desafíos logísticos que sin dudas es uno de los temas más sensibles que tenemos en agenda y constituye el mayor desafío para nuestra fábrica de Santa Isabel. Prevemos cerrar el año con un mercado cercano a las 390.000 unidades, (Renault 48.000 unidades). En el acumulado anual, Renault se ubica en la cuarta posición con +33.000 patentamientos y el 11,2% del *market share* (cierre de septiembre). Nuestro foco está puesto en consolidar el aumento de la producción nacional en nuestra planta, y una muestra de ello es la reciente confirmación de un segundo turno de fabricación donde ingresaron más de 500 personas. A destacar, el 45% de esos ingresos fueron mujeres, impulsando el gran objetivo de balancear la equidad de género en la fábrica (ahora, 19% de nuestros colaboradores en el área industrial son mujeres). Hitos del año: lanzamiento de la nueva Renault Oroch, la evolución de un modelo que llegó hace 6 años inaugurando el segmento de las pickups com-

Para que la visión de un líder crezca

debe ser bien interpretada y acompañada.

Somos la 6 ta. firma de Auditoría en el mundo.

CONOCEMOS EL CAMINO



AUDITORÍA | IMPUESTOS | CONSULTORÍA |
PAYROLL & OUTSOURCING

www.rsm.global/argentina

THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
AUDIT | TAX | CONSULTING

RSM

RSM AR S.R.L. es una firma miembro de la red RSM que opera como RSM. RSM es el nombre comercial utilizado por los miembros de la red RSM. Todos los miembros de RSM son Estudios Contables y de Consultoría independientes y operan de pleno derecho. La red RSM no es en sí misma una persona de existencia ideal independiente de ningún tipo en ninguna jurisdicción. La red RSM es administrada por RSM International Limited, Compañía registrada en Inglaterra y Gales (bajo el número 4040598) con domicilio legal en 11 Old Jewry, Londres, EC2R 8DU. La marca y nombre comercial RSM y otros derechos de propiedad intelectual utilizados por los miembros de la red son de propiedad de RSM International Association, regulada por el artículo 60 y siguientes del Código Civil de Suiza, con sede en Zug. © RSM International Association, 2022.
Sexta firma de audtoría en el mundo según International Accounting Bulletin World Survey 2022.

pactas doble cabina, y la llegada de la primera serie limitada Renault Alaskan Outsider, la nueva versión de un modelo que representó el desembarco de Renault en el segmento de las pick-ups medianas en la Argentina hace ya dos años. En muy poco tiempo, también tendremos la renovación de Master. Para este año, estimamos que el 90% de nuestras ventas serán de fabricación nacional, lo que duplicará la participación de vehículos nacionales en nuestras ventas en solo un año. Somos la terminal con la mayor diversidad de productos nacionales, fabricamos seis modelos (Sandero, Stepway, Logan, Kangoo en versión pasajeros y furgón, y Alaskan). Este año hemos incrementado nuestras exportaciones gracias al aumento de nuestro ritmo de producción a nuestros dos mercados prioritarios -Colombia y México- con Kangoo, y adicionalmente, estamos analizando otros mercados de exportación en el corto plazo. En lo que refiere a inversiones, nos encontramos trabajando en una nueva plataforma para la fábrica, que tenga un alto perfil exportador y a través de la cual nos permita alcanzar el objetivo de integración local por encima del 35%.

STELLANTIS



Martín Zuppi

Presidente de Fiat, Jeep, Ram de Stellantis

STELLANTIS

Facturación (e.) 2022: u$s 4069,8 millones (global - FCA u$s 2442 millones y PSA u$s 1627,8 millones)

Facturación (p.) 2023: u$s 4138 millones (FCA u$s 2473 millones y PSA u$s 1665 millones)

Empleados: 3700

1 Stellantis es el grupo número uno de ventas en el mercado regional y también en el argentino. En nuestro país uno de cada tres 0km es de una marca de Stellantis. Nuestro plan para 2023 es mantener este liderazgo.

Las seis marcas que Stellantis tiene en la Argentina tiene un plan de lanzamientos robusto para 2023, con novedades en versiones y en modelos para participar incluso en segmentos del mercado en los que hoy no estamos presentes. También tenemos planeado incrementar la oferta de vehículos electrificados

Lanzamientos 2023 marcas Stellantis:

Nuevo DS 7, Nuevo DS 3, DS 4 E-Tense PHEV, DS 3 E-Tense 100% Eléctrico.

Citroën Nuevo C5 Aircross, Citroën Nuevo C4 Cactus, Citroën Segundo exponente del proyecto C-Cubo de fabricación regional, Citroën Nuevo C4 (Europeo).

Fiat Fastback, Fiat Pulse Abarth

Jeep Renegade (nuevas versiones)

Peugeot Landtrek pickup

RAM Rebel (mild-hybrid)

2 El abastecimiento de componentes que complica a toda la industria en la región y en todo el mundo, esta es la variable que nos permite crecer hoy en día, por suerte hemos incrementado significativamente nuestros números en producción y exportaciones. En lo que va del año venimos alcanzando los objetivos y ya tenemos más de 120.000 unidades fabricadas en las dos plantas de Córdoba y El Palomar, Buenos Aires de la mano del Peugeot 208 y el Fiat Cronos.

3 Creo que la nueva ley de inversiones va a potenciar al sector en los próximos años, en este sentido cuando logremos como país alcanzar una pequeña estabilidad para que el mercado automotor no sea tan fluctuante, la industria podrá planificar con un poco más de certidumbre y así consolidarse en el mercado local para poder potenciar las exportaciones que nos traen las divisas necesarias para mejorar la realidad del país.

Por último, como reflexión sabemos que la industria automotriz a nivel mundial está mutando hacia la movilidad y la electrificación. Hoy Argentina es uno de los pocos países que fabrican autos (son solo 30 en el mundo) y particularmente Stellantis es la única empresa que tiene una plataforma para fabricar vehículos electrificados en Argentina. Es decir que en nuestro país ya tenemos un *know-how* muy tangible que podemos capitalizar para ser protagonistas en esta transición y a su vez generar dólares para la Argentina.

TOYOTA



Gustavo Salinas

Presidente de Toyota Argentina

TOYOTA

Facturación (e.) 2022: $ 632.899.828.037 (balance cerrado el al 31/3/22)

Empleados: +7500

1 Trabajamos para que en 2023 podamos seguir creciendo tanto en producción como en exportaciones y ventas en el mercado interno. Vemos una gran demanda de los vehículos que producimos en Zárate, Hilux y SW4, tanto a nivel local como regional, y eso nos permite seguir invirtiendo en el país y contratando más personas. Esperamos que en 2023 pueda normalizarse el suministro de componentes críticos y también la cadena global logística, que desde la pandemia generó dificultades en la producción. Además, seguimos desarrollando dos líneas claves para el futuro de nuestra compañía: movilidad, con servicios como el de nuestra plataforma KINTO, cuyos alquileres para individuos tuvieron un crecimiento del 60% en los últimos 12 meses; y electrificación, donde ya superamos los 5000 vehículos híbridos vendidos durante 2022 y seguimos liderando este mercado con el 85% de participación.

2 Aún en 2022, toda la industria automotriz a nivel global atravesó dificultades producto del faltante de componentes como los semiconductores y otras disrupciones en la cadena de suministro, que se generaron a la salida de la pandemia. Eso dificultó nuestra capacidad para atender a la demanda, que es muy fuerte, tanto en la Argentina como en América Latina. Aun así, la compañía sigue consolidando su estrategia de integración local y mirada exportadora. Por otro lado, en 2022, Toyota cumplió 25 años produciendo en Argentina como primera en producción, exportaciones y ventas en el mercado interno, en un proceso de expansión que tiene la mirada en el largo plazo. Además, seguimos avanzando en la agenda de sustentabilidad con innovaciones en economía circular, electrificación y eficiencia energética.

3 Durante los últimos años alcanzamos consensos muy importantes con la cadena de valor de la industria automotriz, los sindicatos y el sector público para consolidar nuestro perfil exportador. En ese sentido fueron positivos los acuerdos para eliminar los derechos de exportación para exportaciones incrementales y luego la Ley de Promoción de Inversiones en la Industria Automotriz que promueve el desarrollo y la generación de empleo. Creemos que todavía hay mucho trabajo por hacer en materia de competitividad, como por ejemplo la mejora de los acuerdos comerciales en la región para tener más y mejor presencia en esos mercados, donde tenemos una gran oportunidad de crecimiento o en cuestiones de infraestructura, entre otros. Por otro lado, tenemos un enorme desafío para reconvertir nuestra cadena de valor y ser capaces de producir los vehículos del futuro, cada vez más conectados, autónomos, compartidos y electrificados.

VOLKSWAGEN



Marcellus Puig

Presidente y CEO de Volkswagen Group Argentina

VOLKSWAGEN ARGENTINA

Empleados: 4757

1 Desde Volkswagen Group Argentina continuaremos profundizando nuestra fuerte apuesta por el país. Con más de 41 años de presencia en Argentina marcados por un claro sello productivo y exportador, realizamos un nuevo anuncio de inversión de usd 250 millones que continuaremos desarrollando durante 2023.

Dicha inversión será destinada a la renovación de la pick-up Amarok, al inicio de producción de Ducati Scrambler en Córdoba, que será la primera filial del Grupo en ensamblar las motos de alta gama, y un proyecto de localización de piezas para Taos e implementación de estampado en caliente; tecnología que todavía no existe en el país y que promueve un mayor contenido local de piezas para toda la industria, promoviendo un mayor contenido local y creación de empleo.

2 Durante el año 2022 continuamos experimentando un contexto desafiante para la industria automotriz, en el logramos un mercado superior al de 2021 con un leve aumento en ventas, y un significativo incremento en producción y exportaciones. Este panorama positivo está dado por el fortalecimiento del mercado interno y de los productos de producción nacional, combinado con las proyecciones positivas para la región. Creemos que esta tendencia continuará en 2023, alcanzando un mercado sensiblemente mayor al de este año. Destacamos al trabajo en conjunto que realizamos desde ADEFA con el gobierno, la cadena de valor y los representantes de los trabajadores, gracias al cual hemos logrado la implementación de la eliminación de los derechos para las exportaciones incrementales del presente año y la aprobación del proyecto de ley de promoción de inversiones en la industria automotriz-autopartista y la cadena de valor, que otorga importantes beneficios para el sector. Esto nos permitirá impulsar las exportaciones y mejorar la balanza comercial, otorgándonos una mayor previsibilidad necesaria para avanzar con nuestros proyectos, aumentar nuestros planes de producción y exportación.

3 En 2023 debemos continuar monitoreando la evolución de la disponibilidad de piezas y semiconductores, clave para poder cumplir con los programas de producción y exportación, y continuar trabajando en los plazos de pago de proveedores, así como el acceso a la financiación, el régimen fiscal y la logística entre otros, para ser cada día más competitivos y seguir creciendo como industria.

AUTOPARTES

BOSCH



Gaston Díaz Pérez

Presidente de Bosch América Latina y Presidente de Bosch Argentina.

BOSCH

Facturación (e.) 2022: $ 14.800 millones

Empleados: 160

1 Para el año entrante vamos a seguir implementando la estrategia definida para Argentina. El contexto de nuestro país es desafiante, pero aun así, en todas nuestras áreas de negocios logramos obtener grandes resultados como proveedores de tecnología y servicios, por lo que seguiremos enfocándonos en ello para este 2023. Por otro lado, seguiremos buscando soluciones innovadoras en agro e invirtiendo en la conectividad de grandes flotas. Además, a nivel global continuaremos aunando nuestros esfuerzos para alcanzar nuestra gran meta de ser neutros en emisiones de carbono. Otro de nuestros propósitos es continuar invirtiendo para impulsar la eficiencia a través de la generación de energía.

2 Este año fue desafiante al tener que adaptarnos como compañía a la nueva normalidad post pandemia, además de la volatilidad de las variables de la economía y las dificultades en los procesos de comercio exterior que generan inconvenientes en los procesos operativos de la empresa.

3 Estabilidad macroeconómica, reglas de juego estables y reducción en la presión impositiva.

MICHELIN



Eliana Banchik

Presidenta de Michelin Argentina, Paraguay y Uruguay

MICHELIN

Empleados: 67 empleados en las oficinas comerciales / 1200 empleos indirectos

1 Tenemos optimismo en 2023, ya que este año los mercados en los que operamos fueron mostrando distintos grados de recuperación y alcanzado los niveles prepandemia. Para la compañía puntualmente será un año importante porque cumpliremos los 110 años ininterrumpidos en el país, siempre apostando a poner a disposición de los argentinos las últimas tecnologías y desarrollos disponibles a nivel mundial. Nuestro objetivo es seguir contribuyendo para una movilidad más eficiente, segura y sostenible, tanto para el segmento del consumo masivo, como para los productos y servicios orientados al sector transportista, agrícola y manutención, entre otros.

2 Uno de los obstáculos fue la guerra con Ucrania, generando consecuencias como el agravamiento de la crisis energética, el incremento de los costos logísticos, entre otros, que afectó a varias industrias, incluso a la del neumático. Respecto del balance del año, fue muy positivo para la compañía. A nivel local acompañamos la estrategia global de continuar innovando en el negocio de neumáticos, alrededor y más allá de los neumáticos. Presentamos los neumáticos Michelin Primacy 4+ y Michelin Pilot Sport 5, dos gamas muy fuertes. Con Michelin Flotas conectadas firmamos un convenio con el INTA para medir las emisiones de gases de efecto invernadero y confeccionar la primera tabla argentina de emisiones.

3 Acciones que favorezcan a una movilidad cada vez más sustentable, políticas de género que fomenten la diversidad en el sector y contribuir para una aplicación cada vez mayor de soluciones con desarrollos tecnológicos de alta calidad, como los neumáticos radiales o las orugas en el segmento agrícola que le permitan al productor optimizar su productividad.

Neumen



Roberto Méndez

Presidente

NEUMEN



Facturación (e.) 2022: 18.000 millones
Facturación (p.) 2023: 30.000 millones
Empleados: 460

1 Las expectativas de Neumen Performance Center siguen siendo las mismas que nos han llevado a ser los líderes del mercado, manteniendo un crecimiento constante y sumando importantes inversiones que impulsan a nuestra fuerza de venta. Es por ello que logramos seguir avanzando pese a la situación del país.

2 El mayor obstáculo que enfrentamos en Neumen es el faltante de producto. Esto es algo de público conocimiento y que afecta a todo el rubro al que pertenece nuestra empresa.Gracias a nuestra alianza con Pirelli a lo largo de los años, este faltante nos afecta en menor medida con respecto a nuestros competidores ya que el apoyo brindado por la compañía es total. El balance para Neumen Performance Center es altamente positivo. Siempre digo a todos mis colaboradores que somos pilotos de tormenta. Y en este año complejo tuvimos un gran desempeño.

3 Creo que el Estado podría contribuir y mostrar su apoyo a los fabricantes nacionales, los cuales invierten, dan empleo y están en constante crecimiento. La muestra más significativa debería darse en el control a los importadores de mercadería producida en el extranjero y en la contribución a solucionar los problemas sindicales.

MARKETPLACES



Inés Berasategui

CEO Argentina

OLX AUTOS

Facturación (e.) 2022: u$s 25 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 50 millones
Inversiones 2023: u$s 10 millones
Empleados: más de 200

1 De cara a 2023, buscamos crecer de manera sustentable, cuidar la rentabilidad, consolidar nuestra presencia en el mercado y trabajar con nuestros socios comerciales, que son las agencias, y nuestros canales propios, sosteniendo nuestra presencia actual en el país.

2 Tuvimos que sortear un escenario complejo, con vaivenes locales e internacionales que afectaron a la dinámica de la industria automotriz y de acceso al crédito a nivel global.

3 Destacando el sistema registral fuerte y sólido que tenemos, podríamos modernizar y digitalizar los registros, avanzar con el 08 digital en usados, y lograr la integración de sistemas entre provincias, que ayudaría en la agilización de trámites y en un beneficio directo para compradores y vendedores.

Laboratorios



Juan Farinati

Presidente y CEO de Bayer Cono Sur

BAYER

Empleados: Más de 2000 en Argentina

1 Nuestros negocios tienen impacto en la salud y la alimentación, dos ejes que presentan los mayores desafíos de la humanidad. Todos nuestros proyectos y expectativas de cara al futuro están ligados a impulsarlos a través de la sustentabilidad, la transformación digital, la innovación, la inclusión y diversidad. Y en ese sentido, como empresa líder, queremos ser protagonistas, habilitadores de ese proceso de cambio. Tenemos metas claras que alcanzar y objetivos que perseguir como aumentar el rendimiento de los cultivos, mientras gestionamos el impacto ambiental y el riesgo climático, innovar con medicamentos que revolucionen las patologías que hasta ahora no tenían tratamientos eficientes, y potenciar la transformación de la salud cotidiana para millones de personas en todo el mundo.

2 En la Argentina, y también en toda nuestra región, han sido años de muchos desafíos socioeconómicos para los países latinoamericanos. Por supuesto, que los temas de importaciones, retenciones, brecha cambiaria, precio de insumos, entre otros, fueron parte de la agenda del día a día para asegurar la sostenibilidad de nuestras actividades industriales y comerciales. Sin embargo, Bayer lleva más de 110 años en la Argentina con un robusto arraigo industrial y científico tanto en la salud como el agro, lo cual demuestra el compromiso de largo plazo que tiene Bayer con nuestro país: seguimos apostando a buscar las mejores soluciones para que nuestros clientes y pacientes puedan acceder a nuestros productos.

3 Sin duda el contexto mundial es complejo y desafiante. La Argentina tiene oportunidades que se abren y se potencian en alimentos, agroindustria y también en energía y en la economía del conocimiento por citar algunos de los ejemplos más relevantes. El agro es una de las principales actividades económicas en la Argentina y un generador de recursos y divisas fundamentales para la estabilización de la macroeconomía. Sabemos que sin divisas no es posible generar un desarrollo integral económico y social de la nación. El sector es relevante y Argentina puede sin dudas atraer más inversiones en estas industrias clave. Desde Bayer, se han realizado fuertes inversiones en innovación y nuestra empresa ha anunciado innumerables lanzamientos tanto en salud como en el agro. Sin embargo, todo lo que el Estado pueda hacer para estabilizar la macroeconomía y el fortalecimiento de las reglas de juego de largo plazo, generaría un horizonte de previsibilidad que tendría como resultado más inversiones.



Esteban Turic

CEO

BIOGÉNESIS BAGÓ

Empleados: 780

1 Como parte de nuestra estrategia para estar entre las 20 principales empresas de salud animal a nivel global en 2026 proyectamos seguir expandiéndonos a nuevos territorios e incursionando en otras especies a partir de la diversificación de productos y soluciones en salud animal. Contamos con un plan de inversión de u$s 50 millones para la ampliación de nuestras plantas y adquisiciones para los próximos tres años fortaleciendo nuestra expansión como compañía biotecnológica global y seguiremos potenciando nuestra presencia en segmentos clave como reproducción bovina y animales de compañía. Continuaremos trabajando para mantener el *status* sanitario de los países, con nuestros servicios de atención de emergencias, banco de antígenos y vacunas y soluciones para prevenir la fiebre aftosa y la rabia.

2 Fue un año muy positivo para Biogénesis Bagó ya que avanzamos en importantes adquisiciones que nos permiten ofrecer más y mejores soluciones para potenciar la producción ganadera y seguir acompañando de cerca a productores y veterinarios. Recientemente, adquirimos un laboratorio especializado en productos para animales de compañía y sumamos 23 nuevas soluciones a nuestro portfolio. También apoyamos la atención del brote de fiebre aftosa en Indonesia, a través de la provisión de vacunas en tiempo récord y transmitiendo conocimiento para la prevención de esta enfermedad en esa región. Gracias a nuestra experiencia con esta enfermedad, comenzamos un proceso de transferencia tecnológica y capacitación profesional para construir una planta en Corea del Sur, en la que se producirán hasta 100 millones de dosis anuales de la vacuna contra la fiebre aftosa.

3 Toda política pública que contribuya a desarrollar la biotecnología para potenciar la innovación enfocada en el cuidado de la salud de los animales va a tener un impacto muy positivo para la salud pública. Este es el enfoque

con el que entendemos nuestro negocio.

BIOSIDUS



Mariano de Elizalde
CEO & Presidente

BIOSIDUS
Facturación (e.) 2022: u$s 75,1 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 82 millones
Inversiones 2023: u$s 14.358.000
Empleados: 528

1 Llegar a nuevos mercados de exportación, hoy ya estamos exportando a 65 países, a través de una fuerte inversión en estudios clínicos. En simultáneo, continuar invirtiendo y trabajando en nuestra nueva molécula biosimilar de desarrollo propio y, avanzar con la construcción de una planta industrial de biorreactores, que permitirá incorporar tecnología de clase mundial para la producción de nuestros productos actuales y nuevas moléculas que lanzaremos, tanto para el mercado local, como para mercados exportación.

2 Es un año claramente mejor que 2021, siguiendo todavía pendientes desafíos para poder capturar todas las oportunidades que tenemos para incrementar exportaciones.

Respecto a los principales obstáculos, la apertura de fronteras, cerradas por la pandemia, fue bastante lenta en muchos de los mercados a los cuales abastecemos, eso nos generó dificultades a la hora de estar presentes localmente y poder generar nuevas oportunidades de negocio. Asimismo, nos ha impactado el encarecimiento a nivel global de los costos logísticos y de insumos.

3 Destacamos la Ley de Promoción a la Biotecnología Moderna y Nanotecnología, y la Ley de Economía del Conocimiento, ya que son hitos que contribuyen sin dudas al desarrollo y a mejorar la competitividad de nuestra actividad. Le sumaría la necesidad de incluir a los productos de altísimo valor agregado, como los productos Biológicos de desarrollo y producción local, en la eximición del pago de derechos de exportación, ya que es un incremento de costos que, junto a los mayores costos logísticos por nuestra ubicación geográfica, nos pone en desventaja cuando competimos en otros mercados.

Boehringer Ingelheim



Eduardo Sorlino
General Manager APUB (Argentina, Paraguay, Uruguay y Bolivia)

BOEHRINGER INGELHEIM
Facturación (e.) 2022: $ 18.400 millones
Facturación (p.) 2023: $ 27.600 millones
Inversiones 2023: $ 238,7 millones
Empleados: 703

1 Proyectamos un año de crecimiento en ambos negocios. En Salud Humana, este crecimiento vendrá de la mano de los productos más innovadores, que realmente están cambiando el curso de enfermedades crónicas como la diabetes, la insuficiencia cardiaca y el ACV. En Salud Animal continuaremos afianzando nuestro liderazgo en productos para mascotas. Buscamos asegurar un mejor acceso a nuestras innovaciones a tantos pacientes y comunidades como sea posible. Nuestra cultura de innovación que agrega valor está puesta al servicio de mejorar la vida de personas y animales. Seguiremos apostando a las tecnologías para poder entregar experiencias personalizadas, innovadoras y de real valor a pacientes, clientes, y por supuesto nuestra gente, poniendo a las personas por delante en todas las decisiones.

2 El mayor desafío sigue siendo administrar cuidadosamente nuestros costos para enfrentar de manera efectiva los retos económicos de la región y del país, con una presión importante en su macroeconomía. El éxito en este contexto nos permitirá seguir priorizando nuestras inversiones en transformaciones que ofrezcan una experiencia de valor a los pacientes. El balance es positivo. Destaco que en ambos negocios seguimos lanzando innovaciones en los países de nuestro cluster. Tenemos en Buenos Aires la sede regional y los *service centers* de tecnología, finanzas y RR.HH. Esto nos potenció la incorporación de talento en los últimos años y 2022 no fue la excepción. También, este año avanzamos en áreas clave para el futuro como transformación digital, foco en el cliente y futuro del trabajo.

3 Para las empresas de investigación farmacéutica como Boehringer Ingelheim resulta clave la implementación de políticas públicas que nos permitan continuar invirtiendo en I+D para generar soluciones a problemas globales de salud, como se evidenció con la pandemia de Covid-19. En ese sentido, es necesario trabajar en políticas de largo plazo que permitan fomentar la inversión en investigación clínica en la Argentina y a su vez implementar otras que faciliten la incorporación de las moléculas innovadoras de forma sustentable al sistema de salud.

Bristol Myers Squibb



Silvana Kurkdjian
Gerente General Argentina

BRISTOL MYERS SQUIBB
Empleados: 201

1 En línea con nuestra visión de transformar la vida de los pacientes a través de la ciencia, nuestro foco continuará puesto en el desarrollo de tratamientos que puedan brindar esperanza y calidad de vida a quienes padecen enfermedades graves. Entendemos el sentido de urgencia y trabajamos incansablemente para lograr los mejores resultados para los pacientes que más nos necesitan. De esta manera, seguiremos invirtiendo sostenidamente en investigación clínica y trayendo al país nuevos tratamientos en el área de oncología y hematología, para llegar con nuestras terapias innovadoras a estadios cada vez más tempranos en diferentes tipos de cáncer.

2 El avance de nuestra ciencia nos permite decir que estamos ante un momento histórico de Bristol

VISTA
ENERGY FOR TOMORROW

Myers Squibb Argentina, en el que a pesar de los desafíos del contexto, tenemos una enorme oportunidad para continuar innovando en salud. Particularmente, este fue un año en donde pudimos traer al país tratamientos únicos que ya están impactando en forma positiva en los pacientes y continúan ubicando a la Argentina en un lugar excepcional en la agenda de innovación.

3 Es preciso realizar acciones coordinadas entre la industria, el gobierno, proveedores de atención médica, profesionales de la salud, y la sociedad en general para generar innovación de forma sostenible y favorecer el acceso de los pacientes a medicamentos de calidad ajustados a sus necesidades particulares y en el momento adecuado. Desde Bristol Myers Squibb promovemos el diálogo y la escucha permanentemente para trabajar articuladamente con todos los actores del sistema de salud para abogar por mejoras en la atención de los pacientes con cáncer.



Edgardo Vázquez

Gerente General de Laboratorios Bagó

LABORATORIOS BAGÓ

Empleados: 1100

1 Continuar trabajando en el desarrollo de productos para tr atamientos especiales con foco en enfermedades neurodegenerativas, cardiopulmonares, inflamatorias y autoinmunes. A su vez, este año ingresamos al segmento de los anticoagulantes orales directos con el lanzamiento de un nuevo producto, que nos ha permitido fortalecer nuestro portafolio de cardiometabolismo. De cara a 2023 buscamos, además, continuar avanzando en el proceso de transformación tecnológica y cultural de nuestra compañía con nuevo equipamiento, aplicaciones digitales, y capacitaciones a nuestra gente que permitan más eficiencia, productividad y calidad de nuestros productos que exportamos a más de 50 países.

2 El contexto de incertidumbre económica de 2022 fue el gran desafío que tuvimos que atravesar y que nos impulsó a redoblar esfuerzos para alcanzar los objetivos que nos habíamos propuesto. Aún en este contexto concretamos inversiones en las tres plantas que tenemos en el país: las farmacéuticas ubicadas en La Plata y en la provincia de La Rioja, y la farmoquímica de City Bell. En la planta La Plata, por ejemplo, realizamos la compra de nuevos equipos de última generación (como estuchadoras, blisteras y una nueva compresora de origen alemán) que nos permitirán incrementar la capacidad productiva y seguir cumpliendo con nuestro propósito de mejorar la calidad de vida de las personas.

3 Políticas públicas que permitan estabilizar la economía, brinden mayor previsibilidad para la planificación, desarrollo e inversión del sector, e incentiven la creación de alianzas público - privadas para impulsar nuevos proyectos de investigación para la innovación en salud. Estas políticas son relevantes para promover sectores estratégicos que participan de mercados altamente competitivos y suman valor como la industria biofarmacéutica.



Tiago Arantes

Gerente General MSD Salud Animal Región Sur

MSD SALUD ANIMAL

Empleados: 56

1 Como compañía queremos continuar contribuyendo al bienestar del animal con nuestro amplio *portfolio* de productos y servicios. Seguiremos apostando a la tecnología, a la sustentabilidad y a la innovación como aliados fundamentales para desarrollar o traer al país nuevos medicamentos que permitan cuidar la salud animal y la humana. Estamos convencidos que a través de la ciencia podemos mejorar la salud de las mascotas y encontrar soluciones para los productores agropecuarios

2 El contexto global es el principal obstáculo y aún más en un mercado con las características como el de la Argentina. Se requiere estar constantemente haciendo una revisión interna, estar atentos a las necesidades de nuestros clientes, contribuir con nuestras soluciones a preservar el estado sanitario de las distintas enfermedades que combatimos y lanzar nuevos productos que le hacen falta tanto al productor como al tutor de una mascota. Se requiere una innovación constante y una escucha activa de las necesidades del mercado.

3 Creemos que necesitamos unirnos más entre quienes formamos parte de la cadena productiva para poder hacer sinergia y encontrar mejores soluciones. La pandemia nos demostró que la salud humana y animal están interconectadas, por lo cual es muy necesaria la articulación, eso se traduce a servicios de trazabilidad, rastreabilidad y transparencia.



María Sol Quibel

Managing Director del Grupo Merck en Argentina y General Manager de Healthcare para Cono Sur

MERCK SA

Empleados: 200

1 Queremos seguir siendo una empresa líder en ciencia y tecnología que brinde soluciones que ayuden a crear, mejorar y prolongar la vida de las personas. Continuaremos invirtiendo en las áreas en donde actuamos: cuidado de la salud (con foco en fertilidad, esclerosis múltiple, oncología e inmunooncología y endocrinología), y en ciencias de la vida donde somos proveedores de variados sectores, desde la investigación básica hasta las industrias farmacéutica, de alimentos y bebidas, química y petroquímica, entre otras. Además, tendremos el desafío de llevar adelante los lanzamientos planificados para los próximos años en oncología, neurología e inmunología, entre otras áreas.

2 Durante este año fortalecimos nuestro negocio y nos enfocamos en los pacientes y clientes, a la vez que implementamos nuevos esquemas de trabajo flexible alineados a los nuevos requerimientos post pandemia. Suministramos medicamentos y productos a miles de pacientes y clientes. Retomamos y aceleramos nuestras actividades de investigación y desarrollo en el marco de los estudios clínicos. Realizamos el "Premio Merck – CONICET de Innovación en Ciencias de la Salud" que una vez nos mostró el gran talento de emprendedores en ciencia que existe en nuestro país. La Merck Family Foundation inició un proyecto inédito junto a ONU Mujeres Argentina para la inclusión laboral y educativa de adolescentes y jóvenes en el partido de Ezeiza, la cual es implementada junto a la Fundación SES y cuenta con el apoyo del Concejo Deliberante y el Municipio de Ezeiza.

3 Frente a un contexto como el que estamos viviendo, serían beneficiosas medidas que permitieran estabilizar la situación económica y brindar previsibilidad para operar. Creemos que se debería continuar fortaleciendo el marco normativo para robustecer los estándares de calidad, seguridad y vigilancia sanitaria. También es importante trabajar en la mejora de los tiempos regulatorios.



Sweta Ghelani

Presidente & gerente general

NOVARTIS ARGENTINA

Empleados: 350

1 Como compañía comprometida con el cuidado de la salud de las personas, continuaremos promoviendo y trabajando en acciones colaborativas con los diferentes actores del sistema de salud. Continuaremos realizando campañas de prevención

para promover un estilo de vida saludable, invirtiendo en investigación y desarrollo a través de análisis clínicos, poniendo a disposición terapias innovadoras en el país y promoviendo acuerdos para que cada vez más personas puedan acceder a nuestros tratamientos.

2 Como cualquier industria, la inestabilidad y volatilidad económica fueron los principales obstáculos a sobrellevar a lo largo del 2022. Sin embargo, pudimos llevar adelante muchas acciones que nos permitieron continuar con nuestro objetivo de cuidar la salud de las personas. Además de lanzamientos de nuevas terapias, trabajamos fuertemente en la prevención de las enfermedades cardiovasculares. Entendiendo que son una de las principales causas de decesos en el país y un grupo de patologías mayoritariamente prevenibles, aunamos esfuerzos con el sector público para trabajar sobre el control de los factores de riesgo con el objetivo de reducir su letalidad en la población.

3 Las políticas públicas que lleven a una mayor estabilidad económica y brinden previsibilidad servirán para impulsar a todas las industrias. En nuestro sector en particular, las políticas que apunten a la colaboración público-privada para la prevención de enfermedades y acceso a pruebas diagnósticas y tratamientos son decisivas para impulsar nuestro objetivo de brindar una mejor calidad de vida a las personas.



Nicolás Vaquer

Country Manager de Pfizer Región Argentina.

PFIZER

Empleados: más de 550

1 Pfizer tiene el objetivo de presentar 25 innovaciones para 2025 que cambien el paradigma de enfermedades que hoy no tienen cura o cuyas necesidades no están del todo cubiertas. Con este norte, continuaremos con la investigación y el desarrollo de nuevos tratamientos y vacunas, con especial foco en medicina de precisión. Por su parte, seguiremos potenciando nuestros esfuerzos para suministrar la vacuna Covid-19 de Pfizer y BioNTech en todo el mundo –en este caso en sus versiones adaptada para BA.4 y BA.5 – así como también para ampliar el suministro de nuestro tratamiento antiviral. Adicionalmente, a nivel local, apuntamos a presentar novedades en las áreas de oncología, dermatología, vacunas y enfermedades poco frecuentes.

2 Durante 2022, seguimos trabajando en los desafíos que nos plantea el escenario socioeconómico local y global. Frente a un contexto de inflación, tuvimos que analizar y encontrar alternativas adecuadas que garanticen el acceso y suministro de nuestros medicamentos, velando por la sostenibilidad del sistema. Por su parte, muchas empresas atravesamos la adaptación a los nuevos modelos de trabajo pospandemia, que no solo requirió implementar una modalidad híbrida, sino también responder a la necesidad de innovar en todos los sentidos, con la transformación digital como principal aliada. Por ejemplo, en Pfizer aplicamos nuevas técnicas de *advanced analytics* y *machine learning*, que hoy nos proporcionan un entendimiento más integral de las necesidades e intereses de nuestros públicos.

3 La Argentina tiene el potencial de convertirse en un referente de innovación en salud, atraer inversiones y acercar nuevos tratamientos para quienes los necesitan. Tanto por su calidad profesional como por los avances implementados recientemente en los procesos regulatorios, el país cuenta con la base para convirtiéndose en un Core Business Service. En este sentido, tenemos el desafío de seguir trabajando en potenciar su crecimiento, a través de guías/lineamientos y herramientas digitales, para ampliar las oportunidades a lo largo y ancho del país. También será clave impulsar una ley que ayude a promover la investigación clínica, que posicione al país como un sitio atractivo para generar más inversión, con un marco de previsibilidad y confianza para la ejecución estos proyectos.



Lorice Scalise

CEO - Gerente General Roche Pharma Argentina

ROCHE

Empleados: +500

1 Somos una organización de salud que busca siempre ofrecer a las personas diagnósticos y tratamientos más eficientes que permitan la atención de su salud de forma más rápida. Por eso, invertimos para desarrollar innovaciones en las áreas de oncología, hematología y neurociencias, así como también en nuevas áreas como oftalmología y enfermedades poco frecuentes. Y también dedicamos esfuerzos en la colaboración con los diferentes actores del sistema de salud, lo que potencia la mirada y el conocimiento de cada uno para derribar las barreras que impiden el acceso de las personas a la atención de su salud y fortalecer entre todos un sistema de salud más justo y sustentable. Como actores del sector innovador de la salud, tenemos también la oportunidad de generar grandes avances a partir de la medicina personalizada, impulsar el uso de datos para la mejor toma de decisiones médicas y reducir los tiempos en los que un paciente puede acceder a la innovación, diagnósticos y tratamientos que necesita.

2 El mayor desafío fue y sigue siendo acompañar a médicos, pacientes y prestadores de salud en un sistema estresado, fragmentado, con múltiples barreras de acceso y cuidado sanitario. El retroceso en la cantidad de consultas y las demoras en diagnósticos oncológicos por ejemplo, luego de dos años de pandemia, hicieron visibles las diferencias en materia de calidad de salud y de transformación digital, un aspecto clave para que los pacientes, médicos y efectores puedan mejorar los resultados de atención de las personas. La vuelta a la normalidad implicó repensar e innovar la forma en cómo nos relacionamos



con médicos, financiadores y *partners* con foco en brindar mayor beneficio y experiencia a los pacientes, cómo mejorar la comunicación entre los diferentes actores del sistema de salud para identificar entre todos qué más podemos hacer para reducir las inequidades, escucharnos mejor y construir juntos una visión a futuro, de valor y con foco en el paciente. Respecto a este año, destaco como positivo, por un lado, grandes avances en acuerdos público-privados que firmamos este año con gobiernos provinciales como el de La Rioja para implantar el portal del paciente, que sin dudas es una iniciativa para acelerar y mejorar la atención mediante transformación digital. Celebramos también los acuerdos con universidades públicas: Tal es el caso de Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Córdoba con quienes impulsamos el cuidado integral de la salud de la mujer; y del acuerdo con la Facultad de Derecho y con la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires para promover la medicina personalizada. Cerramos el año con proyectos implementados junto con la Fundación Garrahan y efectores de salud en más de cinco provincias, lo que refuerza el poder de la colaboración y de todo lo que podemos lograr cuando trabajamos juntos por un sistema de salud financieramente y tecnológicamente cada vez más sostenible.

3 Todos los actores (públicos, privados y tercer sector) podemos construir juntos un sistema más cercano a las necesidades de las personas si somos capaces de superar creencias que nos limitan y no dejan espacio para la innovación. Las políticas públicas enfocadas en las necesidades de las personas pueden acelerar la colaboración, mejorar las condiciones para implementar soluciones tangibles, simplificar los procesos, optimizar recursos financieros y ser vehículo para que la innovación llegue a aquellos pacientes, cuya condición de la salud no admite esperas.



Mariano Schlottmann
Gerente General Sanofi Cono Sur

SANOFI
Empleados: + 700

1 Continuaremos trabajando e invirtiendo en innovación para mejorar la calidad de vida de las personas. Seguiremos avanzando con nuestros estudios clínicos con proyectos de investigación en diferentes estadios. Además, reforzaremos nuestra estrategia de sustentabilidad, reafirmaremos nuestro compromiso para acelerar el acceso a medicamentos, apoyaremos a comunidades vulnerables, fomentaremos la diversidad e inclusión en nuestros espacios de trabajo, comunidades y ratificaremos nuestro compromiso con el cuidado del medioambiente.

2 Con la pandemia nos replanteamos nuestra forma de trabajar enfocados en el bienestar de nuestros colaboradores. Implementamos un esquema flexible con 60% de trabajo remoto y 40% presencial. Inauguramos el laboratorio de calidad para productos de consumo masivo en La Matanza, con una inversión de u$s 2,5 millones. Lanzamos el *rebranding* de Buscapina DUO. Presentamos una nueva indicación para poliposis nasal en adultos y para dermatitis atópica a partir de los 6 años. Lanzamos una terapia innovadora para oncología, con foco en primera recaída de casos de mieloma, y una nueva vacuna cuadrivalente contra la meningitis por meningococo. Fuimos la primera compañía farmacéutica en América latina en obtener la certificación TRUE, por el manejo consciente de los residuos.

3 Optimizar el acceso a terapias, tratamientos y vacunas, requiere un trabajo en conjunto con los distintos sectores para lograr un sistema de salud cada vez más equitativo y sustentable que contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas.



Marcelo Argüelles
Presidente del Directorio

SIDUS
Facturación (e.) 2022: u$s 11,8 millones
Facturación (p.) 2022: u$s 21 millones
Inversiones 2023: u$s 2 millones
Empleados: 640

1 Durante el año 2022 hemos concretado el lanzamiento comercial de nuestra innovadora línea de alimentos liofilizados, en cuyo desarrolló hemos invertido muchos años y una muy significativa cantidad de recursos. Sobre esta base, en 2023 tenemos previsto profundizar el desarrollo comercial de la línea, así como el lanzamiento de nuevos productos. En el mismo sentido, en nuestra área de biotecnología vegetal, iniciaremos la comercialización de la papa resistente a virus PVY. Por último, en el negocio farmacéutico tenemos previsto el lanzamiento de nuevos productos así como el desarrollo de la línea dermocosmética de Pierre Fabre, absorbida por Sidus durante la pandemia, en 2020.

2 Los principales obstáculos que tuvimos que enfrentar durante este año están relacionados con las importantes dificultades originadas en la provisión internacional de materias primas farmacéuticas, el incremento desmedido de los costos logísticos de aprovisionamiento y el difícil acceso al mercado único de cambios, que provocó serias demoras en la importación de productos e insumos.

3 La industria farmacéutica nacional, que permanentemente ha mantenido un perfil innovador y que siempre ha sido un sector generador de puestos de trabajo, requiere del crédito para llevar adelante las importantes inversiones que esta innovación necesita. Por lo tanto, las políticas públicas que contribuirían a darle impulso, están relacionadas con el acceso al crédito –fundamentalmente a largo plazo– a tasas que permitan hacer rentables los proyectos de inversión.



Maria Gabriela Pittis
Head of Takeda SAM (Cono Sur, Región Andina, México y Centroamérica y el Caribe)

TAKEDA
Facturación 2021: u$s 29.400 millones (global)
Empleados: 252

1 Nuestra principal apuesta en 2023 es nuestra vacuna contra el dengue, TAK-003, que ha recibido recientemente la recomendación de aprobación por parte de las autoridades regulatorias europeas. Esperamos que la autorización de comercialización en Europa se dicte en los próximos meses, acompañada de las aprobaciones reglamentarias en otros mercados, entre ellos América latina. Además, continuaremos con nuestro compromiso para transformar la vida de los pacientes en las áreas terapéuticas en las cuales nos enfocamos en el país: oncología, enfermedades genéticas raras, hematología, inmunología y enfermedades gastrointestinales. En 2023 tenemos previsto el lanzamiento de tratamientos para el angioedema hereditario, el cáncer de pulmón y el citomegalovirus en pacientes trasplantados.

2 Este fue un año muy positivo para nuestra compañía. El desarrollo de nuestros negocios se centró en brindar una respuesta a pacientes que tienen acceso limitado a alternativas terapéuticas o no las tienen. Las noticias positivas que hemos recibido respecto de nuestros desarrollos por parte de entes regulatorios son una muestra del esfuerzo cotidiano que hacemos para impulsar la innovación en Salud. En toda la región comercializamos 31 productos innovadores para las diferentes áreas terapéuticas y en la Argentina 22. Este año lanzamos en el país dos nuevos productos para atender a pacientes con enfermedad inflamatoria intestinal y angioedema hereditario. Contamos además con un Laboratorio de Control de Calidad de vanguardia, que inauguramos en 2019 y requirió una inversión de

u$s 10 millones.
3 Contar con políticas de salud a largo plazo que brinden previsibilidad es fundamental para contribuir a sistemas de salud sostenibles, así como la colaboración entre academia, sector público y privado. En este sentido, en Takeda creemos que la medicina basada en valor puede ayudar a los sistemas de salud a brindar más beneficios a los pacientes y a la sociedad asignando los recursos de una forma más eficiente. Facilitar el acceso a la innovación a más personas es uno de los desafíos compartidos por los sistemas de salud a nivel regional y en el que centramos nuestros esfuerzos para mejorar radicalmente la calidad de vida de los pacientes. Para lograr esto, es clave el trabajo conjunto entre el sector público y el privado.

Medios de comunicación

El Cronista



Christian Findling

Director general

EL CRONISTA

1 Aunque 2023 se presenta como un año complejo por el proceso electoral, El Cronista tiene por delante un horizonte de crecimiento y expansión. A nivel interno, aspira a ubicarse como el cuarto medio en lectores de la Argentina, un hito si se tiene en cuenta que es un medio especializado. Su posicionamiento será reforzado con una presentación digital más dinámica que facilite su lectura y haga más atractiva la oferta de notas de su programa de suscripciones Members. Ampliar la presencia de la marca a mercados externos es otro objetivo para este nuevo ejercicio.
2 El salto de la inflación complicó la gestión de la compañía, ya que encareció los costos y dificultó los procesos financieros y administrativos. Del mismo modo, las trabas a la importación fueron un obstáculo considerable para la compra de un insumo crítico, como el papel color salmón que utiliza el diario. El año va a terminar con un balance muy positivo, ya que las acciones desplegadas por todas las áreas de la compañía para ganar audiencia, así como las sinergias logradas con el grupo América, permitieron consolidar el liderazgo de cronista.com como el medio de economía y negocios en idioma español más leído del mundo. El proceso de suscripción digital, lanzado en enero, ha logrado superar los objetivos pautados para 2022. El diario también adquirió una presentación más ágil través de un rediseño que incluyó la modernización de su identidad visual. Eventos se destacó como una de las unidades de negocios más dinámicas junto con Brand Content.
3 Estabilizar la macroeconomía es sin duda un factor que favorecerá a la actividad económica. Todos los sectores requieren reglas de juego previsibles y una menor presión tributaria que estimule su crecimiento.

AUDIOVISUALES



Darío Turovelzky

SVP, director general de Paramount Hub Latam Sur

PARAMOUNT

Empleados: 1700
1 Nuestro objetivo es ser uno de los jugadores líderes de entretenimiento en el Cono Sur. Somos una empresa creadora de experiencias y apostamos a contenidos originales y de alta calidad que nos permiten construir un puente entre las distintas audiencias y nuestros socios. A través de contenidos de calidad internacional con los mejores talentos y producciones tanto locales como globales, buscaremos seguir incrementando nuestro foco digital con un crecimiento en deportes -donde ya hemos ingresado con la adquisición de derechos para la Conmebol Libertadores para América latina y La Roja en Chile- y en todas nuestras líneas de negocio. Contamos con un gran ecosistema que nos permite retroalimentar cada uno de nuestros proyectos: las señales de tv abierta como Telefe y Chilevisión, nuestros servicios de *streaming* -}–Paramount+ y Pluto TV–, canales de televisión paga- MTV, Comedy Central, Nickelodeon y Nick Jr, productos licenciados de consumo, live events, deportes y nuestro estudio propio de producción de contenidos. Todo esto enmarcado en una política de diversidad e inclusión como pilares fundamentales en la cultura de nuestra compañía. Tenemos el firme compromiso de seguir sumando y conformando equipos de trabajo heterogéneos para que nuestros contenidos sean cada vez más representativos, en definitiva, más universales.
2 Este está siendo un año muy positivo para nuestra compañía. Me gusta pensar en los desafíos a los que nos enfrentamos en lugar de obstáculos. Sin duda, este año se vio lleno de cambios, desde nuestro nuevo nombre como Paramount, dejando atrás ViacomCBS, hasta la integración con los nuevos integrantes de nuestra familia; Chilevisión. Somos afortunados de contar con los mejores equipos para enfrentar todas las nuevas realidades y que los cambios se generen de manera gradual, ofreciendo toda la información posible a nuestros integrantes. En términos de balance, el 2022 fue un año de crecimiento en todas nuestras marcas y líneas de negocios. Desde nuestras plataformas de *streaming* hasta nuestros canales de televisión abierta que siguen siendo lideres tanto en la Argentina como en Chile a la incorporación de deportes como línea de negocios. Hemos adquirido derechos deportivos para traer el futbol de la Conmebol Libertadores después de mas de 20 años a la TV abierta en Argentina y Chile, y hemos incrementado notablemente nuestra base de suscriptores de Paramount+ como así también la base de usuarios de Pluto TV. Y todo esto, con el foco en desarrollar y producir los mejores contenidos en cualquier parte del mundo, para audiencias tanto locales como globales. Todos nuestros logros, nos hacen



afirmar que estamos en el camino correcto y que si bien, tenemos mucho por hacer, lo que hemos hecho hasta el momento funciono de forma perfecta.
3 En un contexto donde el mundo consume y demanda cada vez más contenidos, y siendo América latina un pilar donde existe excelente talento y calidad en toda la industria audiovisual, creemos que es necesario contar con los estímulos correctos para ser competitivos en la región, y transformarnos en exportadores de contenidos para todo el mundo. Algunos países como Colombia y Uruguay por nombrar algunos, tienen fuertes campañas de estímulo al desarrollo de esta industria. Si bien en la Argentina ya tenemos algunos primeros esfuerzos en este sentido, como en la provincia de Mendoza o en la ciudad de Buenos Aires, tenemos que seguir trabajando en esta línea. Si logramos hacer lo mismo en el resto de la región, con el nivel de guionistas, creativos, actores, actrices, técnicos, directores, productores, y la infraestructura que tenemos, estoy convencidos que nos permitirá crecer y no solo llevar nuestro contenido a todo el mundo, sino poder ser pilares de desarrollo de contenido internacional para el mundo. Este tipo de políticas, nos permiten proyectar una industria sustentable hacia delante, en un mundo cada vez más exigente y competitivo



Gustavo Isaack
Presidente

TORNEOS

Empleados: 700
1 Nuestro principal objetivo para el próximo año es continuar nuestro plan de crecimiento y expansión para consolidar el posicionamiento de Torneos en la región como referente en la producción y generación de contenidos para la industria del entretenimiento. Iniciamos exitosamente nuestras operaciones propias en Colombia y 2023 será un año clave para seguir desarrollando nuestra propuesta de valor en ese mercado y ampliando nuestra presencia y negocios en otros países de América latina, entre ellos Brasil. También continuaremos con la organización integral de algunos de los eventos deportivos más importantes del país como el Córdoba Open ATP250, el Challenger de Buenos Aires y la Copa Argentina.
2 Es un año especial porque celebramos nuestro 40 aniversario y estamos trabajando fuertemente en nuestros planes de desarrollo de nuevos negocios y de expansión regional en la industria del entretenimiento. Tuvimos una gran recepción en Colombia con la inauguración de oficinas y estudios propios, donde ya producimos mil horas de contenido original; y recibimos la autorización como programadora internacional en Brasil para transmitir la señal de contenido deportivo “D Sports”, otro paso fundamental para el crecimiento de Torneos en la región. También sumamos nuevos contenidos de ficción con la coproducción de la película Pensamiento Lateral, el estreno de la serie Contigo Capitán y el anuncio de nuestra tercera biopic. Y cerramos el año con la producción de la Copa del Mundo.
3 Por un lado, necesitamos políticas públicas que generen mayor previsibilidad y estabilidad a nivel general. En lo relativo a nuestro sector, un punto clave es contar con medidas que contribuyan a mejorar la competitividad, así como con incentivos específicos para impulsar el desarrollo de contenidos en el país.

Mercado de Capitales



Juan F. Politi
Vicepresidente

ALLARIA LEDESMA & CIA.
Facturación (e.) 2022: $ 4230 millones
Facturación (p.) 2022: $ 7200 millones
Empleados: 237
1 Desde hace algún tiempo Allaria viene ampliando su actividad hacia la participación directa en economía real, asistiendo en especial al sector Pyme a través de Argenpymes, invirtiendo en desarrollos inmobiliarios y en el sector agrícola y espera incrementar esa tendencia, para acercar al mercado de capitales a las necesidades propias del desarrollo de la actividad económica del país. Ello, con el propósito de consolidar el rol de actor financiero local de gran relevancia en un contexto de alta inestabilidad, en el cual, los activos reales se convierten en importantes refugios de valor. Asimismo pondremos a disposición de nuestros clientes todas las alternativas disponibles así como la tecnología necesaria, para transitar un período que sin dudas será desafiante en términos financieros para cualquier actividad.
2 La falta de un rumbo macroeconómico firme, y la inestabilidad de las políticas económicas durante el transcurso del año, pusieron el foco extremadamente concentrado en el corto plazo y en la cobertura de los riesgos, con una dificultad manifiesta en proyectar tendencias de más largo plazo. Aun así, el crecimiento fue continuo, y la búsqueda de oportunidades en sectores complementarios a la actividad financiera central, no se detuvo y se fue adaptando a las posibilidades que se presentaron ante una Argentina cíclica que nos obliga a prepararnos para nuevos escenarios permanentemente.
3 Si bien se ha intentado desarrollar un mercado de capitales local profundo, más por necesidad de financiamiento del sector público que como una convicción de política de Estado, las regulaciones restrictivas han tenido un excesivo protagonismo. Un plan de estabilización requiere de una adecuada variedad de productos locales disponibles para canalizar el ahorro y la inversión hacia el financiamiento de la economía real, que hasta el momento han crecido según la necesidad de cobertura ante la inestabilidad reinante. Una manifestación de los candidatos presidenciales, en favor del cumplimiento de los compromisos financieros tomados por un Gobierno, por aquel que lo suceda, sin importar el signo político, sería un enorme espaldarazo para un mercado local robusto y con capacidad de financiar con el ahorro doméstico, tanto a un sector público ordenado, como a la iniciativa privada que hace crecer nuestro PBI, tal como ocurre en nuestros países vecinos.



Gonzalo Pascual Merlo
CEO de BYMA

BOLSAS Y MERCADOS ARGENTINOS SA (BYMA)
Facturación (e.) 2022: $ 6500 millones
Facturación (p.) 2022: $ 13.500 millones
Inversiones 2023: $ 1700 millones
Empleados: 400
1 Para 2023 tenemos definida una estrategia clara de hacia dónde queremos ir y cómo llegar hasta ahí, con foco en la innovación y la tecnología; las finanzas sostenibles; la educación financiera; el desarrollo de alternativas de inversión; y la inversión en el ecosistema emprendedor. Algunas de las acciones que venimos llevando adelante marcan un punto de partida para lo que viene: la bonificación automática por *day trading* para las operaciones de acciones (35%) y cedear (30%), y la bonificación hasta diciembre el 50% de los derechos de mercado para opciones de cedear. Continuaremos avanzando en el reemplazo del sistema central de custodia por Nasdaq, lo cual tendrá beneficios significativos para los múltiples actores. Y en nuestra estrategia de innovación abierta que en 2022 trajo grandes novedades: lanzamos BYX Ventures, nuestro Fondo CVC para acompañar al ecosistema emprendedor. A su vez, estamos trabajando en algunas

iniciativas cripto, además de promover las finanzas sostenibles a nivel local y un mayor conocimiento sobre el mercado de capitales para que toda la sociedad argentina pueda acceder.

2 Cuando la economía está atravesando fluctuaciones, como un cuerpo que tiene una afección, el mercado de capitales como sistema nervioso también sufre. Desde hace unos años, la macroeconomía no acompaña en general el desarrollo de nuevos negocios y eso genera desafíos. En BYMA afrontamos este escenario con un objetivo claro: aprovecharlo como una oportunidad para reducir el *gap* que teníamos con otros mercados del mundo. El resultado fue crecimiento. Logramos concretar múltiples proyectos en los distintos ejes de nuestra estrategia y todavía creemos que tenemos muchas nuevas posibilidades para capitalizar en pos de transformar la inversión en trabajo y desarrollo. A nivel equipo, nos encontramos con un desafío: estar cerca de nuestros colaboradores y seguir construyendo cultura BYMA con un modelo de trabajo híbrido, que combina lo *online* y lo presencial. Los resultados son muy buenos, y eso nos invita a pensar permanentemente cómo seguir acompañando el desarrollo profesional y la motivación en este nuevo escenario en el que hay un dinamismo de talento mucho mayor respecto a años anteriores

3 Venimos trabajando con el regulador para simplificar los procesos de acceso al mercado de capitales, ofreciendo condiciones que se adapten a la naturaleza de los negocios de hoy en día. Todavía quedan pasos por delante en pos de actualizar algunas reglas que se remontan a modelos de negocios que ya no están vigentes en la actualidad. De cara a 2023, los próximos meses están signados localmente por definiciones políticas. Desde BYMA nos venimos preparando para que ante los distintos escenarios posibles podamos brindar las mejores condiciones para que acuerden negocios la oferta y la demanda. Para esto, venimos trabajando mucho internamente para reconvertirnos y ser cada vez más rápidos y eficientes. El objetivo es que, si las condiciones cambian, estemos preparados para afrontar ese cambio de entorno de la mejor manera y no perder ninguna oportunidad. Y en este abordaje, la tecnología nos brindará la escalabilidad necesaria. Trabajamos para colaborar con un mercado de capitales más tecnológico, accesible y desarrollado en pos de transformar la inversión en trabajo y desarrollo para la Argentina.



Diego Trucco

CEO de Latin Securities.

LATIN SECURITIES

Facturación (e.) 2022: $ 1700 millones

Facturación (p.) 2023: $ 1800 millones

Empleados: 48

1 Tenemos grandes expectativas para 2023, año en el que esperamos capitalizar muchos de los cambios implementados recientemente. Como hecho emblemático de lo anterior, en octubre de 2022 nuestra sociedad dejó de llamarse AR Partners para adoptar un nuevo nombre, Latin Securities. El cambio fortalece la identidad de nuestro grupo, personifica mejor la naturaleza de nuestros negocios tradicionales y nuestra reciente expansión hacia nuevos clientes y mercados. Adicionalmente, esperamos en 2023 un creciente interés por parte de inversores extranjeros por activos argentinos y nuevas oportunidades de financiamiento para empresas. Esta tendencia, sumada a una potencial normalización en el escenario global, nos encuentra muy buen posicionados. No solo hemos mantenido nuestro liderazgo entre inversores institucionales extranjeros y en el sector corporativo local, sino que hemos fortalecido significativamente nuestros equipos, incorporando *seniority* de alta calidad y experiencia, mejorado nuestra capacidad y plataforma de ejecución y expandido hacia nuevos segmentos y clientes.

2 Nuestros desafíos en 2022 estuvieron concentrados principalmente en dos frentes. Por un lado, el fin de la pandemia y una creciente competencia en nuestra industria por recursos humanos de alta calidad nos obligó una vez más a repensar y replantear nuestros procesos y organización de trabajo, tomando las lecciones e incorporación de tecnología logrados durante estos años, sin olvidar la importancia de la presencialidad en la oficina e incorporando las nuevas aspiraciones de nuestros equipos. Latin Securities optó por un modelo flexible, con excelentes resultados tanto de eficiencia para la firma, pero principalmente muy valorado y reconocido por nuestros empleados. Por otro lado, el escenario macroeconómico, no solo local sino principalmente internacional, tuvo gran impacto sobre el comportamiento de los mercados, introduciendo como siempre un factor de volatiliad en nuestro negocio. Independientemente de los desafíos enumerados arriba, 2022 representó un año de grandes avances para nuestro grupo y ha sido excepcionalmente positivo. Sumado a la consolidación de nuestra nueva identidad corporativa, hemos incorporado recursos humanos con mucha experiencia y seniority en áreas estratégicas y hemos sido exitosos en implementar nuevas tecnologías y procesos e introducido algunos cambios en nuestra estructura y organización. Todo lo anterior nos ha permitido retomar y mantener nuestro liderazgo en nuestros segmentos habituales, ha repercutido en la expansión hacia nuevos segmentos, en mejoras de eficiencia y en la rentabilidad de nuestros negocios.

3 En Latin Securities valoramos toda política pública orientada a lograr estabilidad macroeconómica y monetaria, factor fundamental y más importante que las regulaciones específicas del sector para el desarrollo del mercado de capitales. Seguimos creyendo que es la mejor fuente disponible para ofrecer financiamiento de mediano y largo plazo al sector productivo.



GRUPO PEREZ COMPANC
EL VALOR DE HACERLO BIEN

Tomás Godino
CEO

MAE (MERCADO ABIERTO ELECTRÓNICO)
Empleados: 120

1 El principal objetivo de MAE para 2023 es continuar siendo protagonistas en el mercado de capitales, y a su vez brindar servicios y soluciones cada vez mejores para las operaciones financieras de nuestros clientes, a través de la tecnología, el talento y la excelencia operacional. Asimismo, nuestros principales proyectos están destinados a ofrecerles nueva variedad de productos a los clientes con el objetivo de ampliar la oferta de fuentes de financiamiento e inversión

2 El principal desafío que se nos presentó en 2022 fue consolidar el equipo de trabajo. Hoy contamos con un gran grupo que es protagonista del propósito de la compañía. Estamos por concluir un gran año donde implementamos y tenemos encaminados proyectos importantes que nos permitirán continuar brindando un servicio de excelencia a nuestros clientes

3 Las principales políticas públicas que impulsarían a nuestro sector serían las relacionadas con la estabilización de las variables macro como la inflación y el tipo de cambio. De esta manera, se reduciría la incertidumbre y se daría lugar a un mayor apetito hacia las inversiones en productos financieros. En este contexto, nuestro rol es el de trabajar en conjunto con el resto de la industria a fin de facilitar el acceso al mercado de capitales y crear nuevos productos financieros que canalicen el ahorro y la inversión como herramientas para el desarrollo de la economía real.

Minería



Marcelo Álvarez
Director Ejecutivo

BARRICK GOLD
Facturación (e.) 2022: u$s 750 a 850 millones, según la guía de producción informada al mercado, de entre 440.000 a 480.000 onzas de oro
Empleados: 1455 directos y 4162 en total sumando indirectos.

1 En el año 2023 se continuará la expansión del valle de lixiviación para extender la vida útil de Veladero y la compra de equipamiento para mantener la operación. Además, el trabajo integrado del equipo de exploración en el distrito de Veladero ha identificado cuatro objetivos de alto interés que serán evaluados con campañas de perforación que comenzaron en octubre de 2022.

2 Como recientemente declaró Mark Bristow, CEO y Presidente de Barrick, en sus visitas a San Juan, en Veladero hemos observado cómo la actual situación financiera de la Argentina, con restricciones monetarias, inflación e impuestos, se combina con la crisis financiera mundial para crear riesgos para el plan de la mina. Como ejemplo, la inflación que superó el movimiento del tipo de cambio llevó los costos salariales y de contratistas a incrementos considerables.

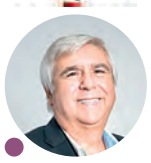
3 La Argentina tiene una ley muy buena para las inversiones mineras, que se ha utilizado durante muchos años, y tiene todo lo que se necesita. Hay que volver a las bases y aplicar la estabilidad fiscal. El gobierno de San Juan mantiene una visión y política clara para desarrollar la actividad, pero se necesita el soporte del gobierno nacional para poder acceder a divisas para pagar a los inversores y los insumos para producir. Barrick cree en la Argentina y quiere reinvertir, pero esa capacidad se ve restringida si los activos en el país no producen dinero.



Juan Manuel Bastos
CEO

COMPAÑÍA MINERA AGUILAR SA
Facturación (e.) 2022: u$s 12 millones
Facturación (p.) 2023: u$S 70 millones
Inversiones (p.) 2023: u$s 30 millones
Empleados: 330

Pinturas



Claudio Rodríguez
Director de Administración y Finanzas

SINTEPLAST
Facturación (e.) 2022: u$s 204.4 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 215 millones
Inversiones 2023: u$s 3,2 millones
Empleados: 850

1 En el ámbito productivo, es poder concluir con la reconstrucción de la planta de resinas situada en San Luis y las inversiones que se están realizando en las plantas. En cuanto a nuestros colaboradores y valores, lanzamos este año nuestro nuevo código de ética, acompañado por una política de género, diversidad y acoso laboral y proyectamos para el año que viene poder capacitar a los más de 1200 empleados que tenemos en las 8 plantas de la región. A su vez, el próximo año esperamos concretar el lanzamiento de nuestro primer reporte de sustentabilidad. En materia económica, mantener el volumen y rentabilidad, crecer en varias unidades de negocios como construcción y ampliar su *portfolio* de productos.

2 Los principales obstáculos sin dudas han sido vinculados al contexto económico que se está viviendo no solo en la Argentina, sino en todas partes del mundo. Estamos frente a una realidad inflacionaria fuerte, aumento de precios y falta de materias primas. El balance en general es positivo, en Sinteplast siempre apostamos a seguir creciendo y a construir futuro con pequeños pasos. Este año invertimos más de u$s 10 millones en diferentes obras que nos van a permitir seguir siendo líderes en el mercado.

3 Macroeconomía ordenada, bajar inflación, Inversión y desarrollo. Ningún sector industrial puede crecer por sí solo, dado que entre todos generamos una cadena productiva y nos abastecemos mutuamente con los productos. Para esto, es fundamental que las pymes tengan mayores incentivos para nacer y crecer, que haya medidas federales que potencien a las empresas situadas en todos los rincones de nuestro país y sin dudas que haya más inversión, desarrollo y la posibilidad de contar con mayor previsibilidad respecto de la importación y exportación de materias primas y productos terminados.

Química y petroquímica



Renata Milanese
Directora general de BASF para Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay

BASF ARGENTINA
Empleados: 606

1 En BASF sostenemos que la digitalización presenta grandes oportunidades: al utilizar tecnología y datos creamos valor adicional para nuestros clientes y aumentamos la eficiencia de nuestros procesos. Por ejemplo, fuimos la primera compañía química en tener plataformas de *e-commerce* que ofrecen productos a más de 13 industrias. Para 2023 esperamos aumentar el alcance de nuestras tecnologías que se extienden desde una calculadora de huella de carbono o un dispositivo que reconoce tipos de plásticos, hasta nuevos materiales para la industria de la construcción. Como

compañía química líder a nivel mundial con más de 70 años en Argentina tenemos el compromiso de generar y liderar un cambio importante en materia de innovación, acercándoles a nuestros clientes productos cada vez más sustentables.

2 BASF es una compañía química que cuenta con 11 divisiones de negocio que a su vez impactan en la cadena de valor de más de 30 industrias, es por eso que cada unidad tuvo distintas realidades este año. Por momentos algunos negocios tuvieron dificultades con el ingreso de materiales o insumos importados, pero cuya demora pudimos solucionar a partir de un diálogo fluido con las autoridades. El balance del año es sumamente positivo teniendo en cuenta que es el primer año completo de adaptación luego de la pandemia. Solo por nombrar algunos hitos, pudimos llevar a cabo la inauguración de nuestro Centro de Desarrollo Tecnológico en la localidad de Rojas, y seguimos abasteciendo al mercado local de novedosos productos con foco en el uso eficiente de recursos y el cuidado del medioambiente.

3 En BASF sostenemos que el diálogo y el trabajo articulado entre el sector privado y público es fundamental para lograr un progreso económico y social que impacte tanto en nuestros negocios como en las comunidades en donde tenemos presencia. En la Argentina, nuestro compromiso sigue siendo el mismo: acercar soluciones innovadoras y sustentables a nuestros clientes. Desde BASF nos centramos en atender al mercado local de manera competitiva y consideramos que el crecimiento sostenido en el largo plazo puede ser posible con el acompañamiento de variables macroeconómicas estables, que otorguen previsibilidad e impulsen la inversión.



Federico Schroer
Presidente

HENKEL ARGENTINA
Facturación (e.) 2022: $ 10.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 10.000 millones
Inversiones 2023: $ 50 millones
Empleados: 150

1 Henkel es uno de los principales proveedores mundiales de adhesivos, selladores y recubrimientos funcionales, con presencia mundial desde hace 146 años. Como compañía internacional tenemos objetivos y metas para acompañar el crecimiento de la empresa a nivel mundial y en América latina. La Argentina es uno de los mercados más importantes de la región, junto con Brasil. Nuestro objetivo siempre está enfocado en generar más puestos de trabajo y aumentar la rentabilidad. Concretamente para 2023, estimamos aumentar la producción local de la planta industrial en Chivilcoy. Tal como se reflejó en el primer trimestre del año, las ventas de Adhesive Technologies lograron un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, y se espera que se repita esta proyección para el último trimestre de 2022 y para todo 2023. Además, estamos trabajando en la redefinición de nuestro proyecto de sustentabilidad en Argentina y la región.

2 En 2022 Henkel a nivel mundial generó ventas totales de alrededor de 5300 millones de euros en el primer trimestre. Esto se debe a un importante crecimiento orgánico de las ventas del 7,1% en comparación con la expectativa media del mercado del 4,3%. El aumento fue impulsado principalmente por un desarrollo de precios muy fuerte, combinado con una ligera disminución en los volúmenes. En la Argentina, seguiremos trabajando con las unidades de Adhesive Technologies y Consumer, para seguir innovando y produciendo en el país. La compañía invirtió más de $ 120 millones durante este año para optimizar su producción local de tecnologías adhesivas, con el fin de atender principalmente el crecimiento de la industria automotriz y metalúrgica en el país.

3 El crecimiento de la industria automotriz y metalúrgica de Argentina acompaña el crecimiento de nuestra empresa. Eso nos impulsa a aumentar las ventas de manera orgánica, lo que se verá reflejado en el resto de las decisiones que tome la empresa a nivel mundial respecto a la Argentina y la región. Sería importante que las políticas públicas acompañen el normal funcionamiento de las actividades comerciales de nuestro negocio, estableciendo reglas claras que permitan la importación de los productos que no pueden ser producidos en nuestro país.



Matías Campodónico
Presidente Dow Argentina y Región Sur de América Latina

DOW ARGENTINA
Empleados: 868

1 Nuestro principal foco seguirá siendo abastecer el mercado interno y generar excedentes exportables, operando nuestras plantas de forma segura, eficiente y cada vez más sustentable. Hoy nuestras operaciones en Bahía Blanca se abastecen de alrededor del 40% de energía renovable y nuestra proyección es incrementar esta participación, así como el trabajo que venimos realizando para producir resinas recicladas. Nuestros accionistas, clientes y consumidores tienen un compromiso creciente con nuestro desempeño ESG y la compañía se ha puesto ambiciosas metas de sustentabilidad para 2030 y alcanzar la neutralidad en carbono en 2050. También vemos que el contexto geopolítico y energético global presenta oportunidades de crecimiento únicas para la Argentina.

2 En los últimos meses hemos asistido a un ordenamiento macroeconómico que nos permite pensar en un sendero de normalización, recuperación y gradual levantamiento de algunas de las restricciones externas vigentes. En un mundo nuevamente marcado por tensiones geopolíticas e incertidumbre económica resulta imprescindible que los argentinos logremos construir los consensos básicos



AGREGAMOS VALOR A LA ENERGÍA
Líderes en el procesamiento de Gas Natural de la Cuenca Neuquina
Compañía Mega S.A.
www.ciamega.com.ar
MEGA
COMPAÑÍA MEGA S.A.

necesarios para transformar los enormes recursos del país en riqueza para nuestra gente.

3 Las reservas no convencionales de la Argentina hacen que nuestra industria tenga un enorme potencial para agregar valor y diversificar nuestras exportaciones industriales. Para ello es fundamental avanzar en inversiones de infraestructura – como el gasoducto NK – que permitan aprovechar la ventana de oportunidad que presenta el actual contexto internacional.



Mauricio Filiberti
Owner

TRANSCLOR
Facturación (e.) 2022: u$s 220 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 300 millones
Inversiones 2023: u$s 30 millones
Empleados: 240

1 Desarrollo mercado del litio. Proyectos exportadores

2 Inflacion. Mercado cambiario. Importaciones y acceso al mercado de cambios

3 Estabilidad monetaria. Impulso a la industria.



Mauricio Russomanno
CEO

UNIPAR
Facturación 2022: u$s 242.426.000 (1er semestre)
Empleados: 560 directos + 500 indirectos

1 El crecimiento de los últimos años son buenos indicadores para la operación del próximo año. Unipar está en medio de una transformación completa a nivel corporativo, tanto desde lo operacional como lo cultural. En ese sentido, buscamos desarrollar oportunidades de crecimiento en tres verticales: expansión del core del negocio (cloro, soda cáustica y PVC), en Brasil, en la Argentina y en otras regiones; expandir los negocios adyacentes al core, y expansión en nuevos negocios del rubro petroquímico.

2 Durante 2022 el sector petroquímico logró mantenerse en crecimiento, lo que demuestra la importancia del rubro para el desarrollo económico del país. Unipar, como referente del sector y uno de los principales exponentes en América del Sur fue protagonista en esta tendencia. Hoy la empresa tiene una relación consolidada con clientes de múltiples sectores y aún está evaluando distintas posibilidades para crecer en el país.

3 Creemos que favorecer el desarrollo de la industria del litio y el desarrollo de Vaca Muerta son oportunidades únicas para el crecimiento del sector y del país. Se trata de sectores capaces de crear fuertes inversiones y generar puestos de trabajo y nosotros ya estamos abasteciéndolos de los insumos que necesitan para trabajar.

Retail y marketplaces

GASTRONOMÍA



Santiago Farinati
Director General de Alsea Cono Sur

ALSEA
Inversiones 2023: u$s 30 millones
Empleados: 6194

1 Somos una compañía cuyo ADN es siempre estar en constante crecimiento. Para el período 2022-2023 nuestro plan de inversión contempla u$s 30 millones y destina sus fondos principalmente a la apertura de tiendas, la remodelación de locales y la implementación de nuevas tecnologías. En los próximos dos años, planeamos abrir entre 8 a 10 tiendas de Burger King y Starbucks en Argentina. Además, renovaremos entre 15 y 20 locales por año. Asimismo, en Alsea Cono Sur permanentemente analizamos la posibilidad de ampliar nuestro portfolio o mismo de incorporar nuevos mercados, y cuando lo vemos posible apostamos por ello. Tenemos planeado continuar con nuestro plan de expansión, fomentando la empleabilidad en la región y estaremos atentos a las oportunidades que se nos presenten.

2 Luego de un 2021 en el que empezamos a salir de las adversidades que trajo la pandemia, vamos a cerrar un 2022 mejor, mirando hacia el futuro con mucho optimismo, con un volumen de las operaciones entre el 85% y 90% de lo que era prepandemia. La Argentina está teniendo una recuperación más avanzada que otros países de la región, en parte por el boom del consumo derivado de la inflación. Pero además, en Alsea supimos balancear la ecuación de valor para el consumidor argentino y trabajar muy bien el mix de productos, la innovación en la experiencia y la política de precios. El desafío que tendremos en 2023 va más allá y tiene que ver con nuestros clientes, quienes cada vez tienen más conocimiento sobre lo que consumen y exigen que las marcas estén a la altura de las circunstancias.

3 En Alsea Cono Sur reconocemos la importancia de la articulación de iniciativas público-privadas para promover el desarrollo de la industria. En ese marco, creemos que tenemos mucho para aportar en programas que fomenten el primer empleo y que impulsen la contratación de más colaboradores y colaboradoras. Asimismo, buscamos generar más oportunidades de inversión por lo que permanentemente revisamos las herramientas e impulsos que brinda el Estado. Se trata de un desafío que debemos trabajar en conjunto considerando que los incentivos a la creación de empleo son mecanismos que estimulan las inversiones. Desde nuestra compañía trabajamos para generar vínculos positivos con los Gobiernos de cada país y construir puentes con la comunidad, ejecutando acciones con impacto a largo plazo.



Eduardo Lopardo
Director General de Arcos Dorados Argentina

ARCOS DORADOS
Empleados: 15.627

1 Nuestros principales proyectos serán seguir apostando a la innovación (tecnológica, de procesos y productos), continuar renovando y modernizando la experiencia de nuestros consumidores en los restaurantes y, fundamentalmente, profundizar nuestro impacto positivo en lo social y ambiental para la Argentina. En este sentido, son una necesidad avanzar en nuestra estrategia ambiental y seguir creciendo, para así dar cada vez más oportunidades de empleo a nuestros jóvenes.

2 Un contexto global y local en lo económico muy desafiante a partir del inicio de la guerra, que tuvo altísimo impacto en las economías de todo el planeta. A pesar de estos desafíos, nuestra recuperación ha sido muy positiva y estamos muy satisfechos con los avances logrados.

3 Independientemente de las políticas públicas vigentes, Arcos Dorados es una compañía que proyecta y planifica a largo plazo, lo que nos permite trascender al gobierno o coyuntura. De todos modos, cualquier apuesta vinculada a facilitar el empleo, siempre será bienvenida porque somos la mayor generadora de empleo joven y formal de la Argentina.

MARKETPLACES



Juan Martín de la Serna
Presidente de MercadoLibre Argentina

MERCADOLIBRE
Empleados: 9450 (a julio de 2022)

1 El desarrollo tecnológico y la innovación basada en conocimiento seguirán siendo nuestro foco prin-

cipal, como el motor de la transformación positiva que impulsamos para mejorar el presente y el futuro de millones de personas en Argentina y la región. Continuaremos robusteciendo nuestro ecosistema de comercio, con nuevas soluciones que mejoren la experiencia de nuestros usuarios, para acercarles nuevas formas de comprar, vender, desarrollar sus negocios, entretenerse y conectarse.
A su vez, Mercado Pago seguirá posicionándose como la cuenta digital más completa, desde los pilares de pagos y transferencias, créditos, inversiones y seguros; con soluciones y servicios con impacto positivo en la inclusión y la educación financiera de millones de personas.
2 A pesar del contexto macroeconómico desafiante y de las trabas regulatorias, sindicales, impositivas y logísticas de nuestro país; 2022 fue un año de crecimiento para el comercio electrónico y la digitalización de las finanzas. Miles de argentinos se animaron a comprar, a vender, a pagar, a invertir su dinero a través de nuestro ecosistema y eso nos llena de orgullo.
Además, somos una de las empresas que más empleo privado ha generado en el último año, con el enorme desafío de atraer, desarrollar y retener al mejor talento que nuestra industria demanda. Sin dudas, debemos prepararnos para asumir los retos de un nuevo mundo laboral que necesita ser repensado porque plantea nuevos desafíos contractuales y de seguridad social.
3 Creemos que todavía hace falta que haya mayor previsibilidad, reglas claras y más políticas de Estado que acompañen el genuino desarrollo del sector a largo plazo. Nuestro punto de vista es claro y conocido, la innovación basada en conocimiento tiene un rol clave en la multiplicación de oportunidades, en el desarrollo económico-productivo de nuestro país y en la generación de empleo de calidad. Por eso, creemos fundamentales políticas como la Ley de Economía del Conocimiento.
Como contracara, necesitamos repensar los marcos regulatorios que acompañen los nuevos esquemas de trabajo que impulsa la industria. Considero que tenemos que analizar el tema con muchísima responsabilidad y generar consensos básicos entre sectores.



Santiago Sosa

CEO y cofundador

TIENDANUBE

Empleados: + 1000
1 Nuestro foco está en continuar fortaleciendo al ecosistema emprendedor de la región y contribuir para eliminar las barreras de emprender, a través de una plataforma robusta que brinde múltiples opciones y herramientas que faciliten la gestión y el desarrollo de los negocios. Apostamos a continuar siendo la plataforma de *e-commerce* más elegida por emprendedores, pymes y grandes marcas para potenciarlos y motivarlos no solo a dar el salto, sino también a continuar avanzando y creciendo para transformar sus sueños en historias que trascienden. Todavía nos queda mucho por crecer y allá vamos: buscamos ampliar la operación en los países en los que operamos, seguir haciendo crecer el equipo atrayendo a los mejores talentos, integrando las mejores opciones de gestión, envíos, pagos y marketing para nuestros clientes y entregar tecnología del más alto nivel disponible para todas las marcas que eligen nuestra plataforma.
2 Este fue un año de crecimiento y grandes desafíos para Tiendanube y los negocios que nos eligen, ya que estamos frente a un mercado pujante, en desarrollo y que nos alegra decir que es cada vez más competitivo, además de estar frente a un consumidor más digital, omnicanal y por consiguiente cada vez más exigente. Este año, contamos con dos grandes lanzamientos: Tiendanube Evolución, nuestra nueva unidad de negocio para medianas y grandes empresas argentinas, la cual obtuvo una inversión de u$s 6 millones. Y pronto estaremos anunciando una gran noticia en lo que queda del año que, sin dudas, impactará en el ecosistema.
3 Iniciar el camino emprendedor es desafiante tanto en Argentina como en el mundo. Somos conscientes de que es necesario trabajar en equipo múltiples actores relevantes del ecosistema (sectores públicos y privados), en el impulso de políticas que posibiliten la educación, particularmente en la economía del conocimiento, de manera de que podamos contar cada vez más con profesionales capacitados para los trabajos que serán los más relevantes en las próximas décadas.

RETAIL



Germán Di Carlo

Presidente y CEO

ALOT

Facturación (e.) 2022: $ 2900 millones
Facturación (p.) 2023: $ 5000 millones
Inversiones 2023: $ 90 millones
Empleados: 160
1 Esperamos un 2023 con una situación macroeconómica similar a la del 2022, en la que apostamos a crecer tanto en el segmento corporativo como en el segmento de retail. Estamos lanzando una nueva propuesta de valor para el segmento pyme, que ha tenido cambios en el comportamiento de compra post pandemia. Durante el año 2023 consolidaremos los cambios organizacionales que comenzamos en 2021, que nos permitirán tener un mayor dinamismo en los diferentes posesos claves de la compañía. Los cambios apuestan a la simplificación y puesta en marcha de proyectos de sistemas que nos enfocan aun más en la relación con nuestros clientes a través de la innovación y el servicio.
2 Durante 2022 el principal obstáculo fue el abastecimiento de producto de manera continua, junto a los cambios de precios permanentes. El segmento de consumidor final fue el que se vio más afectado fruto de la caída en el salario real. La



aceleración de la inflación implicó un reacomodamiento de plazos de cobro y de plazos de pago, que son propios de la coyuntura y que se vieron en todas las industrias. A pesar de la incertidumbre política y económica, se comenzaron a encontrar nuevos puntos de inestable equilibrio según la industria. Los desafíos aceleraron procesos de cambio e innovación en la empresa que permiten comenzar el 2023 alineados con la realidad que creemos nos tocará enfrentar.

3 Desde hace tiempo existe un problema de precios relativos, que excede al tipo de cambio y afecta la producción y el consumo. Este desfasaje se vio acentuado por la inflación, que se da de manera asimétrica entre productos, servicios y salarios. Creo que con independencia de los problemas de corto plazo se debe buscar la forma de encontrar puntos de equilibrio sin intervención excesiva. La simplificación en el modelo impositivo quitaría complejidad para operar en el país. Un punto fundamental es trabajar contra la evasión fiscal, de manera de eliminar la competencia desleal entre quienes pagan y quiénes no. La recaudación fiscal crecería con una correcta fiscalización y esto permitiría una reducción de la presión fiscal general, haciendo más competitivo nuestro país.



Andrés Parisier
CEO de Bigbox

BIGBOX
Facturación (e.) 2022: u$s 25 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 40 millones
Inversiones 2023: u$s 10 millones
Empleados: 200

1 En Bigbox continuamos fomentando la cultura y valores del acto de regalar, a través del diseño de productos tecnológicos para regaladores, agasajados y partners, lo que facilita la vivencia de experiencias de calidad representativas/aspiracionales de las ciudades donde operamos y les agrega valor a nuestros partners para que amplíen su operación y cumplan su propia misión. En este sentido continuaremos invirtiendo en nuestra tecnología para que cada vez sea más simple regalar y vivir un momento inolvidable.

2 Dentro de los principales obstáculos consideraríamos principalmente el contexto económico tanto latinoamericano como mundial que tuvo un efecto muy grande en términos de incorporación de talentos y adaptación de cada mercado a circustancias desconocidas. Puntualmente contratando talento para tecnología, si consideramos el trabajo remoto global, ha sido un gran desafío. Tenemos un buen balance y hemos logrado una profunda reorganización de la compañía para afrontar los desafíos que encontramos en cada contexto.

3 Un beneficio para el consumo de servicios generalizados, políticas que ayuden a equiparar las propuestas locales con las globales para talentos.



Martín Castelli
Presidente

BLUE STAR GROUP
Facturación (e.) 2022: $ 24.891.692.794 (bruta)
Facturación (p.) 2023: $ 40.573.459.253 (bruta)
Inversiones 2023: $ 380 millones
Empleados: 1836

1 Tenemos muy buenas expectativas y grandes proyectos para el próximo año. Estamos trabajando para llegar a tres nuevos países en América latina y duplicar nuestra producción en la Argentina.

2 Este 2022 fue un buen año para nuestra compañía. Al tener presencia en siete países, lógicamente alcanzar el equilibrio pospandemia en cada uno de ellos fue un desafío que tuvimos que superar y así poder estar listos para una nueva ola de crecimiento a nivel mundial.

3 Es sumamente importante que se siga fomentando el fortalecimiento de la industria del conocimiento y así poder aprovechar el talento local.



Pablo Lorenzo
Director General de Carrefour Argentina

CARREFOUR
Empleados: 17.000

1 En Carrefour seguiremos estando cerca de las familias argentinas atentos a las expectativas y las demandas del consumo ofreciendo nuestros Productos Carrefour al mejor precio y calidad y el más amplio surtido en nuestras más de 600 sucursales. También seguiremos fortaleciendo nuestra estrategia de omnicanalidad que convive con un modelo de expansión federal, seguiremos expandiendo los formatos Maxi y Express y seguiremos sumando funcionalidades a nuestro canal de ventas *online* www.carrefour.com.ar para ofrecer un servicio cercano y que los clientes sientan que están en nuestras tiendas físicas haciendo sus compras.

2 En un contexto en el que las familias argentinas buscan el mejor precio a la hora de hacer sus compras, en Carrefour tenemos el objetivo de seguir pensando propuestas accesibles al mejor precio y calidad, en ese sentido seguimos trabajando con pymes para poder seguir brindando la mayor variedad de surtido garantizando precio sin perder la calidad. También seguimos repensando nuestro negocio para reducir nuestro impacto ambiental y ser cada día más sustentables, como Grupo tenemos el objetivo de alcanzar la neutralidad en carbono para 2040. En Carrefour nos adaptamos y evolucionamos a las necesidades de nuestros clientes y clientas para seguir brindando servicios, productos y alimentos de calidad accesibles para los más de 150 millones de personas que nos visitan por año.

3 Políticas orientadas al desarrollo de pymes y al estímulo productivo de alimentos saludables.



Agustín Ibero
CEO

DIA ARGENTINA
Inversiones 2023: u$s 100 millones (período 2021-2023)
Empleados: +3500

1 El 2023 representa un año de aceleración hacia el crecimiento para Dia en Argentina y a nivel global. Un compromiso compartido por todos los que formamos parte de esta compañía, es la concreción de la etapa final del plan que iniciamos hace dos años, centrado en la renovación total de nuestro parque de tiendas, en la apertura de un nuevo centro de distribución, en la expansión de nuevas tiendas, en la generación de nuevos puestos de trabajo -directos e indirectos- y continuar con el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas argentinas que proveen nuestra marca propia. Seguiremos trabajando con una hoja de ruta clara para consolidarnos como el verdadero comercio de proximidad para los argentinos. Nuestra ambición es ser la tienda de barrio que facilita a nuestros clientes una experiencia de compra fácil y rápida, cerca de casa y con una oferta de productos de calidad al mejor precio. Los desafíos del entorno actual también suponen una oportunidad para que nuestra propuesta de cercanía continúe fortaleciéndose.

2 En Dia nos hemos propuesto estar cada día más cerca de la gente, con una oferta accesible, de calidad y al mejor precio. Tras 25 años en el país, en Dia contamos con la flexibilidad para adaptarnos y responder con rapidez a los desafiantes contextos que presenta Argentina. Vemos el reflejo de este trabajo en la renovación de la mitad de nuestro parque de tiendas y la apertura de nuevas tiendas, semana tras semana. Además, apoyados en una nueva propuesta de valor, logramos un sostenido crecimiento en cuota de mercado y el liderazgo

en la Ciudad de Buenos Aires.



Sebastián Miranda
CEO

FARMACITY
Empleados: 7200

1 Este año Farmacity cumple 25 años en el país, impulsando ese mismo gen emprendedor que la hizo nacer, y que le ha permitido alcanzar un liderazgo y reconocimiento en este cuarto de siglo. En este aniversario, la compañía asumió el desafío de repensar su modelo de negocio con impacto social y el cuidado del medioambiente y se propuso ser un actor clave en la regeneración del tejido social, con el fortalecimiento de vínculos y la cocreación de soluciones de desarrollo sustentable en asociación con otros actores. En ese camino nos focalizamos en transformar nuestro modelo organizacional centrado en el cliente para poder acelerar el crecimiento diversificado en diferentes propuestas de *retail* de bienestar, sumamos modelos de crecimiento con fórmulas asociativas y potenciamos la presencia de nuestra red física de locales con una mejor experiencia omnicanal. Tenemos previsto sostener altos niveles de inversión en los próximos años para seguir evolucionando nuestros locales de farmacia y continuar expandiendo los nuevos modelos de negocio Simplicity, Get The Look y The Food Market. Esto nos permitirá continuar construyendo oportunidades de empleo de calidad para ayudar al desarrollo de las comunidades en donde operamos con foco en los sectores más vulnerables.

2 Este año nos deja un balance sumamente positivo: avanzamos en nuestra transformación organizacional, y recuperamos el ritmo de crecimiento con una inversión de $ 4000 millones que destinamos a reaperturas y ampliaciones de locales existentes, nuevas aperturas para todos nuestros modelos comerciales y en la mejora de nuestras plataformas digitales. En línea con nuestra vocación de acercar propuestas de bienestar desarrollamos iniciativas de crecimiento en asociación con otros actores. A raíz de esto, nace nuestra alianza estratégica con The Food Market, *startup* argentina con un destacado posicionamiento en el mercado de la alimentación saludable y sustentable que ofrece opciones sanas, variadas y accesibles. Además, en asociación con IBF Negocios, iniciamos operaciones en el Uruguay para desarrollar en el país nuestro exitoso modelo de negocios y multiplicar las opciones de oferta de productos de nuestra marca propia. Estos nuevos modelos se integran al ecosistema de negocios ya consolidado y vinculado al bienestar integral de las personas a través de su red de farmacias y de sus propuestas de valor como Simplicity, Get The Look y Farmacity.com en el país.

3 Farmacity es un agente clave en el vínculo que tiene la sociedad con la salud y el bienestar, y por ello es nuestro trabajo encontrar propuestas para acercarnos a nuestros clientes y pacientes. A lo largo de estos 25 años atravesamos diversos escenarios y lo más importante fue que nunca perdimos nuestro rumbo ya que los momentos complejos resultaron ser grandes espacios de aprendizaje que nos sacaron de nuestra zona de confort y nos permitieron crecer. En este sentido, siempre nos hemos adaptado a la legislación vigente y desde ese lugar tratamos de encontrar modelos para acercar nuestra propuesta de valor a la comunidad. Por eso estamos explorando fórmulas asociativas, donde podamos aportar el valor de nuestro saber hacer a terceros para juntos mejorar el servicio a la comunidad.



Martín Lemos
Gerente general de GDN Argentina

GDN ARGENTINA
Empleados: +9400 directos

1 En el 2023 continuaremos trabajando en el posicionamiento de nuestras marcas, nuestra propuesta de valor, así como de nuestra nueva plataforma MâsOnline.com.ar y nuestras nuevas unidades de negocio: MâsFarma y Mâs Autocenter. Asimismo, confiamos en poder terminar el proceso de recambio y presentación de nuestras marcas propias al mercado, así como la migración de todos nuestros sistemas operativos.

2 La primera mitad de 2022 quedó signada en nuestra historia institucional como el momento en el cual logramos reconvertir todas nuestras sucursales, como parte de la transformación tras la compra del Grupo de Narváez de las operaciones de Walmart en el país. En la segunda mitad del año, por otra parte, comenzó a evidenciarse una contracción en el *ticket* de compra de nuestros clientes, lo que nos desafió a profundizar dinámicas comerciales con una propuesta diferencial en materia de precio y surtido.

3 Es importante generar instancias de articulación público-privada para la promoción del consumo, la formalidad y el empleo registrado y de calidad, de manera tal de desarrollar un entorno competitivo que brinde más y mejores oportunidades para todos.



Federico Arslanian
Gerente General

LANDMARK
Facturación (e.) 2022: $ 4500 millones
Facturación (p.) 2023: $ 7300 millones
Inversiones 2023: $ 900 millones
Empleados: 280

1 Esperamos seguir con el crecimiento vertiginoso de la compañía manteniendo altos estándares de calidad de productos con niveles de experiencias únicas en nuestros locales. En cuanto a proyectos, ampliaremos la planta un 50% los que nos permitirá exportar parte de la producción a México. Comenzaremos con el proyecto de desembarco en Brasil



y afianzamos la operación de México con más categorías de producto.
2 Estuvimos afectados por la dificultad para Importar insumos de producción y bienes finales que no se producen en el país y son parte de nuestra propuesta de valor. Fue un año de gran crecimiento para la compañía en donde duplicamos la dotación y generamos 140 nuevos puestos de trabajo. Inauguramos una planta modelo de muebles de diseño y abrimos la primera tienda departamental de capitales nacionales en el shopping Unicenter sobre 6000 m2 de local. En un año difícil, pospandemia, invertimos más que nunca en la historia de la compañía y tomamos oportunidades de mercado únicas.
3 La baja de tasas y el financiamiento a los consumidores hace crecer el mercado de consumo sustancialmente. La previsibilidad para el comercio exterior y flexibilización de las restricciones permitirían producir más, con mejor calidad y a costos más competitivos.



Marcos Acuña
Fundador

QU!ICK SCAN&GO
Facturación (e.) 2022: $ 180 millones
Facturación (p.) 2023: $ 800 millones
Inversiones 2023: $ 500 millones
Empleados: 37
1 Esperamos consolidar el equipo que estamos formando para cumplir con 3 objetivos claros: 1) Afianzarnos en Capital Federal y zona norte con depósitos y 100 QU!CKS Propios. 2) Lanzar nuestro modelo de franquicias que nos permitirá escalar hacia toda América latina rápidamente. Les ofrecemos a nuestros franquiciados la posibilidad de acceder a nuestra marca, tecnología y *know how* para dar respuesta a la alta demanda que recibimos tanto de barrios cerrados como de edificios, universidades y empresas que nos solicitan la instalación de un QU!CK en sus comunidades cerradas. 3) Ofrecer nuestra tecnología a terceros (estaciones de Servicio, farmacias y minimercados) para que puedan realizar una transformación digital y así brindarles a sus clientes una nueva manera de comprar: fácil, rápida y 100% autónoma.
2 El balance es muy bueno: superamos ampliamente nuestro objetivo de tener 10 sucursales operativas en nuestro primer año de vida. Logramos internacionalizarnos gracias a las aperturas en Estados Unidos y España con muy buenos resultados y aceptación del modelo de negocios. Entre los obstáculos del 2022 puedo mencionar la dificultad en el armado del equipo, los constantes aumentos de precios, el desabastecimiento y todo lo que tiene que ver con los primeros meses de una startup: desorganización, inexperiencia, etc. Por suerte los superamos gracias a las ganas y al compromiso de nuestro equipo, el cual resalto por sobre todas las cosas.
3 Soy muy positivo respecto a las políticas públicas que se están llevando a cabo en referencia a la economía del conocimiento y a la ley sancionada por el Congreso en el año 2019 y modificada en el 2020. Sería bueno también hacer foco en fomentar la capacitación en carreras ligadas a esta economía. Hoy el sector solo en la Argentina demanda 15.000 nuevos puestos de trabajo entre programadores e ingenieros. Hay trabajo pero no hay profesionales, o mejor dicho: no alcanza con los que hay. Lo mismo ocurre en todo el mundo. Doy fe que el talento argentino en esta materia es increíble. Lamentablemente a empresas como la nuestra se nos hace muy difícil contratar por este motivo y por tener que competir con salarios internacionales de un mundo que va a seguir demandando estos puestos.

Salud



Tomás P. Piqueras
CEO

CENTRO DE SERVICIOS HOSPITALARIOS
Empleados: 35
1 En los últimos años, hemos logrado conformar un *portfolio* de soluciones integrales para distintas áreas dentro de las instituciones de salud como cuidados críticos, quirófano, emergencias, neonatología e imágenes, que nos permite acompañar al mercado, no solamente dotándolo de productos sino brindándole el servicio de asesoramiento necesario para acompañar sus proyectos de crecimiento y desarrollo. Para 2023, queremos enfocarnos en el complemento necesario de las soluciones mencionadas, que son los servicios de IT, asociados a gestión clínica administrativa, determinantes en el flujo de trabajo del sistema de salud. A su vez, hemos desarrollado RENë, un software para el manejo inteligente de la imágenes clínicas y la optimización de su procesamiento a partir de IA, sirviendo de herramienta para orientar diagnósticos y tratamientos.
2 En CSH seguimos consolidándonos como una empresa de tecnología. Para esto, desde años estamos impulsando un proceso de transformación organizacional, transversal a toda la compañía que supone adaptaciones en los procesos y en la visión de negocios. Esto supone el paso de vender producto, a brindar un servicio y dar soluciones. Para eso, la cadena de abastecimiento toma un rol preponderante en poder responder a la necesidad global que nos manifiestan los usuarios. Esto, en nuestro país y en el último tiempo, ha alcanzado un nivel de complejidad que altera el ritmo habitual y necesario, sumado a la alteración en los esquemas usuales a nivel mundial por la pandemia.
3 Somos un país con necesidades verdaderamente desafiantes en términos de salud y atención sanitario por las particularidades del territorio pero a su vez, por la composición del sistema. La salud debe ser prioridad. Y hoy, la tecnología es requisito imprescindible del modelo de salud que tenemos que construir. A partir de la tecnología se logra optimizar la calidad del servicio que recibimos en las instituciones de salud, como así también es el medio a través del cual, se puede conectar y vencer dicha problemática Allí la importancia de tener conciencia acerca de esta visión y poner foco en políticas que fomenten y premien a quienes desarrollan herramientas que colaboren en la consecución de este objetivo.



Hernán Bagliero
CEO

DROGUERÍA DEL SUD
Facturación (e.) 2022: $ 172.700 millones
Facturación (p.) 2023: $ 228.000 millones
Inversiones 2023: $ 1000 millones
Empleados: 1300
1 Internamente, seguir consolidando la evolución cultural que viene transitando la empresa los últimos años desarrollando equipo de innovación, adoptando herramientas de trabajo ágiles, formalizando políticas y procedimientos y, principalmente, profundizar en proyectos de Big Data y BI. En cuanto al negocio, nuestro foco continúa siendo la diversificación, ampliando la cartera de servicios de Droguería del Sud. En este sentido, esperamos concretar proyectos colaborativos junto a otros actores de la industria.
2 Nuestro principal desafío fue establecernos financieramente, consolidarnos como Compañía y volvernos solventes. Con este objetivo incorporamos un nuevo equipo de trabajo y realizamos varios cambios de procesos que han resultado muy acertados; hoy nos encontramos evaluando posibles inversiones en diferentes provincias del país. A nivel equipos, estamos trabajando para generar espacios de crecimiento profesional y nuevos desafíos para

nuestros colaboradores. Por último, desde el punto de vista del negocio, nuestro foco estuvo y seguirá estando en acompañar a farmacias de todo el país en su adaptación a los procesos de transformación digital y cultural por la que atraviesa el sector.

3 Principalmente estabilizar variables macroeconómicas, como la inflación, que permitan una baja en las tasas de interés. Esto no solo beneficia transversalmente a todas las industrias, sino puntualmente al sector Salud, donde es imprescindible tener una visión a mediano y largo plazo que solo se puede lograr con mayor previsibilidad y estabilidad. Dejando de lado la macro, creemos que el foco debe estar puesto en la Educación, en asimilar rápidamente las nuevas tendencias y capacitar a nuestra sociedad en las habilidades clave que son, y sobre todo serán, requeridas. Una sociedad con educación es la base necesaria de todo crecimiento sostenido.

emergencias



Jose E. Sánchez Cabezas

Presidente y CEO

EMERGENCIAS

Facturación (e.) 2022: $ 24.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 45.000 millones

Inversiones 2023: u$s 4 millones

Empleados: 3500

1 Lograr sostener nivel de actividad, en un año muy complicado

2 Nivel de inflación, falta de insumos, retención de talentos, aumento de costos y traslado a precio. Nivel de actividad de la economía

3 Políticas de largo plazo independientes de los partidos que gobiernen, incentivo a la inversión y capacitación de los RRHH.

GALENO



Julio Fraomeni

Fundador y Ceo Grupo GALENO

GRUPO GALENO

Facturación (e.) 2022: $ 190.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 280.000 millones

Inversiones 2023: $ 2000 millones

Empleados: 11.300

1 Durante el año 2023, tenemos previsto realizar la apertura del nuevo Sanatorio Trinidad Neuquén, un Centro de Salud de 20.000 m2, único en la Patagonia Argentina. Asimismo continuar la construcción del Sanatorio Trinidad Mendoza. Otra meta es seguir afianzando nuestra presencia en el interior del país, instalando nuevos centros de gestión integral para nuestras unidades de Salud, ART y Seguros. Esperamos que la macroeconomía del país se estabilice y nos permita avanzar en estos proyectos.

2 Durante 2022 el principal obstáculo sin dudas es la inflación, que en el caso de la industria de la Salud es aún más crítica, dado que está por encima de la inflación general del país. Asimismo se suma otra dificultad, que es la ley que nos regula, que impide actualizar los valores de las cuotas en tiempo y forma. Como balance del año, podemos decir que es un año muy complejo, que estamos pudiendo sobrellevar gracias a contar con una compañía sana y ordenada. Sin dudas uno de los años más difíciles que nos ha tocado atravesar, agravado por la alta inflación.

3 Reordenar la ley que nos regula tomando en cuenta fundamentos técnicos, sería de mucha utilidad para nuestro sector.

MaterCell



Iván Chillik

Gerente general

MATERCELL

Empleados: 80

1 Mejorar la calidad de vida de los argentinos a través de la medicina regenerativa, concientizando sobre la importancia de almacenar el cordón umbilical en el momento del nacimiento.

2 Muchas veces, en contextos tan inciertos, cambiantes y volátiles como los actuales a nivel nacional e internacional, uno muchas veces se deja llevar por el corto plazo, sosteniendo el mero objetivo de sobrevivir; el desafío está en lograr visualizar a partir de dicho escenario objetivos que permitan cumplir con la visión a largo plazo como empresa, nosotros como referentes en células madre de cordón umbilical buscamos poder ampliar y garantizar el acceso a la oportunidad única de su guarda y preservación, ya que entendemos que, a través de dicha decisión vamos a contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias argentinas.

3 Pienso que es clave poder lograr modelos de co participación públicos privados, para evaluar complementariedades claves entre ambos mundos y de esta forma ayudar a garantizar cada vez más, el acceso a esta valiosa fuente de salud.

Medifé



Leonardo Lamas

Gerente general

MEDIFE

Facturación (e.) 2022: $ 47.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 87.000 millones

Inversiones 2023: $ 1500 millones

Empleados: 1120

1 Medifé se encuentra en un proceso de cambio organizacional. Luego de haber atravesado la pandemia, que fue un gran desafío para la compañía, continuaremos nuestro camino de evolución, priorizando siempre la experiencia de nuestros clientes. Desarrollando soluciones innovadoras que simplifiquen y agilicen la relación con nuestros prestadores y asociados, sostenida atrás de una fuerte inversión en tecnología y procesos. El 2023 será un año clave para la compañía, un año de transformación organizacional.

2 En cuanto al contexto, en 2022 se mantuvieron muchas de las tensiones originadas durante la pandemia y sobre todo acentuadas por el alto impacto de la inflación. Este año, con la salida de la pandemia, las personas han generado cambios de comportamiento y han



desarrollado nuevos tipos de relaciones y expectativas, que desafiaron a los modelos tradicionales de cuidado de la salud y que, de alguna manera, están marcando el rumbo de nuestra organización. En el plano interno, ha sido un gran año en donde hemos podido avanzar en el fortalecimiento de nuestros equipos de trabajo en pos de mejorar sostenidamente la experiencia de clientes, prestadores y colaboradores, sentando las bases para el plan estratégico de los próximos años.

3 Algo muy anhelado y que contribuiría a reducir la incertidumbre, la litigiosidad y, por consiguiente, impulsar al sector salud, sería la efectiva implementación de un conjunto de políticas sanitarias basadas en criterios científicos que regulen la implementación de nuevas tecnologías y medicamentos de altísimo costo, así como la definición de su fuente de financiamiento. Del mismo modo y al ser un sector en el que los costos crecen a un ritmo superior a la inflación debido al alto impacto que genera la mayor expectativa de vida, sería muy oportuna la disminución de la carga impositiva (que actualmente se encuentra en franco aumento) y que posibilitaría de alguna manera sostener los niveles de servicio.



Juan Carlos Villa Larroudet (h)

Presidente ejecutivo

OMINT

Facturación (e.) 2022: $ 52.762.947.670
Facturación (p.) 2023: $ 105.979.683.619
Inversiones 2023: 404.706.214
Empleados: 3352

1 Este año hemos cumplido 55 años y nuestro nuevo slogan "Experiencia para lo que sigue" cuenta en pocas palabras de dónde venimos y hacia dónde vamos. Estos 55 años han sido de compromiso con nuestros médicos y afiliados, a quienes nos hemos abocado intentando construir sobre el profesionalismo y con una mirada puesta en el futuro y la innovación. Una de nuestras expectativas para el año que viene es concluir con la construcción de un centro médico, en la ciudad de Buenos Aires. Nuestro objetivo es seguir brindando el mejor servicio y creando un entorno propicio para el desarrollo del sector médico en Argentina. Continuaremos invirtiendo en inteligencia artificial que entendemos, desempeñará un rol fundamental.

2 Este año, con la iniciativa de Omint de expandir su servicio para convertirse en pionero en el desarrollo de la telemedicina, continuamos trabajando para que los usuarios perciban los beneficios de la modalidad remota y puedan incorporarla en su cotidianeidad. La tecnología desempeña un papel fundamental en la atención médica y en el fortalecimiento del sistema de salud. Sin embargo, dentro de los obstáculos que venimos sorteando, encontramos las distorsiones de precio y subsidios no crean las reglas e incentivos adecuados para un óptimo funcionamiento del sector.

3 Es necesario avanzar en la regulación de las políticas públicas del sector para fortalecer el trabajo de todos los actores. La tasa de incremento del costo médico está por encima de la tasa inflación y en nuestro país, que posee una cobertura médica muy amplia, debemos buscar una estabilidad. Es importante también, trabajar constantemente para integrar los sistemas de información y promover la portabilidad de la información médica del paciente a través de la historia clínica electrónica. Uno de los puntos más relevantes para el sector seria la creación de la agencia de evaluación de nuevas tecnologías.



Luis Fontana

Director General

OSDE

1 Vamos a profundizar nuestra transformación. El concepto de salud cambió en los últimos años y las organizaciones del sector debemos acompañar esos cambios. Ya no basta con brindar servicios, debemos promover hábitos saludables, porque la salud ha pasado de ser la ausencia de enfermedad a un estado de bienestar general.

2 La suma de las dos inflaciones, la específica de la salud y la general, en la que confluyen factores locales y globales, hacen difícil pensar estratégicamente.

3 Necesitamos una definición clara de qué incluye el PMO y comprometernos a respetarlo. Una agencia evaluadora de tecnologías de salud sería lo ideal. Ya existen en distintos países, de Gran Bretaña a Brasil.



Miguel Ángel Restucci

Presidente

OSDO

Facturación (e.) 2022: $ 2100 millones - Aportes y Contribuciones Ley 23.660
Facturación (p.) 2023: $3600 millones - Aportes y Contribuciones Ley 23.660
Empleados: 18

1 La fidelización de la cartera actual de afiliados, propendiendo a un crecimiento cualitativo y cuantitativo de la misma. A su vez, impulsar nuevas alianzas estratégicas en pos de obtener un mayor posicionamiento en el mercado y continuar los desarrollos tecnológicos internos para el perfeccionamiento de los controles prestacionales y operativos.

2 La gran concentración de prestadores de salud. El incremento de la judicialización de la salud. El incremento constante de los insumos médico-asistenciales. La inclusión permanente de nuevas prestaciones de carácter obligatorio. La altísima reducción de las partidas presupuestarias con destino SUR y la disminución cualitativa de los salarios de los afiliados a la Entidad, producto de la importante inflación. Los constantes cambios de las reglas de juego.

3 Creemos que una profunda y profesional reforma del subsistema del sector en general y en especial en cuanto al financiamiento por parte del Estado Nacional de todas aquellas prestaciones médico asistenciales denominadas de alto costo, harían posible la subsistencia real y equitativa del sector. Ello se torna imprescindible en el marco de la insostenible situación económica general del país, ya que la salud es una de las obligaciones prioritarias del Estado previstas en la Constitución Nacional.



Jorge De All

Presidente

SANATORIO OTAMENDI

Facturación (e.) 2022: $ 11.520 millones
Facturación (p.) 2023: $ 15.500 millones
Inversiones 2023: $ 500 millones
Empleados: 1500

1 Con el fin de la pandemia continuaremos invirtiendo para fortalecer nuestra estructura de servicios ambulatorios, quirófanos y logística interna.

2 La inflación plantea desafíos extraordinarios para las empresas como las del sector, que no pueden trasladar los incrementos de costos (salariales e insumos) a precio. Esperamos lograr mejoras en eficiencia y productividad que permitan parcialmente amortiguar esta realidad.

3 Se aplican los criterios generales. Necesitamos lograr bajar la inflación y bajar impuestos. Esperamos la continuidad de programas de soporte mientras los precios de nuestros principales pagadores estén regulados.



Fernando Werlen

Director General

SANCOR SALUD

Facturación (e.) 2022: $ 113,627,720,913.52
Facturación (p.) 2023: $ 188,394,362,743.76
Inversiones 2023: $ 941,971,813.72
Empleados: 2140

1 Los desafíos pro-

puestos son: sostener el desarrollo y el liderazgo actual en medicina privada, y expandirnos para consolidarnos como grupo de bienestar a lo largo y ancho del país a través de nuestras otras unidades de negocio. Ambos proyectos se fundamentan en el nuevo concepto de salud, que busca una armonía entre lo psíquico, lo físico y lo emocional, y tienen una estrategia sostenida en la innovación, tomando como alianza a la tecnología, y una táctica territorial que nos acerque a las reales necesidades y expectativas de las personas, según la idiosincrasia de cada zona

2 En un escenario que aún tiene destellos de pandemia y signado por una inflación y un tipo de cambio históricos que impactan directamente en los costos de salud, en la denominada inflación médica, y en la creciente dolarización de insumos, los obstáculos tuvieron que ver con encontrar un equilibrio entre la inversión como compañía para brindar prestaciones de salud de calidad y el aporte mensual de cada asociado. El balance es positivo, pero de gran aprendizaje en la gestión y proyección de recursos ante una economía inestable.

3 Una mesa de diálogo constante entre todas las partes es esencial para planificar y abordar a tiempo los temas de agenda que tienen que ver con la actualización de coberturas, por ejemplo, o los costos dolarizados, la regulación de nuevas tecnologías o tratamientos en el exterior. Necesitamos coordinar criterios. Además, es importante comenzar a construir un sistema de salud que contemple y valorice hábitos saludables.



Claudio Fernando Belocopitt

Presidente

SWISS MEDICAL

Facturación (e.) 2022: $ 20.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 34.000 millones

Inversiones 2023: u$s 30 millones

Empleados: 9366

1 Continuamos con nuestro proyecto de apertura de centros médicos ambulatorios y la construcción del sanatorio de Nordelta.

2 Sin duda alguna la inflación es el principal obstáculo que enfrentamos en estos tiempos. Dada la complejidad que tuvo este año, tenemos la satisfacción de haber podido continuar con nuestra política de inversión sin grandes alteraciones.

3 No hay duda de que la discusión acerca de las características que debe tener el sistema de salud argentino para los próximos años es lo más importante que tenemos por delante, esto abarca tanto al sistema público como al privado.



Fernando Neuspiller

Presidente

WEFIV

Facturación (e.) 2022: $ 700 millones

Facturación (p.) 2023: $ 140 millones

Inversiones 2023: u$s 500.000

Empleados: 82

1 Las expectativas en el rubro de la medicina no son buenas debido al nivel de inflación, la dificultad para importar y acceder al crédito. Por otro lado, los precios de los tratamientos están regulados por la Superintendencia de Servicios de Salud y no acompañan al proceso inflacionario. Respecto de los proyectos intentaremos aumentar la cantidad de ciclos de reproducción asistida e innovar en tecnología para seguir mejorando los resultados clínicos.

2 El principal obstáculo sin dudas ha sido la inflación, la carga impositiva y la dificultad para importar insumos médicos. Respecto al balance debo decir que ha sido un año muy difícil, con gran dificultad para mantener el nivel de actividad en un sector bastante retraído por los problemas económicos que todos conocemos

3 Como primera medida creo que desregular el precio de los tratamientos podría ayudar a mejorar el sector, debe considerarse que ante un país con 100% de inflación la regulación de precios atenta sobre la calidad del servicio considerando que los insumos necesarios para la activad son importados y están afectados por el precio del dólar entre otras variables. Por otro lado hacer modificaciones en el mercado cambiario sería una buena medida ya que esto ayudaría a aumentar las importaciones de nuevas tecnologías (la Argentina viene muy retrasada al respecto) de manera tal que gracias a ello mejoren los resultados e impulse el sector.

Seguridad



Marcelo Ploder

Gerente general de ADT Argentina, Chile y Uruguay

ADT

Facturación (e.) 2022: u$s 62.209.011,58

Facturación (p.) 2023: u$s 93.619.464,10

Inversiones 2023: u$s 26.950.409,77

Empleados: más de 820

1 Como equipo, estamos enfocados en continuar mejorando la satisfacción de nuestros clientes, poniéndolos siempre en el centro de la organización para continuar transformando a sus hogares o comercios, siendo más inteligentes además de seguros. Para esto, a partir del 2020 comenzamos con un programa muy fuerte asociado a la transformación cultural dónde cada vez se detectan más oportunidades de mejora dentro de nuestra compañía para brindar el servicio de excelencia más innovador y vanguardista. Además, continuamos trabajando en posicionar nuestra plataforma de e-commerce, un proyecto 100% relacionado con nuestro programa de salud organizacional corporativo, que no solo integra un gran enfoque en el cliente, sino también demostrando que la cap-



tación de ideas externas aplicada al negocio es una gran herramienta para mejorar y lograr la excelencia que nos caracteriza. Desde ADT no es de vital importancia acompañar en cada oportunidad a nuestros clientes en sus necesidades actuales y futuras, teniendo como premisa la incorporación de nuevas tecnologías y soluciones innovadoras. Sin duda, nuestra permanencia en el mercado continúa posicionándonos como líderes absolutos.

2 Este 2022 continuó siendo un desafío para nosotros como compañía, lleno de transformaciones, cambios y desafíos, enfocados en cumplir con nuestros objetivos. Hemos logrado, a pesar de las adversidades, hacer crecer nuestra unidad de negocio, y se ha logrado gracias a los excelentes niveles de equipos que lo hicieron posible, como el área de ventas, instalaciones, cobranzas, atención a clientes. Cada uno de ellos junto a sus lideres, trabajó enfocado en los clientes. Consideramos que cada obstáculo nos mostró una oportunidad para evolucionar en cuanto a nuevas tecnologías, desarrollos, formas en que llevamos adelante nuestras tareas y a su vez fortalecer diferentes segmentos del mercado y entregar distintas soluciones enfocados en las necesidades de nuestros clientes a través de nuevos productos y servicios. Nuestro balance, este 2022, es totalmente positivo ya que logramos a pesar de las adversidades a través de esfuerzo y resiliencia enfrentar períodos con múltiples desafíos, inclusive a nivel socioeconómico. Como por ejemplo seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes a través de nuestro panel inteligente de seguridad y automatización en el hogar otorgando el control total a cada uno de nuestros cliente y también para los comercios; el fortalecimiento de la omnicanalidad para brindar una experiencia de contacto 360° a todos los clientes.

3 ADT desde siempre tenemos una activa vinculación en al ambiente de asociaciones para la construcción de una agenda dinámica que refiera a nuestro sector con un especial interés en la regulación en materia de seguridad electrónica en el país, formando parte de distintas cámaras y asociaciones, tal como Amchan, Cámara Americana de Comercio, Casel, Cámara de Seguridad electrónica, además de la participación en foros de alto nivel, como IDEA.

Seguros



Franco Di Lucca
Head of South Cone

AON
Empleados: 500

1 Entre las expectativas para el próximo año se encuentran que los negocios de nuestros clientes superen los desafíos de un contexto sumamente volátil con la ayuda de un asesoramiento a medida. Esto, junto a la perspectiva de industria, les permite tomar mejores decisiones sin perder el foco de crecimiento de sus negocios. Mientras que dentro de los proyectos, continuamos invirtiendo en el segmento Agentes, alianza propuesta a Productores y Organizadores, en el que fuimos escalando en cantidad adeptos. Asimismo, seguimos invirtiendo energía y recursos para tener una organización más diversa e inclusiva: trabajando intensamente en nuevas iniciativas, también desde el proceso de selección de talento.

2 La gran volatilidad del mercado tanto a nivel internacional como local son claras referencias de retos que todas las firmas debimos hacer frente. En relación a la industria y por diferentes variables económicas, climáticas, entre otras, llevaron al mercado asegurador a endurecer sus condiciones. El balance, sin embargo, es positivo. Las adversidades nos exponen nuevas realidades que vemos como oportunidad de evolucionar, de pensar diferente y actuar distinto, siempre buscando la cercanía al cliente. Así, por ejemplo, desarrollamos soluciones de la mano de nuevas tecnologías que nos permiten acompañar las nuevas demandas y necesidades de los negocios de nuestros clientes.

3 Impulsar este y otros sectores está relacionado con el control de la inflación como clave para dar certeza y previsibilidad en las condiciones de mercado.



Gastón Schisano
Gerente general

BBVA SEGUROS
Facturación (e.) 2022:
$ 10.434.999.044
Facturación (e.) 2022:
$ 18.398.223.609
Inversiones 2023: $ 385.381.049
Empleados: 111

1 Continuar ampliando nuestro ecosistema de canales, productos, servicios y herramientas digitales para mejorar la propuesta de valor con nuestros clientes y productores asesores de seguros.



Salvador Persico
Gerente general

COFACE
Facturación (e.) 2022:
$ 1700 millones
Facturación (p.) 2023:
$ 2500 millones
Inversiones 2023: $ 200 millones
Empleados: 50

1 Nuestros proyectos están centrados en el crecimiento, la gestión de riesgos, las mejoras adicionales de nuestra eficiencia operativa y la prestación de excelencia en la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

2 El balance nos indica una buena performance operativa con una siniestralidad controlada, un crecimiento de la facturación impulsado por un incremento de la actividad asegurable de los clientes y un alto nivel de retención de asegurados, las exposiciones de riesgo garantizadas han crecido si bien se ve un crecimiento más lento en nuevos negocios en un contexto difícil en donde las empresas tratan de reducir costos. La inflación, las restricciones cambiarias y la falta de previsibilidad son los principales obstáculos.

3 En un contexto en el que el país se ve obligado a conseguir dólares genuinos, el aumento de las exportaciones parece ser el único camino para lograrlo. Para eso, el seguro de crédito es una herramienta clave para los exportadores. Políticas publicas que fomenten esta herramienta, como poder deducir impositivamente el costo del seguro puede ayudar a que más exportadores se vuelquen a esta herramienta.



Juan Martín Devoto
Gerente general

COMPAÑÍA DE SEGUROS INSUR
Facturación (e.) 2022:
$ 2428,2 millones
Facturación (p.) 2023:
$ 3885 millones
Inversiones 2023:
$ 3813,8 millones
Empleados: 55

1 Continuar proyectando a la compañía en el interior del país y profundizar la penetración del seguro de crédito en el mercado argentino, una herramienta financiera que es clave a nivel mundial para garantizar las operaciones a crédito, pero que aún es relativamente desconocida en el país. También darle buen uso a la presencialidad y retomar un fuerte contacto con los clientes.

2 Los principales obstáculos fueron la aceleración inflacionaria, el ameseta-miento de la economía y la paralización de la construcción pública y privada. Pese a todo el balance del año es equilibrado, con las ventas luchando por ganarle a la inflación. Afortunadamente, la siniestralidad no tuvo un impacto como otros años pero consideramos que

volviendo al crédito y al alargamiento de los plazos podría generarse una siniestralidad mayor.

3 En general, todas aquellas que contribuyan a brindarle certidumbre a la economía, en particular en materia cambiaria, de moderación de la pauta inflacionaria y en el acceso a insumos, de manera tal que los distintos sectores económicos puedan invertir, vender y crecer. Y en particular, políticas que impulsen las exportaciones argentinas en el mundo a través de un plan a mediano y largo plazo.



Horacio Santcovsky
CEO

EXPERTA SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $45.367.892.071
Facturación (p.) 2023: $84.646.458.216
Inversiones 2023: UN Seguros $100.346.329.652
Empleados: 520

2 La fuerte inflación, el faltante de insumos importados y repuestos, sumados a los resultados financieros negativos fueron los principales problemas del 2022 para toda la industria aseguradora. A esto se suma el crecimiento de la litigiosidad y algunos fallos judiciales que nos preocupan mucho en el corto y mediano plazo, y que sin dudas nos obligan a repensar fuertemente nuestro negocio. Por otro lado, la siniestralidad volvió a niveles prepandemia, y si bien en volumen las ventas se recuperaron levemente, la rentabilidad está al límite, con cada vez más competidores y una crisis económica que ya lleva demasiado tiempo. Desde Experta Seguros celebramos poder, a pesar de todo, mantenernos como líderes del mercado de ART y haber ganado participación en el ramo de seguros generales, redoblando esfuerzos y servicios para nuestros socios estratégicos, los productores de seguros, y para nuestros asegurados. Tenemos un gran equipo que ha sabido enfrentar las adversidades con creatividad y mucho esfuerzo.

3 Políticas macro de estabilidad monetaria con una inflación controlada serían de gran utilidad para nuestro sector como para toda la economía en general. En lo específico, creo que la industria debe trabajar fuertemente en la judicialidad creciente y el fraude, trabajando conjuntamente con los poderes del Estado y las diversas cámaras que nos representan, ya que ambos temas son claves para la visión de largo plazo en la industria de seguros. A la vez, creo que en este contexto de fuerte volatilidad e inflación, se debería poder trabajar en mejorar la oferta de instrumentos de inversión que tenemos las aseguradoras para poder reaccionar mejor a los vaivenes de la economía y poder impulsar, en algunas ramas específicas, ciertos incentivos fiscales que mejoren la penetración de los seguros en la población y su consecuente participación en el PBI nacional.



Flavio Dogliolo
Gerente general

GALICIA SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $ 16.684 millones
Facturación (p.) 2023: $ 33.905 millones
Inversiones 2023: $ 3429 millones
Empleados: 374

1 Todos los proyectos en los que venimos trabajando están orientados a seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes, a alentarlos a que se animen a más y a fomentar su bienestar por encima de cualquier imponderable que pudiera surgir en su día a día. Queremos también mejorar la eficiencia operacional de nuestra compañía para lo cual estamos haciendo una fuerte inversión en tecnología con el objetivo de promover la autogestión de nuestros clientes. De esta forma, también buscamos que el asesoramiento personalizado sea exclusivamente para agregar valor.

2 Este fue un año con muchos desafíos. El principal obstáculo que tuvimos que afrontar tiene que ver con los altos niveles de inflación, lo cual nos obliga a estar permanentemente actualizando los valores de nuestras coberturas para evitar caer en el infraseguro. Todo esto en un contexto difícil sobre todo para el poder adquisitivo de nuestros clientes. Por otra parte, se registraron aumentos de la siniestralidad en algunos rubros que estamos siguiendo con atención. Por último, la retención y captación de talento nos demandó un trabajo arduo en un escenario de plena competencia con el mercado.

3 Seguimos insistiendo en que una actualización importante de las deducciones de Ganancias para los seguros de vida y retiro favorecería mucho la comercialización de este tipo de coberturas. Si queremos que las personas conciban al seguro como una herramienta importante para sus vidas (y no como un gasto más en sus tarjetas), necesitamos de políticas que reafirmen este posicionamiento y se traduzcan en beneficios palpables. Por otra parte, vemos con buenos ojos la promoción por parte de la SSN de los microseguros y seguros inclusivos en pos de integrar a los distintos sectores de la sociedad al mercado. En líneas generales la industria aseguradora necesita que la economía nacional se estabilice y brinde cierto marco de previsibilidad para poder tener un crecimiento real y sostenido.



Juan Manuel Manganaro
Presidente

GRUPO GAMAN
Facturación (e.) 2022: $ 2815 millones
Facturación (p.) 2023: $ 4830 millones
Inversiones 2023: $ 1218 millones
Empleados: 363

1 Seguir consolidando el modelo de asesoramiento integral de riesgos junto a nuestra red federal de productores y *brokers* e incursionar nuestras soluciones y servicios en América latina y EE.UU.

2 Destacamos la conformación de un verdadero equipo de trabajo, alineando a todas las empresas



del grupo a nuestro modelo de gestión. Fue un año intenso y productivo donde logramos seguir ampliando los márgenes de seguridad para nuestras familias.
3 Principalmente campañas orientadas a incrementar la consciencia aseguradora en la sociedad y generar incentivos para estimular la prevención y gestión de riesgos en pymes y empresas.



Sebastián Larrea
CEO

GRUPO HAWK
Facturación (e.) 2022: $ 5300 millones
Facturación (p.) 2023: $ 7100 millones
Inversiones 2023: $ 150 millones
Empleados: 65

1 Invertir en las empresas que conforman el grupo, con foco en la expansión regional, y apuntar a la digitalización en todas nuestras unidades de negocio.
2 La coyuntura a la que tuvimos que hacer frente todos los argentinos: los problemas económicos durante todo este año y la incertidumbre, que genera serias dificultades a la hora de proyectar las condiciones económicas futuras. Fue un año muy particular e inestable. Sin embargo, siempre rescatamos que nuestra actividad se adapta a las condiciones que impone la economía nacional. Logramos concretar algunos hitos que veníamos trabajando hace mucho tiempo, por tal motivo creemos que tuvimos un muy buen 2022.
3 La reactivación económica de la producción. Las políticas que potencian el consumo masivo y los incentivos de financiación acompañan la expansión de nuestro negocio.



Alejandro Simón
CEO del Grupo Sancor Seguros

GRUPO SANCOR SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $ 237.337.147.889
Facturación (p.) 2023: $ 447.387.990.560
Inversiones 2023: $ 406.516.167.019
Empleados: 3110

1 Nuestro objetivo es fortalecer nuestro liderazgo en el sector asegurador e incrementar permanentemente nuestra oferta de valor a los asegurados. Por ello, estamos trabajando muy cerca de nuestro cuerpo de ventas para identificar las necesidades de un mercado cada vez más exigente, de forma tal que para cada necesidad brindemos la cobertura más adecuada. El foco se mantiene en lograr los mejores productos al menor precio posible. De esta forma, la expectativa es la de incrementar nuestra participación en un mercado complejo que no está ajeno a los vaivenes de la economía de nuestro país. Asimismo, el objetivo es profundizar en la diversificación de nuestros productos y servicios, para que las personas y empresas encuentren en nuestro grupo la solución a sus distintas necesidades, con una lógica 360°. En tal sentido, estamos potenciando nuestra oferta de seguros con soluciones combinadas tanto con productos financieros, a través de nuestro banco digital, el Banco del Sol, como con Prevención Salud.
2 Entre los principales obstáculos, no podemos dejar de mencionar el contexto macroeconómico, con un combo muy desafiante de creciente inflación, tarifas retrasadas, tasas de interés negativas y licuación de activos. En lo que hace al sector asegurador y específicamente a riesgos del trabajo, la gran amenaza sigue siendo la judicialidad, por cuanto impacta negativamente en todas las bondades que tiene este sistema para los trabajadores. Los juicios siguen ingresando y van en alza desde 2019. A modo de balance, podemos afirmar que el mercado en su conjunto (en especial los productores asesores) demostró estar a la altura de las circunstancias para mantener un nivel de servicios acorde a lo que se requería. En efecto, las aseguradoras han tenido la capacidad de proyectarse en un contexto sumamente complejo, lo cual es una fortaleza que debemos destacar y que nos permite ser positivos en cuanto a las expectativas para el próximo año.
3 El sector, al igual que el resto de las industrias, se beneficiaría con un proyecto de país donde exista una planificación a largo plazo. Solo mediante la construcción de ese consenso podremos lograr políticas duraderas y previsibles. Por otra parte, insistimos en la importancia trabajar de manera sostenida y de cara al futuro, para revertir el déficit existente en nuestro país en lo que a conciencia aseguradora se refiere. El éxito de esta misión dependerá del trabajo conjunto entre diversos actores: el Estado, las aseguradoras y los intermediarios. Solo así podremos quebrar el histórico 3% de participación del seguro en el PBI de nuestro país.



Juan Manuel Lladó
CEO

LIFE SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $ 16.400 millones
Facturación (p.) 2023: $ 28.900 millones
Inversiones 2023: $ 40.000 millones
Empleados: 420

1 Consolidarnos en la fusión con Orígenes Seguros, mantenernos en el puesto nro 2 en seguros de personas e ir ganando terreno en el plano de Patrimoniales Sin Autos, manteniendo el foco en la eficientización de procesos y disminución de gastos
2 El contexto macroeconomico plantea desafíos importantes para la industria de seguros. Nuestra compañia es parte de un grupo financero de capitales nacionales que cuenta con mas de 30 años de experiencia en el mercado local. Esa experiencia junto con nuestro equipo de profesionales especializados nos permite transitar los desafios actuales buscando identificar distintas alternativas de inversión, de productos y convenios comerciales para identificar y capitalizar las oportunidades que existen en el mercado actual y que son ofertas diferenciales para los clientes.
3 Continuar con deducciones impositivas relacionadas con los seguros de vida y retiro, que debieran contar con actualizaciones similares a las de otros rubros.



Matías Rosales
CEO Argentina y Uruguay

MARSH
Empleados: 500

1 Creemos que 2023 será un año de importante crecimiento para nuestro segmento y en particular para Marsh. Nuestro foco de inversiones para el próximo año estará puesto en talento, desarrollos de tecnología y la inauguración de nuestras nuevas oficinas en Buenos Aires. En nuestras nuevas oficinas dispondremos de dos pisos y sumaremos más de 3000 m2, con un concepto de avanzada, que incluye espacios colaborativos y adecuaciones para el mejor aprovechamiento de la energía disponible. La inversión estará en torno a los u$s 4 millones y nos permitirá absorber la mayor demanda de nuestros servicios que esperamos y ampliar nuestra oferta a todos los segmentos de la industria.
2 El año 2022 fue muy desafiante para todos los actores del mercado, en la Argentina y en el mundo. Cuando pensábamos que dejábamos atrás la pandemia y podríamos encaminarnos a construir una nueva normalidad, llegó la guerra y el mundo ingresó en una nueva etapa de incertidumbre con la que deberemos convivir en 2023: disrupción y transformación acelerada de los flujos de suministro energéticos y de alimentos y su consecuencia en el incremento de la inflación global. Una posible recesión en las principales economías del mundo en 2023 agregará más dificultades y estimulará la creatividad para navegar esos riesgos.

3 El sector seguros no es ajeno al resto de la economía, de modo que si la actividad económica aumenta, nuestra industria se beneficiará en consecuencia. Para que ese crecimiento sea sostenible en el tiempo, es necesario conseguir estabilidad financiera y cambiaria y una adecuación de los esquemas tributarios, que permita a los actores de la economía reinvertir beneficios en previsionar riesgos.



Irene Capusselli
Gerente general

ORÍGENES SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $ 1757 millones
Facturación (p.) 2023: $ 2752 millones
Inversiones 2023: $ 117.503 millones
Empleados: 60

1 Para el próximo ejercicio seguiremos trabajando en la transformación digital de la compañía en especial mejorando los servicios a nuestros clientes.

2 Los principales obstáculos fueron la volatilidad de las inversiones y los altos niveles inflacionarios.

3 Sin lugar a dudas contar con un adecuado esquema de deducciones impositivas que abarque no solo los seguros de retiro individuales sino también los corporativos, es indispensable a la hora de dar el impulso que la industria necesita.



Juan Carlos Lucio Godoy
Presidente ejecutivo

RÍO URUGUAY SEGUROS
Empleados: 360



Diego Guaita
CEO

SAN CRISTÓBAL SEGUROS
Facturación (e.) 2022: $ 84 millones
Facturación (p.) 2023: $ 151,8 millones
Empleados: 1857

1 Contamos con cerca de 1 millón de personas asegurados y más de 250.000 empresas que depositaron su confianza en nosotros. El 2023 que se presenta como un año con muchos desafíos para nuestros asegurados, tenemos como principal objetivo hacer que nuestros asegurados estén protegidos correctamente, brindando respuestas rápidas y profesionales, colaborando para que tengan éxito en lo que emprendan. Tenemos que estar muy cerca de los asegurados y lo vamos a hacer en conjunto con nuestra red de productores asesores de seguros con propuestas de valor a medida que se anticipan y ocupan -transversal e íntegramente- de proteger y empoderar los grandes pilares de la vida, el resguardo y la estabilidad financiera, entre otros.

2 Sin duda, la alta inflación desafía a todas las actividades y la actividad del seguro no es ajena a la misma. Nos impulsa a defender el bienestar y patrimonio de nuestros asegurados afectando lo menos posible al negocio. Otros obstáculos están siendo la falta de repuestos de automóviles o insumos médicos para nuestros centros médicos. Para superar este contexto, desde el grupo buscamos seguir acompañando a nuestros clientes con más y mejores servicios de calidad y adaptados a los tiempos que corren. Mantuvimos como bandera nuestra capacidad patrimonial para dar respuesta ante un siniestro, la trayectoria, la cercanía y el espíritu mutualista para acompañar durante este año a clientes y productores.

3 Mas allá de una política o acción específica, apelo a la articulación público-privado para la construcción de un plan que mejore la vida de las personas y promueva el crecimiento de la economía argentina. De esta manera, con un plan de desarrollo integral, en conjunto podemos establecer, implementar y desarrollar normativas que permitan mantener la solvencia del mercado, gestionar bien las inversiones y cuidar el patrimonio y bienestar de las personas y empresas.

Servicios

CORREO, LOGÍSTICA Y TRANSPORTE



Carlos Cirimelo
CEO

ANDREANI
Facturación (e.) 2022: $ 58.000 millones
Empleados: 5415

1 Continuaremos enfocados en el desarrollo de soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia de clientes y destinatarios, y apalancar los negocios y la sustentabilidad económica de emprendedores y pymes. Seguiremos desarrollando canales y soluciones de comercio digital, con foco en la estrategia de cercanía. Asimismo, invertiremos para generar nuevos servicios en los segmentos que lideramos, como salud, e incrementar nuestra participación en otros como energía, minería y procesos electorales. Seguiremos invirtiendo en movilidad sustentable y en búsqueda de eficiencias, que en el contexto país contribuye fuertemente a las cadenas de valor de nuestros clientes. Y desde la división de *real estate*, seguiremos brindando opciones de almacenes para todas las necesidades y tamaños.

2 El balance de 2022 es bueno. Afianzamos nuestro liderazgo en el sector logístico y logramos posicionarnos en otros a partir del crecimiento de nuestro capital humano, la consolidación y capacitación de nuestros equipos, la incorporación de nuevas tecnologías y procesos de automatización y la expansión de nuestra red de sucursales sumando eficiencia operativa en toda la cadena logística. Las principales dificultades son el brutal proceso inflacionario que vivimos y

MARVAL O'FARRELL MAIRAL



marval.com

BUENOS AIRES
Av. Leandro N. Alem 882
(C1001AAQ) Buenos Aires
Argentina
Tel. (54.11) 4310.0100

el aumento de los costos de financiación.

3 Desde el sector solemos decir que la logística en Argentina es el motor productivo que le permite funcionar al país. Nuestra ubicación geográfica y la extensión de nuestro territorio hacen de la logística un elemento de vital importancia para la competitividad. En esta línea, vemos necesario trabajar en una mayor integración y coordinación entre gobiernos, sindicatos y empresas del sector para simplificar regímenes impositivos, adecuar el marco normativo del transporte y la actividad postal, readecuar convenios colectivos de trabajo y diagramar políticas públicas que incentiven la inversión en movilidad sustentable.



Guillermo Minieri

Country Manager

CABIFY

Empleados: 60 personas

1 Este será sin duda un año signado por las elecciones presidenciales. En este sentido todas las proyecciones, expectativas y acciones girarán en torno a esta circunstancia. Cabify, por su parte, continuará ofreciendo su servicio de calidad y seguro que lo caracteriza. Para consolidar el liderazgo en el sector, tenemos previsto un ambicioso plan de expansión que prevé apertura de nuevas plazas en importantes ciudades de nuestro país, así como también el lanzamiento de nuevos servicios y funcionalidades. Somos un equipo grande y muy dedicado trabajando para que la propuesta de valor sea cercana al usuario y le brinde aquello que espera a la hora de contratar un servicio de movilidad. Y mantener nuestra promesa de hacer de las ciudades mejores lugares para vivir, de la mano de una movilidad segura y sustentable.

2 A pesar de haber sido un año difícil en términos económicos, Cabify logró consolidar su posicionamiento y penetración en el mercado, con un crecimiento de cuatro veces en la facturación, 4,5 en la demanda de autos y tres veces en la oferta de choferes. Esto es resultado de la apuesta a una estrategia a largo plazo, siempre encuadrada en el marco regulatorio y legal correspondiente. Veníamos creciendo bien prepandemia, y durante el aislamiento nuestra propuesta se vio reforzada con productos nuevos, como envíos, que era lo que más se demandaba. Y se afianzó también de la mano de dos unidades de negocios Cabify para Empresas y la recientemente creada Cabify Logistics que nace para dar respuesta a los retos de la logística de las empresas con miras a ampliar los servicios de envíos de última milla urbana y fortalecer su portafolio con nuevas soluciones de acuerdo a las necesidades de este mercado.

3 Cabify siempre se adecua a la regulación vigente en los países en donde opera. Actualmente estamos enmarcados en la regulación vigente, y siempre estamos dispuestos a colaborar en el desarrollo de un nuevo marco normativo llegado el caso en pro del continuo desarrollo de la industria. Este es un escenario en proceso de creación, cómo por ej sucedió en Mendoza (junio 22) con la Corte Suprema provincial que revalidó el decreto que regula las *apps* de movilidad. Con esta decisión, se confirma el marco jurídico para el servicio de transporte privado mediante plataformas tecnológicas, y con ello, se da certeza a las inversiones de las plataformas. Consideramos que la innovación en la regulación es una señal de modernidad. Hoy lideramos el mercado, fundamentalmente porque ofrecemos un servicio seguro y de calidad, que se adecua a las reglamentaciones vigentes en cada una de las ciudades donde operamos. Por otro lado, en términos de compromiso sostenible, uno de los objetivos de Cabify para 2025 en España y en América latina para el 2030 es contar con una flota 100% eléctrica, que permita una movilidad inclusiva y sostenible, convecidos de que la mejora de la calidad de vida en las ciudades pasa por la reducción de vehículos. Desde Cabify, estamos completamente alineados con la Ley de Cambio Climático y el compromiso de reducción de emisiones para 2030, así como el impulso de alternativas eléctricas que mejoren la calidad del aire de las ciudades.



Romina Parquet

CEO y founder

CIMC WETRANS DELFIN

Empleados: 70

1 Si nos basamos en los pronósticos de organismos internacionales, Argentina sufrirá un estancamiento a nivel crecimiento, de todas formas, nosotros avanzaremos con el desarrollo real de nuevas unidades de negocios, en especial con nuestro propio depósito para distribución nacional y flota propia de vehículos, sin olvidar todo lo referente a movilidad sustentable, con vehículos eléctricos o GNC. El servicio Integral de transporte marítimo, aéreo y terrestre internacional brindará el asesoramiento y soluciones logísticas que requieren las empresas identificando el tipo de industria.

2 Cerramos un año muy bueno, pleno de obstáculos instaurados por las diversas medidas del Gobierno, las cuales, en vez de promover el crecimiento, atentaron deliberadamente contra las empresas y las inversiones. De todas formas, a pesar de la hostilidad económica, logramos mantener el rumbo y cumplir con los objetivos planificados. Destacamos que pudimos ampliar el *staff* de profesionales que conforman nuestra empresa y garantizan el éxito con nuestros clientes.

3 Necesitamos inteligencia y planificación, con metas a corto, mediano y largo plazo, con políticas que fomenten la inversión en el país, y que también nos permitan crecer y volver a tener presencia a nivel regional y mundial. Saliendo del modelo de exportación de materias primas y apostando a la mano de obra calificada que tiene la Argentina, comercializando productos de calidad que el mundo demande y requiera.



Facundo Casillas

Gerente general

GRUPO TASA LOGÍSTICA

Facturación (e.) 2022: u$s 115 millones

Facturación (p.) 2023: u$s 142 millones

Inversiones 2023: u$s 25 millones

Empleados: 1600

1 Profundizar el camino de la regionalización, crecer con el negocio logístico relacionado a *e-commerce* y continuar diversificando los negocios del grupo.

2 La salida de la pandemia y poco a poco la normalización de las actividades, creo que ha sido un común denominador para todos. El *boom* del crecimiento de los volúmenes vinculados a *e-commerce* ha sido un desafío particular para nosotros y todos los logísticos. Y por último el entorno cambiante que hemos tenido en la economía mundial y también de nuestro país, sin dudas han sido circunstancias a las que uno tiene que adaptarse día a día.

3 Somos un grupo argentino que hace mas de 85 años viene apostando ininterrumpidamente en el país, continuaremos haciéndolo y cualquier política que favorezca las inversiones va a ser bienvenida. A nivel macro mejoras en la infraestructura, rutas y medidas que puedan facilitar el comercio exterior creo que son muy buenos impulsos para la logística en general.

SERVICIOS DE CONTACTO



Iván Morero

CEO

KONECTA

Facturación (e.) 2022: $ 16.000 millones

Facturación (p.) 2023:

$ 28.000 millones
Inversiones 2023: $ 700 millones
Empleados: 8900

1 En Konecta Argentina tenemos un gran desafío para 2023, comenzando por la unificación de las operaciones con nuestra sede de Chile y continuando, en el mediano plazo, con el desarrollo comercial de Uruguay, Paraguay y Bolivia. Esto significará un importante posicionamiento de la región Cono Sur dentro del mapa global de Konecta, además del fortalecimiento de la sede Argentina, como articulador de ese proceso. Por otro lado, seguiremos consolidando nuestro share de servicios digitales, que nos permitan incrementar la facturación de manera sostenida en los próximos meses.

2 Sin dudas que la inflación es una variable macroeconómica que desdibuja y condiciona el desarrollo y crecimiento de la actividad. A esto se suma el impacto de la disminución del crecimiento del PBI de nuestro país y, por supuesto, las restricciones financieras que no nos permiten convivir de la manera esperada con nuestra casa matriz de España. De todas maneras, nos comprometimos con un mayor acompañamiento a nuestros clientes, gestionando la retención de sus propios clientes y colaborando con estrategias de ventas y cobranzas. Este año creceremos un 25% en términos reales, con una participación del 25% en el share nacional, producto del proceso de diversificación en la cartera de clientes y del desarrollo de nuevos verticales de servicios.

3 Existen dos elementos que serían clave para impulsar el desarrollo de la economía en general y de nuestro sector, particularmente. Uno de ellos es lo que todos los directores de empresas esperamos se resuelva, la inflación, ya que condiciona el corto y mediano plazo nuestros objetivos de crecimiento y desarrollo de la región. Por otra parte, retomar la senda de crecimiento de nuestro país y así acercarnos a los niveles actuales de crecimiento que tienen algunos países de la región y que lo vienen sosteniendo desde hace varios años.

SERVICIOS DE EVALUACIÓN



Nicolás Eliçabe
Director general

IRAM
Facturación (e.) 2022: $ 2.239.816.000
Empleados: 257

1 Es complejo proyectar el año siguiente, porque a nivel país seguimos con una realidad macroeconómica muy inestable y eso dificulta hacer pronósticos respecto al grado de actividad que pueda haber, algo que impacta directamente en nuestros negocios. Pero también, un punto no menor es que estaremos frente a un año electoral. A pesar de estas coyunturas, mantenemos proyecciones de actividad y creemos que hay sectores que tienen que seguir traccionando fuerte, como *oil & gas*, minería, alimentos, agro y tecnológico. Desde lo institucional, continuaremos con nuestra transformación interna y esperamos cumplir los objetivos que nos propusimos para concretar todas nuestras iniciativas en el 2025. Sabemos que es un proceso constante y dinámico que requiere gran poder de adaptación.

2 A pesar de la coyuntura de nuestro país y el mundo, hacemos un balance positivo por varias razones. En primer lugar, tuvimos un buen nivel de actividad y servicios dentro de cada una de nuestras grandes áreas: Certificación, Normalización, Documentación y Formación En segundo lugar, esto es lo que nos permite cumplir con nuestro propósito de facilitar, mejorar y hacer más segura la vida de las personas, agregando valor a las organizaciones de todo tipo y tamaño en materia de competitividad, sostenibilidad y acceso a mercados. Por último, seguimos avanzando en los diferentes proyectos estratégicos que nos planteamos a fines del año 2019 a pesar de todo lo sucedido (pandemia principalmente) para ser una institución cada vez más ágil y moderna.

3 Necesitamos contar con una macroeconomía mínimamente ordenada. A partir de esa base más firme, el trabajo desde las políticas públicas es una actividad fundamental para establecer medidas de desarrollo sectorial que generarán un impacto positivo en los sectores productivos. Para colaborar en este sentido con el desarrollo del país, desde hace años nos enfocamos en la articulación de los intereses entre consumidores, organizaciones y Estado, diseñando y prestando servicios innovadores que aporten soluciones a sus distintas demandas, trabajando, asimismo, para fortalecer el Sistema Nacional de Calidad.

SERVICIOS E INSUMOS PARA EMPRESAS



Daniel Gonorazky
Country Governance Manager

3M ARGENTINA
Empleados: 150

1 Argentina está teniendo éste año un crecimiento de dos dígitos y espera en el 2023 seguir con el mismo rumbo ascendente. Los objetivos futuros son claros y concisos en cada una de nuestras divisiones de negocio. En Seguridad e Industria: hemos lanzado al mercado lo último en tecnología e innovación en protección respiratoria - Respirador Reutilizable 3M SecureClick™2- y el año que viene buscaremos afianzarnos en este segmento. Nuestra nueva línea de respiradores reutilizables brindan la mejor protección respiratoria, permitiendo una clara comunicación, incluso con el respirador puesto. 3M es líder en protección respiratoria, lo demostramos durante la pandemia, y con nuestros sus miles de productos buscamos mejorar la vida de las personas a través de la ciencia. En la División de Transporte y Electrónica: continuaremos trabajando en nuestra misión de ayudar a que nuestras familias lleguen seguras a su casa. Para esto, expandiremos nuestro trabajo de mejora de estándares incluida la señalización la horizontal y continuaremos haciendo foco en mejorar la segu-

octopus PROPTECH

La solución digital para administrar consorcios y barrios.



ridad vial para nuestros niños mediante nuestra iniciativa global Zonas Escolares Seguras. En Consumo buscamos tener mayor penetración de los portfolios de nuestras marcas de consumo masivo en los principales retailers del país. Para llevar adelante esto, contaremos con lanzamientos de productos de alto grado de innovación y calidad. Además, estaremos apalancando la venta con campañas de marketing 360° con el objetivo de llegar a más consumidores. 3M ha tomado la decisión de la escisión de nuestro negocio del cuidado de la salud, continuaremos siendo un líder mundial en ciencia de materiales, enfocando nuestra innovación para ganar en megatendencias globales favorables y mercados finales atractivos. Estableceremos así dos empresas líderes en la industria.

2 La pandemia fue un gran desafío para todos y en general, prima el sentimiento de que estamos volviendo a una nueva normalidad. Claramente ya no será lo mismo de antes. En 3M, hemos implementado un nuevo modelo de trabajo flexible llamado *Work Your Way*, que permite a los empleados decidir –dependiendo de su función– cómo y dónde trabajar para brindar de forma permanente un mayor equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Tenemos el firme compromiso de seguir posicionándonos como un lugar atractivo para trabajar donde un modelo de trabajo flexible permita impulsar el crecimiento, atraer al mejor talento y trabajar como un equipo global inclusivo, centrado en atender a los clientes. Esperamos cerrar 2022 con un sólido crecimiento, márgenes operativos. Continuamos priorizando acciones para servir mejor a nuestros clientes mientras gestionamos la cadena de suministro y los desafíos inflacionarios. Nuestro balance se mantiene sólido y continuamos invirtiendo en gastos de capital e I+D para respaldar el crecimiento.

3 Es importante reforzar las políticas públicas orientadas a ofrecer la confianza necesaria a los inversionistas y poder atraer así más capitales que generen mayor empleo e innovación. La estabilidad económica y el fortalecimiento de políticas de comercio exterior son vitales para impulsar el sector.



Pablo Adaniya

Director General - Gerente General Compressor Technique

ATLAS COPCO ARGENTINA

Empleados: 125

1 En 2023 Atlas Copco continuará invirtiendo para crear valor a nuestros grupos de interés con foco en la sustentabilidad, tanto en soluciones digitales como así también en proyectos estratégicos, relacionados con la eficiencia energética, la reducción de la huella de carbono y la optimización, automatización de procesos con tecnologías asociadas a la industria 4.0. También nos interesa consolidar nuestra presencia en el interior para fortalecer el vínculo con nuestros clientes y reforzar nuestro liderazgo. Internamente seguiremos construyendo una cultura más diversa y desarrollando nuestros talentos y líderes de mañana.

2 Atlas Copco ha enfrentado diversas situaciones a lo largo de sus 54 años de trayectoria en el país que han puesto a prueba a la compañía en muchos aspectos. No obstante, gracias al esfuerzo incondicional de nuestra gente, la resiliencia que siempre nos ha caracterizado junto con nuestra agilidad para la innovación logramos llegar a fin de 2022 fortalecidos. En 2022 hemos podido acercarles a nuestros clientes soluciones innovadoras en conectividad y herramientas inteligentes que al mismo tiempo ayudan a reducir costos y bajar emisiones de CO2.

3 Apoyar a la industria argentina, promover la eficiencia energética y reforzar la diversidad para generar un crecimiento sustentable. Nuestros clientes están demandando créditos e incentivos para mejorar su productividad, eficiencia y rentabilidad, e incorporar las tecnologías más avanzadas para competir globalmente.



Fauze Villatoro

CEO de Ball Corporation para Sudamérica

BALL CORPORATION

Empleados: 300

1 Nuestras expectativas para el próximo año tienen que ver con continuar lanzando estrategias innovadoras para potenciar la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente, impulsando a la lata de aluminio como el envase ideal para el consumo de bebidas y la opción más sustentable para los consumidores, siempre en sociedad con nuestros clientes. Además de eso, Ball sigue trabajando fuertemente para alcanzar sus metas 2030 de sustentabilidad, que están conectadas con incremento de índices de reciclados globales hasta 90% (en Argentina hoy es 79%), cero emisiones y 100% de energía eléctrica renovable, entre otros temas.

2 Realmente estamos operando en medio de una notable inflación de costos y volatilidad de la demanda. Para equilibrar los efectos a corto plazo de la volatilidad económica en la demanda de los consumidores, con oportunidades de crecimiento a largo plazo con nuestros clientes de envase para bebidas de aluminio, el equipo Ball ha iniciado acciones para fasear los proyectos de capital y administrar aún más los costos para maximizar los resultados. A través de nuestra disciplina de capital, solidez financiera, mentalidad de dueño, footprint y cartera de productos innovadores, podemos navegar con éxito en el entorno económico actual y crear valor para nuestros accionistas.

3 El sector necesita apoyarse en una balanza comercial eficiente y confiamos en que esto así sea. Ball es hoy la única productora en el país dedicada a la fabricación de latas de aluminio, que en el mercado argentino se destaca por tener una tasa de reciclaje del 79%, frente a una demanda que en los últimos años ha exigido aumentar la capacidad de nuestra planta. Esto sin dudas ha contribuido no solo a la economía del país, sino también a la inserción en el mercado de un producto que promueve la sustentabilidad ambiental, social y económica. A partir de las inversiones realizadas, creemos que es de vital importancia contar con una balanza comercial que nos acompañe en nuestra expectativa hacia un incremento productivo que nos permita, a su vez, continuar satisfaciendo al mercado local y generar nuevos puestos de trabajo. Adicionalmente, con respecto a las eventuales revisiones de políticas públicas /nuevas regulaciones que surjan por inconvenientes en el corto plazo, sería muy importante integrar a las empresas para que puedan brindar su punto de vista y así tener una mejor planificación de cambios Por otro lado, teniendo en cuenta que el aluminio es un material infinitamente reciclable, consideramos que el otorgamiento de alguna reducción impositiva dinamizaría mucho al sector.



Germán Gambini

Presidente y CEO Smurfit Kappa Argentina & Chile

SMURFIT KAPPA

Empleados: 1300

1 En principio, continuar desarrollando nuestro plan estratégico en el cluster Argentina y Chile, y sobre todo, mantenernos muy ágiles y flexibles con las inversiones ya que podría haber un menor nivel de actividad a escala global.

2 A pesar del incierto contexto local, este ha sido un año positivo para nosotros ya que logramos concretar una adquisición y así continuar consolidándonos en el país y la región.

3 Entendemos que las políticas públicas deberían estimular la formalidad para potenciar el mercado, así como también hacer foco en el cuidado del medioambiente.

SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCESIONES



Martín Eurnekian
Presidente

AEROPUERTOS ARGENTINA 2000

Facturación (e.) 2022: $ 37.129.730.621 (al 30 de junio)
Empleados: 2511

1 La fuerte recuperación de la actividad que se registró este año nos permite ser optimistas para 2023. A nivel global hay un incremento en el número de pasajeros y la Argentina, si bien ingresó un poco más tarde a esa tendencia por el impacto del Covid, no está afuera de la ola. Frente a ello, proyectamos consolidar el plan de infraestructura que estamos ejecutando, que nos permitirá modernizar los aeropuertos y dotarlos con más tecnología y seguridad.

2 Las restricciones por la pandemia fueron un elemento de incertidumbre para la industria, pero a medida que avanzó el año se fue disipando para dar paso a la gran recuperación que vivimos. En 2022 avanzamos en consolidar las bases para garantizar la sustentabilidad del negocio e iniciamos un camino para que nuestra principal terminal, el aeropuerto internacional de Ezeiza, funcione en un 90% con energía renovable. El año que termina nos permite trazar un balance positivo.

3 La estabilidad en las principales variables de la economía contribuirá, junto con otros factores, a sostener e impulsar la actividad del sector.



Francesc Sánchez Farré
Director General

AUTOPISTAS DEL OESTE

Empleados: 818

1 La compañía se encuentra focalizada en la operación eficiente de las concesiones, de forma sustentable y respetuosa con el medio ambiente. En 2023, en adecuada correlación con el ajuste tarifario, la concesionaria continuará invirtiendo en aspectos inherentes a la innovación tecnológica de su infraestructura (peaje dinámico), la seguridad vial (instalación de nueva cartelería variable) y contribuirá a la reducción de las emisiones de huella de carbono

2 Resulta de público conocimiento la intencionalidad del Gobierno nacional de cuestionar la legitimidad del Acuerdo Integral de Renegociación (“AIR”) del contrato de concesión y en cuyo marco ha venido desarrollándose la operación de la autopista a nuestro cargo. La compañía ha centrado su esfuerzo, y continuará haciéndolo, en instrumentar todas las acciones necesarias con el objeto de repeler el infundado ataque sobre un contrato que resulta absolutamente legítimo por haber sido oportunamente aprobado por las autoridades competentes.

3 Definitivamente la Argentina necesita ampliar y modernizar su red de infraestructuras viales a fin de impulsar el desarrollo económico del país y la movilidad de las personas. Este objetivo es de tal envergadura que no puede abordarse únicamente desde el sector público y será necesario el involucramiento de inversiones privadas, tanto nacionales como extranjeras, por lo que las diferentes administraciones deberán inevitablemente hacer frente a esta necesidad.



Francesc Sánchez Farré
Director general

AUTOPISTAS DEL SOL

Empleados: 1077

1 La compañía se encuentra focalizada en la operación eficiente de las concesiones, de forma sustentable y respetuosa con el medio ambiente. En 2023, en adecuada correlación con el ajuste tarifario, la concesionaria continuará invirtiendo en aspectos inherentes a la innovación tecnológica de su infraestructura (peaje dinámico), la seguridad vial (instalación de nueva cartelería variable) y contribuyendo a la reducción de las emisiones de huella de carbono.

2 Resulta de público conocimiento la intencionalidad del Gobierno nacional de cuestionar la legitimidad del Acuerdo Integral de Renegociación (“AIR”) del contrato de concesión y en cuyo marco ha venido desarrollándose la operación de la autopista a nuestro cargo. La compañía ha centrado su esfuerzo, y continuará haciéndolo, en instrumentar todas las acciones necesarias con el objeto de repeler el infundado ataque sobre un contrato que resulta absolutamente legítimo por haber sido oportunamente aprobado por las autoridades competentes.

3 Definitivamente la Argentina necesita ampliar y modernizar su red de infraestructuras viales a fin de impulsar el desarrollo económico del país y la movilidad de las personas. Este objetivo es de tal envergadura que no puede abordarse únicamente desde el sector público y será necesario el involucramiento de inversiones privadas, tanto nacionales como extranjeras, por lo que las diferentes administraciones deberán inevitablemente hacer frente a esta necesidad.

Siderurgia y metalurgia



Everton Negresiolo
CEO

ARCELORMITTAL ACINDAR

Facturación (e.) 2022: u$s 1600 millones
Facturación (p.) 2022: u$s 1400 millones
Inversiones 2023: u$s 102 millones
Empleados: 2700

1 Nuestro plan de inversiones se centra en mejorar la capacidad productiva y logística para



aumentar la eficiencia en el abastecimiento del mercado local e incrementar la competitividad para crecer en materia de exportaciones. Para la compañía, el desarrollo sostenible es una de sus prioridades estratégica. En ese sentido, ampliar la infraestructura en energías renovables y descarbonizar el proceso de producción son los mayores desafíos que tenemos por delante.
Nuestra expectativa es que se puedan potenciar los incentivos a las inversiones en los rubros que impactan en la construcción, el agro y la industria en general. Para 2023 las proyecciones están sujetas a la incertidumbre local y a la economía global.
2 La situación cambiaria generó serias distorsiones en nuestras operaciones, siendo la inflación muy superior a lo proyectada. Las trabas a las importaciones trajeron aparejadas serios inconvenientes en el abastecimiento de materias primas e insumos. A pesar de las dificultades, el balance del año es positivo, con buenos niveles de demanda. En el año que la compañía cumple 80 años y su Fundación Acindar 60 años, destacamos las inversiones realizadas en infraestructura de energías renovables que hacen que avancemos en el objetivo de hacer el acero más sustentable. Hemos seguido fomentando las STEM y apostando a la educación como base de la transformación social. Además, consolidamos un entorno laboral del cual nos sentimos orgullosos por la diversidad que existe en nuestros equipos de trabajo.
3 Nuestro mayor segmento es la construcción. De ese modo, medidas que dinamicen la obra pública y la construcción civil contribuirán a impulsar la demanda. Con políticas públicas de menor intervención y un acceso al mercado de cambio con menos restricciones.



Guillermo Maglieri

Director ejecutivo – Gerdau Argentina y Uruguay

GERDAU

Facturación (e.) 2022: $ 102.396 millones
Facturación (p.) 2023: $ 152.559 millones
Inversiones 2023: u$s 12 millones
Empleados: 722
1 Tenemos un plan de inversión pensado para varios años. Al ser una empresa de capital intensivo, contemplamos un presupuesto vinculado a temas de sustentabilidad, de mantenimiento y de aumento de la productividad. Para 2023 estamos pensando en inversiones que superen los u$s 10 millones. Siempre se tratan de inversiones consistentes para darle continuidad y competitividad al negocio.
2 Tuvimos un año con una macroeconomía que requirió mucha atención. Tras la salida de la pandemia se hizo más complejo para proyectar y calibrar las metas. Luego surgió el conflicto entre Ucrania y Rusia y se complicaron las cadenas globales de suministros, el precio y abastecimiento de algunos insumos impactaron en nuestros costos de producción.
A nivel local, el año tuvo otras dificultades relacionadas a la dinámica de las importaciones y los pagos al exterior y esto ha sido un punto de estrés ya que estamos en una industria integrada en la que la mayoría de los repuestos y los insumos son de procedencia extranjera.
Si estamos atentos, podemos ver que este contexto internacional aparece como la oportunidad de una regionalización de la industria cada vez más profunda, en la que se integren las cadenas de valor.
3 Estamos obligados a pensar en el largo plazo, con reglas claras. La estabilización de las variables macroeconómicas es fundamental, pero tampoco alcanza solo con eso. Hay que tener consensos de largo plazo para que haya reglas claras, inversiones y crédito. Apostamos a que el Gobierno siga tomando medidas para lograr una estabilización de las variables macro, necesitamos que la inflación baje. Si bien desde nuestro sector no estamos viendo crecimiento para el 2023, la demanda de acero se puede sostener por los proyectos que están y porque de alguna manera siempre la construcción ha sido una industria de base que apalanca la generación de empleo y el crecimiento.



Javier Martínez Álvarez

Presidente de Tenaris para el Cono Sur

TENARIS EN ARGENTINA

Empleados: 6600
1 La transición energética y el rediseño de la cadena de abastecimiento mundial, producto de los conflictos bélicos, marcaron la agenda global. En ese sentido, Argentina afronta un desafío muy importante con la puesta en marcha del GPNK, proyecto del que participamos proveyendo los tubos con costura desde nuestra planta TenarisSIAT en Valentín Alsina. El gas como energía de transición y el desarrollo de Vaca Muerta pueden dar la oportunidad al país de jugar un rol protagónico para abastecer la demanda energética de Occidente. A su vez, la demanda de los tubos sin costura se proyecta con un fuerte crecimiento y desarrollo consolidado tanto en el mercado local, como a nivel internacional, siempre teniendo en cuenta el contexto de incertidumbre económica mundial.
2 Este fue un año sumamente desafiante ya que luego de la pandemia y bajísimos niveles de actividad, en 2022 la industria energética registró una fuerte recuperación a nivel global. En Argentina, con altos índices de inflación y la dificultad para el normal acceso a las divisas, tuvimos que dar respuesta rápida a este cambio del mercado. Esto implicó la contratación de personal (1500 personas), un fuerte crecimiento de las exportaciones y la implementación de un ambicioso plan de inversión para acompañar el ritmo de producción, continuar con la transformación digital del proceso productivo y ejecutar planes de sustentabilidad para reducir nuestra huella ambiental. En esta línea, el año que viene pondremos en funcionamiento un parque eólico en Gonzales Chaves, provincia de Buenos Aires, que nos permitirá producir cerca del 50% de la energía eléctrica que consume nuestro centro industrial más importante ubicado en Campana.
3 La Argentina necesita tener un plan energético de largo plazo más allá de los diferentes signos políticos de cada gobierno. El desarrollo de Vaca Muerta recuperó la senda de crecimiento pero no debemos dejar de imaginarnos lo que se podría haber logrado si los planes de desarrollo energético hubiesen sido parte de un proyecto consensuado y estable durante los últimos 10 años. El volumen de inversiones que requiere el desarrollo de este gran potencial energético implica marcos regulatorios consistentes, reglas de juego claras y acceso a divisas. El país necesita generar consensos sobre temas estratégicos y dar previsibilidad para despegarse de los problemas coyunturales y recurrentes: falta de divisas, abultadas deudas internas y externas, déficits fiscales e inestabilidad macroeconómica, y más importante aún, proyectar y potenciar el desarrollo futuro de la Argentina.



Martín Berardi

Presidente Ejecutivo de Ternium Argentina

TERNIUM

Facturación (e.) 2022: $ 212,322 millones
Empleados: 5353
1 En un contexto de incertidumbre tanto mundial como local, el objetivo es mantener el nivel productivo. En el campo de las inversiones, apuntamos a materializar las que están en curso, principalmente en el campo de la sustentabilidad. Seguiremos trabajando de la mano con la cadena de valor con nuestro Programa ProPymes y muy cerca de las comunidades donde operamos.
2 El principal desafío fue el manejo de las divisas

disponibles para importar insumos esenciales para mantener el ritmo productivo, postergar paradas de mantenimiento, retrasar embarques. Hubo extracostos logísticos para cumplir con el cupo y las reglas que cambiaban mes a mes.

3 La Argentina se encuentra limitada en su crecimiento por el bajo nivel de reservas. Para crecer de manera sostenida hay que aumentar las exportaciones, y existen oportunidades. Con reglas claras y sostenidas en el tiempo los sectores de energía, agro, minería e industria del conocimiento tienen potencial exportador muy grande. La industria debe aprovecharlo y desarrikkar productos y servicios para sus proyectos de expansión. En este contexto, es necesario promover inversiones y reducir las retenciones a las exportaciones.

Tabacaleras



Diego Carbone

Country Manager

BAT ARGENTINA

Cantidad de empleados: 715

1 El objetivo es seguir trabajando por la sustentabilidad de nuestro negocio, dada la disparidad de condiciones que actualmente hay en la industria. La sustentabilidad está al frente y centro de todo lo que hacemos, por eso la inversión en medioambiente, innovación y talento seguirá siendo prioritaria. En este sentido, y siempre que el marco regulatorio nos lo permita, queremos invertir en productos de nuevas categorías para ofrecer a los consumidores adultos alternativas al cigarrillo que sean menos riesgosas.

2 La volatilidad macroeconómica es sin dudas el gran desafío a superar, pero queremos seguir apostando al futuro. En 2021 hicimos una importante compra de tecnología para nuestra fábrica de Pilar y hoy estamos viendo los frutos de esa inversión: aumentamos nuestros niveles de actividad, sustituimos importaciones y exportamos a nuevos mercados. También completamos nuestros objetivos de gestión del cambio, un proyecto que iniciamos en 2020 para desarrollar un modelo de negocio más moderno y sustentable. Esto nos permitió mejorar nuestro desempeño y obtener resultados más cercanos a las expectativas fijadas el año pasado. Somos una empresa con 124 años de historia en la Argentina y hoy estamos en plena trasformación: queremos avanzar hacia *A Better Tomorrow*.

3 Es crucial contar con un marco regulatorio transparente, con las mismas condiciones para todas las empresas de la industria y que no genere distorsiones. Nuestra actividad posee una alta carga impositiva, por eso necesitamos de regímenes fiscales viables y legislaciones equitativas que nos permitan competir en igualdad. Además, la estabilidad macroeconómica es fundamental para planificar y poder seguir invirtiendo en nuevas capacidades.



Beto Serrano

Managing Director Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay

MASSALIN PARTICULARES

Empleados: 2000

1 Sin dudas el año próximo y los venideros serán desafiantes para nuestra industria en general y para nuestra compañía en particular. Vamos a continuar trabajando para consolidar el liderazgo que tenemos hoy en el mercado, con foco también en la sustentabilidad, porque creemos que ambos aspectos deben estar integrados y alineados para que constituyan una herramienta con poder de transformación. A nivel internacional, Philip Morris International ha invertido más de u$s 9000 millones en los últimos años para desarrollar productos sin combustión que son una mejor alternativa que los cigarrillos convencionales. Esos productos ya tienen presencia en más de 70 mercados, y más de 19 millones de usuarios en el mundo. 2023 nos va a encontrar trabajando en la misma senda que venimos trazando, con la meta en un futuro sostenible.

2 Fue un contexto mundial y nacional complejo, con aspectos que se sumaron a lo que fue la salida de la pandemia y el nuevo escenario que implicó esta llamada "nueva normalidad" en todos los niveles y ámbitos. Esto nos obligó a ser dinámicos y generar nuevas estrategias para mantener nuestro liderazgo en el mercado y además seguir implementando los proyectos que nos identifican como uno de los mejores empleadores del país. Estamos muy satisfechos porque este año seguimos impulsando y consolidando nuestras acciones en política de parentalidad, formación de talentos, diversidad e inclusión, con un feedback positivo por parte de las y los empleados. Fue sin dudas un año de aprendizajes, en el que pudimos seguir poniendo en marcha el proceso de transformación que tenemos como horizonte, con eje en brindar a las y los consumidores respuestas y alternativas innovadoras, a partir de la escucha permanente y la atención a sus demandas y necesidades.

3 Desde nuestra compañía tenemos la convicción de que las regulaciones deben dar lugar y permitir las innovaciones en la industria, especialmente en un sector como el nuestro, en plena exploración de nuevas alternativas. Esto se debe dar siempre de la mano de la construcción de consensos entre los principales actores de la cadena productiva y las autoridades, para impulsar y promover políticas que permitan dar lugar a transformaciones con sustento científico que permanezcan a largo plazo.

Tecnología

WALLCHASE

Executive Search
Expertos en Búsquedas Ejecutivas

Career Advisory
Acompañando a líderes en su Desarrollo Profesional

Outplacement
El verdadero Outplacement

www.wallchase.com

ARGENTINA - BRASIL - CHILE - COLOMBIA
MEXICO - PANAMA - PERU - URUGUAY

CONSULTORÍA



Andrea Mandelbaum
Presidente y CEO

MC LUHAN CONSULTING

Facturación (e.) 2022: $ 200 millones
Facturación (p.) 2023: $ 270 millones
Inversiones 2023: $ 10 millones
Empleados: 180

1 Vamos a dar a conocer los lanzamientos que hemos hecho en 2022 con nuestra plataforma de salud Sannare y las soluciones inmersivas de Virtual Store; además de implementarlas en los clientes con los que ya hemos cerrado negocio. También la expectativa es seguir creciendo en el país y el exterior. Por el lado de nuestro bot conversacional Replikante, hemos creado nuevas funcionalidades en las industrias de banca, seguros y telcos. Al integrarlo a nuestra solución Virtual Store generamos modelos muy innovadores de venta y atención, donde se generan experiencias únicas para los clientes.

2 Nuestro balance es muy favorable, orgullosos del trabajo de nuestros equipos, ya que hemos podido lanzar Sannare, nuestra plataforma de salud omnicanal con inteligencia artificial que permite hacer triage médico en segundos con una asertividad superior al 90%. Por otro lado, hemos lanzado la solución inmersiva 360 Virtual Stores, donde creamos espacios virtuales para venta, atención, capacitación y cobranzas. De esta manera, brindamos la posibilidad a los clientes de interactuar con los asesores de la compañía o con nuestro bot conversacional Replikante. Es un año donde hemos creado y desarrollado, y vemos florecer los resultados.

3 Políticas que busquen el crecimiento de las pymes con modelos de contratación que favorezcan el crecimiento y formación de gente joven, y que no quede todo el esfuerzo solo a cargo de la compañía que contrata. Un tipo de cambio acorde al mercado. Apertura de créditos para la investigación y creación de nuevos productos tecnológicos.

HARDWARE



Nicolás Cánovas
Director General de AMD para América del Sur de habla hispana

AMD ARGENTINA

Empleados: 27.000

1 Desde AMD hemos establecido un nuevo ritmo de innovación brindando soluciones de cómputo de alto desempeño que impulsan el avance de diferentes industrias; definiendo con ello el futuro de la informática avanzada para resolver algunos de los desafíos más difíciles del mundo. Con la apuesta por tecnologías robustas y confiables, AMD se está consolidando hacia la era de los datos y la automatización, planteando soluciones diseñadas para satisfacer las capacidades de servidores empresariales y centros de datos coadyuvando en implementaciones avanzadas como análisis de datos, inteligencia artificial, internet de las cosas y entornos de nube. Nuestra cartera de productos y nuestras hojas de ruta nunca han sido tan fuertes, y seguiremos ofreciendo productos líderes para potencializar las experiencias en PC, juegos, y centros de datos este 2023.

2 Continuamos expandiendo nuestro alcance a nuevas industrias y acercamos a los usuarios de todas las categorías soluciones innovadoras, que responden a sus necesidades actuales, y también del futuro. Cerramos la adquisición estratégica de Xilinx, la cual nos convierte en líderes en el cómputo adaptativo y de alto rendimiento en el mundo. Los desafíos son más a nivel de industria y pasan por adaptarse al contexto macroeconómico para proveer cabalmente la demanda, proceso es en donde nuestros socios de negocio juegan un rol fundamental.

3 La innovación tecnológica es un factor fundamental para el crecimiento de la economía, y el desarrollo de otros sectores clave para el crecimiento del país. Considerando este escenario, y para garantizar experiencias de alto rendimiento, creemos que sería bueno impulsar políticas económicas estables, que favorezcan la llegada de tecnología, así como la capacidad de adquirir nuevos productos por parte de los usuarios, y que faciliten el avance de nuestra comunidad a través de soluciones de vanguardia.



Sebastián Rial
Director Regional - Región Sur Latinoamérica

EPSON

Empleados: más de 300

1 Mantenemos un crecimiento sostenido con un negocio sólido en todos los segmentos. Continuamos desarrollando especialmente el segmento comercial e Industrial que es donde más crecieron las inversiones durante el 2022 y esto lo vemos como una tendencia para el 2023, por eso seguimos siendo optimistas. Vemos continuidad en las grandes inversiones y también en el segmento de emprendedores que creció sustancialmente. Es posible que veamos una desaceleración, pero las inversiones son para el largo plazo y allí estaremos acompañando a quienes nos eligen.

2 Tal vez la principal duda era cómo adaptarse al nuevo esquema remoto y el impacto que podría traer un retorno a la presencialidad. En Epson encontramos un esquema híbrido y flexible que nos ha permitido seguir logrando resultados y a la vez ofrecer un atractivo esquema para atraer talentos.

3 El acceso al crédito sigue siendo el tema central. Necesitamos que las políticas públicas faciliten y promuevan las inversiones dando previsibilidad. La eliminación de aranceles de importación para los bienes de producción es una medida que ayudaría a reducir los montos de las inversiones. También trabajar en políticas simples para emprendedores que hoy la ven muy compleja.



Ernesto Blanco
Country Manager HP Argentina

HP INC

Empleados: más de 56.000 a nivel global

1 El año entrante, trabajaremos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios y del trabajo híbrido, y acercarles un amplio porfolio de productos, servicios y soluciones destacadas en diseño, innovación y seguridad, como las soluciones de videoconferencia de Poly. Además, permaneceremos cerca de nuestros canales, ofreciéndoles capacitaciones y programas.

2 Pospandemia, nos enfrentamos al trabajo híbrido que requirió de adaptación, cambios, innovaciones y desafíos en ciberseguridad que resolvimos con HP Wolf Security que protege a los clientes de amenazas. Desde nuestro lugar, continuamos brindando tecnología de punta, desarrollando novedades para los usuarios y enfocándonos en las necesidades que se presentaron. Estamos orgullosos de que pudimos reinventarnos, innovar y acercarnos a nuestros clientes con nuevas herramientas.

3 Considerando que actualmente transitamos una era cada vez más digitalizada, creemos que las políticas públicas deben basarse en facilitar el acceso a la tecnología y proteger la información. Además, tomando en cuenta el trabajo híbrido, desde HP consideramos que es esencial reforzar políticas que mantengan seguras a las empresas, colaboradores, usuarios, canales y socios, así como a su información y datos, con el fin de obtener un ecosistema seguro.



Adrián De Grazia
Argentina country lead & Americas Inside Sales director

INTEL

Empleados: 90

1 Nuestra prioridad es continuar trabajando para ser líderes en todas las categorías en las que competimos, e innovar con audacia y velocidad. Buscamos mantener activos y visibles los pilares de nuestra cultura institucional para atraer y motivar a los mejores talentos técnicos y profesionales. Además de liderar en el segmento de procesadores, esperamos continuar desarrollándonos en las áreas vinculadas a data driven: Internet de las cosas (IoT), inteligencia artificial y *cloud-base solutions*.

2 Nuestro desafío principal fue satisfacer la creciente demanda de semiconductores, impulsada por los nuevos hábitos de trabajo y consumo. Para afrontar esta situación y atender a las necesidades del contexto, se puso en marcha nuestra nueva estrategia IDM 2.0 de la mano de nuestro CEO global, Pat Gelsinger. Durante este año estuvimos a la altura de las demandas de nuestros clientes, nos adaptamos rápidamente al nuevo ritmo del mercado y acompañamos a los usuarios de Intel en sus desafíos para afrontar las dificultades que la pandemia trajo consigo. Nuestra estrategia IDM 2.0, nos ha permitido realizar lanzamientos muy importantes vinculados a la nueva generación de procesadores y también de sus nuevas arquitecturas disruptivas que trazan una línea de crecimiento y liderazgo en la industria

3 La ciencia y la tecnología, la investigación de alto desempeño, la educación en habilidades tecnológicas, la transformación digital, la innovación, la sustentabilidad, el fomento al acceso al 5G; podrían generar grandes oportunidades. Intel tiene como misión mejorar la vida de las personas a través de diferentes contextos, llevando consigo la mejor tecnología adaptable a las necesidades de hoy día y las que han de venir en el futuro; anticipándose con desarrollos sostenibles y escalables.

logitech



Julián Ortiz
Country Manager Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia

LOGITECH

1 Desde Logitech esperamos poder seguir creciendo en el mercado local, como venimos haciéndolo de manera ininterrumpida en los últimos años. Queremos seguir ampliando nuestro portfolio de productos, así como también acompañar y colaborar en el continuo desarrollo de nuestros socios de negocios. Por eso, también vamos a darle continuidad a nuestro programa de canales (Partner Club), que nos permite alcanzar a todos nuestros clientes en forma vertical, de la misma manera que nos permite capacitarlos, premiarlos y mantenernos siempre cerca.

2 Uno de nuestros principales obstáculos, al igual que para tantas otras empresas, fueron las restricciones que surgieron en cuanto a las importaciones. Al ser una empresa con base en otro país, todos nuestros productos deben ser importados. Esto hizo que algunos de nuestros lanzamientos de nuevos productos tuviesen que reprogramar su fecha de llegada al país, pero aun así pudimos tener un año exitoso y presentar una gran cantidad de nuevos periféricos a nuestros clientes. Culmina un año lleno de logros para Logitech, principalmente en nuestro segmento de *gaming*. Incorporamos a Krü, uno de los equipos de *e-sports* más grandes de la región, a la familia de Logitech G, lo que implica un paso enorme y que va en línea con nuestro compromiso con la comunidad de *e-sports* a nivel mundial. Estuvimos presentes en Gamergy en su primera edición en el país, y también en Argentina Game Show, con un stand innovador y donde nuestros consumidores pudieron acercarse a conocer nuevos productos. También estamos por reinaugurar nuestra tienda física oficial en la Argentina, dentro del Shopping Unicenter con una propuesta innovadora, que nos va a permitir tener un espacio dónde poder interactuar con nuestros clientes, y que puedan acercarse y conocer los productos en primera persona. Este año nos encontró trabajando muchísimo, con el lanzamiento de casi 60 nuevos productos para finales de este año fiscal, y siendo líderes en nuestro core business y particularmente en el segmento de *gaming*.

motorola



Germán Greco
Executive Director & Gerente General de Motorola Mobility para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia.

MOTOROLA MOBILITY

Facturación (e.) 2022: $ 60.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 60.000 millones

Inversiones 2023: u$s 11 millones

Empleados: 60 directos, +150 indirectos

1 Seguir impulsando la democratización de la tecnología, es decir, ofrecer smartphones con características innovadoras, a precios más accesibles. Además, continuaremos apostando al segmento premium y manteniendo al consumidor en el centro de nuestra estrategia. Es fundamental entender las necesidades de los usuarios en esta nueva realidad.

2 Los principales obstáculos que se presentaron durante este 2022 fueron más que nada la coyuntura económica marcada por la inflación y las secuelas de la pandemia que aún persisten en el desarrollo de la economía global. No obstante, nuestro principal trabajo es minimizar el impacto que pueda tener sobre la operación. Una cosa que define a Motorola es la adaptación al cambio, y por supuesto que si cambian las reglas nos vamos adaptando. Así, nos fortalecemos año a año y logramos consolidar nuestro *market share* y crecer desde un 12% en 2017 hasta un 37% en 2021.

3 Los dispositivos móviles tienen mucho que aportar en el escenario actual, se volvieron una herramienta esencial para millones de personas. Durante este último año,



tratamos de buscar alternativas con el objetivo de seguir trayendo las últimas tecnologías al país y que nuestros consumidores pudieran acceder a ellas, siempre apostando al país aun en el contexto que estamos viviendo. Es importante conservar iniciativas como Ahora 12, de esta manera, las personas pueden contar con la posibilidad de acceder a distintos servicios y productos que se requieren diariamente.

SAMSUNG



Ricardo Chang
Presidente & CEO

SAMSUNG

Empleados: 160

1 Nuestra expectativa para el 2023 es ampliar el valor de la marca con propuestas a medida para cada necesidad y, en paralelo, continuar mejorando la experiencia del consumidor mediante el ecosistema de la marca a través de nuestro canal de venta propio como el de nuestros *partners*.

2 El abastecimiento de partes y la logística fue el mayor obstáculo de 2022. Si bien mejoró bastante al punto tal que nos permitió realizar el lanzamiento de nuestra línea de *smartphones* plegables en agosto el mismo día que en el resto del mundo; todavía no retomó los niveles pre pandemia. Tenemos mucho espacio para mejorar todavía como industria.

3 Tenemos como prioridad seguir creando valor en la matriz productiva de Argentina mediante la generación de puestos de trabajo directos e indirectos. Hoy en día producimos localmente el 95% del *portfolio* y nuestra prioridad es alcanzar el 100%. Esto no implica reducir la oferta dado que hoy contamos con los mismos productos que el resto de América latina, Estados Unidos, o incluso Europa, como por ejemplo la series S y Z, las tevés 8K o las heladeras BeSpoke.

SEGURIDAD

addoc



Daniel Hana
CEO

ADDOC

Facturación (e.) 2022: u$s 26 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 32 millones
Inversiones 2023: u$s 1,5 millones
Empleados: 550

1 Continuar siendo un socio estratégico para nuestros clientes, brindando soluciones digitales adaptadas a la medida de sus necesidades, garantizando la seguridad de su información y acompañando su transformación digital a través de la optimización en los procesos de trabajo. Durante 2023 seguiremos desarrollando la guarda de información digital, la explotación de datos y la digitalización en los procesos de clientes, y, en ese camino de aprendizaje y conocimiento, tenemos previsto la ampliación de nuestra infraestructura tecnológica.

2 Estamos en momentos en que los temblores económicos ponen en jaque a todas las industrias, sin distinción. La clave parece centrarse en la capacidad de adaptarse a las reglas del mercado y de las políticas macroeconómicas. Pese a un contexto por momentos adverso, logramos encontrar el punto de equilibrio donde la adaptación interna pudo proyectarse a la externa y a la demanda de clientes que requieren soluciones integrales a través de la innovación, con soluciones de fácil implementación que transforman de manera eficiente y segura sus procesos internos. Afirmamos nuestra operación tradicional con la seguridad que nos representa, pusimos el foco en el cliente y escuchamos sus necesidades para otorgar soluciones a medida.

3 Estamos convencidos de la capacidad técnica que tenemos como país en materia de desarrollo de soluciones informáticas, aunque también existe un déficit de profesionales en el sector, por lo que creemos que tanto incentivar las distintas ramas de carreras universitarias que conforman el universo IT como el conocimiento de la disciplina desde temprana edad permitiría a los jóvenes conocer nuevas alternativas de desarrollo. También, desde nuestra propuesta de valor como marca, ponemos el acento en celebrar la calidad humana, por lo que tenemos en agenda y en ejecución distintos programas orientados a la inclusión laboral en minorías: discapacidad, diversidad de género y personas en situación de vulnerabilidad.

eset



Federico Pérez Acquisto
Gerente general

ESET LATINOAMÉRICA

Facturación (e.) 2022: u$s 49,1 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 53,4 millones
Inversiones 2023: u$s 37,2 millones
Empleados: 91 (proyectado fin 2022)

1 Buscaremos seguir creciendo en ventas por encima del promedio del mercado como venimos realizándolo durante los últimos años. Desde ESET apuntamos a seguir consolidando nuestro oferta de Cyber SOC, desde donde proveemos servicios de seguridad especializados para empresas. Además, seguir alentando el crecimiento de las oficinas de México y de Brasil que son los países con mayor potencial y vienen teniendo una excelente performance durante los últimos años. Por otro lado, estamos haciendo una apuesta fuerte para llegar con nuestra oferta a grandes empresas, enfocándonos de esta manera en el segmento Enterprise.

2 Luego del año de adaptación pospandemia que fue 2021, durante 2022 nos enfrentamos a generar una nueva dinámica de trabajo en la cual podamos implementar lo positivo del trabajo remoto y presencial. Asimismo, hemos visto muchas compañías extranjeras que han buscado los excelentes recursos humanos de la Argentina, lo que genera una complicación para la gestión del negocio. No obstante, el balance es muy bueno dado que seguramente vamos a terminar el año creciendo por encima del 10% en dólares, con crecimientos muy interesantes en México y Argentina, que son dos mercados que realmente están dando grandes resultados. Además, en cuanto a lo que es el equipo de ESET en la región, seguimos apostando por incorporar talentos que nos permitan cumplir con todos los objetivos planteados para este 2022.

3 En lo que refiere a Argentina, es necesario que se impulse y apuntale la industria de Economía del Conocimiento ya que desde ESET la consideramos muy importante para el desarrollo de la industria y la entendemos como una política pública saludable. Además, es vital trabajar para minimizar la brecha cambiaria existente que, en una industria que ya contaba con recursos humanos escasos, profundizó el problema de la escasez de recursos en empresas argentinas.

FORTINET



Gustavo Maggi
Director Regional de Fortinet para Sudamérica Este

FORTINET

Facturación (e.) 2022: u$s 1030 millones (global)
Empleados: 100

1 Cuáles son las expectativas y proyectos de su empresa para 2023 En Fortinet estamos en constante evolución, nos hemos consolidado como la empresa de ciberseguridad número uno en América latina y de cara al siguiente año pensamos mantener este título, a través de la entrega de soluciones de ciberseguridad amplias, integradas y automatizadas, con la tecnología más avanzada que reafirman nuestro compromiso de crear un mundo digital seguro en el que todos puedan confiar y proteger los dispositivos de las personas y las empresas. Seguiremos colaborando con las entidades públicas y privadas a nivel local y buscando alianzas, como lo hemos venido haciendo, a través del intercambio de

información en inteligencia contra ciberamenzas para mantenerlos al tanto de las últimas tendencias en esta materia y con esto puedan blindarse mejor ante un panorama creciente de criminales digitales que está además en constante evolución. También queremos seguir creando una cultura de ciberhigiene que involucre a cada miembro de las empresas, para ello de cara al 2023 seguiremos impulsando nuestro servicio de capacitación y concientización en ciberseguridad que ofrece a cualquier organización la capacidad de proteger sus activos digitales críticos contra las ciberamenazas, mediante la creación de conciencia sobre la ciberseguridad entre los empleados.

2 El reto principal para la industria de ciberseguridad sigue siendo una superficie de ataque digital en expansión y el aumento en la sofisticación y eficacia de los cibercriminales. De acuerdo con el departamento de inteligencia conta amenazas FortiGuard Labs de Fortinet, durante la primera mitad del año se detectaron en Argentina 1900 millones de intentos de ciberataques un aumento del 58% con respecto al mismo periodo de 2021. Para Fortinet es un desafío importante para nosotros como expertos en ciberseguridad, que es mantener nuestras soluciones actualizadas y en constante evolución para mantenernos un paso delante de los cibercriminales, esto pudimos enfrentarlo gracias por un lado a nuestros profesionales en ciberseguridad que se encargan de crear la tecnología para blindar mejor a nuestros clientes, y por otro lado a nuestro centro de inteligencia de amenazas FortiGuard Labs que monitorea constantemente el panorama de ciberamenazas.

3 A nivel local, creo que estamos por buen camino en materia de ciberseguridad, hemos visto gran preocupación del gobierno actual por atender temas críticos, y tomar acciones para encaminarnos a una sociedad digital más segura.



Carlos Mackinlay
CEO

STRIX BY LOJACK

Empleados: 430

1 De cara al 2023, el objetivo es continuar con nuestros planes de expansión de negocio para seguir desarrollando y profundizando nuestra plataforma Strix, de modo que seguramente realizaremos nuevas inversiones para seguir creciendo y brindar un servicio cada vez con mayor calidad y con un mayor valor agregado para nuestros clientes. Pensamos seguir invirtiendo en potenciar nuestro negocio a nivel regional donde hay enormes oportunidades de crecimiento.

2 Sin dudas la incertidumbre y la alta inflación ha sido el mayor obstáculo de este 2022, planificar el año ha sido un desafío enorme. A pesar de esto, hemos podido consolidar un buen año de crecimiento de clientes, gracias a las permanentes inversiones que hemos venido realizando en los últimos años que nos permiten contar con una plataforma innovadora capaz de bridar servicio de excelencia a cada vez más usuarios

3 Poder contar con una economía estable y previsible donde haya créditos a largo plazo y una menor carga impositiva para las empresas que apostamos al crecimiento sería algo muy beneficioso para nuestro sector.

SERVICIOS



Ezequiel Braun Pellegrini
CEO

BREVITY

Facturación (e.) 2022: u$s 100.000
Facturación (p.) 2022: u$s 380.000
Inversiones 2023: u$s 100.000
Empleados: 12

1 Desde Brevity queremos potenciar el trabajo de abogados y profesionales a través de la transformación digital y la inteligencia artificial, para ganar eficiencia, optimizar tiempos de gestión y reducir costos. Con su lanzamiento en Argentina 2021 y la apertura de negocios en Paraguay y Chile en 2022, Brevity avanza en su expansión y se consolida como legaltech regional. En 2023 continuaremos nuestra expansión regional, empezando el año con nuestro lanzamiento en México, en Perú en el segundo trimestre y en el segundo semestre en Colombia.

2 El financiamiento de Startups por parte de VC se redujo sustancialmente y ello implicó un desafío y un esfuerzo mayor en ese proceso, que culminó hace poco para nuestra ronda presemilla, con el apoyo de un fondo de EE.UU.. Tuvimos un gran año, y conseguimos expandirnos a nivel regional y con clientes clave que nos permiten establecernos como proveedores de grandes empresas en los países donde operamos, como Abinbev, E&Y, solo por mencionar dos casos.

3 El escenario 2021-22 nos enseñó que mucho de lo que creíamos indispensable que se haga en papel o libros corporativos, bien puede ser reemplazado por la tecnología. Grandes transformaciones están ocurriendo en el mundo del derecho y cada vez son más necesarios los servicios de tecnología en esta materia. La implementación a gran escala de libros digitales para actas societarias como ocurre en Córdoba, por ejemplo, sería un avance enorme en materia de digitalización del sector legal.



Facundo Castro
CEO

CIRION TECHNOLOGIES

Empleados: 500 aproximadamente

1 Invertiremos en la expansión de nuestra red de *data centers* y en una arquitectura Ethernet de alto ancho de banda para mejorar la experiencia y llevar servicios Ethernet actualizados a más de 14 ciudades latinoamericanas, con Buenos Aires entre las primeras, en forma escalonada hasta fines de 2023.

GRUPO ALBANESI
ENERGIA A SU ALCANCE

2 2022 ha sido clave: luego del cierre de la venta de las operaciones de Lumen en la región a Stonepeak, lanzamos la marca para crear una empresa líder en infraestructura digital y tecnología. Las perspectivas son muy prometedoras, las compañías están transitando su transformación y las acompañamos con un amplio portfolio.
3 La conectividad es central para el progreso de los países. Políticas públicas que incentiven inversiones y un entorno regulatorio adecuado son fundamentales para potenciarla.



Adrián Anacleto
CEO - Fundador

EPIDATA
Facturación (e.) 2022: 20 millones
Facturación (p.) 2023: 29 millones
Inversiones 2023: 8,2 millones
Empleados: 470 (global)
1 Epidata se encuentra en un proceso de fuerte expansión, donde seguramente las inversiones superen los flujos normales de mercado. Son focos de crecimiento para 2023: abrir mercado en Brasil, sumar nuevos clientes globales, especialmente en EE.UU. y consolidar posición en América latina.
2 Lo más interesante fue gestionar el crecimiento del negocio bajo la nueva dinámica de mercado poscovid. Nuestra performance se basó en lograr afianzar la gestión colaborativa, la modalidad laboral flexible y a distancia, con la inclusión multicultural que sumó profesionales de varios países. Gracias a ello, estamos teniendo una rotación mucho menor a la de mercado.
3 En Epidata consideramos que todas las iniciativas gubernamentales que acompañen al desarrollo de profesionales y la financiación del talento en la industria de tecnología del conocimiento son fundamentales y un motor de la economía con escala social.



Santiago Pordelanne
Presidente de Equifax para Argentina , Uruguay y Paraguay

EQUIFAX
Empleados: 280
1 Seguir impulsando el conocimiento mediante nuestra big data multi industria, y robusteciendo la mirada 360 del consumidor con analytics y modelos predictivos a través de soluciones digitales y de inteligencia artificial. Asimismo continuaremos ejecutando nuestro plan estratégico de transformación hacia tecnologías *cloud*. También seguiremos exportando talento al mundo con nuestro *hub* de *analytics* y tecnología basado en Buenos Aires.
2 Pese al contexto macroeconómico por todos conocido, seguimos creciendo con nuevos analíticos, soluciones customizadas y data diferenciada en clientes de diferentes rubros, e invirtiendo en la Argentina para acompañar al mercado frente a las nuevas necesidades de un mundo pospandemia.
3 Las políticas públicas que apoyen el desarrollo sustentable del acceso o uso de instrumentos de crédito y fomenten tanto la generación de empleo calificado como la investigación y desarrollo exportable al mundo.



Víctor Valle
Director General de Google Argentina

GOOGLE
Empleados: 400
1 Con 15 años en la Argentina, seguiremos profundizando nuestros proyectos de infraestructura y expandiendo los servicios tecnológicos que brindamos a empresas a través de la incorporación de más talento local. Continuaremos localizando nuestros productos y uno de los ejes, en un año de elecciones, será ayudar a las personas con herramientas útiles a la hora de votar, con iniciativas para combatir la desinformación. También pondremos nuestros esfuerzos en la privacidad, en la manera en cómo diseñamos y actualizamos nuestras soluciones. Otro pilar fuerte es la educación con especial foco en la seguridad *online* de las familias.
2 Este fue un año muy especial para Google Argentina, celebramos 15 años en el país con importantes anuncios. Desde la llegada del cable submarino Firmina y la expansión del Centro de Ingeniería y Servicios, hasta la entrega de 3000 becas de educación inclusivas y con más de 1600 jóvenes graduados en formación de herramientas digitales con el programa Crecé con Google para Jóvenes. Uno de nuestros desafíos tuvo que ver con el talento digital: necesitamos continuar invirtiendo en la formación de talento para atender un sector de demanda creciente y generar más oportunidades en el país.
3 El país tiene por delante una enorme oportunidad de crecimiento a través de la digitalización, de la mano de aquello que nos caracteriza como país: el talento, la innovación y el espíritu emprendedor. Para lograrlo, creemos firmemente en la posibilidad de aunar esfuerzos privados y públicos en este necesario y potencialmente enriquecedor proceso de transformación, que según un informe que desarrolló Alphabet para Google, podría generar para Argentina un impacto anual de hasta u$s 149.000 millones para 2030.



Franco Taraborrelli
Gerente general

ITURAN
Facturación (e.) 2022: $ 1750 millones
Facturación (p.) 2023: $ 3250 millones
Inversiones 2023: $ 45 millones
Empleados: 200
1 Estamos enfocados en desarrollar una gama de servicios que nos van a permitir complementarnos y expandirnos hacia otras ramas de las industrias del seguro, transporte y logística. Continuaremos cuidando a los vehículos, fortaleciendo el concepto de "auto conectado" incorporando la seguridad física de las personas a nuestro *core*.
2 Las condiciones de la macro, el aumento de la inflación por encima de las predicciones iniciales, la caída del poder adquisitivo, la situación social compleja y los mercados retraídos son los principales obstáculos que continuaron desafiando la creatividad de las empresas durante este año. A pesar de este escenario, fue un año de crecimiento a nivel de negocio y cartera de clientes donde nuestra propuesta de valor fue muy valorada y aceptada.
3 Principalmente se debería orientar las políticas a una estabilidad regulatoria, un marco jurídico previsible e incentivar las inversiones, el desarrollo e innovación tecnológica en las industrias del transporte, logísticas y del seguro bajando la presión impositiva sobre estos sectores.



Pablo Pereira
Presidente y CEO

NTT DATA
Facturación (e.) 2022: 5700 millones
Facturación (p.) 2023: 9000 millones
Empleados: 900
1 Creemos que será un 2023 en el que continuemos creciendo y manteniendo los niveles de operación de este año. Sumado a una alta demanda de servicios profesionales tecnológicos. Tenemos la expectativa de lograr una estabilidad, en un entorno de menor inflación, lo que nos permitirá focalizarnos en inversiones y poder crecer. Nos enfocaremos en proyectos de alta generación de valor, con un aporte tecnológico alto.
2 Sin duda, gestionar la inflación y el desafío de atraer y retener talento. La generación y el desarrollo de conocimiento son

La calidad y seguridad de los productos y servicios de tu empresa son el cimiento de todo negocio. IRAM aporta la confianza para demostrarlo frente a tus clientes.

Elegí nuestras marcas de certificación



IRAM | Construimos confianza

pilares importantes, en los que hacemos foco permanentemente, para poder aplicarlos a proyectos desafiantes. Fue un año de gran crecimiento y desarrollo de talento.

3 No estamos exentos de desarrollarnos en el mismo entorno macroeconómico general. Sería fundamental contar con una estabilidad de reglas de juego: legales, impositivas y administrativas. La inflación es un problema enorme, desfocaliza atención y no permite la aplicación de estrategias de mediano y largo plazo. La brecha cambiaria es un desafío permanente para la atracción y retención de talento. Y por último, políticas relacionadas a la educación y formación, son catalizadoras y estratégicas.



Nicolás Baccigalupo
CEO & Founder

OCTOPUS PROPTECH
Facturación (e.) 2022: u$s 1,15 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 2,7 millones
Inversiones 2023: u$s 2,6 millones
Empleados: 50

1 Las expectativas y proyectos para 2023 son súper ambiciosos y eso nos viene pasando año a año. Cada año que pasa tenemos más expectativas y más proyectos que el año anterior. Nuestro nivel de expectativas está enfocado en tres verticales principales y superdesafiantes: expandirnos en la región empezando por México, llegar a las 200.000 unidades y acelerar la penetración de nuestro vertical Fintech.

2 Gracias al enorme crecimiento que estamos teniendo, estamos constantemente en la búsqueda de talento IT. Ese es uno de nuestros principales desafíos. Nuestro propio crecimiento nos hace poner mucho foco en la búsqueda de nuevos roles y trabajar activamente en la retención. El segundo desafío que se nos presenta es crecer agresivamente y volvernos masivos. Cuando sos una empresa "boutique" es más simple dar un servicio de excelencia para pocos clientes. Cuando tu estrategia tiene que ver con crecimiento acelerado, con la escalabilidad y masividad este objetivo se vuelve más complejo.

3 La Ley de Economía del Conocimiento es algo que ayuda muchísimo al sector. Así que es una alegría que haya quedado aprobada finalmente para poder aplicar y, de hecho, nosotros estamos aplicando para ser parte. Creo que una buena política pública sería un programa de incentivos y capacitaciones gratuitas a la población con menos recursos para que puedan ingresar a la industria de la economía del conocimiento.Creo sería una buena política pública destinar fondos que permitan al sector más humilde formarse e ingresar a la industria de la economía del conocimiento.



Pablo G. Porto
VP & Gerente General

POWERFLEET

1 El 2023 trae desafíos renovados. La compañía impulsó recientemente un *rebranding* global. En la Argentina, continuaremos acercando a nuestros clientes soluciones basadas en el modelo de *software* como servicio. Esperamos incrementar nuestra base instalada (unidades conectadas) por encima del 15%, en línea con lo ejecutado en los últimos años.

2 Las variantes relacionadas con la fluctuación del dólar y la alta tasa de inflación, afectan los costos en general y complican los precios en el mercado interno. Esta dinámica también impacta sobre la importación de insumos. Esperamos cerrar 2022 con más de 2000 clientes e incrementar nuestras unidades conectadas en torno al 15 por ciento.

3 Promover políticas claras que permitan un contexto económico más estable y predecible, donde las empresas puedan desarrollarse y realizar mayores inversiones tendientes a acelerar su crecimiento y el del sector. En este sentido, es clave sumar nueva infraestructura para el despliegue de las nuevas tecnologías.



Martín Kaplan
CEO

PRISMA MEDIOS DE PAGO
Empleados: 1800

1 Como empresa tecnológica líder en medios de pago, seguiremos conectando comercios, personas, bancos y fintechs, continuaremos innovando con más API que faciliten las transacciones de nuestros clientes y desplegaremos la nueva plataforma digital de tarjetas prepagas. Además, Payway llevará sus cobros con QR por el país, lanzará grandes innovaciones en su Gateway y conciliador de pagos.

2 Este año redoblamos la apuesta en el país realizando fuertes inversiones en mejoras de las plataformas de procesamiento para bancos y *fintechs*, y en las últimas tecnologías de personalización de plásticos. Se hizo un amplio recambio de terminales POS Android de última generación y un gran cambio en el software de gestión de ventas, lo que representa una importante modernización para el sector. Lanzamos Payway, que presentó el único QR del mercado con el que se puede pagar con todas las billeteras y medios de pago electrónicos.

3 Los medios de pago electrónicos son el mejor aliado del estado en la formalización de la actividad económica y la lucha contra la informalidad. En este camino, la clave está en generar habitualidad en el uso de medios electrónicos y digitales de pago para consumidores, comercios y entidades, así ellos serán los impulsores de la formalización.

SOFTWARE



Marcelo César
CEO

APEXAR TECHNOLOGIES
Facturación (e.) 2022: $ 90 millones
Facturación (p.) 2023: $ 150 millones
Inversiones 2023: $ 20 millones
Empleados: 15

1 Daremos un paso importante en la internacionalización de la compañía, con la creación de una filial desde la cual podamos internacionalizar nuestro *core* de negocios que es ser un *partner* tecnológico de otras empresas para el desarrollo y fabricación de nuevos productos.

2 Sin lugar a dudas el principal obstáculo que tuvimos y tenemos hoy en día es la dificultad para importar los insumos que en nuestro caso, por ser manufactura electrónica el 80% son importados.



Daniel Jejcic
CEO

AVENIDA+
Facturación (e.) 2022: $ 14.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 30.000 millones
Inversiones 2023: $ 20 millones
Empleados: 50

1 De cara al 2023 estamos trabajando muy fuertemente en networking y diferentes estrategias para la regionalización de la empresa.

2 Este año volvió a ser muy desafiante para todas las empresas, por la volatilidad macroeconómica y la creciente inflación, al igual que el tipo de cambio.

3 Sería de ayuda contar con una contribución en líneas de crédito y mayor inversión en desarrollo de talento en la industria del conocimiento.



Ángel Pérez Puletti

CEO

BAUFEST
Facturación (e.) 2022: u$s 43 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 53 millones
Inversiones 2023: u$s 4 millones
Empleados: 900

1 Durante el próximo año esperamos consolidar nuestra oferta de soluciones punta a punta. Además continuaremos con nuestra estrategia de expansión internacional con el objetivo de hacer crecer nuestras operaciones en Estados Unidos, Europa y América latina

2 El principal obstáculo fue la complejidad de algunos mercados laborales en los que operamos, en particular en la Argentina, donde día a día se deben gestionar varios factores como la inflación, la renegociación de precios y la rotación en un contexto de alta competitividad y salarios en dólares. Nuestro balance sigue siendo positivo. Crecimos un 36% respecto al año anterio. Por otro lado fuimos reconocidos por el Great Place to Work® Institute.

3 Creemos que la normalización de la macroeconomía es un factor clave para impulsar el sector y ganar competitividad a nivel internacional. Además, es fundamental lograr la unificación del tipo de cambio y una menor tasa de inflación para operar con mayor estabilidad y previsibilidad.



Mariano Oriozabala
CEO

BRANDLIVE
Facturación (e.) 2022: u$s 36 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 45 millones
Inversiones 2023: u$s 1 millón
Empleados: 280.



Marina Ierace
Directora General América Latina

CEGID AMÉRICA LATINA
Empleados: 4400 a nivel global

1 Por un lado, estamos finalizando el proceso de rebranding que venimos realizando desde la unión de Meta4 al grupo Cegid a finales de 2019. Ahora ya como Cegid, queremos continuar acompañando a nuestros clientes en sus procesos de transformación digital. A nivel global tenemos un nuevo plan estratégico, Cegid Forward, que nos guiará como compañía desde el 2022 al 2026.

2 Es indudable que los últimos años han presentado muchos retos para las organizaciones y los líderes: las nuevas formas de trabajo, el trabajo híbrido, equipos descentralizados, trabajo asíncrono, nuevas habilidades. Pero también han traído oportunidades, llevando a las áreas y profesionales de recursos humanos a ocupar un rol más estratégico en las empresas. En este sentido, el balance que hago es positivo.

3 En general políticas educativas que formen a los jóvenes en las nuevas tecnologías y habilidades digitales. Las habilidades digitales actualmente son requeridas por empresas de todos los rubros y tamaños, no solo por empresas tecnológicas. Existe un déficit de profesionales no solo en Argentina, sino a nivel global.



Lenoardo Giordano
Country Manager

CISCO SYSTEMS ARGENTINA

1 Cisco Argentina seguirá enfocado en mantener el crecimiento tanto en el sector público como privado. El 2022 fue un año donde pudimos capitalizar muchas de las inversiones en estos sectores, pues hubo mucha adopción de tecnología y soluciones digitales. Esperamos cotinuar por este camino.

2 EL reto principal para nosotros fue la brecha en el talento. Es escaso el recurso humano verdaderamente calificado para impulsar proyectos de tecnología y de transformación digital. Por esta razón, principalmente, seguiremos apostando por programas como Cisco Networking Acadamy, el cual nos permite ofrecer habilidades digitales a jóvenes en Argentina y en toda América latina.

3 Educación en temas de tecnología: Conectado a la brecha de talento, la educación debe ser una prioridad como política pública, a fin de fortalecer las habilidades y el *know how* que tenemos en el país y en la región. Adopción de tecnología: Impulsar la adopción tecnológica ayudará a tener un impacto positivo en el desempeño económico del país. Esperamos que las políticas públicas sigan acompañando el impulso y el crecimiento que tiene el sector de tecnología.



Ricardo Hernández
CEO

EDISON
Facturación (e.) 2022: $ 400.000 millones
Facturación (p.) 2023: $ 800.000 millones
Inversiones 2023: $ 40 millones
Empleados: 70

1 En Edison tenemos presencia en América Latina hace 4 años y para el año 2023 planificamos continuar expandiéndonos con oficinas y operaciones propias en México y Colombia. Vemos que la región es un mercado que tiene cada vez más potencial, con gran cantidad de empresas buscando partners y mucho talento para incorporar.

2 El principal desafío que tuvimos este año fue la contratación de recursos calificados. Es un mercado muy competitivo, con un gran índice de rotación y con competencia global por lo que hicimos mucho foco en el área de capital humano. Por supuesto otro gran obstáculo fue la situación económica del país y del mundo que hace que continuamente debamos estar buscando alternativas y repensando los beneficios ofrecidos. En el balance podríamos afirmar que fue un año mayormente positivo. Logramos un incremento del 20% de nuestro equipo de colaboradores.

3 La inflación y el mercado interno son los dos factores que vemos como principales focos a estabilizar, La competencia a nivel nacional e internacional sumada a estos factores hace que perdamos competitividad ante las grandes empresas, y ocurre tanto en los exportadores de servicios como en las compañías de productos.



Wanda Weigert
Directora Ejecutiva de Globant Argentina y Chief Brand Officer Global

GLOBANT
Facturación (e.) 2022: u$s 1775 millones
Empleados: 5500

1 Nuestro principal desafío para 2023 es seguir creciendo y llevarmás oportunidades a lo largo de todo el país e innovar para que nuestros clientes profundicen su camino de reinvención. En Argentina, continuaremos con nuestro plan de inversión, donde en los próximos cinco años contrataremos 15.000 Globers más. Hoy la industria de la economía del conocimiento es el tercer sector exportador y sabemos que, por la demanda global, la Argentina puede transformarse en un actor global líder y así contribuir más al desarrollo del país y sus talentos.

2 Más que un obstáculo me gustaría hablar del principal desafío. Uno de los principales desafíos a nivel personal fue mi designación como directora ejecutiva para Argentina. Nuestro país es un lugar clave para Globant: es nuestra casa, el lugar donde nacimos y desde donde nos expandimos al mundo. Sin dudas, cerramos el 2022 con un balance enfáticamente positivo y no tengo dudas que el 2023 será aún mejor.

3 Desde 2004, el apoyo al sector es una política de Estado a largo plazo. Es alentador que los distin-

tos gobiernos continúen reconociendo la importancia de la economía del conocimiento. Sin dudas, este camino promueve la creación de nuevos puestos de trabajo y fomenta el crecimiento. Por otro lado está la formación de talento. Hubo y hay muchas iniciativas tendientes a orientar a los jóvenes hacia carreras STEM, pero aún hay mucho por hacer.



Alejandro Bianchi
Presidente

LIVEWARE

Facturación (e.) 2022: }$ 171 millones
Facturación (p.) 2023: $ 300 millones
Inversiones 2023: $ 20 millones
Empleados: 50

1 A nivel local se espera un nuevo año desafiante, marcado por las elecciones presidenciales y por la compleja situación económico financiera. A nivel externo, se espera la continuidad en mercados ya presentes y el desarrollo de actividades en más países de la región.

2 La espiral inflacionaria es sin duda el principal obstáculo de crecimiento. Se suma a ello las constantes modificaciones a nivel cambiario/financiero que impactan en el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio basadas en la introducción de herramientas y aplicaciones de uso global. El balance es levemente negativo, puesto que los esfuerzos e inversiones efectuados lamentablemente se ven opacados por las incidencias antes mencionadas.

3 Más allá de las buenas posibilidades que brinda la Ley de Economía del Conocimiento y otras medidas de impulso, la realidad queda siempre marcada por la coyuntura. Se demandan políticas claras, de largo plazo que permitan previsibilidad y un crecimiento productivo multisectorial.



Roberto Alexander
Presidente y Gerente General de IBM Argentina

IBM ARGENTINA

1 La clave será la correcta combinación entre Talento, Innovación y el trabajo con el Ecosistema. El foco está en aprovechar la inteligencia artificial y la nube híbrida y abierta para impulsar la transformación de las empresas y ayudar a nuestros clientes a resolver desafíos como la sostenibilidad, la eficiencia y la creación de nuevas experiencias, con el conocimiento y experiencia de nuestros colaboradores y el ecosistema de socios en todo el país.

2 En el último tiempo, las organizaciones experimentaron un proceso de aceleración tecnológica sin precedentes. Esto fue una oportunidad para potenciar ciertos procesos que ya se venían gestando y continuar fortaleciéndolos. A la par, frente a los retos cada vez más desafiantes la clave está en valorar la inteligencia colectiva y romper las fronteras de la propia organización para impulsar la innovación.

3 La colaboración entre el sector público y privado es vital en aspectos clave como la educación, por ejemplo. La brecha de habilidades técnicas y digitales en todos los sectores de la industria es muy marcada y es central trabajar juntos para resolverlo.



Fernando López Iervasi
Gerente general Microsoft Argentina

MICROSOFT

Empleados: 192

1 }icrosoft Argentina tiene un compromiso con el país y trabaja para empoderar a las personas y a las organizaciones de diferentes sectores de la economía para que avancen en procesos de transformación digital. En 2023 seguiremos enfocados en hacer que la nube ayude a los clientes a hacer más con menos y que puedan ser resilientes a los nuevos entornos híbridos de trabajo. Tecnología avanzada como analítica de datos y la Inteligencia artificial seguirán siendo las protagonistas. También irrumpirán con más fuerza, la tendencia de uso de aplicaciones de bajo código.

2 Los principales desafíos estuvieron en acompañar a las empresas en su camino hacia el trabajo híbrido y, además, desarrollar estrategias de ciberseguridad para clientes, con capacitaciones para todos los sectores de la sociedad. Los principales proyectos tuvieron que ver con lanzar una propuesta sólida de valor para el agro y su ecosistema *agtech*; acompañar a la industria financiera a afrontar sus principales desafíos; trabajar en una alianza con Tenaris para acompañar sus objetivos de transformación digital y sustentabilidad; también junto a YPF en un proyecto de computación cuántica; y junto al Fleni para acompañar la rehabilitación de pacientes con tecnología, entre otros. Hacia adentro de la compañía, inauguramos una nueva oficina 100% híbrida y acompañamos a nuestros equipos priorizando su bienestar.

3 El camino para transformar el país es el aprendizaje constante. La Argentina tiene una oportunidad enorme en tecnología. Sin ir más lejos, en el país se pueden generar dos millones de empleos para 2025, atados a este sector. En este sentido, firmamos acuerdos de colaboración con el Gobierno Nacional y con la Ciudad de Buenos Aires y con otras provincias del país para capacitar a la mayor cantidad de personas posibles en habilidades digitales. Ya son un poco más de 700.000 personas que iniciaron los cursos, que les van a permitir ser protagonistas de la economía digital.



Luis Lombardi
Senior Sales Director LATAM

MICROSTRATEGY ARGENTINA

Facturación (e.) 2022: u$s 510.8 millones
Facturación (p.) 2023: 612.9 millones
Empleados: 110

1 Garantizamos la mejor experiencia del cliente, y, cuando nos comparan con la competencia, lo hacen con el máximo potencial de MicroStrategy. Otro proyecto a desarrollar: Aplicaciones para la custodia de las criptomonedas, que ya nos piden empresas que están usándolas en el negocio. Y continuamos con el plan de expansión en Argentina, una la fuerte inversión en recursos calificados.

2 En este año hubo muchos temas macroeconómicos globales: como la inflación generada por la pandemia, y la guerra que superpuso una condición más de peligro, que hizo que países que nunca habían tenido inflación, la tengan, y estén *wait and see*. En la Argentina las compras se aceleran. El balance general del año es bueno, porque nosotros en lo particular tuvimos una posibilidad de flexibilizar muchas estrategias.

3 Siempre fueron positivos para nosotros los fondos de capacitación: El permitir que las compañías se capacites y usen MicroStrategy, nos hace crecer adentro de las cuentas. Políticas públicas para pymes. El segmento pyme es un gigante económico, y eso hace que nunca lo descartemos. Nos suma que haya políticas públicas que favorezca su crecimiento.



Antonio Rivero
Director General LATAM

NAPSE

Empleados: +250

1 Nuestro foco está en continuar desarrollando y ofreciendo soluciones informáticas omnicanal para acompañar a la industria del *retail* en la transformación digital. Esperamos continuar por este camino, fortaleciendo el ecosistema del *retail* a través de soluciones que acompañen a la evolución de la industria y el comportamiento del consumidor. Nuestro objetivo de cara a

2023 es crecer con nuestros productos y aumentar la presencia de Napse la región y otros mercados.
2 Sin dudas el balance del año es positivo. Desde la pandemia tuvimos que aprender a adaptarnos a una nueva normalidad y entender las nuevas necesidades y prioridades del *retail*. Entre los grandes desafíos a los que nos enfrentamos hoy es la captación de nuevos talentos con perfil IT frente a un entorno de alta competitividad y rotación y la ciberseguridad.
3 En toda la región América latina, la cuestión impositiva es importante, sobre todo si se quiere ser una compañía exportadora de *software* necesitamos una política que lo estimule. También hay muchas dificultades para incorporar personal, permanente o temporario. Con la pandemia, creció el teletrabajo y es muy fácil contratar personas que trabajen desde el exterior. Las leyes laborales deben adaptarse a la nueva realidad para tener un mercado competitivo y estimular el crecimiento local.



Marcelo Carbone
CEO

PERTIX TECH
Empleados: 9
1 Crecer en los tres mercados objetivo para nuestra plataforma, que son Argentina, Colombia y México.
2 La falta de planificación y el incumplimiento sistemático de las ofertas de incentivos económicos y fiscales por parte del Poder Ejecutivo, nos ha retrasado sensiblemente en nuestros planes de consolidación del negocio.
3 Aquellas que sean realmente sustentables y que no estén a merced de los cambios de la administración de turnol.



Carlos Pinto
Presidente

PLANEXWARE
Facturación (p.) 2023:
$ 1400 millones
Inversiones 2023:
$ 140 millones
Empleados: 80
1 Desembarcar con nuestro portal de proveedores en América latina.
2 Excluyentemente la inflación, no solo la registrada con el peso argentino sino el incremento de los precios en dólares de equipamiento informático y software de base. Adicionalmente, el incremento de las remuneraciones del personal técnico, por los que competimos con propuestas de trabajo en el exterior.
3 Sin lugar a dudas reducir la inflación, mejorar la balanza de pagos y eliminar las barreras a la importación.



Jorge Payró
Country Manager

RED HAT
Empleados: Más de 100 en Argentina, más de 20.000 en el mundo
1 Red Hat seguirá invirtiendo en Sudamérica, como lo viene haciendo desde el inicio de las operaciones, previendo incorporar nuevos recursos para fortalecer el crecimiento de la compañía y atender la demanda creciente de nuestros servicios y soluciones tecnológicas. Por esto, planeamos continuar con la cobertura en Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, y ampliar también la llegada en Perú.
2 El 2022 fue un año desafiante pero pudimos sedimentar las bases necesarias producto de la pospandemia, la cual nos había obligado a transformar nuestros servicios, generar nuevos modelos de negocio y construir colaboración permanente en las nuevas modalidades híbridas. El mercado de nube híbrida, de proyectos de transformación, entre otros, sigue en crecimiento. Nuestra cultura abierta y colaborativa sigue siendo la pieza fundamental que nos permite seguir adaptándonos rápidamente a los desafíos y atender esta nueva demanda.
3 En los últimos dos años, por ejemplo, hemos realizado diferentes iniciativas en conjunto con el gobierno nacional y el gobierno de la ciudad de Buenos Aires, para apuntalar la educación técnica a jóvenes y adultos en tecnologías OpenShift y Kubernetes.



Claudia Boeri
Presidenta Región Sur de América Latina

SAP
Empleados: 1179
1 Hoy en día toda empresa es una empresa de tecnología por lo que creemos que será un año con muchos proyectos, nuevos clientes, nuevos consultores y con un gran foco en la sostenibilidad. Además será un año electoral por lo que prevemos que el ritmo de los negocios responda al calendario político. Desde SAP continuaremos estando cerca de las empresas argentinas para impulsar su crecimiento y capacidad de trabajo y adaptación a las cambiantes condiciones de los mercados.
2 En lo que va de 2022 podríamos afirmar que es un buen año. Ya estamos en la nueva normalidad, con una mayor reactivación. Retomamos los eventos presenciales con nuestros *partners* y clientes como lo fueron el SAP Now y el Innovation Flight. Además obtuvimos muy buenos resultados para SAP Argentina con un crecimiento sostenido durante cada trimestre. Durante este año continua mos trabajando lo que inició en 2021 sobre el *new normal*, con nuevas políticas para hacer de SAP un espacio donde todos se sientan a gusto, escuchados e incluidos.
3 La economía del conocimiento genera un enorme volumen de oportunidades y divisas para el país. Continuar generando las condiciones y la estabilidad para desarrollarla en su máximo potencial de manera sostenida en el tiempo es un aspecto clave para el crecimiento de las empresas del sector, pero, sobre todo, para incorporar al país en la dinámica del mundo.



Guido Ipszman
Director General de Salesforce para Argentina

SALESFORCE
Empleados: 973
1 El año que viene queremos seguir conectando cada vez más empresas con sus clientes, con interacciones en tiempo real. Queremos acercarnos a compañías de cualquier tamaño e industria de cada rincón del país para que nos conozcan y sepan las diferentes formas en las que podemos transformar su negocio con nuestras soluciones. Nuestro objetivo es seguir creciendo y convencer de que el camino es el de la revolución digital.
2 Este fue un gran año para Salesforce Argentina, pese a un panorama político y económico que representa cierta inestabilidad en el país. Recientemente, fuimos reconocidos como una de las cinco mejores empresas para trabajar en el mundo en un ranking de Great Place to Work y durante el año nos eligieron como la mejor empresa para trabajar en Tecnología de Argentina, entre otra serie de premios. Pero además crecimos en cantidad de clientes, lanzamos nuevos productos como Salesforce Genie y contratamos a más colaboradores.
3 El uso de la tecnología se está expandiendo global y localmente, tanto a nivel social como laboral. Se espera que para 2026, la necesidad de habilidades digitales en los empleos crezca un 12%, según IDC. Por eso creemos que es vital llevar la digitalización a todo el país. Además de conectarnos, es una herramienta inclusiva, democratizadora y una fuente de trabajo inagotable. Desde Salesforce ofrecemos nuestra plataforma de aprendizaje gratuito Trailhead, para que quien quiera pueda

formarse en habilidades de la empresa. Puede ser utilizada por cualquier persona, de cualquier edad.



Carlos Kumpel
CEO

SMS SUDAMÉRICA
Facturación (e.): $ 1700 millones
Facturación (p.): $ 3800 millones
Inversiones 2023: $ 300 millones
Empleados: 315

1 El año 2023 sin duda va a ser un año clave. Estamos pasando por un proceso de unificación de servicios con nuestras sedes en Estados Unidos y Europa. Tenemos planeado abrir nuevas oficinas en Latinoamérica y estamos apostando a la innovación como un diferenciador.

2 Uno de los obstáculos más grandes de 2022 es la alta demanda de profesiones de TI a nivel global. Eso sumado al contexto argentino hizo que mantener y conseguir nuevos colaboradores haya sido un desafío constante. Más allá de eso, no paramos de buscar alternativas. SMS Academy es resultado de esta búsqueda. El balance general es muy bueno. Hemos crecido en calidad de negocios, beneficios y facturación. También lo estamos haciendo internamente: nos estamos reorganizando, creando nuevas unidades de negocio y cerrando nuevas alianzas estratégicas.

3 La carga impositiva argentina es enorme. La industria del conocimiento está tomando preponderancia como sector clave en el país. El Estado está acompañando de a poco, pero creo que debería apostar aún más a un sector que genera divisas y muchos puestos de trabajo.



César Camusso
Country Manager Argentina

SOFTTEK
Empleados: 800

1 El 2022 ha sido un año muy difícil dada la situación económica que estamos atravesando en el país y en particular en la industria, por la escasez de oferta de talento calificado versus la gran demanda que están teniendo las empresas a nivel local. Estamos con full asignación y las expectativas para el año que viene en lo que respecta a clima de negocios es optimista. La transformación digital de las empresas que buscan mejorar su productividad ante un mercado tan desafiante y competitivo ya es un necesidad fundamental para crecer y lograr sus objetivos.

2 La principal dificultad ha sido conseguir talento calificado para entregar todos los proyectos que solicitan nuestros Clientes. Durante el 2021 y en lo que va del 2022 intensificamos la formación de talento, trabajando codo a codo con las universidades formando e incorporando personas egresadas de las mismas o en el último año. También en este plan integral hemos podido formar e incluir en el mercado laboral personas que nunca habían tenido contacto con la industria (además de universitarios) o que por alguna circunstancia habían quedado fuera del mercado laboral, pero que tenían amplia experiencia en diversos sectores productivos o comerciales. Esto ha ayudado mucho a incrementar nuestras capacidades de entrega pero es un proceso continuo de formación que vamos acelerando cada mes. Creo que el balance del año es positivo dada la coyuntura y que vamos a cerrar otro año más con crecimiento por encima de la inflación, lo cual no es poco.

3 Para nuestra industria, la Ley de economía de Conocimiento ha sido muy importante dado que ayudó exponencialmente al proceso de formación de talento en las bases, así como a especializar a nuestro equipo a través de cursos de actualización y nuevas tecnologías que brindan las universidades. Sin esta ley hubiese sido muy difícil haber podido y seguir pudiendo generar más empleo para nuestro país e industria.



Jorge Pablo Dobrusky D'Andrea
CEO

TESTER
Facturación (e.) 2022: $ 85 millones
Facturación (p.) 2023: $ 135 millones
Inversiones 2023: $ 1,2 millones
Empleados: 19

1 Generar nuevos clientes en todo el país ofreciendo analistas y consutores de la tecnología para que puedan seguir trabajando de la mejor forma sistémica y la mayor calidad en sus aplicativos de software.

2 La inflación pulverizó los contratos a futuro, la previsión de gastos y todo lo relacionado con las inversiones. se mantuvieron los proyectos con un continuo "wait and see", solo se mantuvo lo mínimo. El balance no fue bueno, en tecnología el mundo avanzó, la mayoría de los países suben en rankings donde la Argentina desciende. Seguimos con incertidumbres diarias donde se nos van los días planificando para el otro día volver a planificar. Un continuo "escribir en la arena"

3 Las políticas públicas son ANR concretos y que realmente se otorguen, leyes que salgan con la misma rapidez que suben los precios, y celeridad en las respuestas, vivimos haciéndonos miles de preguntas sin respuesta, se acumulan las preguntas y son pocas las respuestas que se escuchan y claramente fuera de tiempo. Tenemos un país con más de 10 unicórnios que salieron en momentos impensados y con las polítcas de siempre... si tendríamos políticas claras, reglas claras, situaciones predecibles... seguramente estaríamos en el centenar de unicornios.



Javier Marbec
Director de los hubs Sur, Norte y Andino de TOTVS

TOTVS
Empleados: 105

1 Seguiremos impulsando la transformación en Argentina y en toda la región al ritmo que el mercado de hoy demanda. Para eso, estamos comprometidos a seguir invirtiendo en I+D (Investigación y Desarrollo) y en nuevas tecnologías que complementen nuestra oferta de soluciones para cubrir y completar todas las necesidades de nuestros clientes, que va más allá de la gestión simple, es llevar innovación a toda su relación con el mercado. Enfocados en el segmento medio que es el motor de todas las economías latinas.

2 A pesar del desafiante contexto económico, podemos decir que el 2022 fue un año excelente para TOTVS, con logros y números muy relevantes, e incluso, superiores en relación con los últimos años; fortaleciéndonos uno de los principales players del sector en toda Latinoamérica. Como desafío, necesitamos formar más profesionales para cubrir el déficit del sector, y sobre todo, trabajar en la retención y captación de estos talentos. También, capacitar a los clientes con todo el know-how de las herramientas para maximizar su potencial y sacarle real provecho. Venimos trabajando muy fuerte en eso.

3 Es evidente el impacto positivo que hay en el mercado cuando el país crea las condiciones correctas para el desarrollo e innovación, y sobre todo, facilitando su acceso para todos. Por eso, se debe invertir en programas de financiamiento que le permitan a más empresas incorporarse en el proceso de transformación digital. Aplicar políticas correctas para cuidar nuestra competitividad en relación con la oferta internacional, sobre todo, por la asimetría en el cambio de divisas, que nos deja en desventaja incluso en la retención de recursos y talentos locales.

Unitech
Expertos en transformación digital



Aníbal Horacio Carmona López
CEO

UNITECH
Facturación (e.) 2022: $ 650 millones
Facturación (p.) 2023: $ 845 millones
Inversiones 2023: $ 112 millones
Empleados: 120

1 Estamos ejecutando a buen ritmo nuestro plan de inversión internacional que comienza a dar muy buenos resultados en Latinoamérica y Europa. En Argentina hemos adquirido nuevos e importantes clientes tanto en el sector público como en el privado. Seguimos enfocados en la transformación digital de los poderes judiciales, y en efectivas soluciones de lucha contra el fraude y el crimen organizado, habiendo logrado en 2022 nuestro primer caso de IURIX Cloud Native en junto a AWS.

2 El principal obstáculo ha sido, y lamentablemente sigue siendo, la enorme escasez de profesionales en la industria del software y la alta inflación. Hacemos un muy buen balance de nuestra política de gestión del talento que, basado en salarios por encima de la media de la industria del software, la alianza con Udemy para que toda nuestra gente certifique y capacite en las tecnologías más innovadora con 14 mil cursos a disposición, nuestro innovador plan de carrera profesional, sumado a los beneficios de trabajo 100% remoto y el impacto y propósito de lo que hace Unitech, nos han permitido disminuir considerablemente la rotación de personal.

3 Insistimos que la efectiva implementación de programas de formación masiva para la industria del software sumado a políticas en el mercado de cambios más competitivas para el sector, nos permitirán aumentar sustancialmente las exportaciones y a la vez no abandonar por diferencias de precios la transformación digital de Argentina.

veritran



Marcelo González
CEO y Cofundador

VERITRAN
Facturación (e.) 2022: u$s 79 millones
Inversiones 2023: u$s 17 millones
Empleados: 188

1 El año pasado recibimos una inversión por parte de Trivest Partners, la cual nos ayudó a fortalecer nuestro crecimiento, retener y atraer al mejor talento y seguir liderando el mercado de creación de soluciones digitales para instituciones financieras y afines. El año próximo continuaremos consolidado nuestra presencia en Hispanoamérica y afianzando la compañía a nivel global con foco en los mercados de Estados Unidos, Europa y Brasil.

2 El principal obstáculo ha sido la evolución de la propia macroeconomía, donde la inflación y las expectativas devaluatorias generan un marco inestable. El 2022 fue un muy buen año para Veritran. Venimos creciendo a una tasa del 50% de forma sostenida y rentable, en un marco de alta demanda de soluciones digitales para la industria financiera. Este año además cumplimos 17 años de trayectoria liderando la transformación digital y acompañando en el proceso de digitalización a las principales instituciones financieras del país. De hecho, actualmente, 1 de cada 2 argentinos tiene en su celular una app desarrollada con nuestra tecnología Low-Code, que desempeña un papel cada vez más importante en la industria. El balance es más que positivo.

3 Considero que en materia de educación todavía queda mucho por hacer. Según datos de la CESSI, la industria del software es la actividad de más de 50.000 empleados que más fuentes de trabajo creó entre 2019 y 2021. A su vez, la tecnología de la información genera anualmente unos 4.000 millones de dólares. El sector se posiciona así como uno de los pilares fundamentales para el crecimiento del país. Sin embargo, este mismo sector se enfrentó estos últimos años a grandes desafíos que requieren de perfiles tecnológicos especializados en diferentes áreas cuya oferta hoy es escasa. Ante esta fuerte demanda, y teniendo en cuenta la proyección de la industria, resulta fundamental contar con más políticas públicas que despierten el interés de los jóvenes desde temprana edad en la tecnología, impulsen y den visibilidad a carreras y áreas de formación IT y generen programas de pasantías, entre otras iniciativas.

VORTEX.



Jorge Daniel Nieves
Co-Founder - Director de Innovación

VORTEX
Facturación (e.) 2022: u$s 1,4 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 3 millones
Inversiones 2023: u$s 600.000
Empleados: 90

1 Expandir nuestra presencia regional y profundizar el desarrollo en los mercados en los que ya estamos presentes. Consolidar y ampliar nuestros negocios con productor propios

2 Inestabilidad Politico-Económica, Presion Tributaria, Inflación, Falta de financiamiento. Se ha desatacado por ser un año de perdida de oportunidades no solo en nuestro sector.

3 Resolución/Reducción de la Inflación. Estabilidad macroeconómica. Acceso al crédito. Cambios el la legislación laboral.

wyder



Juan Cruz Falcón
Fundador y CEO

WYDER

1 El 2023 sea un año de expansion. Habiendo consolidado del modelo en Argentina, el objetivo de Wyder para el ano que viene sera abordar nuevos mercados de la region. Estaremos iniciando operaciones en Mexico, en alianza con un grande del mercado, Grupo Map. America Latina necesita de innovación y tecnologia. Soluciones que agreguen valor a las compañías, que sumen eficiencia a sus operaciones, y sobre todo, que les den la posibilidad de acceder a información confiable para tomar decisiones acertadas ante los contextos tan sensibles que estamos transitando en la region.

2 El 2022 tratamos de transformar los obstáculos en oportunidades. Tenemos un modelo muy flexible, que nos permite adaptarnos a las necesidades de las empresas, lo cual nos posiciono en una situación favorable ante los contextos cambiantes y de incertidumbre a nivel mundial que vivimos durante este año. El contexto economico obligo a las empresas a ser muy eficientes en las inversiones. Apostar a socios estratégicos que generen retorno de manera directa. Alli es donde nuestro modelo esta captando una gran oportunidad, siendo una herramienta que acerca información a las empresas, de manera eficiente, logrando retornos directos que luego generan crecimiento a nivel ventas y posicionamiento. Balance positivo para este 2022 que nos deja con muchos nuevos desafios para el 2023.

3 Seguir trabajando en facilitar el acceso a la información. Desarrollar plataformas que nos permitan generar y aprovechar el conocimiento, tanto para las personas como para las empresas. Sin dudas, el conocimiento se retro alimenta de ambos lados. Seguimos viendo la fuerza que tiene el modelo colaborativo y el valor que agrega a nivel empresarial y social. Hay talento y conocimiento que aun no estamos aprovechando por falta de acceso. El conocimiento, la experiencia, la vision y la información que tienen las personas al estar cerca, y hacer uso de los productos y servicios que ofrecen las empresas, es fundamental para el crecimiento y evolución de las mismas. Generar oportunidades para que las personas puedan

aportar sus conocimientos para la evolución de las empresas, y que este conocimiento sea reconocido y valorado.

Telecomunicaciones



Jerónimo Serafini
CEO

ANURA
Facturación (e.) 2022: $ 500 millones
Facturación (p.) 2023: $ 1000 millones
Inversiones 2023: $ 100 millones
Empleados: 30
1 Continuar creciendo en el segmento corporativo
2 La inflación y la presión impositiva
3 Baja de inflación, reglas claras, normalización del tipo de cambio.



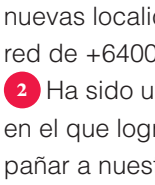
Fernando Zanetti
General Manager - Sales Latin América

FURUKAWA ELECTRIC LATAM SA
Empleados: 1888 (Furukawa LatAm) y 88 (Argentina)
1 Tenemos buenas expectativas para 2023 en Argentina y para toda la región. La pandemia dejó al descubierto la necesidad de mejorar la infraestructura de las telecomunicaciones de manera dedicada y constante. Este contexto nos presenta el desafío de comprender cómo se configurarán las nuevas sociedades que vienen.
2 Después de un largo período de retracción de la demanda, tuvimos una recuperación en "V", lo que nos empujó a una rápida cobertura de la capacidad operacional. Eso, sumado a la escasez de materias primas en el mundo y limitaciones en el transporte internacional, incrementó los plazos de entrega por encima de lo deseado por los clientes. Otro obstáculo fue el incremento del precio de todos los insumos y de los fletes internacionales que presionaron hacia arriba los costos de todos los productos. A pesar de las dificultades, estamos satisfechos con el desempeño que hemos logrado en los últimos meses. Las ventas crecieron en un 35% al finalizar el año fiscal en marzo de 2022, por lo que vemos con grandes expectativas los alcances que podemos tener con este nuevo enlace entre todas las compañías.
3 Es conocida la dificultad de competir con los fabricantes asiáticos, debido a los beneficios que logran por la gran escala de producción e incentivos que reciben de sus gobiernos. Para que la industria argentina pueda crecer, necesita de políticas que la protejan. La ley del Compre Argentino es un ejemplo que, de lograr adaptarse a la nueva coyuntura global, va a privilegiar e incentivar la fabricación local, lo que seguramente beneficiará a la economía del país. Por otro lado, estamos sufriendo mucho con las restricciones de importación impuestas por el gobierno argentino. El cupo que nos asignaron no es suficiente para comprar las materias primas necesarias para mantener la fábrica operando con su plena capacidad. Eso nos obligó a reducir un turno de producción y reducir la cantidad de empleados.



Carlos Grazotto
Gerente general

GIGARED
Empleados: 380
1 Avanzaremos con la apertura en nuevas zonas, tanto en las localidades donde operamos actualmente, como así también en áreas próximas de influencia. En el último trimestre del año en curso, iniciamos operaciones en las localidades de Santa Lucía, provincia de Corrientes, y en San José del Rincón y Sauce Viejo en Santa Fe. Continuaremos con el proceso de conversión de redes con tecnologías de Fibra al Hogar y ampliaremos la gama de servicios que actualmente ofrecemos, sumando mejoras sustanciales a los servicios existentes.
2 Los costos derivados de la inflación y devaluación de la moneda, castigan las importaciones de insumos y equipamientos, siendo el principal obstáculo para el crecimiento. Regulamos la suba de precios a los clientes; esto impide un adecuado mantenimiento de recursos para la sostenibilidad. El ajuste de tarifas no permite mantener una rentabilidad, lo que hace imprevisible una base en el tiempo para una proyección a mediano plazo. Hubo que reajustar para poder materializar varios proyectos previstos por decisiones gubernamentales que conspiran contra el desarrollo en nuestro rubro.
3 En el escenario actual es imperante que se haga una modificación precisa que pueda ser eficiente en el tiempo y establezca una vez por toda una coherencia en el mercado, con el objetivo de hacer más equitativo el desarrollo empresarial. La liberación de cupos a la importación sería una medida adecuada.



Hernán Ballvé
CEO

METROTEL
Facturación (e.) 2022: u$s 57 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 61 millones
Inversiones 2023: u$s 21 millones
Empleados: 450
1 Esperamos poder mantener los márgenes de crecimiento que alcanzamos en este 2022 pero, siendo un año eleccionario, entendemos que el contexto político puede influir sobre las perspectivas de la industria. Apuntamos a continuar creciendo con nuestro modelo de negocios de Infraestructura Compartida como motor de expansión para el sector. Pensando en que todos los operadores, ISP o cooperativas accedan a un servicio simplificado sin tener que desplegar su propia red para llegar a los usuarios, apostamos a seguir desarrollando nuestra propuesta de servicios de forma tal que se sumen nuevas localidades a la red de +6400 km.
2 Ha sido un año positivo en el que logramos acompañar a nuestros clientes a pesar de todos los contextos y continuar creciendo desde el negocio. La variación del dólar sigue siendo un factor a tener en cuenta, ya que incide en nuestros costos más esenciales. Fue un año en que el contexto mundial, con el aprovisionamiento del mercado chino y estadounidense, impactaron fuertemente en la operatoria local sobre todo en lo relacionado a la estabilidad monetaria. También el tema inflacionario resultó un desafío.
3 Impulsar políticas claras y constantes en el tiempo que promuevan un contexto económico más estable, donde las empresas puedan crecer y tengan la posibilidad de lograr mayores inversiones tendientes a su crecimiento. En nuestro caso, sería contribuir a generar una regulación sana en cuanto al uso de infraestructura en los diferentes municipios y una mejora en los procesos para la obtención de los permisos que nos permiten continuar invirtiendo en la ampliación de nuestra red de fibra óptica.



Marcelo Tarakdjian
CEO de Telefónica Movistar Argentina

TELEFÓNICA MOVISTAR ARGENTINA
Empleados: Más de 11.000
1 En Telefónica Movistar buscamos promover una sociedad más inclusiva y sostenible. Por eso contribuimos a la digitalización del país, a partir de la comunicación y la conectividad de las personas, industrias y plataformas.
2 La industria telco

atraviesa un escenario de incertidumbre a partir de la implementación del DNU 690/20 y la situación macroeconómica. Pese al esfuerzo que continúa haciendo la empresa para invertir, la situación de incertidumbre ralentiza la evolución tecnológica del país que la empresa busca promover. Sin embargo, mantenemos los diálogos correspondientes y las propuestas para potenciar el desarrollo y la digitalización del país.

3 Es necesario que se establezca una articulación público-privada que dé certidumbre a la industria en el corto y mediano plazo, de forma tal de favorecer la introducción de nuevas tecnologías, en pos de reducir la brecha digital y capturar la nueva era de digitalización, que permite el desarrollo en su conjunto: personas, industria, educación y economía, para lograr una sociedad más desarrollada e inclusiva.

Turismo

HOTELES



Arturo Navarro Ithuralde
CEO

AADESA HOTEL MANAGEMENT
Facturación (e.) 2022: u$s 15 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 17 millones
Inversiones 2023: u$s 1 millón
Empleados: 90

1 Para 2023 esperamos seguir recuperando la rentabilidad perdida en 2020 y 2021. En términos comerciales esperamos crecer en el mercado inmobiliario con nuevos desarrollos y productos de servicios de hotelería

2 Los grandes obstáculos que enfrentamos en 2022 fueron sin dudas la inflación, la inestabilidad política y falta de acción del gobierno, con medidas ineficientes como fue el Previaje 3, por ejemplo, que demoró la compra de viajes y resultó un estímulo débil para el desarrollo de destinos emergentes como se había planeado.

3 Las políticas públicas que podrían contribuir al sector son básicamente aquellas que brinden algo de estabilidad en un año electoral en plena crisis, para generar inversiones locales y créditos, una nueva ley laboral que permita la incorporación de personal y evite las demandas automáticas. Mayor conectividad aérea para capitalizar la oportunidad del turismo extranjero.



Luis Mirabelli
Vicepresidente de Desarrollo para países hispánicos

ACCOR
Empleados: 300

1 Después de dos años de pandemia, la recuperación para nuestros hoteles ha sido muy positiva, de hecho actualmente ya estamos con números por encima del 2019 a nivel regional. Por eso, estamos optimistas de lo que venga en 2023 y nos estamos preparando para ello, considerando tendencias como el *bleisure* , término que une *business and leisure* (negocios y ocio) . Al mismo tiempo que se recupera el viajero turístico y corporativo , ya también vemos que los eventos están volviendo con fuerza. Ya inauguramos SLS Puerto Madero, del segmento Lifestyle y esperamos antes de fin de año la apertura de Mercure Rosario. Estamos a dos años de concretar nuestra estrategia de 42.000 habitaciones franquiciadas para 2024. Todo con el objetivo de llegar a 700 hoteles en operación y pipeline en 2025.

2 Si bien la retomada del turismo ya se refleja en los niveles de ocupación, la incertidumbre por el escenario socioeconómico se mantiene y eso aún mantiene proyectos frenados, por las aprehensiones de los inversionistas. Sin embargo, ya estamos logrando reactivar proyectos con el área de desarrollo de nuevos negocios

3 Cualquier política que genere certidumbre para los inversores en el largo plazo, fomenta el desarrollo del potencial del turismo en el país. El negocio de la hospitalidad es de largo plazo y capital intensivo, por ello es fundamental cuando realizas una inversión, tener claridad que el día de mañana podrás recibir la rentabilidad proyectada. Desde el punto de vista turístico, pensando en la operación y en el flujo de visitantes es importante que el país se abra a la mayor cantidad de operadores aéreos.



Gustavo Viescas
Presidente para Latinoamérica y El Caribe

WYNDHAM HOTELS & RESORTS
Facturación (e.) 2022: u$s $4,8 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 6 millones
Empleados: 55

1 Existen numerosas tendencias para el turismo, tanto a nivel global como regional que nos permite encarar el próximo año con expectativas muy positivas. Realidades como el *workation* o *bleisure* o la búsqueda de viajes all inclusive proyectan un muy buen 2023.

2 2022 ha sido un año en el cual nuestra industria debió enfrentar un reinicio estratégico luego de los duros años de pandemia. Pero es, a la vez, un período de fuerte recuperación y crecimiento en cantidad de hoteles, habitaciones y el ingreso a nuevos países.

3 En términos generales, todas las políticas que incentiven los viajes y el turismo son positivas para nuestra industria. El turismo siempre implica trabajo y desarrollo, y es importante que existan iniciativas que brinden oportunidades de viajar y conocer nuevos lugares y vivir nuevas experiencias a más personas,

LÍNEAS AÉREAS



Diego Daniel García
Director General América

AIR EUROPA LÍNEAS AÉREAS
Empleados: 35

1 Consolidar nuestra oferta para conectar mas pasajeros entre la Argentina y Europa a través de nuestro *hub* en Madrid.

Para el 2023 operaremos 7 vuelos semanales desde Buenos Aires y 6 vuelos semanales desde Cordoba. Todas estas frecuencias volando con nuestros modernos Dreamliner, Boing 787.

2 la falta de previsibilidad generó un cambio habitos de compra de turismo hacia el exterior. El balance es positivo porque el argentino es un viajero empedernido y siempre busca los medios para hacerlo. En el plano del turista hacia la Argentina la falta de un cambio competitivo oficial hace que el destino termine siendo caro para extranjero.

3 Bajar la tasa de uso de aeroestación internacional que es de las más caras de la región. Tener un dolar turista para el extranjero.



Gonzalo Pérez Corral
Gerente General para Argentina

JETSMART AIRLINES
Empleados: 317

1 Esperamos poder sumar más aviones para mejorar la conectividad de los pasajeros al mercado aerocomercial tanto doméstico como internacional, mediante una propuesta de valor que es simple y clara: ofrecer al pasajero la posibilidad de pagar solo por aquello que va a usar para viajar en aviones nuevos, para recorrer grandes distancias en poco tiempo, de forma puntual y segura.

2 A nivel regional, creemos que 2022 es aún un año de recuperación dónde sabemos que la industria aérea puede ser un motor si logramos que se eliminen las restricciones

de viaje, para así poder ofrecer más oportunidades, empleos y turismo. Han sido dos años muy desafiantes para JetSMART y para la industria de la aviación. Aprovechamos la crisis para mejorar en todas las áreas del negocio.
3 En primera instancia mantener la libertad de mercado en los precios de los pasajes sin necesidad de regulaciones o intervención estatal. Queremos que más gente se sume a volar y eso se logra con fomento, promoción y conectividad. Por otro lado, el sector necesita revisar el tema impositivo y de tasas de embarque internacionales.



Miguel Maximiliano Livi
Presidente

ROYAL CLASS
Inversiones 2023: u$s 3 millones
Empleados: 50
1 Incrementar la flota de aeronaves y sistemas internos de control de gestión y CRM.
2 Adaptarnos a los cambios que nos dejó la pandemia, minimizando su impacto. Capitalizar a partir de ello, el nuevo paradigma de trabajo como un nuevo desafío, con la flexibilidad como impronta.
3 El acceso al mercado de capitales.

SERVICIOS



Amalia Lagomarsino
CEO

ASSISTO TU VIAJE
Empleados: 25
1 Vemos una sostenida recuperación del turismo para continuar con el crecimiento en ventas de la asistencia al viajero tanto nacional como internacional acorde a lo esperado. En lo interno, proyectamos seguir desarrollándonos, ampliar nuestra presencia en toda la Región.
2 El principal desafío de este año fue enfrentar un mercado cuya demanda aún no ha alcanzado los niveles prepandémicos, aunque sí se está recuperando en forma sostenida y a paso firme. Fue un año en el cual debimos actualizar las coberturas para responder a la transformación en las necesidades de los viajeros.
3 Todas las políticas que incentiven los viajes y el turismo son positivas para nuestra industria. Iniciativas como el Previaje, por ejemplo, han sido sumamente positivas para las coberturas nacionales.



Pablo Aperio
Director General

TRAVEL SERVICES
Facturación (e.) 2022: u$s 150 millones
Facturación (p.) 2023: u$s 180 millones
Inversiones 2023: u$s 5 millones
Empleados: 450
1 Esperamos una menor volatilidad, capitalizar las inversiones realizadas en IT y continuar con el desarrollo de nuestra propia red federal de franquicias. Vamos a desarrollar aún más las operaciones en la region.
2 La incertidumbre generada por el dólar turista y la carga impositiva por el tipo de cambio. Se debe acomodar la macroeconomía para poder llevar al turismo a los mejores niveles de actividad.
3 Mejores incentivos para el primer empleo. Un tipo de cambio estable. Mayor promoción en el exterior de Argentina como destino para un desarrollo más sólido del turismo receptivo.



Fernando García Ruiz
CEO

UNIVERSAL ASSISTANCE
Empleados: 326
1 Para 2023 esperamos una fuerte reactivación de la industria turística a nivel internacional y también nacional. Estamos convencidos que se ha producido un cambio de paradigma en el comportamiento del pasajero a la hora de viajar, sin duda nuestro servicio se volvió un producto indispensable. Por eso continuaremos trabajando en brindar una experiencia cada día más simple, digital y eficiente, con el fin de garantizar la tranquilidad que necesitan durante su viaje.
2 Como balance del año, sin duda la asistencia al viajero tomó un espacio protagónico en la industria del turismo y desde Universal Assistance somos la empresa con la mayor experiencia del mercado y con el más amplio respaldo internacional.
El principal obstáculo que estamos enfrentando durante 2022 es la crisis económica pospandemia, en la que la inflación tiene un papel protagónico.
Durante este año, continuamos innovando en herramientas tecnológicas seguras y confiables, con el fin de que nuestros clientes continúen viviendo experiencias memorables. Es por eso que, en este último tiempo, relanzamos al mercado nuestra aplicación móvil que incluye un servicio innovador de autogestión médica *mobile*.
3 El contexto mundial de la industria del turismo cambió, las personas han vuelto a viajar. Hay que lograr que los viajeros accedan a las coberturas médicas recomendadas en función al lugar y el tipo de viaje a realizarse.

Universidades



Carolina Dams
Decana

IAE BUSINESS SCHOOL
Facturación (e.) 2022: $ 1895 millones
Facturación (p.) 2023: $ 3663 millones
Inversiones 2023: $ 193 millones
Empleados: 171
1 Desde el IAE, tenemos por delante un año desafiante, con nuevos programas, nuevos contenidos y metodologías para acompañar la transformación de las personas y sus empresas. Nuevos formatos, nuevos contenidos, acompañando las tendencias de capacitación ejecutiva, tanto presencial, como con el gran desafío de innovar en la experiencia online. Con varios proyectos que nos motivan y entusiasman. A nivel internacional, también con un escenario complejo, con varias recesiones y una inflación elevada para el promedio histórico.
2 El año empezó con un nivel de actividad más bajo de lo esperado, pero se fue recuperando y fue creciendo a partir de mayo y junio. A pesar de todo, 2022 termina mejor de lo esperado, sin dejar de lado la preocupación por que este escenario de incertidumbre y falta de previsibilidad se prolongue, y sin saber hasta cuándo.
3 Creemos fuertemente que debemos continuar fomentando de forma dinámica las exportaciones. Además, vemos la necesidad de las empresas en distintos sectores de hacer *re-skilling* y *up-skilling* para dar un salto y potenciarse. Por lo que es un momento en el que el Estado puede acompañar este desarrollo con beneficios o exenciones impositiva. También consideramos que es importante encontrar maneras de reducir los costos laborales y la industria de los juicios laborales.



Andrés Basilio Agres
Rector

ITBA
Empleados: 800
1 Actualmente, el ITBA es una universidad líder en Argentina y en la región, que crece día a día. Nuestros principales objetivos son recrear una cuna de innovación para toda la sociedad, diversificarnos y consolidar nuestra infraestructura. El modelo de universidad al que apuntamos es una univer-

sidad 4.0 que prioriza las conexiones, tanto hacia afuera como internas. Con una oferta académica y de investigación que es modularizada, que se conecta entre sí. Buscamos ofrecer una renovada experiencia académica a los alumnos, con propuestas en nuevas áreas de conocimiento interdisciplinarias.

2 En 2022 el ITBA puso en marcha el plan para concretar su sede definitiva, dentro del Parque de Innovación, para acompañar el rumbo que ya inició la universidad afianzando el concepto de la educación 4.0. Para nosotros este proyecto es de gran importancia. Estamos bien encaminados a realizar el sueño de renovar nuestra infraestructura edilicia. Un nuevo edificio, una nueva forma de aprender, entornos modernos de investigación, una nueva forma de trabajar nos permitirá agregar aún más valor a la excelencia de nuestros graduados.

3 La Argentina requiere de políticas que nos permitan acompañar los desafíos de crecimiento y modernización y que impulsen las transformaciones necesarias en línea con los mejores centros de educación del mundo.



Antonio Marín

Vicerrector y director de la Escuela de Negocios

UCEMA

Facturación (e.) 2022: $ 16.000 millones

Facturación (p.) 2023: $ 40.000 millones

Inversiones 2023: $ 400 millones

Empleados: 142

1 En el año próximo desde la UCEMA tenemos como expectativa consolidar el crecimiento que hemos logrado hasta hoy e incrementar en mercados fuera de la región.

2 El principal obstáculo que tuvimos en el 2022 fue la inflación, nos vimos obligados a incrementar las cuotas y precios de los programas que ofrecemos en la universidad. Sin embrago, este año que termina fue muy positivo para la Ucema ya que obtuvimos un crecimiento de más del 30%.

3 Es necesario que la educación sea una política de estado y que nuestros legisladores contemplen posibilidades para dar beneficios con el objetivo de incrementar el acceso a la educación de nuestra población.



Julián Rodríguez

Rector

UNIVERSIDAD AUSTRAL

Facturación (e.) 2022: $30.485.727.126

Empleados: 3313

1 Acelerar el proceso de transformación digital que potencie la calidad académica, la atención personalizada de cada alumno y la sustentabilidad económica de la organización.

2 Afrontar todo lo que significó el regreso a la presencialidad plena en la actividad educativa y adaptarnos al entorno económico-financiero cambiante.

3 Políticas públicas que den estabilidad monetaria y reduzcan la inflación, de tal modo de tener una mayor previsibilidad. La educación es una inversión de muy largo plazo y se necesita de más estabilidad macro para su desarrollo.



Alberto A. Allemand

Rector de la Universidad CAECE

UNIVERSIDAD CAECE

1 La educación y la formación universitaria siguen siendo claves para el desarrollo de las personas y consecuentemente para el crecimiento y evolución de las sociedades. La tecnología además ha producido un cambio muy importante en la educación, y este cambio se ha potenciado fuertemente durante la pandemia.

2 El año se caracterizó por el retorno a las actividades presenciales. Junto a ello se fueron consolidando nuevos métodos del proceso de enseñanza-aprendizaje, propiciados por la tecnología y el modo en que la misma se aplica a nuestras actividades. Se inició una etapa de importantes cambios que se irán consolidando en el futuro cercano.

3 Las Universidades ocupan un lugar muy importante en el desarrollo de las personas y consecuentemente en el crecimiento de los países. Por esto, la importancia de priorizar las políticas que permitan su desarrollo y su evolución en el contexto actual, será clave para el desarrollo de nuestro país.



Marcela Porto

Presidente

UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Inversiones 2023: $ 265 millones

Empleados: 270 no docentes y 1600 docentes.

1 Proyectamos un crecimiento en la matriculación de alumnos del 15%.

2 El principal obstáculo fue la inflación. No obstante, el balance del 2022 muestra un equilibrio.

3 Una estabilidad económica impulsaría a las personas a proyectar sus carreras universitarias. También serían necesarios mayores incentivos para la investigación.

Lucas S. Grosman

Rector

UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS

Empleados: 420

1 Esperamos seguir creciendo de la mano de nuestras nuevas carreras y maestrías. Lanzaremos una nueva maestría en negocios *online*, varios programas de educación ejecutiva y continua y consolidaremos el desarrollo de las carreras lanzadas en los últimos años.

2 Fue un muy buen año. Toda la comunidad educativa de la Universidad celebró el regreso a la presencialidad plena, pero también supo aprovechar la tecnología incorporada durante la pandemia. En 2022 lanzamos Ingeniería en Inteligencia Artificial, una carrera pionera en la región, que tuvo una excelente respuesta por parte de los estudiantes. El principal obstáculo fue la inflación y la inestabilidad macroeconómica, que nos obligan a recalcular de manera constante.

3 Programa de mecenazgo con fines educativos, para aliviar las cargas impositivas de quienes donen a los programas de becas de la Universidad.



Juan José Cruces

Rector

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

1 Una misión fundamental de la UTDT es contribuir a una Argentina mejor igualando oportunidades en el acceso a la educación de excelencia: actualmente, el 51% de los estudiantes de grado recibe algún tipo de beca. En 2023, queremos seguir ampliando nuestro programa de becas para atraer cada vez a más jóvenes con potencial a nuestras aulas.

2 Pese al impacto global de la pandemia, 2022 ha sido un año de crecimiento institucional y de reconocimiento internacional para la UTDT. Así, en marzo de este año, recibimos a la cohorte de grado más grande de estos 30 años. A su vez, nos enorgullecieron los galardones internacionales a nuestros investigadores por sus contribuciones innovadoras al avance del conocimiento. La Profesora Andrea Rotnitzky fue distinguida con el Rousseeuw Prize for Statistics, que significa para el campo de la Estadística lo mismo que el Premio Nobel para otras disciplinas.

3 Es fundamental generar condiciones para incrementar la inversión privada, que contribuya al desarrollo de un proceso de crecimiento en el país.

VL 2022














El Cronista

Tras el salto de 4,7% que tuvo la inflación en febrero, el Gobierno intentará regular más precios

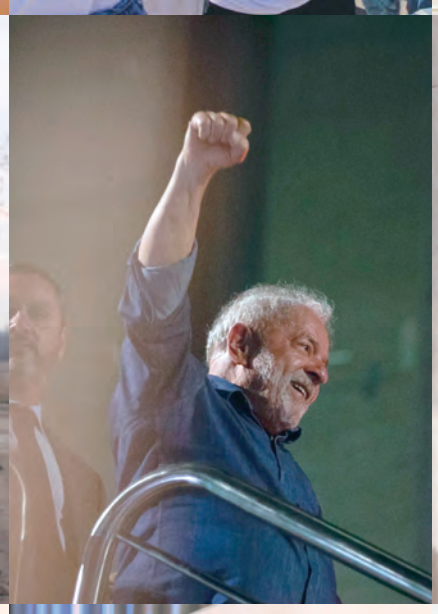
Mercados, atentos a la Fed y a un posible default de Rusia


















El Cronista

Asume Massa con el objetivo de encaminar el rumbo de una economía en plena crisis

Gabriel Katopodis ahora tendrá Transporte bajo su órbita

El superministro cosechó críticas desde Juntos por el Cambio y optimismo del Frente de Todos







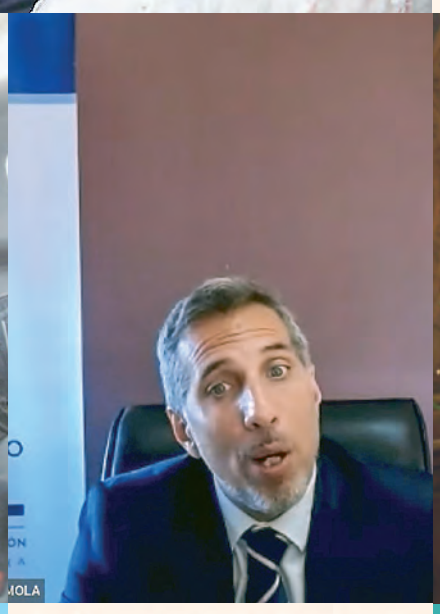








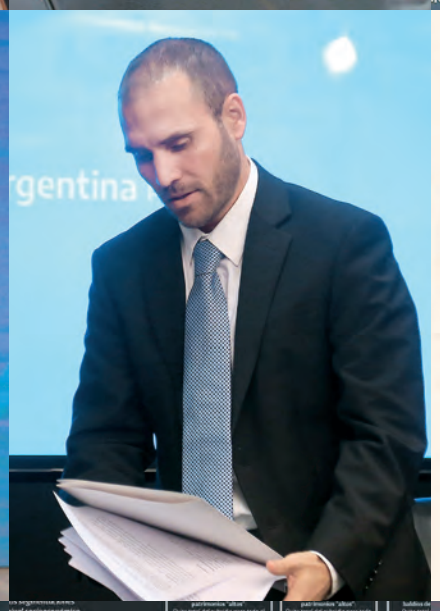














Las noticias del año

Producción: Nicolás Toranzo

La inflación marcó a fuego al país en 2022. Además, el acuerdo con el FMI, la escasez de reservas y la crisis desatada tras las renuncias de Martín Guzmán y de su sucesora Silvina Batakis al Ministerio de Economía, y la llegada de Sergio Massa al Palacio de Hacienda completaron la agenda ia económica. Las internas en el Frente de Todos y en Juntos por el Cambios son un avance de lo que se espera para el año electoral que se aproxima. En el plano internacional, la invasión rusa a Ucrania, la inflación en EE.UU. y Europa y la muerte de Isabel II, entre los hechos más destacados















Enero

7 de enero

En plana ola de contagios, el país alcanza por primera vez los 100.000 casos diarios de Covid


El Cronista

Guzmán busca apoyo de gremios y empresarios frente al FMI, pero le piden atacar más la inflación



1 ▸ 31

Una nueva ola

La variante ómicron del Coronavirus provoca un aumento en los casos. El 6 el país supera por primera vez los 100.000 casos diarios. El ministro de Salud porteño, Fernán Quirós, reclama que se habiliten los autotests y la Anmat finalmente los aprueba. El 11, el Gobierno y las provincias acuerdan que los contactos estrechos vacunados y que no presenten síntomas ya no deben cumplir aislamiento. También cambian los criterios para testear y descomprimir los centros de atención. Enero cierra con los casos en baja.

5

Tensión por la deuda

Alberto Fernández y el Ministro de Economía, Martín Guzmán, se reúne con gobernadores o vicegobernadores de las provincias. Solo se ausenta Horacio Rodríguez Larreta. Les presentan los avances en la negociación con el FMI. Guzmán remarca que la diferencia principal para llegar a un acuerdo es que el FMI pretende que se llegue al déficit cero antes del 2027 como propone el país. El Presidente niega un ajuste y asegura que "las tarifas tendrán que corregirse de manera razonable".

11 ▸ 15

Ola de calor y cortes de luz

Más de 700.000 usuarios se quedan sin servicio eléctrico en la Ciudad y el conurbano bonaerense. Según Edenor la causa es un incendio en una línea de alta tensión que se produjo en Villa San Martin. La temperatura supera los 41 grados. El 13 el gobierno da asueto a los empleados públicos para reducir el consumo de energía. El 15 la sensación térmica supera los 46 grados por la tarde. Al 15 de enero más de 100.000 hogares todavía continúan sin luz.

11

Inflación en Estados Unidos

En diciembre, la inflación interanual de Estados Unidos alcanza el 7% impulsada por la subida de precios en sectores como la venta de automóviles usados, alimentos y vivienda. Es el nivel más alto desde 1982. Se espera que la Fed aumente la tasa de interés. Jerome Powell, su presidente, asegura que el organismo hará lo que sea necesario para evitar que la inflación se "afiance". Disminuye la popularidad del presidente Joe Biden en las encuestas.

13

Fuera de control

El Indec informa que el índice de precios al consumidor de diciembre fue del 3,8% y acumuló en 2021 un 50,9%. Alimentos y bebidas no alcohólicas es el rubro de mayor incidencia en la variación mensual en todo el país, mientras que restaurantes y hoteles fue el que más aumento (5,9%). Las proyecciones para este año indican que podría ser aún mayor. La inflación de 2020 había sido de 36,1%, con una caída del PBI cercana al 10 por ciento.



13 ▸ 31

Crece la tensión

Estados Unidos y sus aliados de la OTAN quieren llegar a un acuerdo con Rusia, que se opone al ingreso de Ucrania al organismo. El 19 el presidente Biden advierte que "será un desastre si Rusia decide invadir Ucrania". El 21 se reúnen los secretarios de Estado de los dos países en Ginebra, pero no hay avances significativos en las conversaciones. Estados Unidos envía armas a Ucrania y prepara el retiro de su personal de la embajada.

28

Principio de acuerdo

Luego de meses de negociaciones Alberto Fernández anuncia que el Gobierno llegó a un acuerdo con el FMI. Además paga el vencimiento de u$s 717 millones y evita caer en *default*. Se refinanciarán los vencimientos durante dos años y medio y luego se devolverán los fondos durante diez años. El compromiso es llegar al equilibrio fiscal en 2025. Juntos por el Cambio publica un comunicado donde declara que considera "positivo" el entendimiento y remarca que "evita un costoso default".



31

En contra del entendimiento

Máximo Kirchner renuncia a la presidencia del bloque del Frente de Todos en la Cámara de Diputados en desacuerdo por el entendimiento con el FMI. Remarca que no puede seguir al frente del bloque si no puede acompañar un proyecto de tal importancia. Referentes de la oposición señalan que el comunicado confirma internas dentro del Frente de Todos. El Presidente busca desdramatizar el impacto de la ruptura y asegura que definirá rápido a su reemplazante.




El Cronista

Diferencias entre el Gobierno y el FMI por el nivel de subsidios estiran la definición del acuerdo

Europa al rojo: Biden ordenó más sanciones y Ucrania se prepara para una invasión rusa

24 de febrero

Rusia invade Ucrania invocando "razones de seguridad nacional"

Febrero

1

En reemplazo de Máximo Kirchner

Antes de la partida de Alberto Fernández a la gira por China y Rusia el Gobierno anuncia que el nuevo presidente del bloque del Frente de Todos será Germán Martínez, legislador por la provincia de Santa Fe. El diputado asegura que no viene "a reemplazar a nadie" y que el Presidente le pidió que trabajara "por la unidad del bloque". También afirma que no cree que peligre la aprobación del acuerdo con el FMI.

2 ▸ 3

Guerra narco

Mueren 17 personas y más de 70 son internadas en hospitales del conurbano bonaerense por el consumo de cocaína adulterada. La fiscalía señala que la droga "fue adulterada intencionalmente" y apuntan a un ajuste de cuentas entre narcotraficantes. Los operativos policiales se concentran en el asentamiento Puerta 8, en Tres de Febrero, donde los consumidores habrían comprado la droga.



2 ▸ 6

Gira por Rusia y China

Alberto Fernández emprende un nuevo recorrido internacional. Se encuentra con Vladimir Putin y asegura que el país tiene que dejar la dependencia de Estados Unidos y del FMI. Además ofrece que la Argentina sea la "puerta de entrada de Rusia en América Latina". Luego viaja a China donde se encuentra con su par del país oriental, Xi Jinping. Firman un acuerdo comercial para que la Argentina se incorpore a la "Ruta de la Seda" y anuncian inversiones por u$s 20.000 millones.



7 ▸ 25

Incendios descontrolados

Corrientes decreta el estado de emergencia y desastre agropecuario por seis meses, debido a la sequia y los incendios rurales que alcanzan casi el 4% de su superficie. Con el correr de los días se alcanzan las 800.000 hectáreas quemadas y las pérdidas económicas se estiman en más de $ 26.000 millones. El gobernador Valdés declara a la provincia como "zona de catástrofe ambiental". Alberto Fernández viaja a Corrientes para recorrer las zonas afectadas.

15

Sin freno

El IPC de enero aumenta 3,9% según publica en su informe el Indec y acumula 50,7% interanualmente. Es el mayor registro de los últimos 9 meses. El índice es impulsado mayormente por las subas en los alimentos, que alcanzan el 4,9%, el aumento más grande desde noviembre de 2019. La expectativa oficial es que haya una desaceleración que comience a notarse en marzo ya que en febrero impactarán las subas de los combustibles y la canasta escolar.



18

Guiño a Estados Unidos

La Argentina se alinea al país norteamericano en la condena al régimen de Daniel Ortega por las violaciones a los derechos humanos en Nicaragua. El Gobierno respalda un documento de la OEA en el que se reclama la "liberación inmediata de los presos políticos". El embajador argentino ante el organismo, Carlos Raimundi, no participa del encuentro. El país marca una diferencia con sus aliados regionales, como Bolivia y México que se abstienen de respaldar la condena.



24 ▸ 28

Estalla la guerra

Rusia invade Ucrania. El ataque es ordenado por Vladimir Putin invocando razones de "seguridad nacional". Aseguran que destruyeron 80 instalaciones militares y que controlan la central nuclear de Chernobyl. El presidente ucraniano, Volodímir Zelenski, moviliza a todos los adultos del país para la defensa. Días antes el presidente francés, Emmanuel Macron, había hablado durante más de una hora con Putin en un intento por evitar el conflicto armado pero no lo logra.

Marzo

16 ede marzo

Tras conocerse la inflación del 4,7% en febrero, el Gobierno anuncia que intenará regular más precios


El Cronista

Tras el salto de 4,7% que tuvo la inflación en febrero, el Gobierno intentará regular más precios

Mercados, atentos a la Fed y a un posible default de Rusia

1

Ante la Asamblea Legislativa

En la apertura de sesiones ordinarias, el Presidente asegura que enviará el entendimiento con el FMI esa misma semana. El aumento en las tarifas de luz y gas estará en línea con los incrementos salariales. Alberto Fernández repasa los dos primeros años de gestión y califica al acuerdo con el FMI como “el mejor posible”. Los legisladores de Pro abandonan el recinto en el medio del discurso enojados con la investigación judicial que el Presidente impulsa por la toma de deuda con el organismo.





1 ▸ 31

Continúa la guerra

El presidente de Estados Unidos anuncia el cierre del espacio aéreo a los vuelos rusos. El 2 la ONU condena la invasión rusa con el voto de 141 países, entre ellos la Argentina. Pese a que se acuerda un alto el fuego por unas horas, el 3 Rusia ataca una planta nuclear en Zaporiyia. Putin afirma que la ofensiva seguirá “sin concesiones” y rechaza las represalias económicas de Occidente. El 8 Biden prohíbe la compra de petróleo y gas rusos. Macron le reclama a Putin que cese los ataques.



11 ▸ 17

El Congreso aprueba el acuerdo

Con 202 votos a favor, 37 en contra y 11 abstenciones el 11 la Cámara de Diputados aprueba el proyecto que habilita al Poder Ejecutivo a refinanciar el acuerdo con el FMI por u$s 45.000 millones. Se consiguen los votos luego de que el proyecto quedara compuesto solo por tres artículos y se eliminaran los anexos que incluían el programa económico acordado. Máximo Kirchner vota en contra. A la semana siguiente se vota en el Senado y se aprueba con 56 votos a favor, 13 negativos y 3 abstenciones.

15

Guerra a la inflación

El IPC de febrero aumento un 4,7% de acuerdo al informe que publica el Indec y la inflación interanual alcanza el 52,3%. Los alimentos subieron un 7,5%. El Ministerio de Economía asegura que los aumentos se deben al impacto de la suba de precios internacional de las commodities por la sequía y la guerra en Ucrania. En un acto en la provincia de Buenos Aires el Presidente asegura que el viernes siguiente empezaría “la guerra contra la inflación en la Argentina”.



11

Ataque al despacho de Cristina

Mientras se debate en la Cámara de Diputados el proyecto de acuerdo con el FMI manifestantes apedrean el Congreso y la policía reprime. Entre los lugares afectados por el ataque se encuentra el despacho de la vicepresidenta Cristina Fernández. Para el ministro de Seguridad Aníbal Fernández, las pedradas fueron intencionales. Desde La Cámpora cuestionan al Ejecutivo por no repudiar el ataque.

28

Acuerdo de precios

El Gobierno acuerda con super-mercadistas y empresas alimentarias retrotraer el precio de 1700 productos. La Secretaria de Comercio había detectado subas por encima de la inflación a partir del 10 de marzo. El entendimiento se produce en el marco de una reunión del Gobierno con representantes de la Asociación de Supermercados Unidos y la Copal. A fin de mes el Secretario de Comercio Roberto Feletti admite que el IPC de marzo “dará mal”.



29

Revés en el Senado

El oficialismo tenía previsto aprobar en el Congreso el proyecto para cambiar la composición del Consejo de la Magistratura pero no alcanza los votos debido a que Alberto Wereltineck, senador por Rio Negro, reclama cambios en el proyecto. De esta manera se pospone la sesión que el Frente de Todos había convocado en el Senado. Ahora el oficialismo intentará convocar a una nueva sesión antes del 15 de abril, día que fijó la Corte Suprema como límite para la sanción de una nueva ley.


El Cronista

Esperan la inflación anual más alta desde 1991 y reducen la proyección de mejora del PBI

Abren diálogo con Chile y discuten plan para hacer intercambios de gas

Para cubrir vencimientos hará falta colocar bonos en pesos por $ 1,4 billones

5 de abril

Tras el campamento piquetero en la 9 de Julio, el gobierno porteño asegura que garantizará la cirulación

Abril



2 ▸ 13

Internas en el oficialismo

En un acto en conmemoración de los excombatientes de Malvinas la vicepresidenta ironiza sobre el Presidente y cuenta que le regaló un libro del sociólogo Juan Carlos Torre sobre la crisis del gobierno de Alfonsín. Luego, el 13, en la inauguración de la Asamblea Parlamentaria Euro-Latinoamericana Cristina Fernández afirma: “Que te pongan una banda y te den el bastón no significa que tengas el poder. Ni te cuento si además no se hacen las cosas que hay que hacer”.

4

Polémica por los piquetes

Luego de un acampe de dos días en la avenida 9 de Julio que provoca caos de tránsito la Ciudad le pide al gobierno nacional que lo acompañe en medidas para garantizar la circulación de la gente. El ministro de Seguridad porteño, Marcelo D´Alessandro, reclama que el Gobierno les quite los planes sociales a los que acampan o cortan el microcentro, tal como se había hecho con los detenidos por apedrear el despacho de la vicepresidenta.



7

Sanción a Rusia

Un total de 93 países, incluyendo la Argentina, votan en la Asamblea General de la ONU a favor de suspender a Rusia del Consejo de Derechos Humanos por las masacres cometidas por las tropas de Putin en Ucrania. Rusia califica a la resolución como un paso ilegitimo y políticamente motivado. En una entrevista, el embajador estadounidense en el país, Marc Stanley, asegura que su país está “orgulloso de la Argentina por su condena a la agresión contra Ucrania”.

10 ▸ 24

Elecciones en Francia

En la primera vuelta, el presidente Emmanuel Macron, alcanza el 27,4% de los votos contra el 25% de Marine Le Pen y debe ir a una segunda vuelta para tratar de obtener la reelección. En tercer lugar queda Jean-Luc Melénchon con el 21% de los votos. Llama a sus votantes a “no darle un solo voto a Le Pen”. En la segunda vuelta, celebrada el 24 de abril, Macron es reelecto con el 58,5% de los votos. La abstención es del 28%, la más alta desde 1969.



13

Sin control

Por cuarto mes consecutivo la tasa de inflación se acelera y en marzo alcanza el 6,7%, el índice más alto desde abril de 2002, según publica el Indec. En solo 3 meses de 2022 acumula 16,1%. El aumento obedece principalmente a las subas en educación del 23,6%, la vestimenta, de casi el 11%, y los alimentos, del 7,2%. El Banco Central sube la tasa de interés 2,5 puntos básicos para poder absorber más pesos. La tasa efectiva anual de las Leliq queda en 58,7%.

18

Pelea con la Corte

El Presidente de la Corte Suprema, Horacio Rosatti, asume también la presidencia del Consejo de la Magistratura, luego de que la misma Corte declarara inconstitucional la ley anterior y el Congreso no sancionara una nueva. El bloque del Frente de Todos en el Senado se divide para poder quedarse con 3 de los 4 lugares que le corresponden a la Cámara Alta en el Consejo. El Senado designa a Martin Doñate para ese lugar.



28

La interna opositora

Se reúne la Mesa Nacional de Juntos por el Cambio. Gerardo Morales desmiente un acuerdo con el Gobierno para impulsar un proyecto de reforma del Consejo de la Magistratura en el Senado. Macri se cruza con él y asegura: “Esto pasa por ser amigos de Massa”. También difunden un comunicado en rechazo a cualquier alianza electoral con Javier Milei. Patricia Bullrich cuestiona el documento y lo califica como “un error total”.

Mayo

12 de mayo

En su gira por Europa, Alberto Fernández asegura que se deberá revisar el acuerdo con el FMI


El Cronista

Alberto sostuvo que habrá que revisar el acuerdo con el FMI y lanzó un ultimátum por tarifas

Pidan a automotrices librar dólares para que las autopartistas puedan seguir activas

5

Ley de cannabis medicinal

Se debaten distintos proyectos en una sesión acordada entre la oposición y el oficialismo en la Cámara de Diputados. La oposición intenta tratar sobre tablas los proyectos de boleta única pero es rechazado. Sin embargo, obliga así a que el proyecto empiece a tratarse en comisiones la semana siguiente. Además se aprueba el proyecto que establece el marco regulatorio para la inversión pública y privada en toda la cadena del cannabis medicinal y la ley de VIH y otras enfermedades de transmisión sexual.

6 ▸ 1

Continúa la interna

En un acto en el que distinguen a Cristina Fernández en la Universidad de Chaco, la vicepresidenta mantiene las críticas a la gestión económica del Gobierno. Asegura que no hay pelea sino "debate de ideas" pero afirma: "No le estamos haciendo honor a la confianza que depositaron en nosotros". Además, dice que la elección de Alberto Fernández para que sea presidente fue un acto "inteligente y generoso".



10

Siguen los aumentos

Por primera vez en el año dos petroleras se anticipan a YPF y aumentan sus naftas hasta un 12%. Es la tercera suba en el año. Al día siguiente YPF se suma al aumento y argumenta que de no acompañar la suba iba a tener una excesiva demanda. En el año el combustible lleva un 30% de incremento. Por su parte, el Gobierno autoriza a las prepagas a subir hasta un 22% sus precios.

10 ▸ 11

Gira por Europa

El Presidente viaja a Europa y se reúne con el mandatario español Pedro Sánchez y luego con el canciller alemán Olaf Scholz. En entrevistas que da a medios europeos asegura que la vicepresidenta tiene "una mirada parcial" y advierte: "Respeto lo que dice, pero pido que respeten lo que digo yo". Además afirma que no decepciono al electorado y que los funcionarios kirchneristas que no apoyen el aumento de tarifas deberán irse del Gobierno.





12

Más alto de lo esperado

El índice de precios al consumidor que pública el Indec es del 6% en abril. Aunque baja con respecto a marzo sigue siendo elevado y la inflación interanual alcanza el 58%, el registro más alto desde 1992. En el primer cuatrimestre del año es del 23,1%. Desde Francia, el Presidente dice que "el programa económico va a ayudar a desacelerar la inflación". El Banco Central sube la tasa al 48%. El 23 renuncia el Secretario de Comercio Interior, Roberto Feletti.



18

Con dos años de atraso

Se realiza el censo en todo el país luego de doce años. Había sido postergado en 2020 por la pandemia. Es feriado nacional para que la gente pueda cumplir con la obligación de participar. Es la primera vez que se puede completar la planilla de manera online y más de la mitad del país lo realiza. La ausencia de los censistas y otros inconvenientes impiden terminar el operativo correctamente. En los resultados provisorios el organismo informa que en el país habitan 47.327.407 personas

31

Boleta única

La oposición consigue dictamen de mayoría para su proyecto de reforma de las elecciones. Juntos por el Cambio acerca posiciones con otros bloques y obtiene 58 firmas mientras que el oficialismo solo alcanza las 57 para su dictamen de rechazo. Buscarán ahora convocar a una sesión especial el 15 de junio donde necesitan 129 votos para darle media sanción al proyecto. Buscan implementar el modelo de boleta de Córdoba que tiene una boleta única para todas las categorías.


El Cronista

Renta inesperada: el Gobierno buscará apoyo provincial para que el Congreso vote la ley

Asegurarán que todos la paguen

Dos de cada tres personas perdieron ingresos por la inflación que no cesa

7 de junio

El Gobierno busca apoyo para avanzar en la aprobación del impuesto a la renta inesperada

Junio



4

Luego de un tweet de Cristina Kirchner

Alberto Fernández le pide la renuncia a Matías Kulfas, ministro de Desarrollo Productivo y en su reemplazo asume Daniel Scioli, hasta entonces embajador en Brasil. El hecho ocurre luego de que se difunda una información en la que respondía a las críticas de la vicepresidenta de que el Gobierno no le pedía a Techint que fabrique los caños en el país.

6 ▸ **31**

Sospechas de terrorismo

Llega un avión de carga procedente de Caracas con tripulantes venezolanos e iraníes. Dos días después tratan de ir a Uruguay pero no le admiten el ingreso, y cuando vuelve a Ezeiza Migraciones retiene la documentación de todos los tripulantes. Luego se la devuelven a los venezolanos pero no a los iraníes porque se sospecha que pertenecen a un grupo terrorista. El juez Villena determina que no puedan salir del país hasta que no se precise el motivo del viaje y si tienen vínculos con el terrorismo.



9

En Los Ángeles

Alberto Fernández habla en el Plenario de Apertura de la Cumbre de las Américas en calidad de presidente de la CELAC. En su discurso critica a Estados Unidos por excluir del encuentro a Cuba, Nicaragua y Venezuela. Invita a Biden a una reunión de la Celac y también afirma que la OEA debe reestructurarse para recuperar credibilidad y pide que Luis Almagro deje de ser su Secretario General luego de su papel en el golpe de estado en Bolivia.



20

Elecciones en Colombia

Gustavo Petro, exguerrillero, senador de izquierda y economista, triunfa en la segunda vuelta por poco más de 3 puntos sobre el populista Rodolfo Hernández y se convierte en oresidente de Colombia. Es el primer presidente de izquierda electo en la historia del país. Además, por primera vez asumirá una mujer como vice, la afroamericana Francia Márquez. Alberto Fernández y Cristina Kirchner saludan al ganador.



24

Fallo histórico

La Corte Suprema de Estados Unidos anula el fallo Roe vs. Wade que, desde 1973, garantizaba el derecho constitucional al aborto. A partir de ahora serán los estados los que podrán decidir en la materia. El argumento de la sentencia de la Corte es que el derecho al aborto no está explicitado en la Constitución y que no es “un derecho arraigado en la historia de la nación”. Joe Biden lo califica como “un error trágico”.

27

Endurecen el cepo

El Banco Central anuncia medidas para controlar el acceso a divisas para importaciones y evitar la pérdida de reservas. Habrá que cumplir cupos y esperar seis meses a que el organismo habilite los dólares o usar el propio dinero. Analistas señalan que se trasladará a los precios y generará más inflación. La UIA advierte por el impacto en el nivel de actividad. El *blue* sube $ 6 en un día y el BCRA compra u$s 250 millones. Con el cepo, el Gobierno espera ahorrar u$s 4000 millones.

Julio

4 de Julio

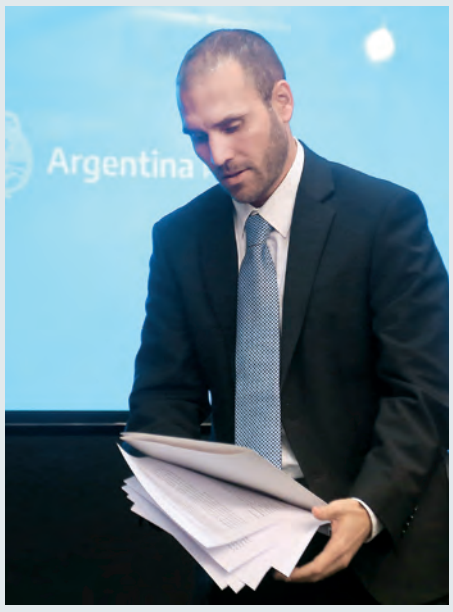
Tras la renuncia de Martín Guzmán, el Gobierno desinga a Silvina Batakis como ministra de Economía



2 ▸ 3

Renuncia y crisis

Mientras Cristina Kirchner daba un discurso renuncia el ministro de Economía, Martin Guzmán. En su texto de renuncia asegura que es primordial que su reemplazo trabaje en un acuerdo político dentro del Frente de Todos. Le había reclamado a Alberto Fernández que destrabe la suba de tarifas. Al día siguiente, luego de de varias negociaciones entre Sergio Massa, Cristina Kirchner y el Presidente, anuncian que Silvina Batakis será la nueva ministra de Economía.



3 ▸ 11

Una semana de incertidumbre

Asume Silvina Batakis al frente de Economía. En su mensaje asegura que va a continuar con el programa económico, que cree en el equilibrio fiscal y que mantendrá el proceso de segmentación de tarifas. El dólar Blue llega a tocar un pico de $ 280 y el comercio se paraliza por la falta de precios. El riesgo País supera los 2700 puntos básicos. En Wall Street las acciones argentinas caen hasta un 8%. El 11 anuncian medidas de austeridad fiscal para evitar una devaluación.





7

Renuncia Boris Johnson

Tras la salida de la mayoría de sus ministros renuncia el primer ministro del Reino Unido, Boris Johnson. Seguirá en el cargo hasta que se elija a su reemplazante. En sus declaraciones subraya que se marcha porque se vio obligado por su propio equipo de gobierno y no por convicción personal. Había quedado golpeado desde las fiestas en su residencia durante la pandemia. Recién en septiembre se oficializa su salida. Su reemplazante, Liz Truss, duró apenas 45 días en el cargo.

13 ▸ 20

Más cepo y crisis

El Banco Central aumenta la percepción a cuenta de los impuestos a las Ganancias y sobre los Bienes Personales. Pasa del 35% al 45% para todas las compras que se hagan en el exterior, aunque se mantiene la misma para el atesoramiento. El 14 el INDEC anuncia que el IPC de junio aumentó un 5,3% y ya suma 64% interanualmente. El 20 el dólar Blue supera la barrera de los $300 y la brecha con el oficial es del 135%. El Banco Central lleva ventas por más de U$S 900 millones en el mes.

18

Cristina contra la Corte

La vicepresidenta publica un extenso video en el que critica severamente a la Corte Suprema. Afirma que el tribunal avalará una condena en su contra en el juicio oral de la causa Vialidad y que la sentencia ya está “escrita y firmada”. En un fragmento de los más duros asegura que “los argentinos deberán saber que será muy difícil mejorar las condiciones de vida con esta Corte” y asegura que las condiciones de igualdad ante la ley son letra muerta de la Constitución.

26

Un dólar especial

El Banco Central anuncia un mecanismo que les permite a los productores de soja destinar el 30% de los pesos que obtienen por la venta de granos a la compra de dólares al tipo de cambio “solidario”. El 70% restante de los pesos podrán depositarlos en una cuenta corriente especial del tipo dólar *link*. Para el campo, la propuesta oficial es insuficiente.

28

Renovación total

Renuncia Silvina Batakis al ministerio de Economía tras solo 24 días en el cargo. Luego de varios días de especulaciones finalmente Alberto Fernández y Cristina Kirchner acuerdan con Sergio Massa que asuma el control del Ministerio de Economía a partir del 3 de agosto. Además, absorbe las funciones de Producción y Agricultura. Silvina Batakis pasa a ser presidenta del Banco Nación y Daniel Scioli vuelve a la embajada de Brasil.




El Cronista

Asume Massa con el objetivo de encaminar el rumbo de una economía en plena crisis

Gabriel Katopodis abrirá tendrá transporte bajo su órbita

4 de agosto

Sergio Massa asume como ministro de Economía tras el breve paso de Silvina Batakis por el cargo

Agosto

1 ▸ 13

Comienza la acusación

Comienza la acusación de los fiscales Diego Luciani y Sergio Mola a la Vicepresidenta en el juicio de Vialidad. “Nestor y Cristina instalaron una matriz extraordinaria de corrupción”, aseguran. El 9 Cristina recusa a Luciani y al presidente del tribunal, Rodrigo Giménez Uriburu, luego de que se revelen fotos donde jugaban al futbol juntos en la quinta de Mauricio Macri. El 13, el Tribunal Oral Federal 2 rechaza las recusaciones.

3 ▸ 1

Anuncios económicos

Asume Sergio Massa al frente de Economía. En sus declaraciones el flamante ministro anuncia que no se utilizaran más adelantos transitorios en lo que resta del año y habrá aumentos para los hogares con tarifas subsidiadas que consuman más que la media. Descarta un *shock* devaluatorio y anuncia que con el aumento por la movilidad jubilatoria también se otorgará una suma fija. Su intención es cumplir con la meta del 2,5% de déficit fiscal para el año.



7 ▸ 21

Se completa el equipo

El 7 Massa confirma que Flavia Royón, exfuncionaria de Salta, será la nueva secretaria de Energía mientras que Santiago Yanotti asumirá como subsecretario de Energía Electrica, en reemplazo de Dario Martinez y Federico Basualdo. Luego de varias idas y vueltas el 21 el ministro anuncia a Gabriel Rubinstein como secretario de Programación Económica. Rubinstein destaca en sus redes sociales “la amplitud del gobierno” de incorporarlo pese a “comentarios agraviantes” del pasado.

10

Estalla la interna

En entrevistas televisivas Elisa Carrió critica la cercanía de algunos dirigentes de Juntos por el Cambio a Sergio Massa. Le responden Patricia Bullrich, Horacio Rodríguez Larreta, Rogelio Frigerio, Cristian Ritondo y Gerardo Morales entre otros. Para el Jefe de Gobierno el límite “son los agravios” mientras que Bullrich sostiene que se tiene que terminar con “la impunidad de la palabra” y Morales la acusa de irresponsable. Carrió luego insiste: “Yo no miento más, no escondo más la verdad, prefiero morirme”.



11

El problema más grande

Luego de la salida de Martín Guzmán del Ministerio de Economía se desató una aceleración inflacionaria, según los datos que anuncia el Indec: en julio la inflación fue del 7,4%. Es la más alta en 20 años. La interanual ya se sitúa en el 71%. El Banco Central aumenta la tasa de interés de referencia del 60% al 69,5% y representa una tasa efectiva anual del 96,8%. Es la octava suba del año y la mayor desde agosto de 2019.

16

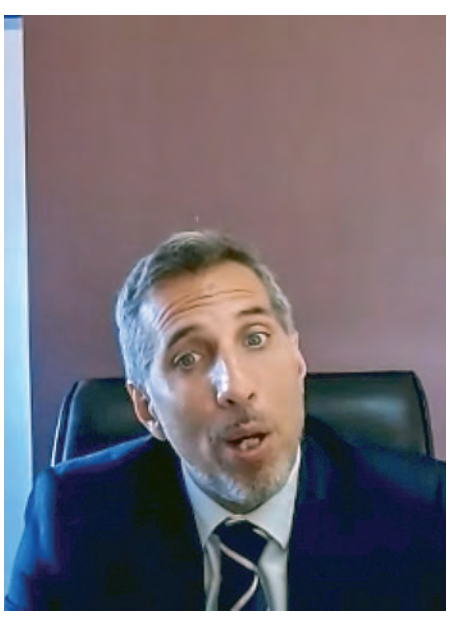
Anuncian la suba de tarifas

El Gobierno anuncia el nuevo esquema de segmentación de tarifas de agua, luz y gas. La suba afectará en mayor medida a los usuarios porteños y del Gran Buenos Aires. En el caso del agua se elevaran un 140% promedio mientras que en el caso de la luz será del 50%. Para el gas, los hogares que pierdan el subsidio pagarán el doble que hasta el momento. De esta manera, el Gobierno estima un ahorro fiscal de $ 47.500 millones para este año y de $ 455.000 millones para 2023.


Energía eléctrica

Gas natural

Agua y saneamiento



23 ▸ 27

Pedido de condena

Los fiscales Luciani y Mola piden 12 años de cárcel para Cristina Kirchner en la causa que investiga el reparto de obra pública en Santa Cruz. “Es corrupción o justicia” afirma Luciani. Luego del pedido de condenase organizan movilizaciones de apoyo. El sábado 27 hay incidentes y represión luego de la decisión del Gobierno de la Ciudad de vallar las inmediaciones. Después de una reunión con el gobierno nacional se acuerda que no haya más campamentos ni fuegos artificiales en la zona.

Septiembre

5 de septiembre

El minsitro de Economía anuncia una cotización especial del dólar en las exportaciones del campo


El Cronista

Con dólar soja de $ 200, el Gobierno se garantiza para el BCRA u$s 5000 millones

Atentado: la jueza cree que el agresor no actuó solo y ordenó investigar a su entorno

1 ▸ 2

Intento de magnicidio

Mientras la vicepresidenta saludaba a militantes en la puerta de su departamento un hombre gatilla un arma contra ella y el disparo no sale. La policía logra detenerlo y lo identifican como Fernando Sabag Montiel. La investigación judicial queda a cargo de la jueza federal María Eugenia Capuchetti y del fiscal Carlos Rívolo. Alberto Fernández declara feriado para el día siguiente para permitir expresiones “en defensa de la vida, la democracia y en solidaridad con nuestra vicepresidenta”.



4

Sorpresa en Chile

El rechazo se impone por amplia diferencia en el plebiscito para reformar la Constitución: 61,87% de los votos son por el no. Los resultados del plebiscito mantienen la vigencia de la Constitución actual, adoptada en 1980 durante la dictadura de Pinochet. Los puntos más resistidos del texto votado implicaban una justicia aparte para los pueblos originarios, la disolución del Senado actual, y la quita de la mayoría de las atribuciones a la Corte Suprema. Boric reconoce la derrota.



5 ▸ 30

Dólar soja

El Gobierno anuncia un nuevo valor para el “dólar soja”. Será de $200 para quienes liquiden la cosecha hasta el 30 de septiembre. El programa es voluntario y busca fortalecer las reservar, que acumulan una caída de u$s 1500 millones desde que asumió Massa. Se espera que las empresas agroexportadores liquiden u$s 5000 millones. En el primer día se pactan operaciones por u$s 360 millones y el dólar paralelo cae a $ 270. Finalmente el programa supera las expectativas y se liquidan u$s 8123 millones.



8 ▸ 1

Muere la Reina Isabel

A los 96 años fallece la Reina Isabel II. Durante los 70 que duró su reinado vio pasar a 15 primeros ministros, y el 80% de los ciudadanos vivos del Reino Unido nacieron durante este período. Su hijo Carlos se convierte automáticamente en rey como Carlos III. Se compromete a seguir el ejemplo de su madre y “servir para toda la vida”. El Gobierno argentino comunica que “acompaña al pueblo británico y a su familia en este momento de dolor”.

19

El segundo examen aprobado

Alberto Fernández se reúne con Kristalina Georgieva. “Presidente, vamos bien, las cosas están funcionando”, afirma la directora del FMI. Tras la reunión elogia al país, y no descarta una revisión de las metas pautadas con el organismo a partir de 2023. El staff técnico aprueba la segunda revisión del acuerdo y lo pasa para su aprobación al Directorio Ejecutivo. De acuerdo al informe, en la segunda revisión el país cumplió con la mayoría de los objetivos cuantitativos hasta fines de junio.



25

Giro histórico

La ultraderecha gana las elecciones en Italia. La líder de Hermanos de Italia, Giorgia Meloni, es la más votada dentro de la coalición derechista, por sobre Matteo Salvini y Silvio Berlusconi. Obtiene una muy amplia diferencia frente al bloque de centroizquierda. Por primera vez una mujer será primera ministra en el país. Es muy conservadora en temas sociales, y aunque es cercana a Putin, promete seguir los lineamientos de la Unión Europea frente a la guerra en Ucrania.

25 ▸ 30

Más de cinco meses de disputa

Las fábricas de neumáticos anuncian el cierre temporal de la producción como respuesta al conflicto gremial que ocurre desde hace meses. El sindicato reclama un aumento del 200% en las horas del fin de semana. El conflicto paraliza la industria automotriz. Las partes se reúnen distintas veces en el ministerio de Trabajo sin acuerdo y Massa amenaza con abrir la importación. Finalmente, en la última jornada del mes se llega al acuerdo paritario y vuelve la producción.


El Cronista

El Gobierno citará a empresarios para discutir acuerdos que ayuden a estabilizar precios y salarios

14 de octubre

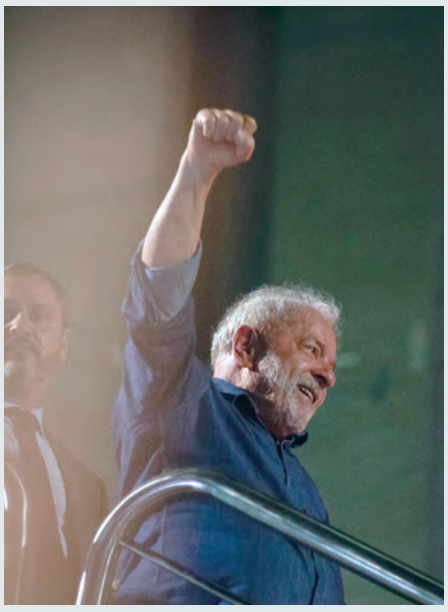
El Gobierno quiere sentar a empresarios a una mesa de discusión de acuerdos para estabilizar precios y salarios

Octubre

2 ▸ 30

Elecciones en Brasil

Contra lo que pronosticaban los sondeos, Lula se impone en Brasil por apenas 5 puntos, con el 48,37% de los votos, frente al 43,25% de Jair Bolsonaro, pero no le alcanza para ganar en primera vuelta. La candidata que quedo tercera, Simone Tebet, llama a votar por Lula en la segunda vuelta. Finalmente, el 30 Lula vence a Bolsonaro por menos de dos puntos y es elegido presidente.



7 ▸ 13

Más cambios en el Gabinete

Luego del desalojo a mapuches en Villa Mascardi renuncia la ministra de la Mujer, Elizabeth Gómez Alcorta. Asegura que hubo “violaciones evidentes a los derechos humanos”. Además, también renuncian el ministro de Trabajo, Claudio Moroni, y el de Desarrollo Social, Juan Zabaleta. Sin consultar a Cristina Kirchner, el Presidente designa en sus reemplazos a Ayelén Mazzina al frente del Ministerio de la Mujer, a Kelly Olmos en el de Trabajo y a Victoria Tolosa Paz en el de Desarrollo Social.



13

Dólar Qatar

Preocupado por la falta de reservas, el Gobierno encarece en un 25% el dólar turista. Le agrega una percepción por ese porcentaje como anticipo de Bienos Personales a los consumos en moneda extranjera que superen los u$s 300, a los pagos de pasajes y de bienes suntuarios o de lujo. Además, los servicios contratados en el exterior de recreaciones y actividades artísticas deberán pagar el impuesto país del 30% para girar dólares al exterior. Impulsado por el aumento, el dólar blue escala a $289.



14

La economía en crisis

En septiembre los precios suben un 6,2% y acumulan un 83% interanual, según anuncia el Indec. Prendas de vestir y calzado vuelve a ser el rubro que mas sube, con un 10,6% en el mes. Massa afirma que es el segundo mes consecutivo en el que se logra reducir la inflación pero que es un número que todavía “no lo conforma”. Luego confirma que subirá el piso de ganancias a partir de noviembre y que habrá un refuerzo alimentario para adultos vulnerables, desempleados, sin programas ni ingresos.



24

Da señales para 2023

Mauricio Macri presenta su nuevo libro *Para qué* en La Rural ante 1500 invitados. En dialogo con Pablo Avelluto hace autocrítica de su gobierno y habla de su paso por Boca y la Ciudad. Apunta contra el populismo y sostiene: “Ningún progre nos puede correr. Ese discurso progre cínico no me lo banco más”. Además, llama a la cúpula de Pro a “estar muy juntos”. Ausentes como Gerardo Morales, Facundo Manes, Martin Lousteau y Elisa Carrio fueron el centro de la atención.

27 ▸ 31

Presión kirchnerista

El ministro del Interior, y referente de La Cámpora, Wado de Pedro, se manifiesta a favor de que no haya PASO y argumenta que es un pedido de los gobernadores. Presiona a Alberto Fernández: “Él es el que tiene la definición”. Luego, Aníbal Fernández le responde “Por qué no lo convencen a Wado y le dicen que se deje de joder con esto”. Massa también se pronuncia en contra de las primarias y señala que el Presidente “tiene que llamar a la mesa política del Frente de Todos para fijar una única posición”.



El panorama para 2023

Un informe exclusivo de la consultora Abeceb detalla cuáles son los desafíos para el año próximo y qué esperar de los principales sectores de la economía argentina

Por Ricardo Quesada

El año próximo llega con múltiples desafíos. En el plano internacional, con una posible recesión en Estados Unidos y Europa, y la continuidad de la guerra en Ucrania son los principales riesgos. En el ámbito local, en tanto, los intentos por contener la inflación, por administrar el desorden macroeconómico y cumplir las metas acordadas con el FMI tendrán que conciliarse con las demandas de gasto típicas de los años electorales.

"Con alta inflación, restricciones a la importación y un Gobierno casi sin margen para aplicar políticas fiscales y monetarias muy expansivas para ganar las elecciones e espera un magro desempeño para la actividad económica y el consumo el año próximo, no pudiendo descartar que 2023 cierre con una suba del PBI en torno al 0%", anticipa un informe elaborado en exclusiva para El CRONISTA.

La consultora vaticina, además, que la política cambiaria y de "cuidado" de las reservas volverá a ocupar el centro de la escena. Así, señala, a raíz del bajo *stock* de reservas netas y del aumento de la incertidumbre típica de años electorales, el Banco Central llegará a 2023 sin margen para atrasar el tipo de cambio real.

A continuación, se detalla el panorama para los principales sectores de la economía argentina en 2023.

Oil & gas

Con la segunda reserva mundial de gas no convencional y la cuarta de petróleo, Vaca Muerta presenta múltiples oportunidades en el contexto dela transición energética. Sin embargo, para que estas se concreten es necesario un marco de inversión estable que garantice la seguridad jurídica y tributaria requerida para inversiones de largo plazo.

"Si Vaca Muerta se desarrollara al 50% en el largo plazo, podría duplicar los puestos de trabajo (más de 120.000 nuevos) y generar exportaciones por más de u$s 30.000 millones al año", destaca el informe.

Minería

Gracias a sus reservas de litio, la Argentina podría posicionarse como un jugador clave para actores interesados como China y las automotrices, que cierran acuerdos para asegurar abastecimiento. Sin embargo, la falta de estabilidad jurídica y tributaria establece un marco inversor poco favorable que sigue ralentizando toma de decisiones de largo plazo.

Desarrollar el sector podría resultar, hacia 2035, en exportaciones por más de u$s 17.000 millones al año y más de 22.000 nuevos puestos de trabajo directos, que se sumarían a los 30.000 actuales.

Economía del conocimiento

Este es un sector que estuvo en franca expansión en los últimos años y ya se convirtió en uno de los primeros complejos exportadores de la Argentina. Gracias a la situación geopolítica en Europa del Este se abren nuevas oportunidades de desarrollo en la Argentina.

En la actualidad, la incertidumbre global afectó el financiamiento a *startups* en todo el mundo. Si a eso se le suma el contexto macro y cambiario local, el sector ve aún más limitado su potencial. Así y todo, la expectativa oficial es que el año próximo se incrementen las exportaciones, que podrían ubicarse entre u$s 9000 millines y u$s 10.000 millones en 2023.

Industria automotriz

La Argentina ya está consolidada como la quinta productora mundial de *pickups* medianas. La recuperación económica de Brasil y una posible inserción en otros mercados latinoamericanos podrían ayudar a traccionar el mercado local.

En el contexto actual de falta de divisas y administración del comercio exterior, la producción estará condicionada por posibilidad de acceder al abastecimiento de componentes importados. Abeceb estima un crecimiento moderado del mercado doméstico (3%) afectado por las restricciones a las importaciones.

Agroindustria

El principal complejo exportador de la Argentina podría verse impulsado por el contexto de creciente demanda de alimentos que hace que el país gane relevancia en la provisión mundial. Además, surgen oportunidades para posicionarse en mercados comprometidos por tensiones geopolíticas.

Sin embargo, el sector se ve amenazado por el tercer año consecutivo con efecto Niña, que afecta directamente las campañas de trigo y cebada. En cuanto a la campaña gruesa, para sortear la sequía actual, los agricultores se vuelcan al maíz tardío y esperan que se recarguen los suelos. El riesgo de pérdidas de ingresos estimado por Abeceb es del 12 por ciento. VL

Los números del escenario base en 2023

	2021	2022		2023	
		Abeceb	Prespuesto	Abeceb	Presupuesto
Inflación	50,90 %	96,50 %	94,50 %	81,90 %	60 %
TC mayorista (Dic.)	$ 101,90	$ 172,80		$ 310,10	$ 269,90
Tasa de política monetaria	38 %	75 %		65 %	
Contado con liquidación	$ 208,60	$ 347.3		$ 560,40	
PBI (variación)	10,30 %	4,50 %	4 %	0 %	2 %

Fuente: Abeceb

NO ESTÉS MÁS ATRAPADO CON TU NÚMERO FIJO





TRAÉ TUS NÚMEROS TELEFÓNICOS Y MIGRÁ A UNA CENTRAL TELEFÓNICA EN LA NUBE

Mantené tu número con la portabilidad numérica de Anura

¡Modernizá las comunicaciones de tu empresa y migrá a la nube!

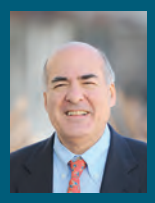
Teléfonos IP en comodato

0800-220-0000

anura

Buenos Aires 11 5263 0000 | La Plata 221 648 0000 | Mar del Plata 223 630 0000 | Córdoba 351 700 0000 | Rosario 341 208 0000
Paraná 343 482 0000 | Santa Fe 342 564 0000 | Mendoza 261 352 0000 | San Miguel de Tucumán 381 596 0000


M Ezequiel Zarich
BBVA


Guillermo A. Laje
Banco Ciudad


Fabián Kon
Banco Galicia


Manuel Herrera
Banco Hipotecario


Juan O'Connor
Banco Itaú


Gustavo Manríquez
Banco Macro


José Luis Pardo
Banco Mariva


O. Parré dos Santos
Banco Patagonia


Juan Cuattromo
Banco Provincia


S. González Pini
bST


Juan Ignacio Nápoli
Banco de Valores


Juan Marotta
HSBC


A. Ledesma Padilla
ICBC


F. Gómez Minujín
JP Morgan


Federico Procaccini
Openbank


Pierpaolo Barbieri
Ualá


Julián Colombo
Bitso


Julián Bersano
Klimber


Rafael Soto
MODO


Miguel Schweizer
Quantia


Néstor De Cesare
Allaria Fondos


Julio Merlini
Balanz Capital


Anna Cohen
Grupo Cohen


Gustavo Menéndez
Grupo Provincia


Diego Pizzulli
IOL invertironline


Pablo Carretino
Interbanking


Federico Cofman
Mastercard


Alejandro Asrin
Naranja X


Martín Galdeano
Ford


Federico Ovejero
General Motors


S. Doncel Jones
Iveco Group


Manuel Mantilla
Mercedes-Benz


Raúl Barcesat
Mercedes Camiones


Gonzalo Ibarzábal
Nissan


Pablo Sibilla
Renault Argentina


Martín Zuppi
Stellantis


Gustavo Salinas
Toyota


Marcellus Puig
Volkswagen


Gaston Díaz Pérez
Bosch


Eliana Banchik
Michelin

Roberto Méndez
Neumen

Juan Farinati
Bayer

Esteban Turic
Biogénesis Bagó

Mariano de Elizalde
Biosidus

Eduardo Sorlino
Boehringer Ingelheim

Silvana Kurkdjian
Bristol Myers Squibb

Tiago Arantes
MSD Salud Animal

María Sol Quibel
Merck SA

Sweta Ghelani
Novartis Argentina

Nicolás Vaquer
Pfizer

Lorice Scalise
Roche

Mariano Schlottmann
Sanofi

Marcelo Argüelles
Sidus

Maria G. Pittis
Takeda

Christian Findling
El Cronista

Darío Turovelzky
Paramount

Gustavo Isaack
Torneos

Tomás Godino
MAE

Marcelo Álvarez
Barrick Gold

Juan Manuel Bastos
Minera Aguilar SA

Claudio Rodríguez
Sinteplast

Renata Milanese
BASF Argentina

Federico Schroer
Henkel Argentina

Matías Campodónico
Dow Argentina

Santiago Farinati
Alsea

Eduardo Lopardo
Arcos Dorados

Juan M. de la Serna
MercadoLibre

Santiago Sosa
Tiendanube

Pablo Lorenzo
Carrefour

Sebastián Miranda
Farmacity

Martín Lemos
GDN Argentina

Julio Fraomeni
Grupo Galeno

Leonardo Lamas
Medife

Villa Larroudet (h)
Omint

Luis Fontana
Osde

Fernando Werlen
SanCor Salud

Claudio Belocopitt
Swiss Medical

Gastón Schisano
BBVA Seguros

Flavio Dogliolo
Galicia Seguros

Alejandro Simón
Grupo Sancor Seguros

Juan Manuel Lladó
Life Seguros

Irene Capusselli
Orígenes Seguros

Juan Lucio Godoy
Río Uruguay Seguros

Diego Guaita
San Cristóbal

Carlos Cirimelo
Andreani

Guillermo Minieri
Cabify

Romina Parquet
CIMC Wetrans Delfin

Daniel Gonorazky
3M Argentina

Pablo Adaniya
Atlas Copco

Fauze Villatoro
Ball Corporation

Germán Gambini
Smurfit Kappa

Martín Eurnekian
AA 2000

F. Sánchez Farré
Autopistas del Sol

Everton Negresiolo
ArcelorMittal Acindar

J. Martínez Álvarez
Tenaris en Argentina

Martín Berardi
Ternium

Diego Carbone
BAT Argentina

Beto Serrano
Massalin Particulares

Ernesto Blanco
HP Inc

Adrián De Grazia
Intel

Germán Greco
Motorola Mobility

Ricardo Chang
Samsung

Gustavo Maggi
Fortinet

Carlos Mackinlay
Strix by LoJack

Adrián Anacleto
Epidata

Santiago Pordelanne
Equifax

Víctor Valle
Google

Pablo Pereira
NTT Data

Martín Kaplan
Prisma Medios de Pago

Ángel Pérez Puletti
Baufest

Lenoardo Giordano
Cisco Systems

Wanda Weigert
Globant

Roberto Alexander
IBM Argentina

F. López Iervasi
Microsoft

Luis Lombardi
MicroStrategy

Guido Ipszman
Salesforce

César Camusso
Softtek

A. Carmona López
Unitech

Marcelo González
Veritran

Jerónimo Serafini
Anura

Fernando Zanetti
Furukawa Electric

Hernán Ballvé
Metrotel

Marcelo Tarakdjian
Telefónica Movistar

Gustavo Viescas
Wyndham Hotels

Diego Daniel García
Air Europa

Gonzalo Pérez Corral
JetSMART Airlines

Miguel M. Livi
Royal Class

Carolina Dams
IAE Business School

El Cronista

YL

114º Aniversario