

**RODOLFO
SANTANGELO**

*"Hay que prepararse
para el desenlace"*

**MARTÍN
REDRADO**

*"Propuestas concretas
para que el país
vuelva a crecer"*

**MARIO
BLEJER**

*"Debemos aprender a
ganar competitividad
sin devaluar"*

PRENSA ECONOMICA

AÑO 46º
Nº 351 - 2020

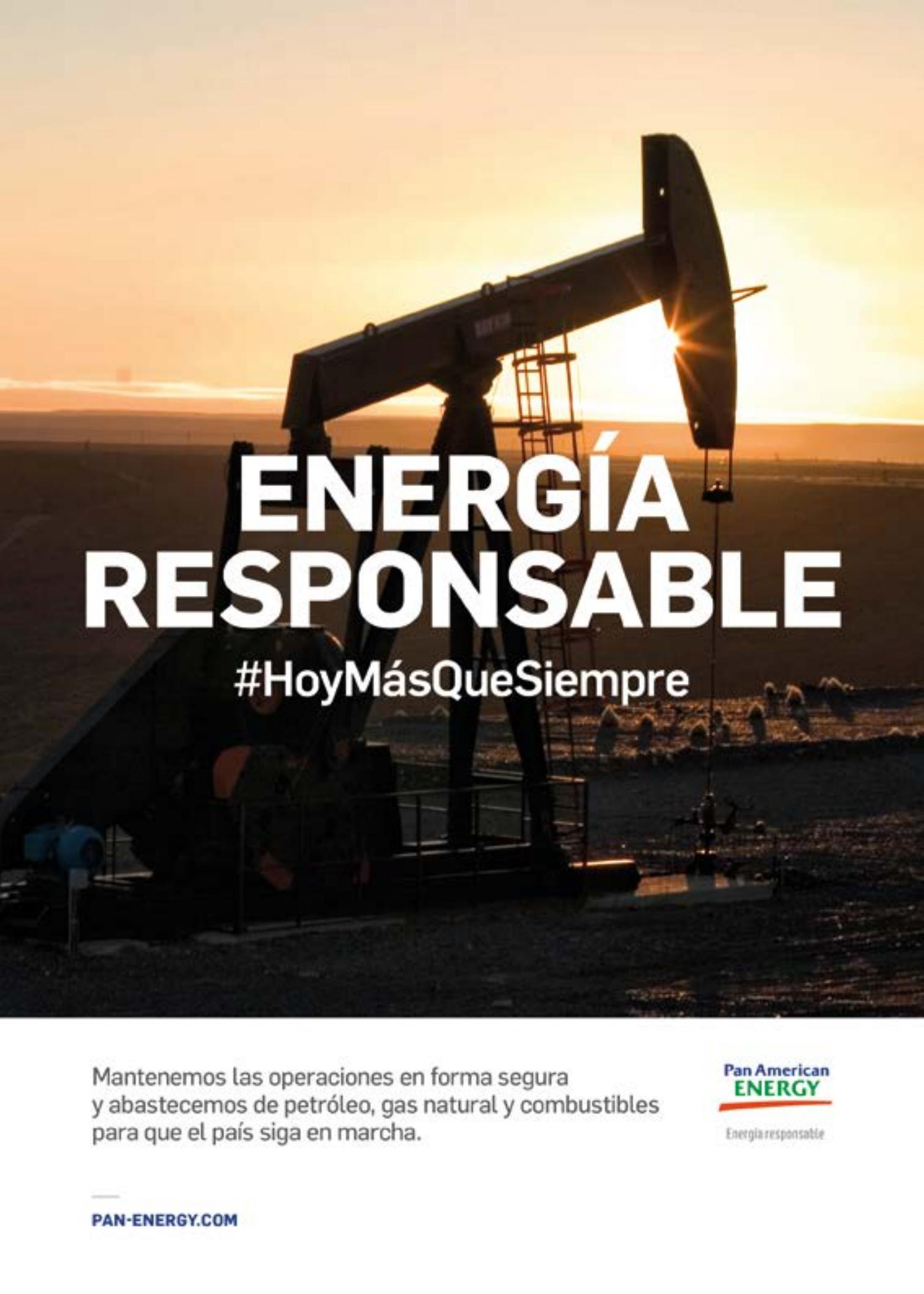


MUJER Y LIDERAZGO EN LA PANDEMIA

La pandemia puso en primer plano el rol clave de la mujer en el hogar y el trabajo. Pero también trajo desafíos y perjuicios mayores para ellas. Un amplio informe recoge la experiencia personal de mujeres ejecutivas en esta crisis y su opinión sobre lo que vendrá.

45^a edición anual del **Ranking Exclusivo**

LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES



ENERGÍA RESPONSABLE

#HoyMásQueSiempre

Mantenemos las operaciones en forma segura
y abastecemos de petróleo, gas natural y combustibles
para que el país siga en marcha.

Pan American
ENERGY
Energía responsable

NACIMOS EN ARGENTINA, CRECIMOS EN LATINOAMÉRICA Y NUESTRO MERCADO ES EL MUNDO



Somos Grupo Arcor, una empresa industrial que desde **hace 69 años** invierte permanentemente en sus **3 divisiones de negocio: Alimentos de Consumo Masivo, Agronegocios y Packaging** para lograr la mejor calidad con una gestión sustentable en todo su proceso productivo.



SEGUINOS EN



WWW.ARCOR.COM

CONTENIDOS

16 — PRIMER UNICORNIO URUGUAYO

Tras la última ronda de financiamiento dLocal quedó valorada en US\$ 1.200 millones. Se dedica a facilitar pagos a empresas multinacionales, en moneda local de países emergentes.



24 — MARIO BLEJER

"EL PAÍS DEBE APRENDER A GANAR COMPETITIVIDAD SIN DEVALUAR"

El ex presidente del Banco Central destaca que cada siete u ocho años el país recae en crisis económicas. Y esto será así hasta que no tengamos en claro el motivo: que no aprendemos a ser competitivos sin devaluar.



28 — RODOLFO SANTANGELO

"HAY QUE PREPARARSE PARA EL DESENLACE"

Para el economista, la corrección cambiaria es inevitable y habrá que ver cómo reacciona la política y la política económica. Lo aconsejable es ir tomando precauciones para ese momento.



32 — MARTIN REDRADO

"ARGENTINA PUEDE VOLVER A CRECER"

Más allá de la crisis y el desánimo, Redrado afirma que ya hay que pensar en cómo poner al país en la senda del crecimiento sostenido y propone políticas y herramientas concretas.



12 EL MILLONARIO QUE NO QUERÍA GANAR PLATA

Craig Newmark casi por casualidad inventó un negocio que lo haría multimillonario, aunque su intención no era ganar dinero.

20 INSUR: "AUMENTÓ LA SINIESTRALIDAD"

Juan Martín Devoto y Alejandro Dernes, directivos de Insur, afirman que la incobrabilidad de créditos aumentó mucho más que en otros países.

36 EL SECTOR QUE VENCió A LA PANDEMIA

En un contexto laboral complejo, la industria tecnológica no sólo mantuvo su nivel de empleabilidad, sino que en muchos casos llegó a crecer.

37 LA CUARENTENA Y LOS RIESGOS TECNOLÓGICOS

La pandemia generalizó el home office. Esto abrió un nuevo riesgo de que los hackers busquen infiltrarse en el corazón tecnológico de las corporaciones.

38 MICHAEL JORDAN: EL DEPORTISTA MÁS RICO

El mejor basquetbolista de la historia también es un brillante hombre de negocios y hoy posee nada menos que 2.100 millones de dólares.

42 ANALÍTICA: CLAVE PARA LA TOMA DE DECISIONES

Diferentes tipos de analítica permiten organizar los datos recopilados en la empresa para corregir las inefficiencias, mejorar procesos o predecir posibles fallas.

82 STEPHEN ROACH: EL DECLIVE DEL DÓLAR RECIÉN COMIENZA

El economista e investigador de la Universidad de Yale, analiza distintos aspectos de la realidad monetaria y financiera de EE.UU.

84 BEN SILBERMAN: EL COLECCIONISTA

Sus aficiones siempre fueron colecciónar cosas y la tecnología. Uniendo esas inclinaciones y con el impulso emprendedor logró armar un emprendimiento millonario: Pinterest.

134 CERDEÑA ENCIERRA SUS TESOROS OCULTOS

Viajar por la isla italiana no solo depara paisajes inolvidables y playas paradisíacas, sino también rastros de culturas antiguísimas y vestigios de los pueblos que la habitaron.



43 INFORME ESPECIAL MUJER Y LIDERAZGO EN PANDEMIA

40 ejecutivas de empresas brindan su testimonio acerca del doble rol de la mujer en la pandemia, entre el hogar y el trabajo. También sobre las experiencias de liderazgo femenino en las organizaciones.

89 EXCLUSIVO RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES

Por 45º año consecutivo Prensa Económica entrega su tradicional ranking de las empresas que más venden en la Argentina, con gran cantidad de datos para conocer la realidad de las compañías en el país.



STAFF

DIRECTOR
JORGE AMORÍN

JEFE DE REDACCIÓN
Javier Amorín

COLABORAN EN ESTA EDICIÓN-
Laura Andahazi, Ángel Berlingieri, Andrea Catalano, Agustín Cerolini, Corina Festa, Alicia Giorgetti, Emiliano Iglesias, Guido Minerbi, Carlos Navia, Johanna Schvindlerman, Gastón Solimano, Martín Toletti, Alejandro Zocal y Carlos Zufriategui.

ESTADÍSTICAS
Paula Achenbach

COORDINACIÓN GRÁFICA
Wanda Pecile

DISEÑO GRÁFICO
Agustina Tumini

FOTOGRAFÍA
Fernanda Devincenzi
Rodrigo Trado
(Maple Studio)

ILUSTRACIONES
Javier Fürer

COORDINACIÓN DIGITAL
Emiliano Tedesco

Nº 351
Octubre 2020

PRENSA ECONÓMICA
Información para Decidir en Economía y negocios.
Av. Julio A. Roca 546 3er. Piso 3,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Tel. 4342-0151 y líneas rotativas
E-mail:info@prensaeconomica.com.ar

IMPRESIÓN
Mariano Más
México 651 (CABA)

Registro nacional de la Propiedad Intelectual N° 20.776.
Precio del ejemplar: \$ 250

Miembro de la Asociación Argentina de Editores de Revistas. Adherida al Centro de Información de Publicidad (CIP)
Distribuidor en Capital Federal:
Distribuidora Jacqueline



Cómo eliminar el Covid de interiores con luz ultravioleta

Científicos de todo el mundo han planteado que existen pruebas de que el Covid 19 puede permanecer un tiempo en el aire, en lugar de caer rápidamente al suelo, y esa puede ser una de las principales fuentes de contagio.

Esa evidencia, sumada a que, según estudios internacionales, la probabilidad de contagio en lugares cerrados sea 18 veces superior a los lugares abiertos, hace que se deban tomar nuevas medidas para la apertura de industrias y comercios.

La oportunidad la vio una empresa local, Grupo Nabla, dedicada a brindar servicios de soluciones energéticas, que desarrolló un sistema de sanitización de aire interior con radiación ultravioleta, que permite destruir todos los gérmenes y virus, entre ellos el Covid 19.

La sanitización del aire se logra a través de la instalación de tubos de luz ultravioleta en zonas específicas de los sistemas de climatización y ventilación. Gracias a eso, con la recirculación del aire, los virus se destruyen. Y, como consecuencia, los lugares cerrados dejan de ser fuente de contagios.

La luz ultravioleta, y en particular la del tipo C (UVC), actúa como un desinfectante natural, ya que es capaz de penetrar el tejido celular y romper el ADN de los microorganismos, evitando que los mismos crezcan y se repliquen, y por lo tanto mueren.

El desarrollo de Grupo Nabla, por tanto, permite conciliar el efecto desinfectante de la luz ultravioleta, evitando su peligro cancerígeno y el daño que le produce a la retina. Es por ello que los tubos se colocan en lugares cerrados, dentro de los conductos de aire.

La sanitización del aire se logra a través de la instalación de tubos de luz ultravioleta en zonas específicas de los sistemas de climatización y ventilación.

Tambien ahorra energía

Además de limpiar el aire, el nuevo sistema permite ahorrar energía. Esto es así debido a que la luz ultravioleta evita la formación de moho sobre la estructura del evaporador del sistema de aire acondicionado, mejorando la eficiencia térmica y ampliando la vida útil de los equipos.

El sistema ha sido instalado recientemente en salones de La Rural, mientras la firma está realizando pruebas piloto en las instalaciones de uno de los principales bancos y una empresa de telefonía, a fin de poder extender luego la solución al resto de las sucursales.

Además del nuevo sistema de sanitización de aire, la firma ofrece otros productos y servicios, relacionados con las necesidades actuales: automatizaciones para evitar cualquier tipo de contacto (encendido automático de luces, apertura automática de puertas) utilizando sensores de presencia, interruptores infrarrojos o tecnología RFID; sistemas de detección de temperatura corporal y dispensers automáticos de alcohol en gel. A su vez, está desarrollando un sistema de sanitización de pasamanos de escaleras mecánicas, que funciona también con radiación UV.

El ingeniero industrial Claudio Susic, gerente Comercial de Grupo Nabla, explicó que: "Este nuevo sistema, si bien fue pensado en el contexto de cuarentena, trasciende esta situación, ya que una vez pasada la pandemia dicha solución sirve para evitar la transmisión de cualquier microorganismo que se propague por el aire".

Malas noticias para los mandos medios

Industrias y empresas de distintos rubros y tamaños se vieron seriamente afectados en su economía por la crisis sanitaria. Al volver a la nueva normalidad se sabrá cómo se adaptarán, pero desde ya se pronostica que son muchas las firmas que planean reducir su dotación. Eso no sucedió todavía en especial por la prohibición de despedir empleados.

Por otro lado, la pandemia aceleró la implementación de la transformación digital, y eso traerá cambios importantes en los próximos meses. Y entre esos cambios se anticipa que se notará un achatamiento de los organigramas empresariales. Esta movida, destinada a dotar de mayor agilidad a la operación, no será para nada una buena noticia para los mandos medios.

Se anticipa que una gran cantidad de ejecutivos serán víctimas del ajuste, debido a la implantación de nuevos modelos de trabajo como por la necesidad de bajar los costos de las compañías.

Muchas posiciones tenderán a desaparecer, porque las nuevas metodologías imponen líderes cercanos. En esta visión, hay muchas empresas sobre-estructuradas, inclusive antes del Covid debido al bajón de ventas. Se venían viendo gerencias y supervisiones factibles de unificar y luego de la pandemia las ineficiencias quedan más a la luz.

Adaptación rápida

Dada la velocidad de los cambios, las funciones de control quedarán reducidas a su mínima expresión. Lo importante es ejecutar rápido, evaluar resultados, iterar y corregir desvíos.

En este escenario, para cada trabajador se vuelve fundamental convertirse en esencial, adaptarse en forma temprana

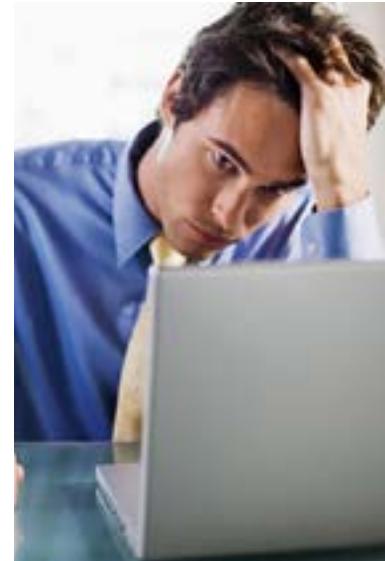
a la innovación y entender los nuevos códigos, ya que las empresas vienen ajustando sus presupuestos y lo seguirán haciendo.

¿Qué mandos medios tienen mayores oportunidades de sobrevivir a los recortes? Aquellos que sepan manejarse en la incertidumbre, los que traten de convertirse y ser resilientes, los que demuestren una alta tolerancia a la frustración y sobre todo, quienes estén orientados a resultados.

Por supuesto las desvinculaciones no estarán centradas solo en los mandos medios, quienes desde hace muchos años vienen acostumbrados a ser la variable de ajuste de los vaivenes de la economía.

Los consultores de recursos humanos coinciden en que cuando se levante la prohibición de despidos veremos subir la tasa de desempleo en el sector privado formal. El lado positivo de este desenlace es que los talentos freelance o quienes brindan servicios tercerizados verán incrementada la demanda, especialmente de parte de aquellas organizaciones golpeadas por la presente crisis, que hayan tenido o tengan que reducir su dotación.

La crisis en las empresas a causa del Covid, evidenció la importancia de tener dotes de liderazgo, pero sobre todo la capacidad de adaptarse, por sobre cualidades como los conocimientos técnicos. En la actualidad, quién más rápido se adapta, gana.



Para cada trabajador se vuelve fundamental convertirse en esencial, adaptarse en forma temprana a la innovación y entender los nuevos códigos.



Workation y coliving

Los cambios en el modo de vida impuestos por la pandemia dieron lugar a nuevas tendencias en el escenario laboral. Así, más allá del teletrabajo, surge ahora el concepto de trasladar el empleo a un lugar de vacaciones, , donde la vida puede desarrollarse con mejor calidad. También la posibilidad de compartir el lugar de trabajo y vivienda con otras personas con las que crear sinergias profesionales, lo que se conoce como coliving.

El teletrabajo ha creado nuevas tendencias residenciales. Mucha gente está valorando (aquella que tiene la posibilidad) dónde quiere vivir y en qué tipo de vivienda y entorno. Así, algunas viviendas han pasado de segundas residencias a viviendas habituales.

Intentar unir teletrabajo con un estilo de vida más saludable o con una mejor calidad de vida ha llevado a lo que se conoce como workation. De la suma de work ('trabajo') y vacation ('vacaciones') nace esta tendencia que permite trasladar el trabajo remoto a lugares más relajantes que la propia vivienda. Desde islas hasta pueblos perdidos, no solo empresas de alquiler de viviendas, como Booking, se han sumado a esta tendencia,

sino que algunas de las grandes compañías hoteleras del mundo, como Marriott International, ya lo están ofreciendo, con instalaciones y servicios adicionales inclusivos para las familias de quien quiere teletrabajar desde el hotel.

La oferta también la han puesto en marcha países como Barbados y Bermudas, que ofrecen visas de residencia de hasta doce meses a aquellos que quieran teletrabajar desde estas dos islas del Caribe.

Asociar el trabajo a un espacio agradable, vinculado a tiempo de calidad o de ocio influye directamente en la motivación, en las ganas de trabajar y en la vinculación con aquello que se está haciendo, y esto afecta directamente a la productividad, explican los expertos.

Desde Silicon Valley: los 'coliving'

Otro de los fenómenos residenciales que empiezan a despuntar es el coliving, que permite teletrabajar y compartir ese espacio con otros individuos y conseguir cierto ocio y red de contactos. Es una forma similar al workation que se puede practicar en un hotel pero sin estar solo y donde, además, se pueden crear relaciones profesionales.

En general se ofrece un alquiler cerrado, un piso amueblado, con flexibilidad de fechas (permite ir renovando el contrato mes a mes) y todos los gastos y servicios incluidos (wifi, terraza, piscina si la tiene), y lo pueden compartir desde cinco hasta cincuenta personas. En Inglaterra, Alemania o Estados Unidos, este modelo está muy asentado, y parece abrirse paso en otros países.

Este fenómeno surgió en la zona de Silicon Valley, donde llegaban muchos jóvenes con intención de empezar sus carreras tecnológicas y encontraban dificultades para conseguir viviendas asequibles, así que muchos decidieron alquilar conjuntamente y se convirtieron en laboratorios de ideas y comunidades profesionales.



Quiénes cruzan el charco

A medida que la situación económica y política se deteriora en el país, crece la cantidad de argentinos que buscan establecerse del otro lado del Río de la Plata. El ente mixto Uruguay XXI, informó que en el primer semestre contabilizó 37 nuevas oportunidades de inversión de empresas tecnológicas activas, más del doble que en

el mismo período del año anterior. Uruguay cuenta con un régimen de promoción de las actividades tecnológicas muy atractivo, en tanto en Argentina siguen retaceando incentivos y demorando la nueva ley del conocimiento.

El segmento de actividad de estas empresas emigrantes es variado pero la gran mayoría están orientadas a la prestación de servicios TIC, principalmente centros de desarrollo con foco en diferentes tecnologías. Hay empresas dedicadas a soluciones tecnológicas en diversas áreas: aeroespacial, automatización, ciberseguridad, e-commerce, data science, fintech, smart cities", dicen en la vecina orilla.

De estas 37 empresas, 23 son argentinas (aproximadamente 5 veces más que en el mismo período del año anterior), mientras que las oportunidades generadas de otros países se mantuvieron similares. Además de estas oportunidades activas en proceso, del instituto contaron que está habiendo un "aluvión" de consultas por parte de empresas argentinas de todo tipo asociado también a la industria y a los procesos productivos de la agroindustria.

En el campo también

En este sentido, el impuesto a la riqueza sumado al retraso del dólar sojero -\$53 por dólar- debido a las altas retenciones, reavivó el interés de inversores argentinos por hacerse de tierras del otro lado del Río de la Plata. Influyen también los incentivos aprobados por el gobierno uruguayo para la radicación en ese país.

En realidad los mejores campos uruguayanos apenas empatan a los de rendimiento intermedio de la pampa argentina, pero cuentan con la gran ventaja que en el vecino país no hay retenciones a la soja. Muchos de los interesados son inversores que buscan una reserva de valor e incluso una base para una posterior migración.

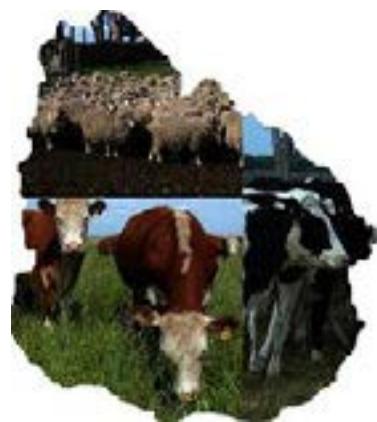
Según inmobiliarias rurales las decisiones que se vienen tomando en términos jurídicos y económicos siembran el desánimo y las ganas de emigrar de muchos inversores. Uruguay transmite la idea de seguridad, aparte de que la idiosincrasia es muy similar y está la facilidad del idioma.

El interés es creciente en campos cerca de Colonia, Montevideo o Punta del Este, por mencionar algunas zonas. Por lo general, las averiguaciones se ajustan a establecimientos que tienen menos de 1.000 hectáreas y una tendencia a la producción agrícola antes que ganadera. Para quienes están interesados en producir también es clave que Uruguay no cambia las reglas de exportación como ocurre acá cada tanto para determinados cultivos.

Otro aspecto que opera a favor de Uruguay está en el valor bajo de la tierra, con cotizaciones que en sus puntos más altos se encuadran con los precios de provincias locales como Entre Ríos.



La crisis local y las ventajas impositivas y de seguridad jurídica que ofrece Uruguay empuja a empresas tecnológicas y a inversores en campos a poner un pie en el país vecino.





One health

No debe sorprender tanto que un virus tenga a la gente confinada en sus hogares. No solo Bill Gates lo había anticipado. Lo realmente llamativo es que haya sido precisamente este tipo de virus el responsable de la crisis. En un período inferior a 20 años ha habido otras dos epidemias provocadas por coronavirus. Tenemos los casos del SARS, que surgió en el 2002 en China y el MERS en Arabia Saudí en el 2012. Distintos grupos de investigación indicaban que coronavirus similares al que originó el SARS tenían potencial para surgir de nuevo. Hay muchos proyectos científicos donde se identifican virus que potencialmente pueden saltar a humanos. Lo que sorprende es que a pesar de saber que iba a pasar, no estuviésemos preparados para hacerle frente.

La ciencia responde de forma contundente sobre el origen del COVID-19. No es ningún murciélagos o un pangolín. Esta crisis sitúa al ser humano frente al espejo.

Uno en el que se refleja las consecuencias de una forma de entender la vida. Es muy fácil decir que ha sido algo que ha ocurrido de forma natural, cuando son nuestras acciones las que han provocado que pasara algo así. Hay una relación bastante estrecha entre la degradación de los ecosistemas naturales y la proba-

bilidad de que nuevos patógenos infecten a otros hospedadores como el ganado doméstico o el mismo ser humano, sostienen muchos investigadores.

Salud y biodiversidad

En los últimos años la comunidad científica maneja el concepto de One Health (Un mundo, una salud) que propone que el bienestar de las personas depende directamente de la salud de los animales y del propio planeta. La salud global debe conectarse con la pérdida de la biodiversidad y los cambios ambientales actuales.

Por eso, cuando se diseñen e implementen programas, legislación y proyectos de investigación relativos a la salud pública no solo debe haber, virólogos y epidemiólogos sino también ecólogos.

La crisis del ébola en el 2006 enseña cómo la pérdida de un hábitat natural puede acabar desencadenando un grave problema de salud pública.

Para mitigar futuras pandemias es importante reconocer el impacto que la actividad humana tiene sobre el planeta y que en última instancia es probablemente lo que ha causado la actual crisis y que se ponga en valor el concepto de One Health.

Hay una relación bastante estrecha entre la degradación de los ecosistemas naturales y la probabilidad de que ocurran nuevas pandemias.





Cerca del **talento**
de tu **empresa**

línea
empresa

 SanCor Salud
Medicina Privada

Sponsor oficial
de Las Leonas
y Los Leones



CONFEDERACIÓN
ARGENTINA DE HOCKEY

sancorsalud.com.ar
0800-888-EMPRESA (3677)



CASOS

CRAIG NEWMARK

Fundador de Craigslist

De un newsletter casero para sus amigos surgió Craigslist, el sitio de anuncios clasificados más popular del mundo. Le atribuyen una fortuna de US\$ 1.600 millones, pero Newmark descree de la idea de que ganar dinero sea importante. La empresa se asume más como un servicio a la comunidad que como un negocio.



El extraño caso del millonario que **NO QUERÍA GANAR DINERO**

Craig Newmark es un innovador a su modo, a pesar de autocalificarse como “un nerd de la vieja escuela”. Lo novedoso es su enfoque del negocio, como un servicio a la comunidad, que no tiene como principal objetivo la rentabilidad. Lo motejan el hippie de internet y a pesar de no buscarlo se hizo multimillonario gracias a su Craigslist, el sitio de anuncios clasificados más popular del mundo, con más de 50.000 millones de páginas vistas por mes.

Muy lejos de la tradicional figura del empresario capitalista típico, su principal interés no es el dinero sino la filantropía, para contribuir a mejorar en algo el mundo. Aun hoy se puede ver al entrar en su web el símbolo de la paz al lado de la URL.

Dedica muchos días de su vida a viajar a lugares propicios para la observación de pájaros, de la cual es fanático o para dar charlas en distintas instituciones que apoya para difundir los valores a los que aspira para Estados Unidos: “justicia, oportunidad y respeto”.

Este enfoque poco convencional se traslada a su empresa, que no parece ambicionar una expansión sin límites, como la mayoría. De hecho, Craigslist sigue funcionando con una estructura mínima de 50 personas, sin más publicidad que el boca a boca, y sin innovaciones de diseño: al entrar a la home, la interfaz parece primitiva, directamente del siglo pasado.

No obstante esto no inquieta en absoluto a Newmark, a quien se atribuye una fortuna de US\$ 1.600 millones, amasada enteramente con su sitio que genera US\$ 700 millones al año, principalmente cobrando por anuncios de todo tipo. Desde agendas culturales, pasando por servicios para adultos, alquiler de departamentos y ofertas de trabajo.

En la página de Argentina de Craigslist, en el listado de opciones aparece una con el llamativo título de “Curros”. Allí se pueden encontrar ofertas de trabajo tanto para periodistas, diseñadores web, entre otros, como solicitudes para chicas modelos y señoritas para relación informal, con honorarios incluidos.

UN COMIENZO CASUAL

En sus comienzos nadie, ni él, imaginaba que algún día sería millonario. Nacido en el pueblo de Morristown, New Jersey, en 1952, su familia era de clase trabajadora con problemas para llegar a fin de mes. Craig no destacaba en nada, salvo por su carácter alegre y su interés por las máquinas y los sistemas. Gracias al esfuerzo de sus padres, logró graduarse en Ciencias de la Computación, en una modesta universidad de Ohio.

Una vez graduado no tardó en conseguir trabajo en IBM, donde iba a permanecer nada menos que 18 años. Luego de pasar por varios destinos se estableció en San Francisco, en 1993.

Instalado en la gran ciudad se interesó por todas las actividades culturales y tecnológicas que ocurrían. Confeccionaba listados con las mismas y quiso compartirlos con sus amigos y compañeros de trabajo, enviándoles los listados por e mail todas las semanas.

Sin querer había inventado el newsletter digital, al que lo designó “San Francisco Events”. Sus lectores, cada vez más aficionados a este informativo, lo rebautizaron como “Craig’s List”.

Atento al éxito de la propuesta Newmark decidió monetizarlo, pero con precios modestísimos para los pocos anuncios que cobraba. Su lema era “hacerlo bien haciendo el bien”.

Se fueron sumando secciones y la plataforma se transformó poco a poco en una web para encontrar información comercial, social, avisos laborales y más. Era la clásica sección de avisos clasificados del diario pero llevada a Internet.

La clave de la popularidad de la web era que la mayoría

“En la página de Argentina de Craigslist, en el listado de opciones aparece una con el llamativo título de “Curros”

de los anuncios era gratis. Sólo se cobraban algunos, como ofertas de trabajo, de inmuebles o de autos, con una tarifa que iba de los 7 dólares a los 75. Lo cierto es que el proyecto de Newmark de a poco se fue expandiendo por todo Estados Unidos y luego al mundo, alcanzando presencia en más de 70 mercados.

Eran los primeros años de internet, donde las oportunidades parecían ilimitadas. El e commerce todavía no estaba instalado, pero Newmark ya tenía una base de lanzamiento para el gigantesco negocio que eclosionaría años más tarde.

Pero al “hippie de New Jersey” no le interesó cobrar más por sus anuncios, ni vender su idea a algún gigante tecnológico por miles de millones, ni salir a Bolsa.

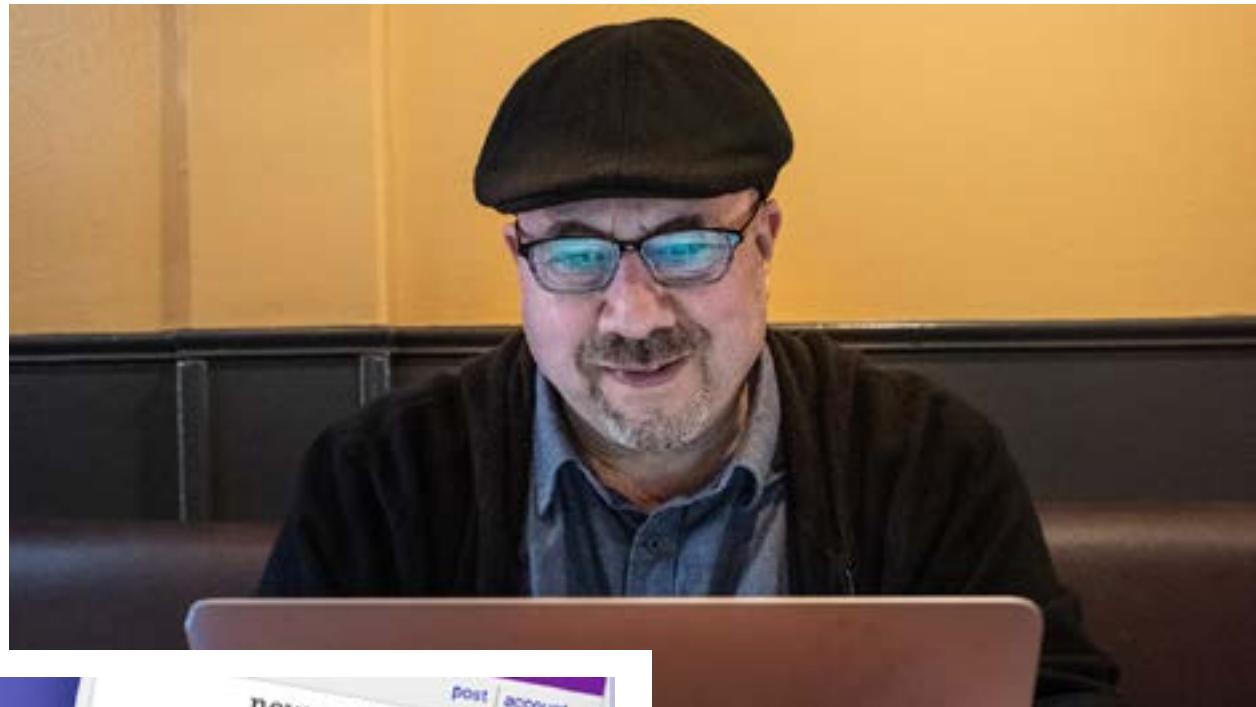
No es que no hubiera potenciales compradores o inversores, pero se chocaban contra el extraño caso de un estadounidense que no es muy amigo de ganar dinero. Newmark está convencido de que su sitio es un servicio a la comunidad y no tiene objetivos anuales de ganancias. “La clave del éxito no es la ambición, sino la generosidad”, afirma.

MONETIZAR AL MÍNIMO

En total, Newmark pasó cinco años manejando la compañía. En 2000 le cedió el mando a Jim Buckmaster, quien todavía es CEO y comparte varios de los rasgos del fundador. Newmark, por su parte, continuó con su trabajo totalmente alejado de las juntas ejecutivas, ya que se enfocó en la atención al cliente. Sin embargo, conserva el 42% del sitio.

El motivo de su renuncia, según explicó, es que se consideraba “un asco como jefe”. Así pudo continuar su predica de “monetizar al mínimo”.

“Decidí que nadie necesita ser multimillonario. Hay que saber cuando parar. Si ya hiciste suficiente dinero



para vivir bien y ayudar a tu familia, y a algunos amigos, es más satisfactorio ayudar a cambiar el mundo”.

En 2004, uno de los primeros empleados de la firma vendió su participación a eBay, que se quedó con el 25% del sitio y accedió a un puesto en el directorio.

La relación ha sido tumultuosa desde entonces: el gigante de eCommerce aseguró que las prácticas comerciales de Craigslist repereutían de modo negativo en la inversión; el sitio de clasificados contra atacó denunciando que la empresa solo había comprado las acciones para acceder a sus secretos comerciales y crear, con ellos, un competidor.

A pesar de su desapegado modelo de negocios, Newmark comenzó a recibir críticas por el impacto que su éxito estaba teniendo sobre el negocio de los diarios tradicionales, que vieron directamente afectada una de sus más grandes fuentes de ingresos: los clasificados.

Es que lo que ellos ofrecían a un precio elevado, Craigslist lo publicaba por unos pocos dólares o incluso gratis y en menos pasos.

BENEFATOR DEL PERIODISMO

Estos ataques reforzaron su marcada inclinación para apoyar al periodismo independiente de su país, donando

en los últimos cuatro años US\$ 170 millones a organizaciones periodísticas. Su respeto al periodismo le viene desde joven. Incluso repite una excelente frase que oyó de un profesor del secundario: “Una prensa confiable es el sistema inmunológico de una democracia”.

“El proyecto de Newmark de a poco se fue expandiendo por todo Estados Unidos y luego al mundo, alcanzando presencia en más de 70 mercados”

De mercado perfil "anti-trumpista", el emprendedor también apoya otras causas como la protección de los votantes, las inserción de las mujeres en la tecnología y la ayuda para las familias de veteranos y militares.

"Muchas veces me dijeron que debería hacer lo habitual en Silicon Valley y ganar algunos miles de millones. Pero nadie realmente necesita miles de millones de dólares, excepto para regalar", afirma.

Asimismo, el empresario (que recientemente comunicó que tuvo coronavirus y transitó la enfermedad de modo asintomático) participa del directorio de una veintena de organizaciones y aporta dinero a diferentes causas: desde el impulso al voto latino y el apoyo a veteranos de Iraq y Afganistán hasta el rescate de aves en peligro.

"Tengo mucho dinero en efectivo que seguiré regalando a medida que avancen mis años", asegura.



Y @vos qué estás buscando?



Estás buscando un aliado global?
Somos el banco privado más grande de Latinoamérica, con una amplia red de servicios en el mundo. Buscamos incentivar a las personas a crecer y progresar. Ese es el propósito que nos compromete día a día.

Buscá:

Itaú



MEDIDO POR SU VALOR DE MERCADO. // BANCO ITAÚ ARGENTINA ES UNA SOCIEDAD ANÓNIMA SEGÚN LA LEY ARGENTINA. SUS ACCIONISTAS RESPONDEN POR LAS OPERACIONES DEL BANCO, SOLO HASTA LA INTEGRACIÓN DE LAS ACCIONES SUSCRITAS (LEY 25.738).

dLOCAL ES LA PRIMERA EMPRESA URUGUAYA EN LOGRAR EL ESTATUS DE "UNICORNIO". TRAS LA ÚLTIMA RONDA DE FINANCIAMIENTO QUEDÓ VALORADA EN US\$ 1.200 MILLONES. SE DEDICA A FACILITAR PAGOS A EMPRESAS MULTINACIONALES, EN MONEDA LOCAL DE PAÍSES EMERGENTES.



La empresa unicornio más nueva de América Latina dLocal, es a la vez la primera en emerger de Uruguay con una población de solo 3,5 millones de personas. Tras recibir nuevo financiamiento por US\$ 200 millones, la compañía quedó valorada en US\$ 1.200 millones. Con el capital obtenido en la última ronda, dLocal buscará duplicar las ventas y expandirse con nuevos servicios y productos a 13 países en desarrollo, incluidos Kenia, Vietnam y Tailandia, según su fundador y director ejecutivo, Sebastián Kanovich.

Tarjetas de crédito, PayPal, cheques, efectivo, criptomonedas... el mundo de los pagos está lleno de opciones. Aunque a priori tanta variedad parezca buena, el problema llega cuando una persona que quiere acceder a un servicio o producto no dispone del mecanismo de pago requerido por el proveedor. Y lo mismo sucede cuando un pequeño comercio que quiere expandirse no dispone de un método compatible con el resto del mundo. Esta situación se acentúa en regiones como América Latina, Asia y África, donde

priman las opciones de pago locales, lo que impide que la población acceda al comercio digital disponible a nivel global. El pequeño tamaño de Uruguay, por ejemplo, provocaba que las empresas de comercio electrónico extranjeras considerasen poco rentable invertir recursos en adaptarse a sus particularidades de pago. Para solucionar este problema, en 2016 Sebastián Kanovich, creó dLocal, una plataforma que integra más de 300 métodos de pago alternativos en una única API. Entre las opciones disponibles destacan el



En 2016 Sebastián Kanovich, creó dLocal, una plataforma que integra más de 300 métodos de pago alternativos en una única API.

dLOCAL

PRIMER UNICORNIO URUGUAYO

pago en efectivo, por ejemplo Boleto Bancario en Brasil y RapiPago en Argentina, opciones de pago digitales tales como UPI y NetBanking en India y UnionPay en China, transferencias bancarias en 13 países así como también tarjetas locales. Gracias a este avance, muchos ciudadanos han podido hacerse clientes de empresas como Sony PlayStation, Booking.com y Uber. Por esta iniciativa Kanovich ganó el premio Innovadores menores de 35 años en 2018, de MIT Technology Review. Hoy tiene 30 años.

.UNA PASARELA DE PAGOS

"El mundo cada vez está más unido a nivel de consumo, pero las infraestructuras de pago no son iguales en todas partes, y las empresas grandes tienen demasiado en lo que enfocarse", sintetiza Kanovich. Cuando se dio cuenta de lo generalizable que era este problema a otros países de todo el mundo, rápidamente vio una oportunidad de negocio: hacer de intermediario y ofrecer a las grandes empresas en un solo paso una pasarela de pagos adaptada a las necesidades locales.

dLocal, con sede en Montevideo, proporciona plataformas de pago en 20 países en desarrollo que permiten a compañías multinacionales como Amazon.com Inc. y Booking.com cobrar a los clientes en diferentes monedas al aceptar tarjetas de crédito locales, transferencias bancarias y otras formas de pago. También ofrece servicios de pago externo como el envío de dinero de compañías como Uber Technologies Inc. a sus conductores.

Ahora dLocal pasó a integrar un grupo selecto en América Latina de

empresas "unicornio" entre las que se encuentran las argentinas Mercado Libre, Globant, AuthO, Despegar, OLX, las brasileñas B2W, Nubank y 99 y la colombiana Rappi.

El nuevo fondeo para dLocal estuvo liderado por la empresa inversora en capital de crecimiento General Atlantic, con la participación de la firma Addition que invierte en startups en etapas tempranas o de crecimiento.

"Lo que buscábamos con esta ronda de capital era, fundamentalmente, el calibre de los socios que se están sumando a la compañía para ir hacia el siguiente nivel. Más allá del capital, era sumar a dos socios estratégicos como General Atlantic y Addition, que han demostrado ser históricamente socios de calidad en esta industria. Estábamos buscando la experiencia y trayectoria", explicó Kanevich.

"Ellos han sido inversores en diferentes etapas de empresas como Alibaba, Facebook, Slack, y en el mundo de los pagos han tenido recorrido en los inicios de Adyen", ejemplificó. Esta última es competidora de dLocal.

La empresa uruguaya espera generar ingresos por US\$150 millones este año, desde más de US\$60 millones que tuvo en 2019.

ENTENDER CADA MERCADO

La empresa desarrolla tecnología que permite recolectar pagos en monedas locales para empresas multinacionales y cobra una comisión por cada transacción, similar a lo que hace una tarjeta de crédito. Eso ayuda a las multinacionales a ingresar en mercados emergentes, que suelen ser complejos de penetrar. América Latina es el mercado más grande para dLocal.

"Expandirnos en sí es desarrollar productos, porque quizás en Latinoamérica uno está acostumbrado a pagar con medios de pago alternativos, en redes de cobranzas, por transferencia bancaria o con tarjeta de crédito en cuotas, pero en India

FINTECH EN LA CRESTA DE LA OLA

El sector fintech creció exponencialmente tras la crisis global de 2008. El Banco Interamericano de Desarrollo relevó 1166 startups de este tipo en 2018 en 11 segmentos de negocio. A su vez, la Cepal publicó en junio un informe sobre los desafíos y oportunidades del sector en Uruguay, donde identifica a 63 empresas fintech.

El segmento más destacado es el de desarrollo de productos tecnológicos específicos para instituciones financieras, seguido por el de préstamos a través de una plataforma electrónica y el de pagos y remesas. El informe de Cepal consigna también que las inversiones de capital de riesgo en tecnológicas en América Latina se duplicaron en 2018 y alcanzaron una cifra cercana a US\$2000 millones, con un 25% en empresas fintech.

tal vez es más popular pagar con billeteras electrónicas. Entonces, nuestro desarrollo de producto está en entender en cada mercado cuáles son las especificaciones de los sistemas de pagos y eso englobarlo en una única API".

Mucha de esta expansión tiene que ver con necesidades de los clientes, que se potenciaron en el contexto actual.

La pandemia del Covid-19 aceleró los procesos de digitalización y de

Con el capital obtenido busca ampliar su presencia geográfica y fortalecer la relación con sus clientes, entre los que figuran gigantes como Netflix, Spotify, Amazon, Booking, Uber y Didi Chuxing.

"Uno de los planes que tenemos a corto o mediano plazo es sumar 13 mercados nuevos en 18 meses. El crecimiento geográfico es fundamental, acelerar la expansión de dLocal en mercados emergentes. Hoy tenemos mucha presencia en América Latina, África, el Sudeste Asiático y queremos seguir creciendo en Centroamérica, África y Asia. Es una de las apuestas grandes de la compañía, una meta muy ambiciosa y agresiva, pero tenemos todas las herramientas para lograrla", señaló Kanevich.

Algunos de los argumentos de dLocal para lograr captar capital fueron, según el emprendedor, su experiencia local (tiene presencia con sus equipos en todos los mercados donde opera), la tecnología de la que dispone, el portafolio de clientes y también sus equipos de trabajo.

El auge de dLocal al estatus de unicornio es una noticia positiva para Uruguay, cuya economía de US\$56.000 millones depende en gran medida del gasto público, las exportaciones de productos agrícolas y el turismo. El reducido tamaño de su mercado interno ha obligado a su pequeño pero vibrante sector tecnológico a buscar inversión y crecimiento en el extranjero. ■

comercio electrónico de las empresas. "La demanda creció abruptamente", dijo Kanevich. De hecho, en los últimos seis meses la empresa debió incorporar 70 empleados, lo que elevó la plantilla a 280 (cerca de 200 trabajan desde Uruguay).

La compañía, no buscará manejar los pagos en criptomoneda hasta que los clientes lo soliciten y los reguladores autoricen esas transacciones, dijo.

PLANES DE EXPANSIÓN

La empresa uruguaya espera generar ingresos por US\$150 millones este año, desde más de US\$60 millones que tuvo en 2019. dLocal hoy tiene presencia en 20 mercados.



Lanzamos nuestra división de Animales de Compañía

Seguimos creciendo,
anticipándonos al futuro.

La evolución de la salud animal



SEGURO DE CRÉDITO

JUAN MARTÍN DEVOTO
Gerente General de Insur

ALEJANDRO DEMES
Gerente Comercial de Insur

La siniestralidad AUMENTÓ UN 50%

Si bien es un mal generalizado en el mundo, en la Argentina la incobrabilidad de créditos aumentó mucho más. Hay sectores que salen mejor parados, pero falta mucho para una recuperación.

El empresario argentino es muy adaptable a los cambios en el entorno, pero son muchas las empresas en las que falta capital para afrontarlos. En situación de incertidumbre, el seguro de crédito se torna más necesario que nunca y sobre todo en la exportación, cuando ni se puede viajar para conocer al comprador. Tales algunas de las definiciones de Juan Martín Devoto, gerente general y Alejandro Demes, gerente Comercial, de Insur, aseguradora de crédito y caución.

PE: ¿Cómo afecta la actual situación crítica a la actividad del Seguro de Crédito?

AD: El contexto actual incrementó la siniestralidad en un 30% a nivel mundial y en un 50% en Argentina, habiendo sectores más o menos afectados dependiendo mucho del rubro.

Para InSur el sector textil en Argentina es un termómetro ya que es el primero que se resiente cuando la economía está en caída y el primero en remontar cuando se produce una reactivación. Por el momento no vemos una recuperación del sector textil, que ha caído bastante y está tratando de reinventarse con el e-commerce, pero le falta mucho todavía.

JMD: Hubo sectores que, por su naturaleza, de alguna manera salieron “bien parados”, dependiendo mucho de donde desarrollan su actividad y si son “esenciales”, por ejemplo: IT, el e-commerce, alimenticios, insumos de salud y agro. En cambio hay sectores que han sentido un

impacto importante, obviamente la actividad turística, la gastronomía, el retail y la construcción entre otros.

LA ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS

PE: ¿Cómo realizan en la actualidad el análisis crediticio?

AD: El examen de los datos duros, de los números de la empresa, siempre ha sido preponderante en el análisis crediticio. Pero en los últimos meses hemos dado mucha importancia en ese análisis a la capacidad que tiene el management de adaptación a los cambios. Ese es un factor clave en la Argentina de hoy, las empresas que son ágiles en su organización y sus procesos, que tienen mayor capacidad de reinventarse, son las que tienen las mayores posibilidades de sobrevivir.

JMD: Por eso tenemos mucho vínculo con los clientes de nuestros asegurados y al momento de hacer el análisis crediticio hacemos muchas preguntas con respecto al management y las acciones que están tomando para afrontar esta situación. Esto hoy en día es clave para nosotros al momento de la calificación crediticia.

PE: ¿Qué capacidad de reacción ven en las empresas argentinas?

AD: En general notamos una reacción positiva de los empresarios argentinos, quienes tienen buena capacidad de adaptación al cambio, en gran parte debido al historial del país en materia de crisis. Pero además hay que tener



EN EL CAMPO, EL MÁS CONFIABLE



capacidad patrimonial para afrontar la reducción de las ventas. Hay empresas que tienen agilidad para adaptarse pero no cuentan con caja para resistir. Así vemos los cientos de empresas chicas que están cerrando por ese motivo, pero no hay duda de la capacidad de adaptación del empresario argentino.

LA RESPUESTA DEL ESTADO

JMD: Aquí vemos que haría falta una respuesta por parte del Estado, que hasta ahora se ha centrado en una dirección asistencialista, como subsidios o ayudas para el pago de sueldos. Faltan respuestas más sofisticadas. En lo referente a Seguro de Crédito lo estamos viendo en aquellos países que utilizan esta herramienta hace muchos años, especialmente en Europa y Estados Unidos. Allí los gobiernos han acordado con las compañías de Seguros de Crédito que, a partir de determinado nivel de siniestralidad, es el Estado el que garantiza esas deudas. Y esto se debe a que se reconoce el rol fundamental de las empresas privadas en estos momentos y de las propias aseguradoras, ya que es fundamental que el crédito siga fluyendo para la economía. Esta actitud no se ha visto hasta el momento en los países latinoamericanos, pero creo que forma parte de una próxima discusión, porque ante una situación como la actual las compañías de Seguros de Crédito debemos ser más rígidas y contraer ciertas líneas, en cambio con un apoyo estatal, mediante un fondo que garantice los riesgos a partir de cierto nivel,

esas líneas podrían mantenerse y sería muy beneficioso para la economía.

“ La probabilidad de que ocurra un siniestro en la cobranza es mayor a que se produzca un incendio y todas las empresas tienen seguro contra incendio, pero no Seguro de Crédito ”

PE: **En la situación actual, ¿las empresas reaccionan tratando de protegerse más con Seguros de Crédito o por el contrario prefieren ahorrarse esa inversión y correr más riesgos?**

AD: En este tiempo hubo un incremento de consultas por parte de las empresas sobre el Seguro de Crédito, ya que hoy más que nunca se evidencia la importancia de asegurar el flujo de caja, contando con balances saneados que les permitan a las empresas el acceso al crédito en entidades financieras. Siempre en momentos de incertidumbre el Seguro de Crédito toma mayor preponderancia.

El empresario argentino en general es muy confiado, cree conocer a su cliente y toma el riesgo, pero en estos días en que el contexto cambia constantemente muchos

optaron por asegurarse.

JMD: Hoy toma notoria relevancia el Seguro de Crédito a la exportación. Como no se puede viajar y hay que vender sin conocer al cliente, el Seguro de Crédito a la Exportación se torna fundamental ya que Atradius, nuestro partner, nos brinda información comercial de todo el mundo ya que cuenta con más de 160 oficinas en 54 países.

“Para nosotros innovación es poder responder a las necesidades particulares de cada empresa. Cada póliza es a medida y como las circunstancias varían constantemente vivimos adaptándonos a ellas”

En lo referente a exportación haría falta una mayor injerencia del Estado, en el sentido de brindarle más herramientas al exportador, en lugar de estar cambiando las reglas de juego cada tanto. El Seguro de Crédito es una herramienta más para darle certeza al exportador, desde su cobertura en riesgo político, financiamiento y la seguridad de cobrar aquello que se vendió. Haría falta por parte del Estado este tipo de políticas a largo plazo.

Desde ya es necesario contar con un socio que te pueda brindar la mayor cantidad de información posible sobre tu cliente en el mundo de hoy en día en el que los mercados son muy dinámicos, y más aún en un contexto de incertidumbre mundial. En este aspecto Argentina está por encima del promedio de la región en la utilización de esta herramienta.

EL EXCESO DE CONFIANZA

AD: En términos de Seguro de Crédito Doméstico las empresas argentinas se encuentran por debajo del promedio de la región, quizás porque el empresario se confía en que conoce el mercado y a sus clientes, sin embargo, las recaídas en la incertidumbre demuestran la necesidad de esta herramienta y en los últimos tiempos cada vez más empresas argentinas han tomado este producto como una herramienta estratégica para el desarrollo de sus negocios. Las empresas necesitan crédito, por lo que con un Seguro de Crédito aseguran el flujo de efectivo, disminuyendo su provisión de incobrables, aumentando como consecuencia sus líneas.

La probabilidad de que ocurra un siniestro en la cobranza es mayor a que se produzca un incendio y todas las empresas tienen seguro contra incendio, pero no Seguro de Crédito.

PE: **¿Cuáles son las fuentes de análisis de los clientes para el otorgamiento de líneas de crédito?**

JMD: Algo que nos diferencia del resto de las compañías es que no solo tomamos las variables “duras” como es el análisis crediticio de balance, comportamiento de



pagó y cruce con otros clientes, sino que también tomamos variables blandas como ser la adaptación a los cambios del management y las circunstancias particulares de cada empresa de acuerdo con sus características.

AD: Desarrollamos una relación muy estrecha con nuestros asegurados que nos ayuda a cuidar la cartera, somos socios en el riesgo y tenemos una relación directa y personal.

MENOS “PLATA EN LA CALLE”

PE: **¿Se ha restringido el crédito?**

AD: Depende mucho del sector. Hay proveedores que tenían stock así que durante los meses de abril y mayo alargaron los plazos, en cambio ahora se busca menos exposición acortando los plazos de crédito. Se busca no tener tanta “plata en la calle”.

PE: **¿Como afectan las medidas cambiarias al Seguro de Crédito?**

JMD: El tipo de medidas tomadas recientemente complica la operatoria ya que para pagar siniestros necesitamos poder girar divisas al exterior. Por otro lado, este tipo de medidas no ayudan al desarrollo de la economía impactando también en el Seguro de Crédito, ralentizando el comercio ya que el cambio de reglas da un marco de incertidumbre a la necesidad de reposición de mercadería.

PE: **¿Se crearon productos nuevos a partir de esta situación?**

JMD/AD: Para nosotros innovación es poder responder a las necesidades particulares de cada empresa. Cada póliza es a medida y como las circunstancias varían constantemente vivimos adaptándonos a ellas. Entendemos la operatoria de cada uno de nuestros asegurados y nos adaptamos a ella para acompañarlos en la relación con sus clientes. Hoy no se puede analizar un balance desde un escritorio porque cualquier información ya es vieja. Tenemos oficinas en Rosario, Mendoza y Córdoba, lo que nos permite visitar a nuestros asegurados y sus clientes estableciendo relaciones más estrechas y profundas. Apostamos a la capacidad de los empresarios argentinos para reinventarse. ■

A close-up photograph of a man and a woman looking at a tablet screen together. They are both wearing glasses and dressed in professional attire. The woman is on the left, wearing a light-colored blouse, and the man is on the right, wearing a dark suit jacket. They appear to be focused on the content on the tablet.

**CONECTADOS
CON LO QUE NECESITÁS**

Estamos cerca tuyo en todo momento.



Realizá todas tus operaciones desde Online Banking
y la App en cualquier momento y lugar.

[Descargar](#) [App Store](#)



† Galicia

MARIO BLEJER

Ex presidente del Banco Central



Pocos economistas argentinos pueden acreditar tanta experiencia local e internacional como Mario Blejer. Funcionario del FMI durante muchos años, asesor del Banco de Inglaterra, fue en el plano local vicepresidente y luego presidente del Banco Central. Por eso es relevante su opinión sobre la actual crisis y sus consecuencias, tanto referida al país como en el plano internacional. Prensa Económica dialogó con Blejer sobre estos temas y la primer pregunta fue muy directa:

¿Vamos directo a estrellarnos?

Estamos en medio de una crisis múltiple. Por un lado de salud, por otro la recesión económica, las presiones inflacionarias y también un problema social muy serio. La pandemia y la cuarentena han derivado en una grave

crisis. La pandemia por sí sola hubiera causado estragos en lo económico y social, pero nosotros entramos en ella ya golpeados y entonces los efectos han sido peores. Todo esto desemboca en una situación político, económica y social de mucha incertidumbre. Y en las situaciones inciertas alguien tiene que tomar actitudes rígidas. En casi todas partes ha habido crisis, con otra virulencia, porque los países estaban mejor parados que acá, pero fueron atacadas y moderadas –no resueltas porque todavía estamos en una crisis internacional de magnitud- con una actitud bastante decidida y activa de los bancos centrales. Acá el Banco Central se encontró en una posición

“El país debe aprender a GANAR COMPETITIVIDAD SIN DEVALUAR”

Cada siete u ocho años el país recae en crisis económicas. Y esto será así hasta que no tengamos en claro el motivo: que no aprendemos a ser competitivos sin devaluar. El mundo también cambiará tras la pandemia: perderá importancia el comercio internacional y la globalización, mientras se ralentizará el crecimiento económico.

muy difícil, con déficit fiscales que hay que financiar, una inflación con propio dinamismo, una deuda que no estaba negociada y en peligro de caer en default, no tenía más remedio que tomar decisiones drásticas. Ahora sin son coherentes unas con las otras, habría que analizarlas una por una. Algunas de las medidas que se tomaron van en la dirección correcta en el sentido de aportar un sendero de cierta certidumbre, otras son más confusas, pero el objetivo es no perder tantas reservas hasta dentro de unos meses cuando los dólares comiencen a entrar y de esa forma evitar las grandes devaluaciones que son muy problemáticas para la certidumbre.

Se vió como algo insólito que cayera tan rápido el valor de los bonos argentinos recién reestructurados...

Eso tiene que ver con el problema central del país que hoy es la alta incertidumbre. Pero eso es algo muy difícil de resolver solamente a través de un programa económico

co, porque tiene componentes políticos, sociales y sobre todo tiene que ver con la salud pública, por una pandemia que se ha hecho difícil de controlar para toda la humanidad. Esa incertidumbre se agranda con los desequilibrios internos que todavía no han podido ser solucionados.

Usted explica que lo buscado a través de las medidas del Banco Central es morigerar la pérdida de reservas hasta que entren los dólares de la cosecha. Pero falta mucho para eso. ¿Será factible aguantar sin tener que devaluar?

Es difícil contestar eso porque por la incertidumbre no conocemos el valor de importantes variables. Pero es evidente que ha habido una devaluación en la práctica muy importante, sobre todo en el dólar financiero, en el que la gente puede ahorrar. Y que hay una multitud de tipos de cambio, que no son solo confusas sino extremadamente distorsionantes.

LA CRISIS SIEMPRE VUELVE

¿Por qué la Argentina recae una y otra vez en crisis cíclicas?

Cada siete u ocho años en los últimos setenta, Argentina ha tenido una crisis de esta naturaleza. Y han ocurrido con gobiernos populistas, conservadores, militares, radicales o peronistas. Yo creo que la razón básica es la imposibilidad que muestra la Argentina de ganar competitividad sin devaluar. Lo único que le da cierta competitividad al país durante cierto tiempo es la devaluación. Esto no ocurre en otros países, donde el camino es aumentar la productividad, mejorar la calidad de los productos, ganar mercados externos, captar mayores inversiones locales y externas, tener buena infraestructura. Todos estos aspectos son esenciales para ganar productividad, mejorar la posibilidad de hacer negocios, la capacidad de transferir tecnología. Estas son las formas legítimas de adquirir competitividad. Argentina, por razones que sería muy interesante analizarlas a fondo, ha sido incapaz de ganar competitividad en forma legítima. Por eso aparecemos en el fondo de todos los rankings en materia de ganar competitividad, porque no hay suficiente inversión, porque hay demasiada incertidumbre a lo largo del tiempo, porque hay un problema en el mercado laboral que no se logra resolver, porque hay muchos impuestos. Por eso hay que analizar a fondo las razones por las que no se puede ganar competitividad, más que los momentos específicos de las devaluaciones y un cambio nominal.

“Lo único que le da cierta competitividad al país durante cierto tiempo es la devaluación. Esto no ocurre en otros países, donde el camino es aumentar la productividad”

Parece que hiciera falta una actitud más seria al respecto de toda la clase política, que no es capaz de acordar un rumbo para el país que en lo fundamental tenga continuidad por diez o veinte años...

Sí, tendría que haber un acuerdo de los partidos políticos para ver cómo se sale de esta crisis para ver después adonde se pone el acento. Todo lo que disminuya la incertidumbre, todo lo que aumente la productividad y todo lo que mejore la capacidad de competir, ayudaría a salir de este tipo de crisis. Porque siempre caemos en el mismo círculo vicioso de pérdida de competitividad, falta de dólares, devaluación, inflación, nueva pérdida de productividad. No podremos salir de esto que parece el destino argentino hasta que no se entiendan bien las causas de este proceso.

La reiteración de estas crisis cíclicas están afectando a la sociedad en el sentido de que existe cierto escepticismo sobre las posibilidades de futuro de la Argentina...

Futuro siempre hay para un país, con los mismos actores o con otros. Pero si uno quiere dejar algún legado a sus descendientes tiene que pensar que cualquier cosa que haga ahora siempre va a tener un efecto en el futuro, positivo o negativo. Las condiciones económicas pueden ser específicas de un momento determinado, pero las políticas económicas siempre condicionan de una forma u otra al futuro.

LA NEGOCIACIÓN CON EL FMI

Se aproxima la negociación con el FMI. Usted que ha estado mucho tiempo en el Fondo, ¿cree que será una negociación dura para el país o no?

Yo no creo que va a ser una negociación fácil, pero tampoco extremadamente difícil. Porque el Fondo ha mostrado últimamente bastante flexibilidad y en parte ello se debe a que la importancia del FMI en las finanzas internacionales ha venido decayendo. Una porque el crecimiento de los mercados internacionales dejó un poco flacos los recursos del Fondo. Y también porque ha habido un fracaso de algunos modelos económicos que ha impulsado tradicionalmente el Fondo o de algunos programas de ideología similar que han implementado algunos países. Lo que se llama el “consenso de Washington” no ha funcionado suficientemente bien, pero tampoco ha sido un desastre o un descalabro como lo quieren plantear mucha gente. Porque la verdad es que hasta la presente pandemia, los niveles de vida en el mundo habían subido en forma importante en la última década. El Fondo ha venido cumpliendo una función de coordinación y también de catalizador para otras instituciones de desarrollo, públicas y privadas, que miran al FMI como un factor relativamente independiente y esa mirada ayuda a reducir un poco la incertidumbre.

Por otro lado el Fondo tiene su propio estatuto, tiene un directorio que es bastante rígido. Entonces Argentina va a tratar de evitar hacer cosas que dañen gravemente lo que queda de la trama social ordenada, pero también va a tener que hacer los ajustes y las reformas que hagan falta en otros sectores y lograr un cierto orden y armonía en las políticas económicas. Dicen que este gobierno no quiere tener un programa económico, pero es una cuestión semántica, siempre va a necesitar políticas económicas que sean coherentes y si no lo son el Fondo probablemente no las va a aceptar. Pero en ese sentido va a ser útil la discusión con el Fondo.

El FMI no es solo importante por la cantidad de recursos que presta. A la Argentina le prestó una cantidad muy grande de dinero, como nunca antes lo había hecho, y tampoco sirvió. Entonces no son los recursos financieros del Fondo lo que me parece fundamental, sino más bien su capacidad de aglutinar ideas y de reducir la incertidumbre.

“Argentina ha tenido una crisis de esta naturaleza tanto con gobiernos populistas, conservadores, militares o civiles, radicales o peronistas”.



¿Cree que en los últimos años ha cambiado el enfoque del FMI para con los países endeudados?

Ha cambiado algo su enfoque, en esencia porque ahora tiene mucha menos fuerza de la que tenía antes, pero básicamente yo creo que en Argentina -con muy buenos modos- va a tratar de que no haya desbordes con el tamaño del déficit y que haya mecanismos de financiamiento. Pero no conozco detalles de la negociación.

Esta crisis mundial debe ser la mayor que le haya tocado al Fondo...

Probablemente sí. Aunque yo creo que en definitiva no va a ser mucho mayor que la crisis de 2008 en el agredado global, pero en países específicos es muy grave. Y ahí el Fondo puede tratar de salirse de uno de los marcos que tenía siempre y era que los remedios son similares para todos los países. Yo creo que acá tiene una oportunidad para diferenciar.

EL MUNDO DEL DÍA DESPUÉS

¿La crisis actual puede producir cambios de importancia en la economía mundial?

Creo que va a cambiar el modelo de negocios del mundo. La aceleración de la digitalización y de la virtualidad va a producir consecuencias de largo alcance, inclusive en los modelos de urbanización. La gente va a poder vivir en lugares más lejanos pero más amplios, porque no tiene que ir todos los días a la oficina. También hay algo muy importante que va a afectar que son los procesos de integración. Algunas tendencias ya venían de antes pero esta crisis las acentúa. La guerra comercial entre Esta-

dos Unidos y China venía de antes, pero se ha acelerado. Creo que el comercio internacional va a tener menos importancia de la que tiene ahora porque va a haber una tendencia hacia un mayor nacionalismo económico. Por otro lado, la globalización va a ir mucho más lenta de lo que venía antes, va a haber muchos menos factores globalizantes y también se va a ver afectado el multilateralismo. Va a ser mucho más importante el bilateralismo, o sea acuerdos entre dos países o regionales.

Estas tendencias globales post pandemia no parecen ser muy favorables para los países emergentes, como la Argentina...

En algunos casos pueden ser positivos en otros no. Hay que aprovechar la ocasión para hacer algunas cosas que no era tan claro que había que hacer y ahora sí lo es y cambiar la tendencia de algunos excesos. Todos los procesos que hemos tenido recientemente han tenido excesos: desde la integración, el multilateralismo, la globalización, venían con tendencia demasiado aceleradas y descontroladas y por tanto alentando a los extremos políticos y económicos. Todo esto va a tender a mejorar, probablemente. Pero casi seguro que la velocidad de los cambios va a ser menor luego de la crisis. Eso se puede predecir.

¿Esto puede derivar en que se ralentice el ritmo de crecimiento de la economía mundial?

Sin duda. Vamos a tener que acostumbrarnos a vivir con una tasa de crecimiento económico menor en todos lados. Y eso significa un aumento más lento del nivel de vida.

“Hay que PREPARARSE PARA EL DESENLACE”

La corrección cambiaria es inevitable y habrá que ver cómo reacciona la política y la política económica. Lo aconsejable es ir tomando precauciones para ese momento. El problema de la brecha es el desaguisado macroeconómico. Volver al nivel de 2019 puede llevar todo el mandato de Fernández.

Con la breve interrupción del paso de Melconian por el Banco Nación, Santangelo ha sido su socio toda la vida. Y hoy lo sigue siendo. Comparten no sólo la visión de la economía, sino también el estilo claro, directo y contundente para analizar la actualidad económica. En su diálogo con Prensa Económica resaltó la inconsistencia de la política económica y el peligro de que no abordarla desemboque en un agravamiento de la situación económica y social.

El gobierno está tratando de evitar una devaluación, ¿podrá lograrlo?

Lo que está claro es que estamos en una situación donde los objetivos del programa económico son inconsistentes con la realidad. La tasa de inflación que persigue este programa económico es inconsistente con la política económica. Argentina no puede tener 28% de inflación el año que viene y eso se traduce en una corrección cambiaria. Lo que está pasando en el mercado cambiario en algún momento va a requerir una cirugía mayor. Para mí, independientemente de cuándo se produzca –el timing no lo conozco– la corrección es inevitable. Y lo más importante es monitorear en ese momento cómo reacciona la política y la política económica. Según sean ambas, puede ser que choquemos y solo se averie el radiador o que volquemos y tengamos consecuencias más graves. Entonces hay que ir preparando la política económica para cuando llegue ese desenlace que yo veo inevitable.

¿Qué sería ir preparándose para el desenlace?

Se trata de que tengamos una política fiscal, moneta-

ria, cambiaria y de ingresos, consistente. El presupuesto enviado al Congreso está viciado de nulidad, al tener toda una nominalidad regida por un aumento de precios del 28%, que no tiene sentido. Las tarifas públicas, por ejemplo, deben tener su cronograma de actualización, simplemente para que los subsidios no suban en términos reales. Se trata de toda una integralidad, no de una medida puntual. El mercado cambiario ya no merece ser denominado como tal, parece más bien un bazar persa donde todos los días se deciden los tipos de cambio en función de las regulaciones que toma el Banco Central. Se necesita tener un mercado cambiario lógico, que de ninguna manera es volver al libertinaje que tuvo la administración anterior, pero tampoco un mercado donde todo está prohibido salvo lo que ese día se permite.

SINCERAR EL TIPO DE CAMBIO

¿Sería partidario de un desdoblamiento cambiario, con un dólar financiero y otro comercial?

Nosotros propusimos el desdoblamiento cambiario en diciembre de 2016, cuando el equipo económico de Macri creía que liberar y unificar el mercado cambiario era la solución y demostró ser un desastre de política económica. Cuando se venía de un control cambiario ir a un esquema doble nos pareció una solución de transición camino a un mercado libre que es lo que se logra cuando se tiene una moneda estable y una macroeconomía sana.

Hoy creo que lo primero es sincerar es el tipo de cambio oficial. Por más que en términos reales no hay atraso cambiario en la Argentina hoy, pero como la inflación no va a ser del 28%, va a requerir una actualización ma-



yor del tipo de cambio. Y después tener reglas de juego claras donde se sepa qué pasa en cada mercado. Si eso es mercado doble o triple no lo sé, lo decide la política económica, pero tiene que ser consistente. Si no entendemos eso, cualquier cosa que se haga, cualquier artificio cambiario está llamado al fracaso, porque el problema no es el mercado, el problema es macroeconómico.

¿Es entonces la ausencia de un programa económico lo que provoca incertidumbre?

Si, aunque para ser sincero lo generó la pandemia. Hasta el 20 de marzo había un programita razonablemente armado, que podía tener objetivos modestos. La pandemia desbarajustó todo, como pasó en todas partes del mundo. Lo que pasa es que Argentina decidió estatizar los fondos de pensión en 2009, comerse todas las reservas en 2014-15, endeudarse hasta la maceta en 2016-18, llamar

al FMI en 2019, entonces nos quedamos sin instrumentos y me olvidaba el más importante que es tener una inflación de dos dígitos desde hace muchísimo tiempo. Entonces no tenemos moneda, no tenemos fondos de pensión, no tenemos mercado de capitales, quedó como único instrumento emitir moneda, esterilizar, aprovechar los colchones que había dejado el plan picapiedra del Fondo. Pero eso no podía ser permanente de ninguna manera. Se dijo que los problemas argentinos se iban a blanquear el día que arregláramos la deuda, que terminara la cuarentena y ya salímos a la autopista. De ninguna manera ese era el diagnóstico correcto.

TASA DE INFLACIÓN MÁS ALTA

La meta de un déficit fiscal del 4,5% para el año que viene, ¿es adecuada y sería cumplible?

Esa meta junto con el 28% de inflación es absoluta-



mente inconsistente. El programa de remonetización que hubo este año, dado que el plan picapiedra dejó a una economía desmonetizada, se va a agotar. El esfuerzo de esterilización que se le pidió al sistema bancario, de acumular Leliq, no se va a poder repetir. Y tampoco se va a poder vender reservas como este año. Entonces la tasa de inflación va a ser más alta. En una de esas terminamos teniendo un déficit fiscal del 4,5%, pero con una tasa de inflación sustancialmente más alta, que licúa el gasto público, como viene ocurriendo siempre en la historia argentina.

¿Cómo puede incidir esto en la negociación con el FMI?

Argentina va a pedir simplemente que le descompriman los vencimientos de la deuda, que empieza levemente en el 21 y sobre todo en el 22-23. El Fondo sabe que la Argentina no tiene cómo pagar, entonces va a terminar aceptando patear para adelante los vencimientos y la pregunta es a cambio de qué. Argentina va a tratar de que sea a cambio de lo mínimo posible, porque la política económica la quiero hacer yo. Y el Fondo va a pedir por lo menos un mínimo de emprolijamiento, no le va a exigir el plan picapiedra que le pidió a Macri, pero algo va a pedir. Mi sensación hoy es que vamos a terminar en un acuerdo con el Fondo –mejor tenerlo que no tenerlo- pero que no va a generar ningún efecto económico relevante, como ocurrió con la deuda.

Argentina no va a poder aprovechar las tasas bájimas de los mercados internacionales...

Con tasas de interés ridículamente bajas en el mundo,

Argentina tiene bonos recién reestructurados que tienen 14 o 15 por ciento de tasa de retorno. Si no fuera porque estamos con la deuda recién reestructurada se diría que estamos al borde del default.

EL GOBIERNO Y LAS EMPRESAS

¿Cómo ve la relación del gobierno con las empresas y las asociaciones empresariales?

El gobierno maneja la relación con los empresarios en términos de querer influir en las expectativas, en los títulos de los diarios. Pero en términos concretos no lleva a nada. Al contrario, la política de precios de la secretaría de Comercio tiene una inconsistencia fenomenal. Mientras el Banco Central estuvo correctamente haciendo microajustes del tipo de cambio diarios o semanales, la política de precios máximos no hizo los ajustes diarios. Eso genera severas distorsiones. Y estamos hablando de los que les va bien, al sector alimenticio y supermercadistas, medicamentos, al sector agrícola, todos tienen un grave problema de rentabilidad, porque la política de la secretaría de Comercio no tiene ningún viso de realidad.

La reducción de las retenciones al campo ha sido muy poco relevante...

Para hacer eso no hubieran hecho nada. La política económica no quiso reconocer que las retenciones que se pudieron cobrar en la década kirchnerista anterior fue porque los precios internacionales eran espectaculares, hoy con estos precios internacionales no se puede poner 33% de derechos de exportación.

LA PIPA O LA W

Mirando al año que viene, ¿qué perspectivas visualiza sobre la actividad económica?

Hay que verlo en dos planos. Hay un rebote de la economía que ya se está viendo, el peor momento fue abril, mayo, mientras que a partir de junio y julio ya es mejor. Y la economía va entrando en una figura como la pipa de esa marca de zapatillas. Sin ser una recuperación que vuelve al punto de partida, se va horizontalizando. Si este año el país cae 11%, el año que viene se podrá subir 5 o 6%. Estamos en el conjunto de países cuyo escenario base es recuperar la mitad de lo perdido. Pero todo está supeditado al desenlace de las inconsistencias macroeconómicas. Si la corrección nominal de todas las variables que quedaron rezagadas de la tasa de inflación, del tipo de cambio, de la tasa de interés, de los salarios, de las tarifas públicas, se hace de una manera ordenada, posible, lógica, se podrá sustentar ese rebote. Si se hace de una manera desordenada, muy a los tumbos, muy tarde entones la economía en vez de dibujar la pipa va a hacer subas y bajas, como una especie de W. Un escenario con recaídas y mucha volatilidad. Que no es un tema menor, porque Argentina viene de un período 2012-2019 donde estuvimos cayendo. Nosotros no somos como el resto de los países de Latinoamérica que en la última década crecieron dos o tres puntos por año. Estaban 20 puntos por arriba de hace una década, este año cayeron, pero no es lo mismo que Argentina que en diez años estuvo yendo para abajo y el 2020 nos mató.

“En una de esas terminamos teniendo un déficit fiscal del 4,5% en 2021, pero con una tasa de inflación sustancialmente más alta, que licúa el gasto público, como viene ocurriendo siempre”

¿La recomposición de los salarios, el consumo, pueden impulsar la economía?

Todavía tenemos que saber bien cómo va a ser la situación de empleo post cuarentena. Porque los datos de desocupación del segundo trimestre son muy raros, muy difíciles de digerir: ha pasado algo que nunca había ocurrido –explicable porque también la pandemia fue inédita- pero hubo una fenomenal caída del empleo y simultáneamente una gran caída de la cantidad de gente buscando trabajo, lo cual es lógico porque había que quedarse en la casa. Por eso el 13% de desempleo no dice nada. Me da la sensación que a la salida de la pandemia, en 2021, todo el sector formal, que está con problemas de rentabilidad y con regulaciones va a bajar el empleo y va a haber una recuperación de la economía informal. Qué va salir de esto: creo que el consumo en el mejor de los casos va a acompañar la recuperación económica, de

ningún modo va a ser el motor de ella. Sobre todo si la tasa de inflación es creciente, se va a hacer muy difícil al salario real empatarle.

Pero la inversión y la exportación tampoco lucen muy brillantes...

En la exportación tenemos la incertidumbre del clima, de los precios internacionales, de nuestros vecinos, pero aparenta que Argentina va a quedar estancado en un nivel de exportaciones como el de ahora, un poquito más alto. En cuanto a la inversión puede ser que vaya a rebotar respecto del piso de este año, pero estamos en una fase de desinversión, o sea de capital consumido. Lo que tengo claro es que si en anteriores crisis la recuperación fue muy rápida, en esta ocasión no va a haber una recuperación rápida como fue 91-98 o 2003-2011.

ESTO VA PARA LARGO

¿Cuánto tiempo se va a necesitar para volver al nivel de diciembre de 2019?

Si en dos años lo recuperamos, lo firmo ya. Pero no sé si nos va a llevar tres o cuatro años. Si en términos per capita, el presidente Fernández finaliza su mandato en niveles parecidos a cuando asumió, hoy creo que lo firmaríamos.

¿Influye el ruido de la política en la incertidumbre y en los problemas de la economía?

Sí influye, pero no es la causa principal. Los problemas políticos generan problemas políticos, los económicos generan problemas económicos y después se realimentan.

El problema de la Argentina de hoy es político y es económico. Uno no surge del otro, se retroalimentan. Hoy con una conducción política sin contenido económico, no ganamos nada, de la misma manera que con contenido económico y sin conducción política tampoco avanzamos. Se requieren las dos cosas. Y me parece que están faltando las dos.

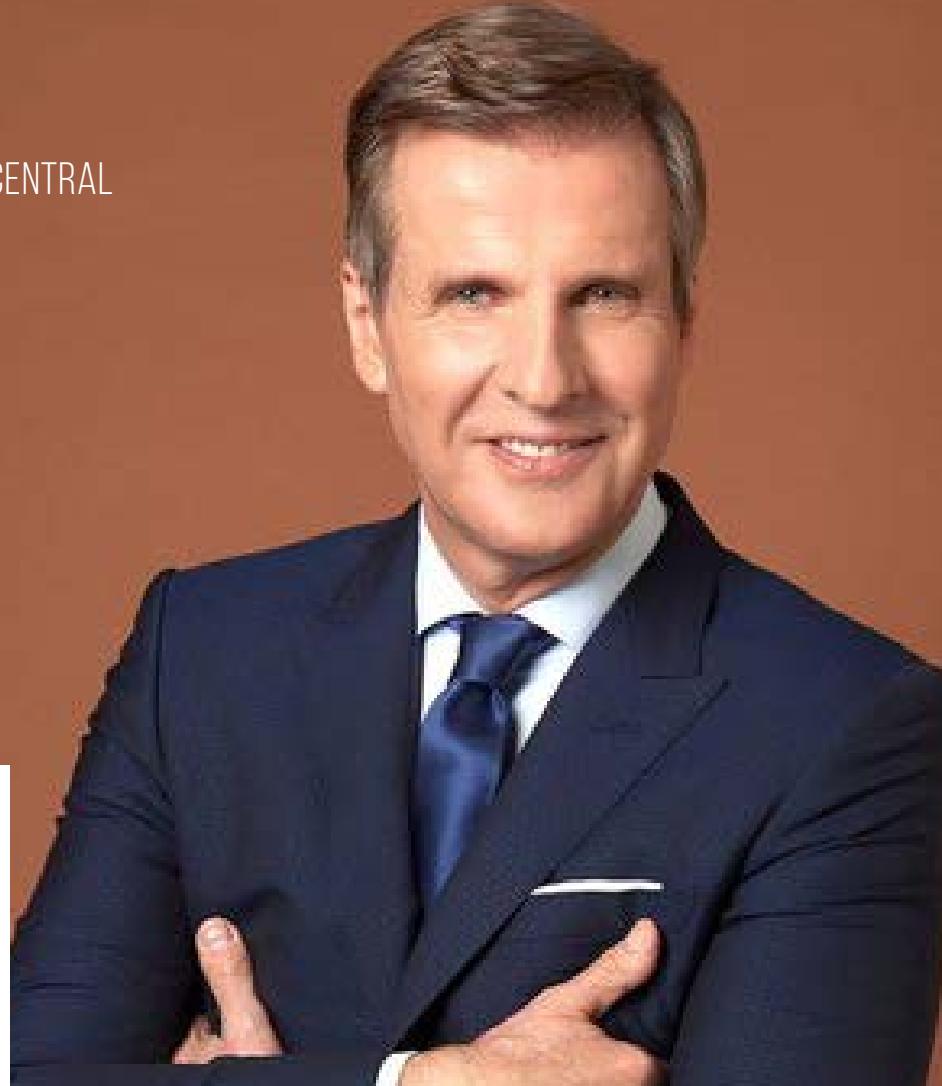
¿Por qué la Argentina recae una y otra vez en ciclos críticos?

Esa ya es una pregunta para un filósofo o un sociólogo. En Argentina todos los gobiernos recaen en errores que creímos ya no se iban a cometer. Cada uno viene con su librito ideológico. Tomemos lo del mercado cambiario, pero podríamos usarlo para todos los casos: viene uno y libera todo, viene otro y controla todo, entonces pasamos de un extremo al otro. Yo prefiriría soluciones que aunque no fueran las óptimas, que fueran perdurables en el tiempo. Tenemos el ejemplo de Uruguay, tiene una política económica modesta, pero con reglas de juego establecidas y como la tortuga avanza, nosotros vamos para atrás. Chile tampoco tiene reelección y ha tenido continuidad con gobiernos de distintas orientaciones. Acá vamos a los bandazos, de un extremo al otro.

ECONOMÍA

MARTÍN REDRADO

EX PRESIDENTE DEL BANCO CENTRAL



El éxito de ventas del último libro de Martín Redrado, "Argentina Primero", es reflejo de la preocupación que existe en la sociedad respecto del futuro del país. Como tantas iniciativas exitosas, la idea del libro surgió de una anécdota. Cuenta Redrado que a fines del año pasado estaba dando una conferencia en un foro en Nueva York y le preguntaron si estaba en el gen argentino ser incumplidor serial de contratos. Más allá de sus inalterables buenos modos, la pregunta llegó a molestarlo profundamente. Ya en Buenos Aires comenzó a investigar junto con su equipo las razones de estas crisis reiterativas del país y cómo debería ser un programa para sacarlo de la inestabilidad y proyectarlo a un desarrollo sustentable. En el camino se sumaron aportes enriquecedores, como sus charlas con Facundo Manes. Finalmente, durante la pandemia Redrado escribió y publicó su libro. Según el ex presidente del Banco Central, la propuesta parte de "una visión integral que busca reemplazar a los compartimientos estancos de la economía: es común ver que quien piensa en lo fiscal no piensa en lo productivo; el que piensa en la parte productiva no lo hace en términos de innovación; el que mira lo monetario pierde la integralidad. Planteo una visión integral de

las necesidades económicas y políticas para los próximos 10 años. Cómo se puede lograr un proceso de crecimiento de 3,5% anual para la próxima década. Así se generó este libro, basado en un programa para estabilizar la economía y de una transformación productiva y social que nos ponga en un sendero de crecimiento productivo". Como concepto general de la propuesta, Redrado sintetiza: "En términos generales, la Argentina no es, ni puede ser, un país que lidere a escala global en la innovación y el desarrollo de soluciones tecnológicas. Pero tampoco puede ser un país que base su competitividad en el costo de su mano de obra. De este modo, una estrategia asequible es la búsqueda de una especialización sustentable en un conjunto de actividades en las que la competitividad se derive del uso intensivo de mano de obra de calificación media/alta, tanto en el

plano productivo como comercial". A continuación se detalla una síntesis, preparada por el propio Redrado, de las principales propuestas de su libro, acompañadas por sus respectivas herramientas.

LAS PROPUESTAS

■ 1. Incremento de la inversión en I+D. De acuerdo con el último dato oficial conocido (2017), el gasto consolidado en I+D en la Argentina alcanza al 0,55% del producto bruto interno. Pese a los propósitos de los gobiernos, las recurrentes urgencias fiscales fueron -en gran medida- un obstáculo insalvable para avanzar en su incremento. Siendo que el mundo del futuro tendrá que ver cada vez en mayor medida con la tecnología y la innovación, resulta oportuno impulsar la inclusión de este tema en las agendas estratégicas de concertación política y social a plantearse tras la pandemia.

"ARGENTINA PUEDE VOLVER A CRECER"

MÁS ALLÁ DE LA NECESIDAD DE SUPERAR LA SITUACIÓN CRÍTICA Y DEL DESÁNIMO QUE CUNDE EN PARTE DE LA SOCIEDAD, REDRADO AFIRMA QUE YA HAY QUE PENSAR EN CÓMO PONER AL PAÍS EN LA SENDA DEL CRECIMIENTO SOSTENIDO Y PROPONE POLÍTICAS Y HERRAMIENTAS CONCRETAS.

De este modo, y dado que la "carrera" de la innovación es una competencia global, en la que los países están destinando crecientes esfuerzos en esta temática, parece razonable encontrar un acuerdo entre las diferentes fuerzas políticas y sociales una regla presupuestaria para la inversión I+D, basada en el compromiso de incrementar el gasto consolidado de la administración nacional por dicho concepto para los años en los que la producción crezca al menos un 2%, para poder así alcanzar una meta del 1,4% del producto bruto en un plazo no mayor a los quince años. Esto nos permitiría alcanzar un nivel similar al que actualmente ocupa Brasil.

■ **2. Impulso a emprendimientos públicos-privados.** Se debe explicitar un compromiso de potenciar, tanto desde el sector público como desde empresas con participación estatal (YPF-TEC, Arsat, Invap, por

mencionar algunas) y del sector privado, algunos proyectos innovadores que han logrado avances relevantes en estos años, a los efectos de poder ampliar su escala productiva, o bien acercarlos a la fase productiva-comercial para los casos en que aún no se haya producido. Esto puede ser relevante en actividades tales como ciencias de la vida y farmacéutica, industria aeronáutica, medicina personalizada, energías renovables, tecnología nuclear, entre otras.

APOYO A LA INNOVACIÓN

■ **3. Fortalecimiento de unidades de vinculación tecnológica.** A los efectos de lograr una mayor conectividad en el territorio y facilitar la interacción cooperativa entre empresas potencialmente innovadoras, universidades y entidades no gubernamentales vinculadas a la agenda de la innovación, se deberá establecer herramientas y

políticas (con sus correspondientes asignaciones presupuestarias) orientadas a fortalecer, mejorar y amplificar las capacidades de gestión de las unidades de vinculación tecnológica

■ **4. Las compras públicas al servicio de la innovación.**

Tomando como referencia las prácticas existentes en otros países (Estados Unidos, Francia, España, Israel, Japón, México, entre otros), se debe favorecer la inclusión de cláusulas específicas en los programas de compras de ministerios, gobiernos provinciales, municipios y demás dependencias estatales y paraestatales, orientadas a impulsar el desarrollo de empresas nacionales. Aun operando en condiciones de competencia, estas pueden aprovechar la escala derivada de la compra pública, a efectos de desarrollar nuevos productos y servicios, impulsar inversiones en innovación y fortalecer su presencia en mercados externos.

MODERNIZAR Y EMPRENDER

■ **5. La necesidad de reinventarnos.**

Una parte importante de las empresas industriales que operan en nuestro país enfrenta, desde hace un par de décadas, un panorama especialmente complejo en cuanto a sus posibilidades de competir en el mercado. Su supervivencia en mercados (interno y/o externo) cada vez más abiertos a la competencia externa -particularmente la asiática- depende, en buena medida, de su capacidad para incorporar mejoras tecnológicas. Las firmas deben apuntar a mejoras tanto de procesos como de producto, buena parte de las cuales se vinculan con la tendencia a la digitalización, la incorporación de tecnologías de procesamiento de datos, software inteligente y sensores. En este sentido, el desarrollo de cada una de ellas depende de la interacción cooperativa entre proveedores y demandantes a lo largo de las diferentes cadenas de valor.

■ **6. Desarrollo emprendedor.** La economía mundial está siendo

testigo de una revolución tecnológica sin precedentes. Una parte de ese fenómeno tiene que ver con la explosión de nuevas empresas tecnológicas, lo que está transformando la lógica de funcionamiento de buena parte de las actividades productivas y de servicios. Así las cosas, no debe sorprender que en los países que lideran esta tendencia cada vez se destinen más recursos a proyectos vinculados con esta "nueva economía". En efecto, mientras que en 2005 se aplicaron globalmente unos 32.000 millones de dólares a nuevos emprendimientos, dicho monto se multiplicó hasta alcanzar los 254.000 millones dólares en 2018. Más aún, uno de los corolarios de esta crisis sanitaria es acelerar la incorporación de tecnología a los procesos productivos. En particular, la digitalización tomará una dinámica central para incluir el concepto de distanciamiento social en la producción de bienes y servicios.

EL ROL DE LA EDUCACIÓN

■ 7. Capital humano. El sistema educativo actual es el resultado de décadas de transición sin una visión integral. Una de las falencias está vinculada con la distancia existente entre las competencias que se adquieren en él y las necesidades reales del mundo de la producción. En este marco, resulta cada vez más importante lograr una mayor adecuación entre los saberes que

las habilidades críticas tales como la informática, la robótica, la programación y el trabajo en equipo.

■ 8. Desarrollo regional. Como parte del proceso de fragmentación de las actividades productivas, las regiones económicas experimentarán cambios profundos para adecuarse a los avances tecnológicos. Estas transformaciones conducen a nuevas formas de organización económica y empresarial para enfrentar la competencia, en la forma de agrupamientos empresariales y clusters, orientados a generar ecosistemas innovadores, que faciliten la mejora en la competitividad de los bienes y servicios generados en los territorios en cuestión.

HERRAMIENTAS FINANCIERAS

■ 9. Ingeniería financiera para emprendedores innovadores. La Argentina ocupa el anteúltimo lugar en América Latina en cuanto al tamaño de su sistema financiero. Este fenómeno es, en buena medida, el resultado de décadas de inestabilidad monetaria, incumplimiento de contratos y volatilidad cambiaria, entre otros.

Una parte importante de las firmas debe financiar sus proyectos con capitales propios, generando no solo fuertes ineficiencias, sino que también que muchos de los proyectos de inversión no se lleven a cabo habida cuenta de las dificultades para hacerse de los fondos necesarios.

"INCREMENTAR EL GASTO EN I&D, DEL ACTUAL 0,55 % DEL PBI AL 1,4% EN QUINCE AÑOS NOS PONDRIÁ AL NIVEL DE INVERSIÓN QUE TIENE BRASIL EN LA ACTUALIDAD"

se generan en las diferentes instancias formales y los cambiantes requerimientos del mercado laboral. Como parte de ello, es necesario poner en marcha un ambicioso programa que, haciendo base en el Ministerio de Educación de la Nación, involucre tanto a provincias y municipios como a actores empresariales, sociales y sindicales, a efectos de promover algunas de

Dada esta situación, el ingreso del país en un nuevo sendero de crecimiento sostenible precisará de un nuevo rol tanto de la banca tradicional (pública y privada) como del resto del mercado de capitales (Bolsa de Valores, intermediarios financieros diversos, sociedades de garantías recíprocas, por mencionar algunos actores), proceso que inevitablemente requerirá la

MARTÍN REDRADO

ARGENTINA PRIMERO

PONER EN MARCHA EL PAÍS TRAS LA PANDEMIA



realización de esfuerzos sostenidos en el tiempo.

Como parte de estos cambios, el desarrollo de un mercado de capitales específicamente orientado a financiar proyectos innovadores aparece como una precondición para la expansión de algunos sectores en los cuales nuestro país ha evidenciado algún tipo de ventaja competitiva, tales los casos de la biotecnología o el software.

■ 10. Aumentar y mejorar la inversión en infraestructura. Nuestro país necesita alcanzar y sostener en el tiempo niveles de inversión en infraestructura de alrededor del 5% del producto bruto, para lograr un crecimiento per cápita del 3% anual promedio.

Concretar este esfuerzo requerirá de al menos dos condiciones fundamentales. Primero, la presencia de "espacio fiscal" para destinar a este tipo de cuestiones, en el marco de demandas sociales múltiples. Segundo, la recreación de un mercado de capitales doméstico de largo plazo, en un entorno macroeconómico y regulatorio estable para la inversión privada. Y, dado que la naturaleza de la inversión en infraestructura es esencialmente de largo plazo y alto riesgo, será imprescindible lograr consensos políticos y sociales de gran envergadura, que permitan diseñar y aplicar políticas permanentes, esenciales para facilitar la inversión pública y estimular la inversión privada.

Nuevo País Nuevo Mundo Nuevas Oportunidades

CONOCEMOS EL CAMINO

AUDITORÍA | IMPUESTOS | CONSULTORÍA
PAYROLL & OUTSOURCING

60 años en Argentina anticipando los cambios

www.rsm.global/argentina



THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
AUDIT | TAX | CONSULTING

RSM



IT: EL SECTOR QUE VENCió A LA PANDEMIA

EN UN CONTEXTO LABORAL COMPLEJO, LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA NO SÓLO MANTUVO SU NIVEL DE EMPLEABILIDAD, SINO QUE EN MUCHOS CASOS LLEGó A CRECER.

El mercado laboral se encuentra en un contexto complejo con motivo de la pandemia generada por el Coronavirus. Actividades suspendidas, otras que continúan trabajando normalmente, algunas que vuelven a abrir, home office para algunos, entre otras características; en un marco de alta incertidumbre. En este difícil escenario hay un sector que no sólo se mantuvo casi inmune a la pandemia y sus consecuencias en el aspecto laboral, sino que incluso llegó a crecer y fue uno de los pocos que mostró gran actividad. Se trata del sector de IT.

“Podemos decir que el sector IT fue uno de los pocos que no sufrió grandes bajas, sino todo lo contrario. La demanda de algunos perfiles de tecnología y telecomunicaciones aumentó por la necesidad de las empresas de mantener funcionando sus sistemas”, destacó Yeryé Bermúdez, Gerente de la División Technology de Adecco Argentina. Asimismo, puntualizó que “la parte de infraestructura en redes y soporte técnico aumentó su demanda en los últimos meses por la necesidad que tienen las compañías de continuar funcionando aunque sea de manera remota”.

En este contexto, los perfiles IT más solicitados durante la pandemia son: soporte técnico, administrador de aplicaciones, DevOps, Sysadmin, desarrolladores (PHP, Java, Python).

Asimismo se prevé que a esas posiciones se sumarán otras cuando la pandemia finalice, tales como analistas funcionales, desarrolladores, equipos de soporte para eventuales crisis.

“Las empresas necesitan personal que esté listo para tomar tareas en la inmediatez. Lamentablemente, en este contexto algunas no tienen mucho tiempo de capacitar a los recursos por lo que los conocimientos y experiencias previas son y serán muy requeridos”, agregó Bermúdez.

FALTANTE HISTÓRICO

El sector IT presenta un faltante “histórico” de perfiles con conocimientos y experiencia. La llegada de proyectos de tecnología de empresas del exterior ha hecho que muchas de las personas capacitadas en estas áreas trabajen desde Argentina para otros países; con salarios dolarizados, trabajo remoto y proyectos que presentan un reto constante para el mercado argentino. Muchas empresas del rubro IT se manejan por proyectos, en los que desde el primer momento el profesional sabe que tienen un inicio y un fin. Otras en cambio tienen demanda constante; por lo que se inicia un proyecto y ni bien finaliza comienzan otro. En algunos casos, incluso, los profesionales se encuentran trabajando en varios proyectos en forma simultánea.

HABILIDADES MÁS VALORADAS

- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad para resolver conflictos y problemas
- Capacidad para tomar decisiones
- Adaptación al cambio
- Comunicación eficaz
- Proactividad
- Pensamiento lateral (pensar fuera de la caja)
- Habilidades de liderazgo (a desarrollar)
- Relaciones de larga data (no un job hopper)
- Autogestión
- Capacidad de aprendizaje autónomo
- Idiomas



La cuarentena genera riesgos tecnológicos graves

La pandemia de COVID-19 ha forzado a la población a trabajar, estudiar y hacer todo desde sus casas. Los expertos afirman que eso abrió una nueva exposición a riesgo donde los hackers buscan infiltrarse en el corazón tecnológico de las corporaciones.

Los expertos sugieren que la transición del trabajo de oficina al trabajo en casa permite un margen más amplio de errores, pone más presión en el departamento de informática y crea más oportunidades para los cibercriminales que esperan confundir a los empleados y lograr que cedan sus contraseñas o violar sus sistemas informáticos.

Estos criminales están transformando los mensajes y el software malicioso que permiten robar contraseñas, en alertas o aplicaciones relacionadas al coronavirus. Algunos investigadores han descubierto a hackers haciéndose pasar por el Centro para Control y Prevención de Enfermedades, así como también utilizando una aplicación relacionada al virus para tomar control de teléfonos con el sistema operativo Android.

Los expertos en seguridad cibernética advirtieron a las empresas que deben actualizar sus sistemas de defensa y estar atentos a cualquier mail sospechoso que pueda filtrarse a los trabajadores, aprovechando la desorientación que genera la situación actual.

Los gobiernos de los Estados Unidos, Gran Bretaña y otros países han hecho circular advertencias

respecto a los peligros que acechan a la fuerza de trabajo remoto, mientras que las compañías de tecnología reconocen un aumento en las solicitudes de asistencia para asegurar a los empleados que trabajan desde sus hogares. Desde Cisco advierten que muchos cibercriminales pretenden ser personal de soporte tecnológico tratando de solucionar un problema informático para obtener el control del dispositivo.

AMENAZAS CRECIENTES

Las oportunidades para estos crímenes son variadas. Muchos trabajadores están trasladando información de redes corporativas administradas por profesionales a redes de WIFI personales protegidas sólo por contraseñas básicas. Algunas organizaciones, además, han flexibilizado restricciones para permitir que los empleados tengan acceso a información laboral crítica desde sus casas.

El teletrabajo puede exponer a los empleados a amenazas básicas, como el robo o pérdida de un equipo electrónico o a través de un error causado por el ajuste que representa para los empleados el nuevo ambiente de trabajo.

Cabe destacar la aplicación para

conferencias Zoom, que muchos usan ahora para mantener el contacto con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo, o clases de capacitación, se convirtió en un objetivo principal para repetidos eventos de "secuestro" en los que los piratas informáticos accedían a los chats privados. (*Nota de Clarín del 14-04-2020 – El peligro que corren las cuentas de Zoom: más de 500.000 se venden en la "DarkWeb"*)

Aunque los métodos de phishing no han cambiado, en unas pocas semanas se habían registrado más de 100.000 dominios que incluían los términos «covid», «virus» o «corona». Aunque muchos de esos dominios pueden ser lícitos, todos ellos deberían tratarse como sospechosos hasta ser verificados.

La mejor línea de defensa ante cualquier intento de phishing la constituyen los empleados. Tomar medidas para mejorar la capacitación de los empleados a la hora de detectar y notificar correos electrónicos de phishing. Crear un plan de continuidad que permita a la empresa prevenir y responder a ciberataques o violaciones. Designar un equipo de personal clave con roles específicos asignados para la respuesta y llevar a cabo simulacros. Dificultar el acceso a los piratas informáticos hará que estos se decanten con mayor probabilidad por objetivos más sencillos.

Mantener el plan de seguridad activo. Esa es la recomendación prioritaria que hacemos desde RiskGroup Argentina a nuestros clientes. Podemos ayudar con la tarea de diseñar un plan que involucre a toda la organización y convierta la seguridad en una parte esencial de la cultura de la empresa.

El deportista MÁS RICO DEL MUNDO

Michael Jordan fue el mejor basquetbolista de la historia. Pero fuera de las canchas se reveló como un brillante hombre de negocios. Así obtuvo otro record: ningún deportista llegó a acumular una fortuna tan grande; nada menos que 2.100 millones de dólares.

No se discute que Michael Jordan fue el mejor basquetbolista de la historia de la NBA, que equivale a decir del planeta. Pero si descolló como atleta, se reveló asimismo como un muy inteligente hombre de negocios, que lo llevó a ostentar otro record: el de ser el deportista más rico de la historia, con un patrimonio de 2.100 millones de dólares y pisando el puesto 1.000 de los más adinerados del orbe.

Este año el nombre de Michael Jordan volvió a adquirir actualidad gracias al lanzamiento de 'The Last Dance', una serie de Netflix que consta de diez capítulos y que aborda la última temporada del jugador en los Chicago Bulls.

Lo curioso es que de la fortuna de 2.100 millones de dólares que se le adjudica, MJ como jugador "solo" embolsó 93,8 millones en 16 temporadas.

Pero la leyenda de los Bulls supo jugar de la misma forma en la cancha que fuera de ella, y gracias a su imagen y a los contratos publicitarios que firmó desde su llegada a la liga, pudo conseguir mucho dinero que invertir hasta convertirse en multimillonario. Actualmente ocupa el puesto 1001 de los más ricos del mundo y está entre los 500 con más dinero en Estados Unidos, gracias, principalmente, a su acuerdo con Nike.

UNA SOCIEDAD DE ORO

En su primer año en la NBA en 1984 estaba deseando comprometerse con Adidas, pero los dirigentes alemanes solo firmaban a jugadores que superaran con creces los dos metros de estatura, y Jordan se quedaba en el 1,98.

Desde Nike aprovecharon la oportunidad y concretaron un negocio de enorme rentabilidad para ambas partes y que disparó su valor en bolsa, aunque la primera cifra que se acordó fueron 250.000 euros anuales. No sería hasta muchos años después cuando el gigante textil creó una división, con una marca llamada Jordan Brand, por la que Jordan se embolsa 100 millones al año por los derechos de uso y de venta y la firma factura más de 3.000 millones, demostrando que el logo de Air Jordan y esta decisión comercial fue uno de los mejores negocios de la historia del deporte.

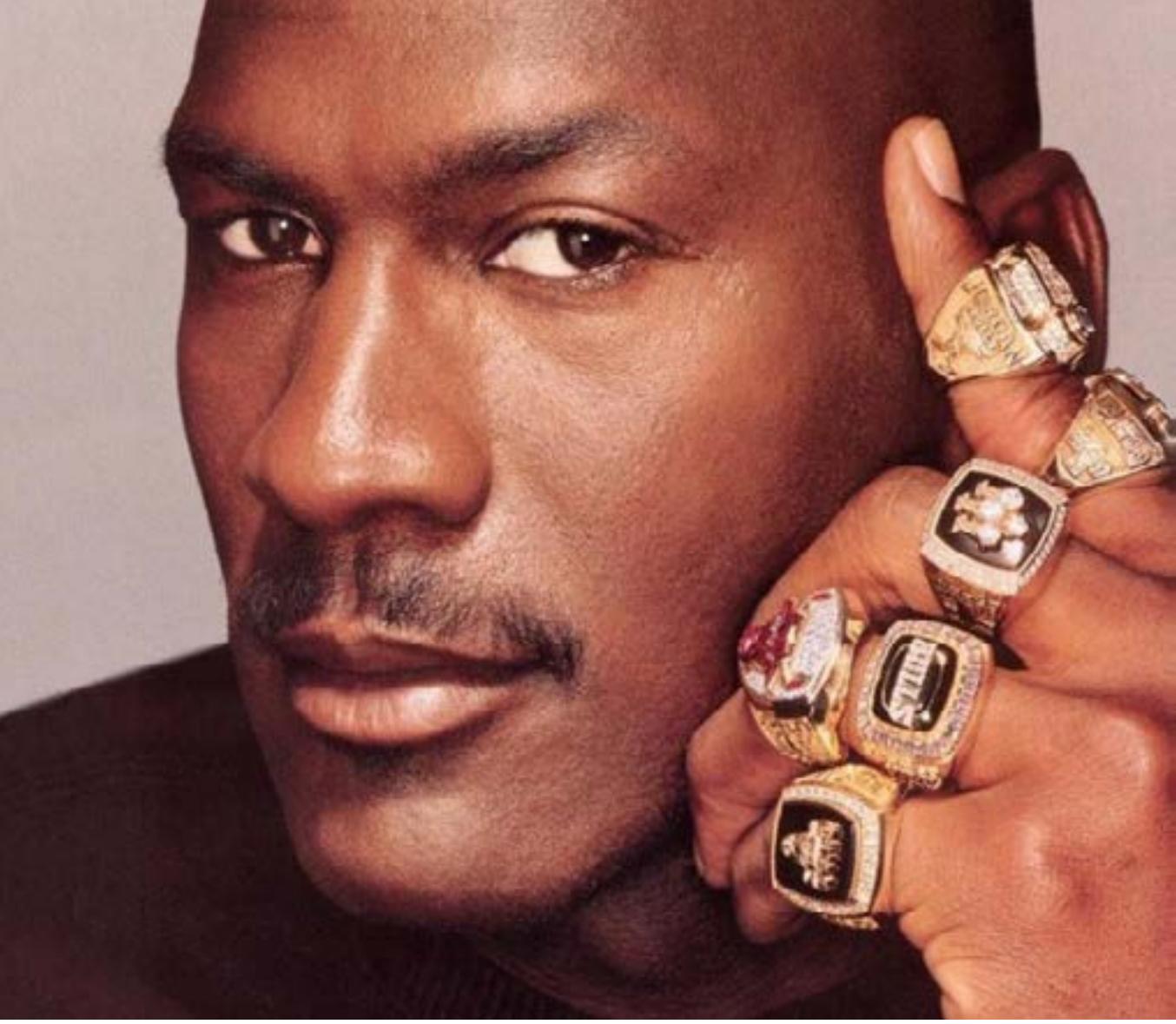
Sólo en el último año, su renta se incrementó en 300 millones de dólares.

La fortuna la debe en gran medida a la posesión del 70 por ciento de las acciones de los Hornets, el equipo de la NBA, y a las ganancias que le reporta su asociación con Nike: 145 millones de dólares en los últimos doce meses.

DIVERSIFICAR ES LA CONSIGNA

En abril de 2010, Michael Jordan se convirtió en el máximo accionista de los Charlotte Hornets por 275 millones de dólares mientras la franquicia lograba su primera clasificación para los playoffs, aunque serían eliminados en primera ronda sin ganar un solo partido en la serie ante los Magic. Desde su llegada, el valor del equipo se ha disparado y actualmente se sitúa por encima de los 1.000 millones de dólares.

Además, es accionista de los Miami Marlins de béisbol



y cuenta con los beneficios de acuerdos con marcas que le acompañan desde sus tiempos como deportista, como Gatorade, Hanes, Upper Deck, Mc Donald o Chevrolet. Y por si fuera poco, también ha diversificado su dinero en otros sectores, desde las nuevas tecnologías a la gastronomía. Dispone de varios restaurantes en Chicago y en Florida, un concesionario de Nissan en Carolina del Norte, ha invertido en eSports, se ha asociado con empresas punteras de Silicon Valley y forma parte de una empresa de tequila.

Jordan también invierte en startups. Es uno de los varios famosos que han invertido en Gigster, una startup de Silicon Valley que conecta compañías con desarrolladores, diseñadores y jefes de proyecto freelance.

TAMBIÉN LAS APUESTAS

Este año MJ ingresó en un nuevo negocio: adquirió una participación de acciones en una famosa plataforma de apuestas deportivas en New Jersey.

De esta manera, el empresario y actual presidente de los Charlotte Hornets de la NBA se quedó con una porción de DraftKings Inc a cambio de proporcionar orientación y asesoramiento estratégico a la junta directiva de la firma.

Creada en 2012, esta plataforma se especializó inicialmente en juegos deportivos virtuales, conocidos como fantasy sports, para luego entrar en el negocio de las apuestas deportivas en 2018 gracias a cambios legislativos en los Estados Unidos. Este sector de apuestas se encuentra en pleno crecimiento en el país de Norte América después de que la Corte Suprema autorizara a los estados a legalizarlas en 2018. Según el sitio web Legal Sports Betting, el año pasado se registraron unos 13.000 millones de dólares en apuestas para eventos deportivos solo en Estados Unidos.

La particularidad de este nuevo proyecto del ex Chicago Bulls está en que, durante su época dorada como jugador, se le adjudicó tener una adicción a las apuestas, algo que siempre fue del gusto del astro por su carácter competitivo -como fue reflejado en la serie documental *The Last Dance*.

Jordan también gana apostando. Según Charles Barkley, Jordan pudo ganar "cientos de miles de dólares" jugando al golf.

"Si jugásemos al golf con ciertas personas estaríamos jugando un par de cientos de dólares por hoyo", comentaba Charles Barkley. "Mientras que él jugaría contra un tipo por 100.000 dólares".

EL MEJOR TRATO DE LA HISTORIA

El fundador de Nike, Phil Knight, hizo el mejor trato en la historia del marketing deportivo al fichar a Michael Jordan en 1984.

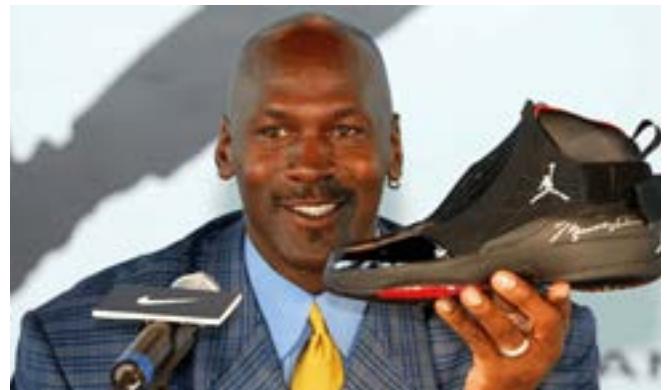
Jordan acababa de terminar la escuela en UNC Chapel Hill y estaba siendo cortejado por compañías de ropa deportiva. Después de escuchar la propuesta de Nike, firmó por 250.000 dólares.

En una entrevista Knight reveló que fichar a Jordan fue la mejor decisión que tomó en su vida y ayudó a que Nike se convirtiera en una marca valuada en US\$ 35.000 millones, la más valiosa en el sector de la vestimenta, el calzado y la moda.

En 1985, Nike le dio a Jordan su propia línea de zapatillas. A partir de ahí, se lanzaba una nueva zapatilla cada año que Jordan jugaba en la NBA. La marca Jordan creció para incluir también prendas de vestir.

Veinticinco años y 29 estilos de Air Jordans después, la marca genera ahora 2 mil millones de dólares al año para Nike.

Al recordar sus décadas en la construcción de la empresa, Knight dice que Michael Jordan fue su mayor inversión.



Incluso le ganó 500 dólares a un fan en un torneo benéfico porque le había dicho que no podría llegar al green de un golpe.

Michael Jordan ha incursionado en otros negocios, como el del proveedor de datos deportivos Sportradar, en los audífonos Muzik. Con otros copropietarios de la NBA de Lakers y Celtics crearon una marca de tequila Cineoro, cuya botella más cara cuesta 1.600 dólares.

EL NOMBRE CLAVE: "YAHVÉ"

Viaja con un equipo de seguridad cuando va al extranjero. Su nombre en clave es "Yahvé", el nombre hebreo de Dios. Alquila su megayate de 154 pies llamado Mr. Terrible. Es uno de los yates más lujosos de la Tierra

Jordan es conocido por su amor a los puros y ha explicado a la revista Cigar Aficionado que se fuma seis al día

Más allá del dinero, Jordan está casado con Yvette Prieto. Tuvieron gemelos en 2014

Los tres hijos mayores de Jordan también están en el negocio del calzado. Jeffery, Michael y Jasmine trabajan para Nike y Jordan

Marcus abrió una tienda de artículos deportivos en Disney World llamada Trophy Room

LOS JUICIOS POR SU IMAGEN

Puesto que Michael Jordan explota de la mejor manera su imagen, sabe perfectamente cuál es su valor y no está dispuesto a permitir que otros puedan beneficiarse de ella de manera fraudulenta. Así, sus abogados han conseguido en los tribunales decenas de millones de dólares, y el

jugador llegó a donar 23 de ellos a ONGs infantiles. Para hacernos una idea, solo en uno de estos juicios llegó a ganar como indemnización 9 millones de dólares.

¿EN QUÉ SE GASTA EL DINERO?

Pero si Michael Jordan ha sabido ganar dinero, también ha sabido muy bien cómo gastarlo. En primer lugar, ha realizado numerosas donaciones a la beneficencia, la última con los 4 millones de dólares que ha ganado por el documental anteriormente mencionado. Y para su disfrute, cuenta con todas las posesiones de lujo imaginables: un avión privado con su logo, sus iniciales, sus anillos, su número mítico, el 23, un yate de grandes dimensiones valorado en 80 millones de dólares y varias mansiones. Posee una en Charlotte de 2,3 millones y otra en Chicago de 5.000 metros cuadrados que lleva varios años intentando vender y su precio se ha reducido ya en 15 millones.

Entre sus pasiones se encuentran el tequila y los puros habanos, a los que se aficionó como jugador y los que fuma a bordo de su barco, en casa o el campo de golf. Y es que este deporte es otro de sus grandes hobbies y otra de sus pequeñas fuentes de ingresos por las apuestas que realiza sobre el verde. Por su afición, compró un club propio en Florida y lo llamó Grove XXIII en honor al número en la espalda con el que destacó, pero ha hecho hoyos con personalidades tales como Tiger Woods, Bill Clinton, Sergio García o Severiano Ballesteros.

Desde mansiones de lujo a aviones personalizados, paseando por su propio campo de golf, Jordan está viviendo claramente la vida después del baloncesto. ■



DISEÑAMOS
LA MEJOR
EXPERIENCIA
DE MANEJO



Eximia - pininfarina

fate O



Analíticas clave para la toma de decisiones acertadas

El análisis de datos es una de las prácticas más completas y beneficiosas para las empresas. Tener conocimiento no sólo de los datos sino también de cómo procesarlos permite a las organizaciones lograr ventajas competitivas.

Según estimaciones, del total, alrededor del 37% de la información analizada se traduce en acciones que al final sirven para optimizar procesos, descubrir clientes potenciales, lanzamientos de productos y mejorar la satisfacción tanto de los clientes como de los colaboradores. Esta cifra, nos indica una inmensa oportunidad para el continuo desarrollo de las compañías.

Si bien ya está demostrado que la tecnología es el aliado ideal para que los negocios capturen y conviertan datos en proyectos exitosos y decisiones acertadas según sus objetivos corporativos, es importante conocer cuáles son las formas existentes para analizar y procesar esa información, de tal manera que sean implementadas de la manera correcta, de acuerdo con las necesidades particulares de cada empresa. Contar con información en tiempo real y transformarla en acciones estratégicas oportunas, le da una ventaja competitiva a los negocios que puede incluir: aumentar las ventas, incrementar participación de mercado, aumentar el índice de servicio al cliente, reducir costos e impactar positivamente en la productividad y eficiencia de las operaciones.

La mejor manera de conocer los

tipos de analítica que existen, es indagar en las diferencias entre el enfoque de cada uno, así cómo y cuándo se utilizarán los datos extraídos para informar las decisiones o acciones siguientes. La adopción de esta metodología siempre dependerá de las necesidades del negocio:

TIPOS DE ANALÍTICA

La analítica descriptiva es uno de los tipos más comunes de análisis de negocios realizado hoy en día. El rendimiento empresarial se analiza para comprender por qué ciertos procesos o acciones funcionaron y otras no. Estas ideas pueden ayudar a las organizaciones a informar el estado actual de un proceso.

La analítica de diagnóstico va un paso más allá, ya que usa técnicas como la profundización, el descubrimiento de información, la minería de datos y las correlaciones, para no sólo definir el estado actual de un proceso, sino por qué se llegó a dicho funcionamiento. Esta forma de análisis ayuda a comprender las posibles brechas y define un punto de partida para corregirlas o modificarlas.

El análisis predictivo se basa en las tendencias e informaciones pasadas para anticipar la presencia de

ciertos escenarios, idealmente ayudando a estimar la probabilidad de un resultado futuro, basado en patrones de datos históricos.

La analítica prescriptiva es una de las formas más avanzadas de analítica empresarial. Utiliza reglas y algoritmos de aprendizaje automático y detección de patrones para identificar anomalías en las operaciones de una empresa, y luego prescribe una acción correctiva para optimizar el resultado. La última parte es lo que hace que el análisis prescriptivo sea tan valioso: puede prescribir de manera inteligente la acción que alguien debe tomar para mejorar un resultado particular.

Las organizaciones han utilizado análisis de datos durante varios años para capitalizar la información que capturan tanto de manera física como "online". Sin embargo, la analítica prescriptiva es la tendencia más reciente de los negocios, que definitivamente marca una diferencia entre el conocimiento y la acción. Hay soluciones que ya son utilizadas por minoristas, por ejemplo, para mejorar la precisión del inventario y los precios, reducir las existencias y la mercancía que no se puede vender, y corregir las discrepancias de surtido.

En síntesis, al implementar la tecnología de manera correcta y dar un buen uso a los datos -como ventaja competitiva-, las empresas podrán tener mayor volumen de información, procesarla correctamente y generar acciones que las lleven a estar mejor preparadas para los desafíos que enfrentarán en la nueva normalidad, con una propuesta sustentada y de mayor valor para los clientes.

INFORME ESPECIAL

MUJER Y LIDERAZGO EN LA PANDEMIA



La pandemia hizo mucho más visible la doble tarea de la mujer en lo laboral y hogareño. Los desafíos de concentrar todo en el ámbito doméstico. La necesidad de flexibilidad para las mujeres con hijos pequeños. Avances y retrasos en el empoderamiento femenino a raíz de la crisis sanitaria. En un informe especial, Prensa Económica recogió la opinión de más de 50 ejecutivas que aportan su experiencia en esta coyuntura y su visión sobre lo que vendrá para la relación de las mujeres con sus distintas responsabilidades.

- XIMENA ARETINO

Gerente Comercial & Marketing de AADESA Hotel Management

Un nuevo contrato de convivencia

Podemos sacar algo positivo incluso de la pandemia. El desafío de ser más flexibles, creativos, empáticos y adoptar la tecnología en nuestra vida diaria. En lo personal, para lograr el balance trabajo/hogar (en cuarentena), tuve que re-elaborar el contrato de convivencia y trabajar para que todos los integrantes de la familia nos sintamos cómodos. La clave, organizarse: rutinas, horarios de almuerzo y breaks en familia y repartir tareas del hogar.

Las mujeres tenemos mucho que aportar en un contexto tan complejo e incierto. No sólo desarrollar el talento femenino, sino todo el talento, incorporar diversos puntos de vista, mejorar la resolución de conflictos y de toma de decisiones. La diversidad de género potencia y enriquece el talento de nuestros líderes. En el management board de aadesa Hotel Management el 50% de los puestos están ocupados por mujeres.

Las mujeres somos versátiles, capaces de ver múltiples perspectivas a la vez, colaborar creativamente e inspirar a los demás a la acción. Además, nos destacamos cuando se trata de crear sentimiento de equipo por la capacidad de escucha activa y empatía, generando espacios de diálogo. Otro aspecto que en general distingue a la mujer es la habilidad para combinar el pensamiento intuitivo y el lógico.

Actualmente las mujeres aspiramos al desarrollo profesional y a un balance adecuado laboral-personal. Me siento reconocida en la empresa y con posibilidades de crecer, y apoyada e impulsada por mi familia.

El autoconocimiento y el desarrollo de la inteligencia emocional, me ayudaron a progresar y madurar como profesional. Admiro mucho a Brené Brown, académica y escritora estadounidense, actualmente profesora e investigadora en la Universidad de Houston. Durante los últimos quince años se dedicó a estudiar temas diversos, incluyendo la vulnerabilidad, el coraje, la vergüenza, y la empatía.

**- ERIKA SCHAMIS**

Head of product Non Air – Packages & Media en Almundo

El difícil balance trabajo-hogar

Esta pandemia nos dejará como positivo, el haber aprendido a organizar equipos a distancia, confiando en el trabajo de cada uno desde su casa. Ahora se abre una puerta muy valiosa: poder estar más en casa en home office y estando más presente.

El aspecto negativo, es que nada puede reemplazar la comunicación face to face. Balancear el trabajo y el hogar, trabajando en casa con cuatro chicos, sin duda es la parte más difícil. Debo confesar que ese balance no es mi fuerte. Las mañanas han sido la parte más compleja: videollamadas, una tras otra; zoom de los chicos y conectarlos a la primera clase; poner la alarma de la siguiente y, en el medio, la tarea. El almuerzo y la cena están 100% a cargo de mi marido, pero tener casa y oficina en el mismo tiempo y lugar es un desafío difícil. El consuelo es que estando todos en la misma y debemos naturalizarlo.

En medio de una videollamada entran los chicos y del otro lado nuestros colegas saludan. Casi sabemos el nombre de sus hijos, y mascotas también! Esa es la parte linda también. **El aspecto más valioso del talento femenino es poder lidiar con muchas cosas a la vez, pensar en varios aspectos en simultáneo, resolver fácilmente una complicación. De alguna manera nos acostumbramos a correr y estar en todos lados a la vez.**

En cuanto a sentirme 'realizada' como mujer profesional, he tenido la suerte de sentirme muy valorada, respetada y escuchada. Pero nunca descarto ir por más: me gustan los desafíos. También dedicar más tiempo a la casa, donde a veces estoy, pero mi cabeza sigue pensando en trabajo. Lograr un mejor balance es el gran desafío para sentirme realizada. ¿Una capacidad que me permitió avanzar en mi carrera? La tenacidad e insistencia. Cuando creo en algo, hago todo por conseguirlo. No se si es una virtud, pero no falla.

Lo que el confinamiento visibilizó

POCA IGUALDAD EN EL TRABAJO HOGAREÑO, BOOM DE DIVORCIOS Y NACIMIENTOS, Y EL DESAFÍO DE SER PRODUCTIVOS LABORALMENTE CON LOS CHICOS EN CASA, FUERON LAS CONCLUSIONES DE UN ESTUDIO DE ADECCO.

La cuarentena llegó a los hogares argentinos y cambió horarios y rutinas. Las tareas del hogar se multiplicaron y los roles dentro de la casa tuvieron que reinventarse. Adecco Argentina, realizó una encuesta, para conocer cuánto influyó la pandemia en la funcionalidad de las familias, la situación laboral de las mujeres y la igualdad de género.

Casi la mitad de las mujeres consideró que trabajar con los chicos en la casa es complicado y afecta la productividad laboral.

El confinamiento sacó a la superficie la realidad de la mujer trabajadora argentina: lejos de la igualdad en el trabajo, también sigue a cargo de la limpieza del hogar, mientras que la cocina y las actividades escolares de los chicos se reparten más equitativamente. En cuanto a la relación de pareja en cuarentena, se estima que habrá un boom de divorcios y también de nacimientos. El pedido: mayor flexibilidad para las trabajadoras que tienen que cuidar de niños, adultos mayores o personas con algún tipo de enfermedad.

Equilibrio maternidad - crecimiento profesional

Acerca de la maternidad y si representa una barrera en el crecimiento profesional de la mujer, las respuestas a esta pregunta fueron muy parejas: el 36% cree que no lo es, mientras que el 34% cree que sí.

Por su parte, el 72% de los encuestados afirmó que su lugar de trabajo no cuenta con guardería o salas maternales en sus instalaciones.

¿Quiénes deberían colaborar para que haya una mayor equidad de género en los ambientes laborales? (opción de respuestas múltiples)

- La sociedad en general (80%)
- El Estado (31%)
- El sector privado (26%)
- El tercer sector / ONGs (9%)

¿Hogar, dulce hogar?

Se les preguntó a los argentinos si consideraban que durante el aislamiento trabajaba más la mujer o el hombre en la casa. Para el 41% se ocupa la mujer de las tareas del hogar. Sólo el 7% considera que se ocupan los hombres.

Si de homeschooling hablamos, ¿quién ayuda a los chicos con sus tareas? El 32% admitió que se ocupa la madre, mientras que el 29% dice que tanto la madre como el padre se distribuyen esa tarea. Asimismo, la mayoría de los encuestados que tienen hijos (41%) le dedican entre 1 y 3 horas sólo a las actividades escolares de los chicos.

Llegó la hora de la comida, ¿quién se ocupa? El 34% de los argentinos dice que la mujer se ocupa de cocinar en el hogar. El 17% afirmó que "cocinan entre todos", mientras que sólo el 7% dice que el hombre se encarga de las tareas culinarias.

Esta cuarentena revolucionó los hogares y la limpieza no es un tema menor, siempre hay platos para lavar, ropa que colgar y cosas que desinfectar. Para el 38% esta es una tarea que la realiza la mujer, mientras que sólo el 2% de los hombres se ocupan. El 25% se turnan y trabajan en esta área los dos por igual, o lo resuelven entre todos los integrantes de la familia (20%).

La productividad laboral en medio del caos

La mitad de los argentinos considera que trabajar con niños en la casa afecta la productividad laboral.

Desarrollar las actividades laborales en medio de la rutina hogareña ha sido todo un desafío los últimos meses, muchos trabajadores argentinos tienen que ocuparse de niños o adultos que necesitan de su tiempo. El 84% de los consultados considera que las empresas deberían ser más flexibles con ellos.

El amor, los conflictos y las novedades que trajo la cuarentena

La mitad de los argentinos cree que, debido a la pandemia y al encierro, habrá una mayor cantidad de nacimientos hacia el comienzo del 2021.

Y, al preguntarles sobre los divorcios, casi 7 de cada 10 encuestados considera que habrá una mayor cantidad de divorcios y separaciones post pandemia.

Mercado laboral post-pandemia



La reincisión laboral post-pandemia será igual para hombres y mujeres (49%). El 30% cree que será más rápido para los hombres, y 6% para las mujeres.

60% DE LOS ARGENTINOS CREE QUE LA PANDEMIA GENERARÁ MAYOR DESIGUALDAD.



6 de cada 10 trabajadores consideran que a igual posición y responsabilidades hombres y mujeres no reciben el mismo salario.

- ALEXIA KEGLEVICH
CEO Global de Assist Card

La igualdad de género en recesión

La pandemia es una de las situaciones más difíciles que he tenido que enfrentar en mi vida. La industria del turismo se paralizó globalmente, pero si bien los efectos alcanzaron a todos, las mujeres fueron una vez más el género más afectado. Según el último informe de situación de la OIT, se perdieron 400 millones de empleos durante la pandemia, siendo las mujeres las primeras en perder sus trabajos. Esto se debe a que **de 510 millones de mujeres empleadas del mundo, 40% se desempeña en alguno de los cuatro sectores más afectados (hostelería, restauración, comercio e industria manufacturera)**. Lamentablemente, creo que uno de los rasgos más negativos que deja la pandemia a nivel mundial, es una recesión en la búsqueda por la igualdad de género.

El otro lado de la moneda son las enseñanzas que nos trajo en todos los órdenes de la vida, tanto personal como colectivo. El mayor aprendizaje es que la única forma de salir adelante es uniendo fuerzas. Percibo el escenario actual como una oportunidad para innovar, arriesgarse a romper paradigmas, reinventarse. Este espíritu lo pregunto a todos a mis "changers", como llamo yo a las personas que trabajan en la empresa. Lamentablemente se siguen reproduciendo estereotipos de género que asocian a las mujeres con tareas serviciales, de cuidado, reproductivas. En el contexto de pandemia y al vernos todos confinados en nuestros hogares, esta problemática se agudizó, incluso adoptando formas extremas como la violencia de género doméstica. Habría que comenzar deconstruyendo estos estereotipos en el seno familiar, donde todos se dividen las tareas del hogar y haya una distribución de tiempo: para el trabajo, la educación de los hijos, y los momentos en familia.

En lo personal creo en la capacidad de la gente, independientemente del género. El género nunca me detuvo, al contrario, lo transformé en una oportunidad para crecer y mejorar. **Si bien las mujeres somos mucho más guerreras y audaces que los hombres, porque siempre nos ha sido más difícil la vida, yo siempre digo que en realidad es un tema de 'capacidad' y no de hombres o mujeres.** Sin embargo, por esto mismo nos vemos obligadas a demostrar que estamos capacitadas todo el tiempo. Como mujer de negocios en Argentina, lo que se debe tener es audacia y coraje



para animarse a hacer y no quedarse en el camino. Muchas veces los límites están en uno mismo.

Una actitud disruptiva

En lo que respecta a mi vida profesional,uento con más de tres décadas de trayectoria, y me siento con las mismas ganas con las que ingresé el primer día a Assist Card. Continuo siempre planteándome nuevas metas y busco desafiarlo. Trabajé muchísimo para estar donde estoy. Mi filosofía para el trabajo y para la vida es la misma: ser disruptiva, diferente, genuina y nunca aceptar un "No". Poseo una actitud disruptiva con la que busco incentivar y motivar a mis colaboradores, romper paradigmas y que se atrevan a lo inesperado. De eso se trata el futuro para mí: 'atreverse a lo inesperado' y transformar eso en oportunidades. Me queda mucho por hacer y tengo la energía suficiente para lograrlo. No obstante, actualmente mi concepto de "realización" viene por el lado de inspirar a otros a ser agentes de cambio social, para poder dejarle a mis hijas y futuros nietos un mundo mejor. Mi camino no fue nada fácil, pero soy una convencida de que no hay obstáculo que no se pueda saltar sin la correcta actitud. Cualquiera que quiera triunfar debe tener pasión y audacia para salir de la 'zona de confort' y sobresalir en un mundo cada vez más competitivo. En lo personal, un ejemplo de liderazgo que me inspira es el de **Angela Merkel**, la canciller de Alemania, y cómo gestionó la crisis del COVID-19 con fortaleza y espíritu colaborativo, transparente e inclusivo. En general, admiro a las mujeres que con audacia y coraje se animan a hacer y romper el status quo. Ese es mi espíritu como CEO global y líder femenina: seguir abriendo camino para que haya muchas más mujeres que se animen a dar el primer paso en ambientes dominados por hombres.



- LUCIANA ABAL
Business Manager de Atentus

La mujer multitasking

En la pandemia, la igualdad de género en las compañías se está dando naturalmente. Al estar en casa y readaptándonos a la nueva normalidad, se revaloriza la inteligencia emocional, flexibilidad, creatividad, resolución de problemas sin discriminar género. También un mayor trabajo en conjunto, empujando para el mismo lado por un objetivo.

Para separar trabajo y hogar en la casa, la clave es hacer una planificación del día, teniendo en cuenta tiempo para la familia o chicos y el tiempo para el trabajo.

Es muy necesario hacer cortes en el día laboral para poder balancear con la familia y el hogar.

Las mujeres cargan con más peso, ya que gerencian el hogar que aún es una tarea femenina en las sociedades patriarcales, un modelo del cual aún cuesta salir. Sin embargo, sirve para reafirmar que las mujeres pueden ser multitasking en todos los ámbitos de su vida.

La realización de la mujer debe ser una decisión propia. No todas queremos lo mismo (familia, hijos, trabajo corporativo, etc). Hay que seguir educando nuevas generaciones de niñas que puedan elegir estudiar y ser lo que quieran, sin importar mandatos familiares. En lo personal, creo se trabaja diariamente para sentirse realizada, no a largo plazo, sino en el día a día.

Crecimiento personal y laboral son procesos conjuntos, uno reflejo del otro y viceversa. A medida que una integra sus capacidades, confiando y desarrollando sus habilidades, se progresará en la carrera. Los cursos de Coaching y liderazgo me sirvieron mucho. También muchas personas que se han cruzado en mi vida profesional (jefes/as, pares o miembros del equipo) ayudandome a descubrir mis talentos y potenciarlos.



- VALERIA RUIZ
Gerente de Recursos Humanos en Atlas Copco

Revalorizar la diversidad

En cuatro meses aprendimos que un equipo diverso nos fortalecía, porque a partir de este intercambio logramos desarrollar soluciones innovadoras tanto para el funcionamiento de la empresa como soluciones para nuestros proveedores y clientes.

Sabemos que el talento está en todos lados, y nuestro objetivo es atraerlo independientemente de su género o raza. La inclusión de mujeres es un objetivo corporativo concreto: llegar al 30% para el 2030.

No queremos solamente tener más colaboradoras, sino también que todas ellas tengan la oportunidad de formarse y crecer en Atlas Copco.

Varios rasgos, tradicionalmente atribuidos a las mujeres, son muy apreciados en nuestra compañía, como la empatía, la intuición, la capacidad de hacer varias cosas a la vez y reaccionar con rapidez ante situaciones adversas. Las empresas tenemos un rol clave: debemos generar condiciones que favorezcan el desarrollo profesional en un entorno con igualdad de oportunidades. El desafío es encontrar las particularidades de la persona sin el condicionamiento de género. Lamentablemente son muchos los ámbitos donde perduran ciertos sesgos que limitan el acceso. Afortunadamente, en mi carrera profesional, he encontrado muchas mujeres que me inspiraron y ayudaron a crecer. Me hicieron ver con sus ejemplos que compatibilizar maternidad y trabajo era posible, que los límites se los pone uno mismo y que lo principal es descubrir qué es lo que cada uno quiere para su futuro.

Una estrategia de carrera adecuada implica conocer a dónde se quiere llegar y qué pasos son necesarios para alcanzar nuestras metas. En mi caso, considero que la curiosidad me ha impulsado a mantener mi mente siempre abierta a nuevas capacitaciones.



Banco Ciudad

- ELENA CAFALDO

Subgerenta general de Desarrollo y Transformación Organizacional de Banco Ciudad

Foco en la Inclusión

Trabajamos siempre con enfoque inclusivo. Este año fue decisivo, creamos el Comité de Género, para profundizar políticas e iniciativas institucionales de paridad e igualdad de oportunidades y respeto a la orientación sexual. En esa línea, **revisamos nuestras licencias por crianza para facilitar la corresponsabilidad en el hogar; elaboramos un protocolo de actuación en casos de violencia de género; adherimos a los WEPs (Women's Empowerment Principles) y al programa "Ganar-Ganar"**, que supone la realización de un autodiagnóstico con asistencia de consultoras de ONU Mujeres. Además, estamos trabajando en un programa de sponsoreo, con foco en el liderazgo de la mujer en las instancias máximas de decisión.

De este año complejo rescataría la demostración en práctica que el trabajo remoto es posible y sus ventajas en productividad y calidad de vida.

La pandemia también puso de manifiesto el desafío de corresponsabilidad en el hogar, una necesidad que impacta en la vida familiar, y será importante seguir trabajando.

En la actualidad me parecen importantes cualidades que tradicionalmente se asocian a las mujeres, como la empatía, la comunicación, la sensibilidad y el cuidado. Además de poner en práctica estas características, considero fundamental hacer las cosas con compromiso, foco y convencimiento. Una actitud que siempre nos pondrá más cerca de cualquier resultados que querramos conseguir. También creo que en tener grandes objetivos y, a su vez, tener la flexibilidad para valorar pequeños avances. No siempre los proyectos pueden lograrse del modo ideal. La clave es empezar y cada acción nos pondrá más cerca de aquello que buscamos.



- CAROLINA BELZUNCE

Gerente de Marketing de Itaú Argentina

Un Zoom a la realidad hogareña

Si algo dejó en evidencia esta larga cuarentena es que aún nos falta mucho por evolucionar en la igualdad de derechos entre hombres y mujeres. Permanecer en casa, puso al descubierto la realidad de millones de mujeres. Nada cambió, solo que ahora lo podemos ver en vivo y por ZOOM: mujeres criando hijos, organizando la tarea, resolviendo compras, atendiendo la puerta, cocinando o pidiendo delivery.

Esta pandemia nos está mostrando 'sin filtros', que la vida de las mujeres es mucho más compleja que la de los hombres. Lo bueno, quizás, es que esta evidencia irrefutable nos ayude a construir una "nueva normalidad", un poco más justa y más normal para todos.

No creo que haya una fórmula única para lograr un balance entre trabajo y hogar. Menos aún en cuarentena. Sí creo que tener hijos menores de 10 años suma un nivel de complejidad importante. En este caso no creo que pueda separarse la vida familiar de la laboral, habrá que acostumbrarse a vivir con todo entremezclado hasta que termine la cuarentena.

Hoy son habilidades clave para cualquier profesional que quiera tener una carrera exitosa algunas características que las mujeres tenemos generalmente más desarrolladas llamadas habilidades blandas, como la empatía, la escucha, o el registro de las emociones. Actualmente el concepto de realización personal no es un mandato, y varía de mujer a mujer. Es importante poder comprenderlo y respetarlo. En mi caso, ser madre fue el logro más importante de mi vida y me hace sentir realizada todos los días. Lo demás queda en segundo plano. El entusiasmo, la mirada positiva, son claves para progresar en una carrera y en la vida. En mi caso también la osadía y la perseverancia.

- LUJAN BARBIERI

Directora de Babieri Construcciones

Una oportunidad para revisar preconceptos

¿Balance entre trabajo y hogar? Creo que las cuestiones de balance en nuestras vidas no son excluyentes de género ni tipo. El equilibrio no es exclusivo de mujeres con hijos sino un desafío para todos los que nos sentimos atraídos por varios amores. En este sentido, familia y trabajo son cosas que "parecen" oponerse si pensamos con formato de binomios, como trabajo/amigos, familia/amigos, deporte/familia, hobbies y trabajo. Tal vez el desafío sea encontrar lo que interiormente nos impulsa a hacer algo propio y, por otro lado, aprender a pensar fuera del formato de 'binomios excluyentes', que parecen más una trampa, independientemente del home office y la pandemia. Otra trampa es intentar responder a lo que "debemos hacer" sin buscar en nuestro interior qué fuerzas predominan y dónde nos pueden llevar. Cuál y cómo es la manera de tocar el propio instrumento en esta gran orquesta. En esta lógica, ya no se trata de qué habilidades tener para escalar en una corporación, sino en encontrar el lugar donde nuestra potencia tenga espacio para dar frutos. La energía debe estar puesta en encontrar mi voluntad, lo mío propio, y luego ponerlo al servicio de crear ese nuevo espacio que puedo formar. Hay muchas organizaciones que desean transformarse, renovarse, recrearse, repensarse... Ahí, tanto mujeres como hombres tienen la hermosa tarea de diseñar aquellos espacios en los que quieren habitar. En mi caso, nuestra empresa y mi hogar son algunos de esos espacios, y la pandemia nos enseñó a todos cosas nuevas. En Barbieri nos animamos a confiar, revisar, imaginar, hacer las cosas de mane-



JU BARBIERI

ras diferente, equivocarnos. Eso nos trajo los frutos más hermosos de nuestra historia. En casa, con mis hijos, pudimos compartir profundamente la cotidianidad, las pasiones, y las obligaciones también. Mis hijos han aprendido mucho sobre mi trabajo, yo he podido ayudarlos más con sus tareas, compartimos los almuerzos, aprendimos unos de otros a usar herramientas tecnológicas, debimos llegar a nuevos acuerdos sobre espacios y permisos, sobre uso de los dispositivos, sobre los silencios necesarios, sobre nuevos horarios... Y todo esto lo hemos vivido, tanto en casa como en la empresa, justamente como parte de esta vida.

Pymes lideradas por mujeres

- PATRICIA BINDI

Directora de la Banca de Empresas de HSBC Argentina

El programa Mujeres al Mundo, es nuestra iniciativa para fomentar el desarrollo económico de las mujeres y conformar una comunidad de negocios. La compañía ofrece una línea de hasta \$ 200 millones destinada a pymes lideradas por mujeres, con una tasa de 22% hasta 24 meses y garantía de la SGR Garantizar, que bonificará 100% de gastos de otorgamiento.

Uno de los principales pilares de Mujeres al Mundo es promover un clima de crecimiento y desarrollo en las mujeres de negocios. Seremos el primer banco privado internacional saliendo al mercado con una propuesta de estas características, con un máximo a desembolsar de \$ 5 millones por empresa. Seguiremos impulsando el rol de las mujeres en la economía productiva, fomentando la expansión de sus negocios sobre todo en un contexto tan desafiante como el actual.

- CECILIA CASTELLI

Board Member en Blue Star Group

Fomentar un equilibrio

En contextos difíciles las mujeres son las más afectadas en lo económico y productivo. El teletrabajo puede traer consecuencias para las madres de niños menores que les será difícil equilibrar trabajo, familia y hogar. Las empresas podemos protagonizar un momento histórico e incluir a las mujeres en nuestros equipos, ayudarlas en su empoderamiento y posicionarlas en el merecido rol de liderazgo.

Hacer un balance trabajo/familia, cuando el trabajo se hace desde casa no es tarea fácil. **La pandemia visibilizó una realidad: muchas tareas del hogar siguen recayendo en las mujeres. Desde las empresas debemos incentivar un equilibrio entre ambas partes: fomentar licencias que impulsen la co-responsabilidad o empujar para que no resulten perjudicadas en la nueva era del teletrabajo.** Esto permitirá que las mujeres puedan desarrollarse cómodamente en el ámbito laboral y profesional, logrando un sano equilibrio.

La ‘realización’ de la mujer es hoy algo muy personal. Yo me gradué de Médica Veterinaria y luego me volqué al mundo empresarial y de diseño. Tuve muchos desafíos, entre ellos, poder mejorar las colecciones que soñamos para el mundo y tener un gran impacto social empleando a más de 4000 personas. Fueron muchos años de crecimiento en la compañía y creo que la clave está en confiar en una misma, romper barreras, capacitarse constantemente e inspirar a otras personas. Es fundamental que desde nuestro rol ge-



neremos oportunidades para eliminar las brechas que existen actualmente. Sin duda hay mucho trabajo por hacer, pero quiero contribuir desde mi rol en la empresa y como mujer a la búsqueda de igualdad de oportunidades.

En mi caso, empecé en el área de diseño y hoy soy Board Member. Desde un principio me fui preparando a través de coaching y capacitaciones en pos de desarrollar una mirada más estratégica y global. Pero esto es gracias a todo lo aprendido de los equipos que tuve la suerte de liderar, con tantas mujeres que dejaron huella en mí y mi familia, que siempre me enseñó la pasión por el trabajo y a pensar en grande, pero centrados en nuestros valores como empresa y familia. Es clave rodearse de la gente correcta y tener la humildad de aprender.

Dos mujeres públicas que me inspiran son **Michelle Obama**, en la actualidad, y **Coco Chanel**.

UNIVERSIDAD SIGLO XXI

Teletrabajo: La brecha emocional

Sin dudas la salud socioemocional de las personas se vió resentida por la larga cuarentena. La Universidad siglo 21 realizó un ambicioso estudio con el objeto de indagar en la salud y los efectos secundarios del confinamiento, la división de la vida laboral y el balance con la vida privada, la organización del trabajo y el teletrabajo. Los resultados fueron concluyentes: existe una brecha de género en la calidad de vida y bienestar emocional entre hombres y mujeres.

En términos generales, se observó que las mujeres presentan mayores tensiones en el balance Familia-Trabajo, mayores niveles de estrés y agotamiento emocional. Esto deriva en más problemas para relajarse y recuperarse luego de una jornada laboral.

21% de las mujeres manifestó que le **falta energía** para realizar actividades de ocio producto de su trabajo.

20% de las mujeres manifestó que nunca o casi nunca se toman el tiempo para **hacer actividades que las distraigan**.

32% de las mujeres manifestó tener **dificultades para dormir normalmente**, entendidas como dificultades para quedarse dormidas o dormir demasiado.

- LAURA FURNIER

Gerente de Desarrollo y Comunicación Int. de Claro

Realizarse es poder tomar decisiones libremente

Este año que vivimos en pandemia y confinamiento, significó un importante ejercicio de plasticidad: se agudizaron todos los sentidos para encontrar la mejor solución posible a cada situación, conocida o desconocida. Se descubrió otra manera de trabajar y gestionar los tiempos. **Lo más negativo es el multitasking.** En este marco de pandemia, coordinar el trabajo, la tarea escolar, tareas del hogar y la contención emocional propia y ajena puede ser agotador. Esto se suma a la imprevisibilidad e incertidumbre que dificultan planificar el futuro.

El balance trabajo/hogar se da en lo individual y lo corporativo. La clave es la autogestión y saber trazar límites, con roles definidos. Desde lo corporativo, en Claro, trabajamos para que cada líder respete el horario laboral propio y de sus equipos, colaborando con su salud y bienestar.

Mi realización personal es poder tomar decisiones libremente. La posibilidad de elegir, en el ámbito propio, familiar o laboral, es clave. Las herramientas que me sirvieron para poder progresar, son los valores que aprendí en familia, fundamentalmente respetar



el trabajo. La perseverancia y la tenacidad son parte de mi personalidad, pero también creo que es sumamente importante la lealtad y fidelidad con el entorno laboral.

Es fundamental haber podido estudiar y contar con los cimientos para ese desarrollo. Y por último y no menos importante: estar en el momento justo y el lugar indicado. La intuición ha sido esencial en mi carrera. Una figura femenina que reconozco es la **Madre Teresa de Calcuta**, no sólo por su increíble obra de caridad, sino cómo lo logró: administrando escasísimos recursos, sin cumplir requisitos de mujer poderosa, en dos ámbitos absolutamente masculinos: la Iglesia Católica y la India. Una mujer en las antípodas de la imagen comercial femenina, que logró influir a poderosos mundiales y mover lo inimaginable.

CONCLUSIONES

En esta crisis de Covid-19, uno de los principales factores estresantes es la fricción que se produce cuando la mayoría de las personas están trabajando desde el hogar. De esta manera surgen nuevos desafíos que debemos enfrentar como sociedad, entre los cuales surgieron:

1. La necesidad de legislar respecto a mejores condiciones para llevar a cabo el teletrabajo.
2. Encontrar formas de regular la jornada laboral, para que tenga un principio y un fin, permitiendo a las personas desconectarse, distenderse y encontrar espacios de disfrute y salud emocional.
3. Inventar (o reinventar) nuevas maneras de conciliar vida laboral y vida personal o familiar.

Durante la situación de crisis Covid las mujeres han manifestado tener mayores niveles de estrés y agotamiento emocional, y más indicadores de riesgo de depresión y ansiedad.

"En la actualidad, más que nunca, me parecen importantes cualidades que tradicionalmente se asocian a las mujeres, como la empatía, la comunicación, la sensibilidad y el cuidado"

ELENA CAFALDO
Banco Ciudad

- ADRIANA ARNALDO

Vicepresidente de CREA

Nuevas circunstancias, nuevos hábitos

Frente a la pandemia, un aspecto positivo fue poder estar en nuestros hogares y compartir las tareas diarias con la familia, re-conectar con espacios de vida que quizás descuidamos al estar tantas horas fuera y re-equilibrarlos. Los aspectos negativos, la falta de conectividad e inconvenientes cuando hay niños pequeños en el hogar, pero nadie que ayude a las mujeres a cuidarlos. **Los límites de las casas se han esfumado y funcionan como hogares, oficinas, escuelas, gimnasios y demás. Coordinar la multiplicidad de espacios y tareas, para muchas mujeres significa un gasto de energía tremendo que hasta puede repercutir en la salud.**

Una manera de organizarse, con o sin pandemia, son los acuerdos. Creo que debemos planificar y generar una agenda común para las tareas, considerando también los espacios de ocio. Es clave planificar, dialogar, organizar los horarios laborales y respetarlos. Este nuevo contexto, exige cambios de hábitos y rutinas. Querer vivir y trabajar del mismo modo en que lo hacíamos antes, sería un error. Nuevas circunstancias, exigen nuevos hábitos, acuerdos. Como base, creo que la tolerancia y el optimismo realista son claves. Mis logros fueron elegir siempre en línea con lo que quería hacer. En lo profesional, poder intercambiar y relacionarme sin prejuicios, aprender de cada persona, reconociendo mis fortalezas y trabajando mis debilidades. En lo familiar, dedicándole el tiempo nece-



sario a mis hijos para estar presente, acompañarlos y disfrutarlos. También realizar cosas que me apasionan como salir al campo, recorrer o participar de diferentes actividades.

Las herramientas que más me sirvieron en mi carrera fueron conocerme y trabajar mis debilidades, definir quién quiero ser, y generar más capacidades genéricas o blandas.

Participar en instituciones y relacionarme con personas referentes también me sirvió.

Muchas mujeres me inspiran, como **Pilu Giraudo**, o **Catalina Boeto**. En **Maria Eugenia Vidal** admiro su pasión, la claridad para comunicar y el compromiso por la comunidad.

Las habilidades más valoradas del post Covid

ALEXANDRA MANERA

Directora de Recursos Humanos del Grupo Adecco Argentina & Uruguay

Muchas incógnitas rodean al futuro de la post pandemia, pero sólo existe una certeza: las cosas no volverán a ser cómo eran. Por lo tanto, el tiempo para mejorar las habilidades es hoy. Ese aprendizaje será fundamental cuando toda esta situación termine. En ese marco, desde Adecco Argentina, brindamos un listado con 9 habilidades laborales que contarán con una gran demanda en un mundo posterior al Coronavirus:

1. Adaptabilidad y flexibilidad: Capacidad de adaptarnos a todo tipo de lugares de trabajo en constante evolución, y actualizar siempre nuestras habilidades

2. Sabiduría tecnológica: Las personas capaces de ayudar a explotar las tecnologías estarán en una excelente posición para encontrar empleo.

3. Creatividad e innovación: Durante la pandemia se demostró como con creatividad se pudo enfrentar la crisis. Se necesitará del ingenio humano para imaginar escenarios, productos y formas de trabajar.

- VANINA VEIGA

Socia de Pérez Alati, Grondona, Benites & Arntsen

Cupo femenino en los directorios: ¿igualdad por decreto?

El pasado 4 de octubre entró en vigencia la Resolución 34/2020 de la IGJ de CABA, que impuso el cupo femenino en órganos de administración y fiscalización de asociaciones civiles, fundaciones, sociedades del Estado y sociedades anónimas bajo su órbita. La obligación consiste en que los órganos de esas entidades deben integrarse con igual cantidad de miembros femeninos y masculinos, o un mínimo de un tercio de miembros femeninos. La defensa de la igualdad de género es una obligación que tenemos como sociedad. Sin embargo, es dudoso que la Resolución de la IGJ sea realmente exitosa en este sentido, además de ser cuestionable por otras varias razones.

En primer lugar, la IGJ se ha excedido en sus facultades reglamentarias, puesto que la resolución no solo modifica la Ley General de Sociedades y al Código Civil y Comercial, sino que afecta garantías reconocidas en la propia Constitución, por lo que la resolución es claramente inconstitucional. Por ejemplo, afecta el derecho de propiedad de los accionistas, al limitar su derecho a designar libremente quienes administren su patrimonio. Y para peor el cupo femenino impuesto por IGJ equivale al 50%, porcentaje muy superior a la media mundial requerida por legislaciones similares.



Reconocer la igualdad de las mujeres de esta forma es muy cuestionado en el mundo. **Designar mujeres en los directorios al solo efecto de cumplir un cupo, sin considerar méritos o idoneidad, hace un flaco favor al reconocimiento de nuestras cualidades y tampoco nos pone en pie de igualdad con los hombres.** Incluso puede llevar a la ficción de directoras formales, meros "objetos decorativos" para cumplir con el requerimiento burocrático.

La IGJ una vez más elige el atajo del intervencionismo y avasallamiento de derechos, en lugar de seguir el camino, por ejemplo, de la Comisión Nacional de Valores, cuya normativa contiene una fuerte recomendación sobre el asunto, pero sin imposición de cupo. La solución a la presencia escasa de mujeres en los directorios no se dará por decreto, sino generando condiciones mediante incentivos apropiados para que se pueda alcanzar dicho resultado.

4. Alfabetización de datos: Los datos, el activo crítico de la empresa. Personas equipadas con habilidades para comprenderlos y tomar mejores decisiones con ellos serán muy requeridas

5. Pensamiento crítico: Durante la pandemia, aumentaron las noticias falsas y la tergiversación de datos y estudios. Se valorará a las personas que evalúen objetivamente información de diversas fuentes para determinar qué es creíble, y con pensamiento crítico para comprender qué información debe constar en la toma de decisiones.

6. Habilidades digitales y de codificación: La transformación digital ya es un hecho. Los profesionales con habilidades digitales, incluida la codificación, desarrollo web y marketing digital, serán imprescindibles.

7. Liderazgo para alcanzar el éxito: Un mercado laboral apoyado en máquinas, con distanciamiento social y trabajo remoto, hará que muchos trabajadores terminen liderando a otros, en equipos más fluidos, donde cada una tomará la delantera en diferentes momentos.

8. Inteligencia emocional: La habilidad más importante en tiempos desafiantes y de incertidumbre. Ser conscientes, expresar y controlar nuestras emociones, y las de los demás será fundamental en momentos de incertidumbre. Será clave conectar a nivel emocional.

9. Aprendizaje continuo: Según el Foro Económico Mundial, en solo cinco años el 35% de las habilidades que hoy se consideran esenciales cambiarán. Solo hay una manera de seguir siendo relevante en la era post COVID-19: comprometerse con una vida de aprendizaje.



 despegar

- PAULA CRISTI

Gerente general de Despegar Argentina y Uruguay

Pilotear en la tormenta

Asumí la gerencia para Argentina y Uruguay en abril, en plena crisis y transformación profunda de la industria. Por esta situación fue para mí un reconocimiento profesional tras 17 años en la empresa: la confianza plena en mis capacidades para liderar el negocio, en su etapa más desafiante. La empresa fomenta la diversidad de edad, género, nacionalidad y distintos backgrounds en los equipos. Es bueno para el negocio, porque lleva a tomar mejores decisiones y entender mejor al consumidor. Así, trabajamos armando equipos multidisciplinarios donde cada uno aporta desde su perfil. En la región, además, de seis Country Managers, tres somos mujeres, liderando operaciones en Colombia, Perú, Ecuador, Argentina y Uruguay. Como compañía de tecnología, el principal activo es el talento. Así desarrollamos una alianza con 'Chicas en Tecnología', que desde 2015 trabaja en la reducción de la brecha de género en el mundo de la tecnología. **En la industria del turismo, las mujeres tienen una participación promedio del 55,5% a escala global en la fuerza laboral de la industria. Sin embargo, suelen estar representadas en posiciones de menor remuneración y especialización**, en áreas de atención al cliente y gestión interna, según un estudio de 2018 de la Universidad Cornell (NY) y de la propia Organización Mundial del Turismo. Por último, según un estudio reciente que analizó las 388 empresas argentinas que cotizan en la bolsa, 86 de esas compañías no tienen presencia femenina en su consejo directivo. Es decir que 22,16% de las empresas que cotizan en el mercado, están lideradas sólo por hombres. Esto nos muestra que un largo camino por recorrer, pero el cambio ya ha comenzado. Para mí es un orgullo y una enorme responsabilidad el rol que ocupo, porque implica lograr el mejor rendimiento en una compañía líder en Latinoamérica.

- MERCEDES MAC PHERSON

Chief Talent & Diversity Officer en Globant

Desafiar el status quo

Hace once años decidimos desafiar el status quo apostando por el talento, donde sea que estuviera. Eso implicó dispersarnos geográficamente e incluir diferentes puntos de vista. En ese preciso instante y sin mucha noción de lo que estábamos haciendo, se gestó nuestro plan para impulsar la diversidad dentro de Globant. Hoy, decidimos desafiar el status quo una vez más. En una industria predominantemente masculina, Globant busca generar un lugar de inspiración y crecimiento para mujeres y minorías. Un espacio seguro, basado en la equidad como valor, donde la carrera de todos pueda ser impulsada de la misma manera. Buscamos pasar al siguiente nivel, no solo fomentando la diversidad sino siendo cada día más inclusivos. La inclusión es una palabra fuerte, que implica democratizar la toma de decisiones. Buscamos generar cambios sustanciales en cada empresa. Sólo mediante el esfuerzo colectivo podemos cambiar la industria de las tecnologías de la información.

Hoy el contexto nos muestra que en América Latina y el Caribe, las mujeres constituyen el 41% de la fuerza laboral. Sin embargo, la participación femenina continúa casi 30 puntos por debajo de la masculina. En la región, solo 3 de cada 10 trabajadores en el campo de las matemáticas y la informática son mujeres.

Nos propusimos promover el crecimiento y el liderazgo de las mujeres, para lograr una ocupación del 50% de mujeres y personas de género no binario en puestos directivos para 2025, con igualdad de pago. Algunas iniciativas han sido la Globant University: Diversity & Inclusion Learning Path, así como el programa de mentoría específica para mujeres.

Creamos iniciativas que buscan inspirar e impulsar a más mujeres por la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas.

Hemos ayudado a más de 10,000 mujeres en los últimos 3 años en América Latina e India.

◆ TOP 5 ◆

LÍDERES MÁS ADMIRADAS

2019

- 1 Michelle Obama
- 2 Isela Constantini
- 3 Angela Merkel
- 4 M. E. Vidal
- 5 Juliana Aguada

2020

- A Merkel
- M. Obama
- I. Constantini
- Máxima
- Hillary Clinton



Mercantil andina

Desde tu celular,
tu asistencia
está a un solo click!



Contratá tu seguro en **Mercantil andina** y descargá la APP



Cobertura sujeta a las pautas de suscripción y aceptación de la compañía de seguros **Mercantil andina**.

www.mercantilandina.com.ar | 0810.888.6262 | 11 6165.6262 |



- PATRICIA DEBELJUH

Directora de CONFyE (Centro para la Conciliación Familia y Empresa) de IAE Business School, Universidad Austral.

La fuerza igualadora de la era digital

Trabajar desde casa es un aspecto muy valorado por las mujeres, ya que puede expandir sus oportunidades laborales, presenta opciones de empleo con alta flexibilidad, reduce barreras de entrada en sectores masculinos y facilita el acceso a una amplia red de contactos con un mayor flujo de conocimientos e intercambio de experiencias.

Sin embargo, no todos los trabajos pueden hacerse desde casa y son muchas las barreras digitales para las mujeres, rezagadas aún en el acceso a la tecnología. Dado el acelerado avance de la llamada Revolución 4.0, surge la pregunta: ¿Es la transformación digital un riesgo o una oportunidad para la igualdad de género en el mercado laboral? **La era del conocimiento logró nivelar las oportunidades de trabajo, antes asociado a la fuerza física y ahora, al conocimiento y el acceso a la información. En este sentido puede decirse que la era digital es una fuerza igualadora.**

A esto se suma el auge que tendrá el teletrabajo y su flexibilidad, facilitando combinar dedicación al trabajo con responsabilidades de cuidado. Así lo confirma un estudio realizado por el Centro Conciliación Familia y Empresa del IAE Business School Argentina, que muestra que durante la pandemia, las encuestadas mujeres pudieron dar a conocer a su jefe y compañeros su realidad familiar en un 20% más que los varones.

Esta nueva modalidad de trabajo nos llevará a nuevos entornos laborales, flexibles, conciliadores, empáticos y sensibilizados con la realidad familiar. Veremos cómo la tecnología y el talento humano aunarán esfuerzos de manera sinérgica, hasta crear una nueva cultura de trabajo que brinde oportunidades para todos.



- PATRICIA FURLONG

Co-líder de IDEA Diversidad y General Manager en American Express

Un talento que hay que aprovechar

Para quienes trabajábamos en oficinas full o part time antes de la pandemia, el cambio a trabajar 100% desde casa ha tenido múltiples implicancias de adaptación. En mi caso, convivo con mi marido y mi hijo de 9 años. Desde el principio del aislamiento nos hemos ido adaptando en, negociando y acordando prioridades y distribución de roles en casa. Conversamos mucho el concepto de 'corresponsabilidad' y acordamos ajustes sobre la marcha. La empatía para acompañar al otro, el pragmatismo para tomar decisiones y un poco de indulgencia para convivir en armonía fueron claves en estos meses.

El talento femenino es, en esencia, talento que el mundo corporativo no se puede dar el lujo de desaprovechar. Las mujeres son cerca del 60% de los graduados universitarios y cerca del 40% de la fuerza laboral en Argentina.

Existen tipos de liderazgo en general que pueden aplicar tanto a hombres como a mujeres. Características atribuidas al género femenino como la empatía, la colaboración o el trabajo en equipo, pueden estar en ambos géneros. Es cierto también que hay cierto estilo de liderazgo que, cuando lo ejerce una mujer, es muy criticado (por ejemplo, comportamientos más inflexibles, estilo de decisión más direccional y menos colaborativo) porque no es lo que se espera culturalmente de las mujeres (estilo 'maternal'). Para crecer en una organización se debe tener una visión estratégica, orientación a resultados, liderazgo y muy buen relacionamiento. Una excelente performance es fundamental para lograr un sponsorship adecuado dentro de la organización. Como mujer aprendí de mi madre la fortaleza y la importancia de la independencia económica. Hoy veo grandes ejemplos de mujeres líderes en ámbitos públicos y privados.

- MERCEDES GINEVRA

DIRECTORA COMERCIAL GNV GROUP Y CEO DE GINEVRA INTERNATIONAL REALTY ARGENTINA Y URUGUAY.

La oportunidad del cambio

La pandemia nos coloca frente a mayores desafíos y nuevas oportunidades de cambio. El COVID-19 ha aumentado la carga del trabajo no remunerado sobre las mujeres evidenciando la desigualdad, el desempleo, la violencia doméstica, y nos desafía a dar soluciones extraordinarias a una situación extraordinaria. **Es un momento estratégico de transformación, en el cual el tema Mujer & Empresa DEBE estar en la agenda post-pandemia. Es el momento de innovar, reinventarnos y las mujeres nos aggiornamos rápido.** En el nuevo balance hogar/trabajo, creo que tenemos una ventaja: las madres empresarias estamos acostumbradas a manejar muchos temas a la vez: colegio, cuentas, horarios, comidas y muchísimas otras cosas. Nos organizamos de manera tal que podamos cumplir

sin vernos desbordadas por nuestras emociones o negocios.

Creo que la mujer tiene un carácter emprendedor proactivo nato. No me gustan los estereotipos, pero creo que la disciplina, la sensibilidad y empatía son características generalmente atribuibles al género femenino y son fundamentales, sea para escalar en un trabajo corporativo o para evolucionar como sociedad.

En mis comienzos, el rubro inmobiliario era un negocio dominado por hombres. Con el pasar de los años he visto una evolución, con la incorporación de más mujeres profesionales. En la actualidad, el área de ventas y administración de nuestra empresa está compuesta en su totalidad por mujeres. En mi experiencia, la herramienta que más me ha servido profesionalmente es, sin dudas, el escuchar.



Soy CEO y fundadora de Ginevra International Realty, inmobiliaria enfocada en las más exclusivas propiedades y emprendimientos en Argentina y Uruguay. Escuchar las necesidades, y asesorar a los clientes, me permitió forjar una relación de confianza con ellos y crecer como empresa.

- FLORENCIA SABATINI

Gerente de Comunicación de Google Arg.

Elogio de la incomodidad

Si algo hizo la pandemia fue ponernos incómodos. Por supuesto, para más de un millón de personas, el virus significó mucho más que eso. Sin embargo, aún para quienes no enfermaron, la pandemia significó una profunda incomodidad: borró de un plumazo hábitos, nos forzó a reducir y acotar nuestros movimientos, usar un molesto tapabocas y reinventarnos, de la noche a la mañana, sobre el modo en que nos educamos, trabajamos, nos relacionamos, compramos y vendemos. Las mujeres - en particular las que ocupamos espacios de liderazgo- somos expertas en adaptarnos a situaciones incómodas. Cómo líderes, somos minoría en casi todos los espacios de poder, tanto políticos como corporativos. Según el último informe de Mujeres en el Espacio Laboral realizado por LeanIn Org y McKinsey & Co, los varones ocupan el 62% de

los puestos gerenciales, mientras que las mujeres solo ocupamos el 38% de ellos. Eso nos obliga a esforzarnos más para sostener nuestro liderazgo. Si a eso sumamos que, en general, somos más resilientes y naturalmente multirreas, quizás podamos entender por qué hay quienes piensan que los países liderados por mujeres (que no son muchos) se desempeñaron mejor en esta pandemia. Aun así, hay un largo camino por recorrer en lo que a equidad de género se refiere, y esta pandemia, en particular, ha vuelto a poner las inequidades en el primer plano: hoy, a nivel global, las mujeres constituyen el 70% del personal sanitario de primera línea al frente de la epidemia, pero solo representan el 25% en la toma de decisiones vinculadas a políticas de salud. Estoy convencida que la humanidad tiene, a partir de esta lamentable pandemia, una oportunidad



única. Como dijo nuestro CEO Sundar Pichai recientemente: si somos abiertos, si somos curiosos y logramos mantener la esperanza, nuestra generación será más recordada por lo que cambió que por lo que perdió. Las mujeres tenemos mucho para aportar para lograr este objetivo.

- BETINA AZUGNA

Gerente RSE en Grupo Sancor Seguros

Se agudizaron las desigualdades

Esta pandemia representará, para las mujeres, el momento en que se agudizaron y visibilizaron las desigualdades existentes en términos socioeconómicos, sanitarios, y por supuesto laborales. Se vió reflejado en problemas concretos, como la enorme pérdida de empleos en profesiones dominadas por mujeres, una mayor carga de trabajo de cuidado no remunerado, aumento de casos de violencia doméstica, etc. De estas situaciones deriva la necesidad de resolver el cuidado –no solo de niños, sino de otras personas dependientes, posicionar a mujeres y niñas en el centro de los esfuerzos de gobiernos para la recuperación, actuar con las mujeres como líderes, con igual representación y poder de decisión. También reconocer el trabajo de cuidados no remunerado y valorarlo como contribución vital a la economía.

La conciliación trabajo/familia es un concepto que se revalorizó en tiempos de pandemia. Es un gran desafío que nos obliga a transformarnos y a construir en conjunto herramientas con una buena comunicación con el grupo de trabajo. Desde la empresa nos toca mejorar la confianza del equipo para resolver el trabajo adaptado a la realidad de cada hogar, establecer prioridades y definir los límites de alcance de cada persona en los roles que debe desempeñar.

Desde mi óptica personal son muchos los logros alcanzados, pero compartidos todos. En lo laboral, haber trabajado y lanzado más de 30 Reportes de Sustentabilidad en estos 15 años para las diferentes empresas del Grupo, premios, avances importantísi-



mos en el Proceso, primeros puestos en los rankings. Como parte de una empresa responsable, que crea valor y rinde cuentas con transparencia liderando diferentes espacios, los logros fueron muchos, pero todos resultado de un trabajo de acciones colectivas, cooperando siempre, todas compartidas. Y lo más importante, la capacidad de crear valor, articular y dejar una huella positiva allí donde participemos. A nivel personal mis logros son muy particulares, van desde vivir en Buenos Aires, ser paracaidista deportivo y practicar asiduamente ese deporte, haber viajado a más de 30 países, bailar tango y folklore en los escenarios de los teatros de Buenos Aires, haber co-escrito un libro con uno de mis profesores del MBA y otros coautores, ser una de las expertas de la Red Mundial del global Compact, haber hecho cumbre en el Volcán Lanín y vencer mi miedo a las profundidades del mar certificándome como Buzo PADI, entre muchos. Todos muy lejos de la típica realización de casarse, tener una casa, e hijos (que de hecho, no cumple con ninguna de esas condiciones).



- GISELLE TERUEL

Gerente regional de Contabilidad Latam. CFO Henkel Argentina y Chile.

La próxima vez, digan ¡SI!

La pandemia trajo desafíos: de pronto nos transformamos en trabajadoras, maestras y amas de casa, ¡todo junto! Si salimos adelante y avanzamos de esta manera, el regreso a la normalidad nos hará sentir extremadamente livianas. Será como salir a correr con los pies libres, luego de haber corrido con una pesa en cada pierna.

Creo en el valor de las rutinas y la organización. Si suponemos que iremos cumpliendo todas nuestras actividades cuando y como podamos, vamos directo al fracaso y la frustración.

- ALEJANDRA NAUGHTON

Directora de empresas de Grupo Supervielle y Coordinadora General del Grupo de Trabajo de Equidad de Género de ADEBA.

La pandemia nos deja oportunidades

La brecha de género tanto en distribución de las tareas domésticas, como en acceso a la educación y al trabajo, pago igualitario, ascenso en el mundo corporativo, representación en mesas chicas o directorios, es evidente. Ya casi nadie las discute. Los matices se circunscriben a las formas que se proponen para corregirlas. Algunas más drásticas, otras más dialogadas. Sea cual sea la aproximación, la agenda es urgente. En medio de una crisis como la que nos impuso el Covid-19, las asimetrías se exacerbaban.

Me gusta pensar que la pandemia nos trae oportunidades y me gustaría detenerme en algunas de ellas. El trabajo remoto hizo visible la dimensión humana. Estar en casa nos ubica en un ambiente muy conocido por las mujeres, un ambiente familiar con nuestros seres queridos (adultos mayores y niños) generalmente sólo están bajo nuestro cuidado. De buenas a primeras, algunos hombres también se encontraron haciendo piruetas para atender la dimensión laboral y familiar. **La situación nos impulsó a realizar nuevos acuerdos de convivencia que son deseables que persistan, más allá de cómo termine siendo la nueva normalidad** y que el trabajo remoto permanezca para todos sin distinción de género.

Otra dimensión favorable a mi juicio es la explosión de oportunidades de participación en capacitaciones y redes que surgieron con la pandemia. La conectividad y bajo costo de las transmisiones a grandes audiencias,

En este momento crítico, las profesionales, en especial las madres, nos encontramos con que trabajo, colegio y hogar se transforman en un combo que convive en el mismo lugar. La **habilidad para administrar los tiempos eficientemente a través de rutinas es de inmensa ayuda. No solamente, nos favorece a nosotras, sino que colabora para que los miembros de las familias comprendan que cada cosa tiene su momento. ¡Una buena rutina es oro puro!** Organizar no siempre implicar “separar”, sino “combinar”. En mi caso, monté un mini-escritorio a mi lado donde, a veces, tengo pequeñas compañeras de trabajo.

Lo que más me ayudó fue la eficiencia, autoexigencia y capacidad para encontrar soluciones creativas para todo. Eficiencia implica lograr más con menos. Soy lo que llamo una provimom: profesional, wife and mom. De hecho mi mayor logro fue combinar



**GRUPO
SUPERVIELLE**

cias, nos abrió oportunidades impensadas. Conferencias, entrenamientos que en otras épocas hubieran sido únicamente oportunidades para pocos, hoy están disponibles para todos y tienen alcance universal. Es una puerta que se nos abrió y nos permite no sólo mejorar nuestras habilidades laborales, sino potenciar nuestras redes de contacto. Las relaciones entre mujeres han sido claves en la pandemia para consultarnos, compartir soluciones, apoyarnos mutuamente, hacer catarsis y sentirnos cerca. En todos los espacios en los que participé, desde el Grupo de Equidad de Género de ADEBA, Lean In Argentina, hasta Women in Finance o el Capítulo Argentino de Women Corporate Directors pude observar el espíritu colaborativo que podemos construir demostrando juntas que la potencia del networking es enorme. Cuanto más temprano en la carrera lo cultivemos, mejor.

la maternidad con el éxito profesional. En noviembre del año pasado participé de “Xathon”, el mayor hackathon de mujeres a nivel mundial, organizado por Henkel y Facebook en Berlín. Allí tuve la fortuna de presenciar un panel con mujeres referentes en sus actividades. Entre ellas estaba Bettina Metz, líder de UN Women Alemania. El consejo que les dio a las mujeres me pareció tan acertado, que hoy me gusta compartirlo con mis colegas en el trabajo: Cuando te propongan una interesante oportunidad de carrera y te pregunten si consideras que estás preparada, di inmediatamente que sí. Esto es lo que los hombres normalmente hacen. Las mujeres, en cambio, tendemos a expresar nuestros miedos y terminamos dando la sensación de que no lo vamos a lograr. Así que recuerden, la próxima vez, digan...¡sí!

**- CARLA PONCE**

Gerente de Empleos, Clima Organizacional y RSE de La Caja.

Roles compartidos

La pandemia está acrecentando las brechas de género y profundizando las desigualdades, sabemos por distintas encuestas y fuentes como el World Economic Forum o CIPPEC. A partir de esta crisis global, se empezaron a visibilizar con mayor profundidad ciertas problemáticas asociadas a la implementación del trabajo remoto que apareció de un día para el otro. Es decir, un nuevo contexto en donde la jornada laboral y las responsabilidades domésticas y de cuidado comenzaron a convivir de la noche a la mañana. Este nuevo

- TAMARA VINITZKY

Socia de KPMG a cargo de Clientes & Mercados, Marketing & Comunicaciones y Diversidad & Inclusión de KPMG Argentina y co-Chair de WomenCorporateDirectors (WCD).

Mujeres al frente de la crisis

Las mujeres una vez más han demostrado gran capacidad para hacer frente a las crisis. A nivel mundial, casos como la canciller alemana, **Angela Merkel**, junto a las otras mujeres líderes como **Jacinta Arden** la primera ministra de Nueva Zelanda, se han puesto al frente de la crisis obteniendo los mejores resultados en la lucha contra el coronavirus. Lo mismo ocurre en los negocios. Muchas mujeres al frente de empresas dan muestras de grandes habilidades para administrar situaciones tan complicadas. Lo negativo es que como la gran mayoría de las mujeres trabaja y tiene a su cargo el hogar e hijos.

Para nosotras la demanda en el hogar es permanente, mucho más si tenés hijos. En estos tiempos todos estamos trabajando más y creo que cuesta más que nunca poner un corte, hacer una pausa. Me parece que todos estamos aprendiendo y acomodándonos a tener la oficina, el colegio y la casa, todo en el mismo lugar...nada fácil.

Hombres y mujeres tienen características distintas y complementarias al mismo tiempo especialmente en el mundo de los negocios. **Las mujeres somos mejores negociadoras y persuasivas, tenemos una visión 360 de los temas y facilitamos el trabajo en equipo más horizontal, tenemos más empatía con lo que le pasa a**

**nuestro equipo y eso es clave hoy especialmente.**

Ser mamá es lo más importante que me pasó en la vida. En paralelo a eso soy ambiciosa y gusta tener metas nuevas. Algo que sigo trabajando para aprender, es a disfrutar un poquito más cada uno de esos logros sin estar rápidamente pensando en la siguiente meta.

Debo mucho al apoyo de mi familia; siempre hay que tener en quien apoyarse, yendo a lo profesional ser perseverante, ponerle pasión a lo que hago y ponerme objetivos a alcanzar. También haber construido una red de contactos, el networking es clave.

Admiro a la mujer que acepta los desafíos que se le presentan, que se arriesga para conseguirlos, que logra imponer su trabajo y profesionalismo con convicción sin que ello implique dejar de lado lo que es.

contexto nos hizo pensar no sólo en cómo sobrellevar esta situación de la mejor manera posible, sino también en el proceso de vuelta al trabajo y entenderlo como una oportunidad de repensar una nueva forma de trabajo: mirar la igualdad de género desde otro lugar, logrando una organización y desarrollo más inclusivo.

El contexto demanda que las personas que lideran las organizaciones sean más empáticas y que logren comprender las distintas realidades que viven las mujeres todos los días. Esta situación ha sido evidenciada muchas veces en las videollamadas, o con pedidos explícitos en relación a los horarios en que estas obligaciones familiares afloran, para poder concentrarse en el trabajo. Por lo cual, es importante que logremos un teletrabajo en donde los roles que cumplen los varones y mujeres funcionen tanto dentro como fuera del hogar y a la luz de este

marco, cómo se cumplen los objetivos con los que nos comprometimos.

Esta nueva forma de trabajar nos abre entonces la posibilidad a que colaboremos en no seguir profundizando las desigualdades.

El aislamiento evidenció aquello que al menos las mujeres ya sabíamos y es que la distribución de las tareas domésticas y de crianza recaen en mayor parte en el género femenino. A partir del contexto de crisis actual se habla de una **triple jornada, que son las mujeres que están a cargo de la administración de las tareas escolares, sumándose a la carga doméstica y laboral**. Muchas familias empezaron a repensar los acuerdos que tenían en relación a estos temas. En este sentido, es una oportunidad para romper con los roles de género y reflexionar sobre una redistribución más equitativa luego de la pandemia.

- BRENDÁ BIANQUET

Gerente de Asuntos Públicos & Advocacy Manager de L'Oréal Argentina

Derecho a cuidar y ser cuidado

La sociedad enfrenta una gran carga emocional por la incertidumbre que genera la pandemia. Sin embargo, las mujeres se han visto afectadas de manera desproporcionada por el impacto social de la crisis, que acentúa las desigualdades de género. Y esto tiene su cara negativa pero también positiva, porque puso de manifiesto el valor de todo lo que la mujer aún realiza dentro del hogar. Así, se da lugar a normativas como la resolución conjunta del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad para regular situaciones de trabajo remoto en el contexto de emergencia sanitaria, que tiene por objetivo garantizar el derecho a cuidar y ser cuidado de forma igualitaria. Deseo que la corresponsabilidad sea parte de la nueva normalidad. Este es un gran desafío que por supuesto al comienzo creo que nos asustaba a muchos, ya que es importante establecer el límite entre el trabajo y el hogar para no descuidar ninguno de los dos. Pero tengo la suerte de formar parte de una compañía con un área de Recursos Humanos que evaluó el caso de cada colaborador para encontrar las mejores condiciones, y el formato más adecuado para cada uno, que permitiera el desarrollo profesional y también personal, siguiendo por supuesto a su vez las normativas del Gobierno. Las mujeres venimos transitando una larga historia en la lucha por la igualdad de derechos en los distintos



ámbitos. Como mujer y profesional del mercado de belleza siento que nuestra responsabilidad es doble. La realización personal en mi caso tiene que ver con encontrar el equilibrio para llevar a cabo todas mis pasiones: mi trabajo, mi familia, mi pareja, hija, hobbies, amigas, y continuar formándome.

Como responsable de Asuntos Públicos de L'Oréal Argentina y hoy me encuentro liderando la comisión interna de Género y Diversidad, un espacio que integra a todas las voces, porque grandes cambios empiezan por pequeñas decisiones cotidianas. Me entusiasma saber que estoy en un lugar que me permite agregar valor y aportar mi "granito de arena", tanto en iniciativas internas como externas.

**- JULIETA REY**

VP y gerente general de La Comunidad Buenos Aires.

Reinventar la forma de trabajo

Si hay algo que nos deja la pandemia como enseñanza es la importancia de la empatía. La mirada de la mujer aquí es clave. No compartir diariamente la oficina con los empleados hace que la empatía se vuelva más importante. Las personas durante esta pandemia necesitan estar contenidas, comprendidas y cuidadas para atravesar la crisis.

Con respecto a la mujer en el ámbito laboral y el hogar, se visibilizó lo desafiante de estar en ambos lugares a la vez o cubriendo ambos espacios. Hoy en día se ve literalmente en los zoom de trabajo. Y esto hizo que muchas empresas entiendan que es muy estresante y desafiante.

La pandemia dejó a la vista que no solo los millennials son `multitasking'. La cantidad de tareas que la mujer trabajadora hace es inmensa y más si somos madres. En mi opinión cada persona debe marcar los límites para su salud personal y familiar. Si se siente a gusto, con menos stress, tendrá su correlato en su productividad. Pero **hay que dejar que cada empleado se sienta libre de poder manejar sus tiempos. Enfocarse en los resultados, y no en la conectividad, que genera una gran presión. Reinventarse y reinventar la forma de trabajar. No es un desafío fácil, pero vale la pena intentarlo.**

Hay que entender que uno es parte de un equipo, donde todos tienen algo importante para aportar y nadie es mejor que otro. Escuchar a las personas, tener un rol integrador, y no perder el foco de lo importante de un sueldo justo. Sentirme valorada en todos los aspectos (profesional, económico, sentirme respetada), me dio energía y felicidad para poder seguir avanzando.

En lo personal siento gran admiración por **Michelle Obama**.

- SUSANA BERGERO
COO en Naranja.

En un litro entra un litro

La pandemia significó muchos ajustes a la normalidad en el trabajo. El principal rasgo positivo es la posibilidad que el grupo familiar pueda tomar dimensión sobre nuestra realidad de cada día. La carga horaria, cantidad de reuniones y conversaciones, exigencias, etc. El costado negativo, tiene que ver con la superposición de roles. Somos "todo a la vez": madres, hijas, esposas, vecinas, etc; pero en el mismo momento y lugar. Eso puede transformarse en una sobrecarga de atención con un fuerte impacto emocional.

Reconociendo que (como dice un miembro de mi equipo) "en un litro entra un litro", **tenemos que poner orden, asignación de tiempos y prioridades. Hay infinidad de cosas, que vistas en perspectiva, son totalmente postergables. Tener claro qué priorizamos, y no sufrir por lo que postergamos. Solo es necesario coordinar y hacer acuerdos.**

Me gusta mucho pensar que somos muy empáticas e intuitivas. Por lo tanto, lo más importante como ejecutiva de una organización que trabaja con personas, es que tengamos la capacidad para conectar con todas ellas, entenderlas, saber qué desean y qué los motiva, logrando conseguir lo mejor de todos los integrantes del equipo. Creo que la "realización" es una utopía, y por tanto, sólo sirve para mantenernos en movimiento. Lo mejor es trabajar en nuestro desarrollo, nuestra búsqueda por aprender cosas nuevas, ver lo diferente como oportunidad para crecer profesional y personalmente. Los nuevos contextos nos imponen estos desafíos todos los días. Conclusión: apertura hacia el aprendizaje. Que el desarrollo sea la principal motivación. Los nuevos roles, responsabilidades y reconocimiento, serán una consecuencia de dichos comportamientos.

Admiro a toda aquella mujer que puede dejar huella (en cualquier ámbito) para facilitarle el camino a otras mujeres que pueden sentirse frustradas o desanimadas. De eso se trata nuestros éxitos, de ayudar a otras en mostrar el camino.



- ADRIANA GRILLO

Directora ejecutiva en Interbrand para el Cono Sur.

Deconstruir estereotipos

El concepto de realización en la mujer está históricamente cargado de estereotipos y sesgos. Desde años nuestro rol estaba en el ámbito de lo privado, del cuidado. El mundo de lo público y de los negocios, era un terreno natural de los varones. La visibilidad de mujeres referentes en distintas disciplinas permite ir deconstruyendo dichos estereotipos y poder fomentar su desarrollo en el ámbito profesional. Las mujeres tenemos una gran responsabilidad para abrir puertas y construir puentes que nos lleven a la igualdad de oportunidades. En lo que refiere a mi desarrollo, siempre tuve una gran pasión y convicción con el trabajo. Considero que es un camino en el hay que ir evolucionando y estar dispuesta a un aprendizaje constante. **Desarrollar nuestras habilidades enmarcadas a la inteligencia emocional es clave, hoy la batalla no debería**

darse en "quien tiene el poder", sino más bien en alcanzar logros compartidos. Es clave la manera en como nos vinculamos, en generar comunicaciones empáticas con nuestros equipos e interlocutores. Buscar siempre los acuerdos y minimizar el sentido de competencia de manera tóxica.

En este último tiempo el concepto de "flexibilización" es algo que viene rumiando y en el contexto actual tomó protagonismo. Hay que profundizar en este concepto, pensarnos y trabajar mucho en nuestra persona para que se refleje de manera holística en lo que hacemos. "Ser para hacer" como escuché hace poco en una charla de inspiración y business coaching. Citando a Brené Brown, nos propone que "Las/os líderes debemos invertir una cantidad razonable de tiempo atendiendo a los miedos y sentimientos".



Es por eso que me gustaría invitarlas a animarnos a no tener miedo, ni timidez a nuestra propia vulnerabilidad; porque estamos en un contexto donde prima la incertidumbre. Dar lo mejor de nosotras mismas, empatizar y construir vínculos fuertes, nos permitirá alcanzar la deseada realización personal/profesional.

- SOL ARCE

Talent Acquisition Manager Latin America en Kimberly Clark

Trabajar la autoconfianza

Creo que la pandemia dejará como positivo la confirmación de la flexibilidad como factor clave para poder organizar el tiempo y el espacio en el cumplimiento de los objetivos. A su vez juega como vector clave para la inclusión en el ámbito laboral: poder estructurar mi tiempo y mi lugar sumado a la complejidad de mi hogar para seguir logrando buenos resultados sin dudas es un punto a favor. También derribó el mito de que la mujer que es madre tiene menos capacidad para cumplir con objetivos.

El mayor desafío es lograr el equilibrio de nuestras múltiples prioridades. Esto plantea un desafío enorme que consiste en usar la tecnología a nuestro favor, pero sin descuidar el factor más importante que es el humano.

Creo que muchos pasamos por un primer período de adaptación. Por eso, empecé a organizarme, planifi-

cicar horarios e intercalar entre reuniones profesionales las tareas del hogar. En lo personal, me bloqueo un espacio de 30 minutos entre reunión y reunión para poder llevar la jornada de forma más sana y balanceada.

Para crecer cada mujer debe trabajar en su autoconfianza, creer en sus propias capacidades y superar sesgos en relación con roles impuestos por la sociedad a lo largo de la historia y mandatos sociales sobre cuestiones que podrían asumirse en pareja

En el pasado para mi todo se reducía a una carrera de obstáculos a vencer, para llegar a un lugar que nos habían enseñado que debía ser el aspiracional. Visualizar un puesto de liderazgo siendo mujer implicaba un camino lleno de sacrificios y postergaciones – o a veces anulaciones - de proyectos personales, como por ejemplo planificar la maternidad postergándola lo más



possible. Con el tiempo, entendí que no podía seguir resignando mi propósito de vida por ambiciones profesionales, y curiosamente cuándo decidí cumplir mi anhelo de formar una familia fue cuando más progresé en mi carrera. Entendí que no podía hacer competir estos proyectos, sino que debían avanzar juntos.

- FANNY LOSPENNATO

Chief of Staff and Sales Director en Lenovo Data Center Group

Aprender a compartir y delegar

El impacto de las nuevas formas de trabajo es diferente entre la mujer que vive sola y la que vive con su pareja o familia. En el caso de las mujeres que conviven con otras personas, el lado negativo es que habitualmente esas mujeres toman un rol protagónico en sus casas y con las tareas hogareñas. Así es como se encontraron con menos tiempo y espacios para concentrarse en el trabajo. El positivo, muchas mujeres nos dimos cuenta del esfuerzo adicional que eso implica. A aprender a compartir y delegar este tipo de tareas en nuestra pareja y/o hijos. Algo positivo también que deja esta pandemia es que nos dimos cuenta de que "el teletrabajo" nos permitió cumplir nuestros objetivos laborales, optimizando tiempo y brindando una mejor calidad de acompañamiento a los hijos y la familia.

Poniendo reglas de convivencia muy en claro (cuando la edad de

los niños lo permite) y programar las tareas a desarrollar para que las responsabilidades no recaigan sobre una sola persona. **El teletrabajo nos dio muchos beneficios, pero en muchos casos nos dimos cuenta de que trabajamos más horas en casa, que cuando lo hacíamos en la oficina. Es importante poner horarios y límites cuando debemos establecer el inicio y finalización de las tareas laborales.**

El talento es uno sólo. No distinguiría el talento en relación al género, aunque sí haría una salvedad aquí, porque eso depende muchas veces de la mirada de los otros. Generalmente atribuyen al género femenino, es habilidad de multitasking, sin descuidar ningún detalle.

Traté de dejar atrás la imagen de que la mujer, al tener hijos, deja de darle importancia al trabajo. Siempre hice saber a las personas que me rodearon sobre mis ganas de progresar, y creo haberlo demostrado con hechos. El acompañamiento de mi marido en mi vida laboral fue clave para poder progresar en mi carrera.



Lenovo

Planificación, dedicación, perseverancia, resiliencia y fundamentalmente aprender de los grandes líderes que me rodearon fueron clave para mi desarrollo profesional.

Entre las mujeres que admiro están **Angela Merkel y Gabriela Sabatini**.

- PAULA CARRACEDO

Marketing Manager en Palladio Hotel Buenos Aires MGallery

Seguir la propia intuición

La inédita circunstancia de tener nuestras oficinas en el hogar, me permitió compartir más tiempo con mi hija. Pensando a futuro, sé que será muy difícil para nosotras la separación, una vez que la situación se normalice y volvamos a la rutina habitual (si eso sucede). Para mí es difícil juntar lo laboral y el hogar, ya que siempre fui una persona muy dedicada al trabajo. Al tener la oficina en casa los chicos demandan más atención. Hago el seguimiento escolar, acompaña y apoyo las clases desde la virtualidad, y creo que si una se organiza bien se puede alcanzar un equilibrio.

Creo que es muy importante sentirse segura y tener confianza en la

toma de decisiones, independientemente de la persona que tengas en frente. **Seguir la propia intuición y actuar siempre con mucha responsabilidad.**

Tuve la suerte de trabajar en grandes empresas, crecer profesionalmente y desarrollarme, hacer una 'task force' en el exterior, que me permitió conocer, aprender y relacionarme con otras culturas, además de afianzar mis conocimientos y sentirme segura de mis capacidades y decisiones.

Considero fundamental la capacitación constante para sumar nuevos aprendizajes, porque todo va cambiando. También ponerse objetivos y alcanzarlos, trabajando con dedicación, constancia y trabajo en



equipo. Una herramienta indispensable, fue haber aprendido otros idiomas. En un ámbito laboral como el mío es fundamental.



INNOVACIÓN
COMPROMISO
PERSONAS



- MARIA AMELIA VIDELA

Directora de Comunicación, Sustentabilidad y Asuntos Corporativos en Manpower

Perspectiva de género después de la crisis

La autonomía económica de las mujeres ya estaba en peligro en el mundo, antes del COVID-19 y, sin duda alguna, la pandemia extremó ese riesgo. Más allá del incremento de la tasa de pobreza femenina en Latinoamérica en un 37,4%, la pandemia dejará al 15,2% de las mujeres desempleadas en la región, seis puntos porcentuales más que en 2019.

En este contexto que ha agudizado inequidades, las mujeres tenemos que alzar la voz para que nuestra mirada, experiencia y liderazgo, esté presente en la toma de decisiones para alcanzar una mayor pluralidad en la aproximación a los problemas y mejores propuestas de solución a la crisis.

Puede decirse que estamos liderando la respuesta en el terreno, pero no la toma de decisión en este escenario. Estamos en primera línea expuestos, porque las mujeres son mayoría entre profesionales de la salud, en tareas de higiene y limpieza, en atención y cuidado de enfermos en instituciones y en el hogar a través del cuidado de niños, niñas y personas mayores. Pero no estamos al frente en los hospitales o tomando decisiones a nivel público o privado.

Si la sub-representación femenina en la toma de decisiones supone ya de por sí un déficit; la escasa valoración de la experiencia de mujeres líderes en materia de salud, economía y género es más preocupante.

Resulta crucial entonces incorporar la perspectiva de



género en las respuestas. Esto implica analizar de qué forma una crisis como ésta afecta a las mujeres, cuáles son sus demandas y necesidades específicas y cuáles son las causas estructurales de las desigualdades de género; para de esta manera diseñar e implementar respuestas efectivas, inclusivas e integrales.

Las mujeres que trabajan tienen una peor participación respecto a los varones en el mercado laboral, y más intermitencias. El problema no es si las mujeres pueden adaptarse a la cultura de una organización, sino si la organización puede adaptarse a las necesidades de las mujeres. Es hora de incluir un enfoque relacional y sumar en la tarea a los varones; no solo como aliados sino como participantes dispuestos a no tolerar situaciones que reproducen desigualdad. Hoy se requiere aunar esfuerzos para que la perspectiva de género sea una mirada fundamental en cómo sobrevivir a la crisis y reinventarse. Lo que es bueno para las mujeres, es bueno para el crecimiento económico.

Liderazgo femenino en primer plano

- NATALI AUN SANTIAGO

Gerente general en Flex Energy. Co fundadora Mujeres Argentinas Emprendedoras y WE Ballet Fitness.

Con la pandemia se han creado y potenciado muchas redes de mujeres empresarias, emprendedoras y líderes, con la idea de impulsar el liderazgo femenino. A su vez, se ha demostrado que líderes políticas femeninas como Jacinda Adern o Angela Merkel han tenido una particular disciplina, empatía y capacidad de res-

puesta, lo que genera visibilidad e impulso en el liderazgo femenino.

En este sentido, se replantea el rol de la mujer en posiciones de liderazgo y se las realza. El mundo post pandemia necesita de líderes empáticos y las mujeres somos capaces de liderar con esa gran virtud.

Lamentablemente también, las mujeres son objeto de despidos, recortes salariales y desempleos. Además cargan el 'peso' o mandato de tener las responsabilidades del hogar, hijos y familia, además de sus trabajos. La pandemia ocasionó que

- ELIANA BANCHIK

Presidente de Michelin Argentina, Paraguay y Uruguay.

La diversidad como cultura empresarial

La diversidad es un tema que cobra cada vez mayor relevancia en la agenda de los medios y las compañías. Aporta distintos tipos de análisis y visiones; una mayor amplitud de abordajes y criterios que enriquece la gestión y, por lo tanto, obtenemos mejores resultados. Desde Michelin, abrazamos la diversidad porque es un catalizador que contribuye a la competitividad del negocio y la sostenibilidad del grupo.

Si bien la diversidad es muy amplia pues tiene varias aristas, la equidad de género es uno de los principales ejes que venimos trabajando desde hace mucho tiempo a nivel local. **En este sentido, valoramos a las personas en toda su singularidad, donde prima la capacidad por sobre el género. Y esto refleja el respeto a las personas como un valor sustancial en la cultura de la empresa.**

En Michelin contamos con varias iniciativas que garantizan la equidad de género. Entre ellas, el gap salarial entre hombres y mujeres para un mismo cargo/responsabilidad; así como también beneficios, aplicables tanto para las colaboradoras mujeres que deseen ser madres (como licencia que se empieza a contabilizar desde el nacimiento del bebe; horarios flexibles, home office, horarios de verano, día libre en los cumpleaños de los hijos, entre otros), como para los hombres (posibilitando que puedan conciliar mejor su paternidad con la vida laboral y compartir las



responsabilidades de los hijos e hijas con sus parejas) de manera que todos puedan conciliar el balance vida laboral-personal.

A nivel global, el grupo también se fijó -entre diversos objetivos- contar con un 30% de mujeres en mandos medios y altos para este año. Si hablamos de Argentina, hemos progresado muchísimo, ya que desde hace más de 10 años, 50% del directorio está compuesto por mujeres. Sabemos que aún tenemos un camino por recorrer. Uno de nuestros desafíos es seguir diversificando nuestra fuerza de venta, dado que no se presentan tantas mujeres cuando hacemos postulaciones. Para eso estamos trabajando en cómo presentamos nuestras acciones como compañía para que sea atractivo e incentivarlas a que se postulen, sumado a que tenemos que derribar el mito de que es un rubro exclusivamente para hombres.

las mujeres debieran relegar sus prioridades laborales para un futuro que no será fácil.

Sin perjuicio de ello, la crisis presenta una **oportunidad para promover la igualdad de género en el hogar y el trabajo**.

Esta realidad y el futuro, requerirá la participación igualitaria de las mujeres en las decisiones y la decisión que un enfoque de igualdad de género sea elemento central en las políticas mundiales de mitigación y recuperación de la crisis. No considerar un enfoque de género profundizará desigualdades con efectos prolongados en el tiempo y difíciles de revertir.

La realidad es que todo tiene un equilibrio. No podemos hablar de igualdad de género si en nuestros propios hogares no contamos con la ayuda necesaria para complemen-

tar responsabilidades laborales con personales.

El rol del hombre en la familia es una cuestión a redefinir y replantearse en estos momentos.

En mi caso, cree mi propia empresa -WE Ballet Fitness- destinada a la salud; fundar una organización como Mujeres Argentinas Emprendedoras, para capacitar y conectar mujeres emprendedoras y fomentar liderazgo femenino. También soy coordinadora general de Flex Energy, empresa de generación de energía solar.

Son varias la mujeres públicas que reconozco como líderes: **Jacinta Ardern, Ruth Bader Ginsburg, Rosa Parks, Malala Yousafzai**, entre otras.

- FABIA TETTEROO-BUENO

Vicepresidente senior y gerente general de Philips para Latinoamérica

La ‘doble jornada’ femenina afecta la productividad

El escenario actual es una oportunidad para demostrar el impacto positivo del liderazgo basado en el apoyo, conexión y contención entre nuestros equipos de diferentes países. En Philips todos aportamos nuestras diferencias y fortalezas individuales. Aprovechar esa diversidad es parte de nuestro éxito como compañía.

Como líder, trabajo diariamente consciente de crear un entorno de trabajo abierto y que saque lo mejor de cada uno del equipo. Hoy podemos elegir activamente desafiar estereotipos, combatir prejuicios, ampliar percepciones y mejorar situaciones para que nuestras próximas generaciones tengan un futuro mejor.

El mercado laboral, al igual que la sociedad, reproduce estereotipos de género sociales, que asocian a las mujeres trabajadoras con tareas de cuidado, reproductivas. Sus vidas giran en torno al hogar y los hijos. Esta ‘doble jornada femenina’ implica que las trabajadoras deben desdoblar esfuerzos, afectando el rendimiento laboral y dificultando su despegue en la pirámide económica.

Una organización se compromete con las necesidades de las mujeres cuando genera un entorno de trabajo favorable, reconoce sus necesidades, ofrece soluciones, y las apoya para alcanzar el éxito laboral. La implementación de políticas, y el uso de herramientas digitales les permitan ejercer plenamente los diversos roles en la sociedad son clave. Philips pone a su alcance soluciones inteligentes para tomar control de su salud y la de su familia, practicar rutinas de vida saludable y empoderarse en sus diversos roles de profesional y madre. Personalmente, mi enfoque fue separar espacios, tener una agenda estructurada y lo más importante fue tener una pareja que me ayudó a compartir responsabilidades en casa. Tener a los hombres como aliados es fundamental para la diversidad y la inclusión.

No tratar diferente a las personas por su género ni



esperar ser tratada en un modo distinto por ser mujer. Este es un aprendizaje que adquirí de una mentora, hace más de 20 años, y lo prego en todos mis equipos de trabajo en la región. Trato a las personas como profesionales y creo en su capacidad. Sin embargo, sigue siendo baja la presencia de mujeres en puestos directivos y la brecha salarial aún nos desfavorece. Tenemos un largo camino por recorrer, pero rescato que las desigualdades laborales están cada vez más en la discusión pública. En esa línea, hemos fijado un objetivo: incrementar un 30% la diversidad de género en puestos de liderazgo para finales de 2025, y aumentar el objetivo de 2020 al 25%. Con nuestro programa de liderazgo femenino “Philips Women Lead”, nuestras colaboradoras se sienten empoderadas para crear la cultura que les gustaría ver.

Mi carrera profesional en la compañía comenzó hace 23 años, como trainee. Luego me he desempeñado en diferentes partes del mundo como los Países Bajos, China, Alemania, y Filipinas.

La formación constante y un buen mentor son herramientas fundamentales en la construcción de una carrera profesional. Pero sin pasión nada sirve. Mi motivación personal se alinea al propósito de Philips: mejorar la vida al proporcionar acceso a la atención médica en Latinoamérica.

Como líderes destacó a **Angela Merkel** por su gestión del Covid con liderazgo y espíritu colaborativo. Es un ejemplo de cómo se pueden manejar las crisis. En general, admiro a mujeres que en nuestra historia han sido fuertes y creyeron en sí mismas, luchando contra el status quo: **Madame Curie, Joana D'Ark, Margaret Thatcher, Cleopatra, Madre Teresa**, son algunas de ellas.

- SILVIA MARTINUCCI

DIRECTORA JURÍDICA PARA AMÉRICA LATINA PSA GROUPE

Audacia para salir de la 'zona de confort'

Es innegable que la "modernización" laboral se aceleró con la pandemia. Con ella muchos mitos cayeron, como la imposibilidad de la eficacia del trabajo laboral y la tecnología.

Esta modalidad llegó para quedarse, como la flexibilización de los horarios. Es una oportunidad magnífica para que las mujeres niveleen la actividad laboral y la vida privada. Seguramente influirá en el futuro para que más mujeres accedan a posiciones de liderazgo. Como aspecto negativo, señalar que la mujer está bajo un mayor stress porque, lamentablemente, el área doméstica sigue siendo una responsabilidad no compartida. Es entendible que sea complicado el equilibrio hogar-trabajo en este momento. Para muchas es una novedad trabajar en casa, pero vamos aprendiendo. Lo que funciona para mi es dedicarle tiempo a la organización y no pretender

que todo esté perfecto. Si otros miembros de la familia pueden colaborar, lo ideal es acordar una justa división de tareas.

En general la mujer tiende más a la escucha y la negociación. Estas características son indispensables en un mundo empresarial cada vez más enfocado en el cliente, que demanda mayor eficiencia y calidad. **Me parece que, para hacer una buena carrera, las mujeres deberíamos tener más confianza en nosotras y arriesgarnos más, ser más audaces y buscar las posibilidades de crecimiento. Salir de la zona de "confort" e ir más allá.**

El proceso de crecimiento personal es fundamental. Lo inicié hace muchos años y sigo trabajando en estar mejor. Hay dos cosas que me dan suma satisfacción: recordar cómo pude solucionar situaciones complejas y disfrutar del respeto de colegas y colaboradores.



Para lograr crecer profesionalmente fue fundamental disfrutar de mi trabajo y de los desafíos, por lo que pongo mucha energía. También aprender a escuchar para entender situaciones y ofrecer soluciones adecuadas.

Cuando era joven admiraba mucho a **Simone de Beauvoir**, autora de 'Diario de una adolescente formal'. Luego comencé a admirar a mujeres capaces de llegar alto en la política, como en su momento **Golda Meir**, Primer Ministro de Israel a principios de los 70.

- MARIANA SPECTOR

Head of Sales de PUMA

Respetar los espacios siendo solidarios

El Covid-19 es un punto de inflexión que redefine nuevas pautas en el entorno laboral. El tiempo de viaje que se utilizaba para llegar a la oficina, se transformó en equilibrio mucho más saludable. Otro punto: es posible liderar de manera virtual si se mantienen y fomentan los espacios de intercambio. Ya no es necesario estar físicamente para estar presente con el equipo.

Estoy casada y tengo dos hijos de 18 y 21 años, ambos con clases virtuales. No fue sencillo aprender en un corto plazo que nuestra vida pasaba a ser virtual. Respetar los espacios siendo solidarios fue la clave.

La inteligencia emocional, inteligencia política y empatía son atri-

butos fundamentales para que una mujer pueda desarrollarse profesionalmente en una corporación. Soy una ferviente defensora de la equidad, la diversidad y la inclusión en los equipos para sumar miradas diferentes que nutren y aportan valor. Con más de 20 años en la compañía, me enorgullece formar parte del equipo directivo que está integrado en partes iguales de mujeres y hombres.

Haber formado una familia ha sido sin dudas mi motor, mi contención y los cimientos de mi realización personal. Hoy lidero un increíble equipo de ventas mayoristas. Llegar me llevó mucho esfuerzo, pasión y desarrollo profesional. También perseverancia, y por sobre



todo capacidad de aprendizaje y resiliencia.

Todas las mujeres de decisión son mis referentes, ya que detrás de cada una hay una historia de pasión y sacrificio.

- PAOLA GEMMATI

Executive Vice President & Partner de Porter Novelli Argentina

Impacto en la salud mental

En términos generales -y esto lo podemos sustentar con el estudio de Tracker que hemos realizado a nivel corporativo- estamos detectando un mayor impacto de los efectos de la pandemia COVID-19 en las mujeres. Básicamente, esto se debe al control multivariable de la realidad que habitualmente administramos. **En el estudio, por ejemplo, detectamos que en términos de salud mental, el impacto del estrés ha sido considerablemente mayor en las mujeres respecto a los hombres (65% vs. 50%), preocupación (70%) y ansiedad (67% vs. 54%)**

Cada familia es un mundo y los roles se van alternando. Inclusive, y visto desde perspectiva de la bio-neuroemoción, solemos repetir patrones de conducta de un sistema hacia el otro.

Lo más aconsejable, en la medida que sea posible, es generar una rutina respetando ciertos horarios, encontrar un espacio definido y llevar una agenda para que cada función tenga su horario y ritual pre determinado. Eso nos permitirá

enfocarnos más, darle un coto a las tareas laborales sin restar atención a los roles interpersonales.

Lo fundamental es ser flexible y no sobre exigirse pretendiendo que todo esté perfecto, sino adaptarse al nuevo escenario sabiendo que uno está haciendo lo mejor posible con las herramientas con las que cuenta.

Poner la oreja, escuchar al otro, tratar de comprender a los demás para achicar los sesgos e identificar los puntos ciegos. Considero que **en esta realidad, la inteligencia emocional y la empatía son aptitudes fundamentales -junto a la gestión de emociones y poder de negociación- para facilitar la ejecución de tareas y llevar adelante equipos funcionales y motivados.** Independientemente del género, creo que la realización viene de la mano del autoconocimiento y la satisfacción de las propias expectativas. En mi caso personal, el hecho de haber co-creado una consultora que ya lleva más de 20 años en el mercado, haber formado tantos jóvenes profesionales



PORTER
NOVELLI

que hoy son sólidos colegas, estar tranquila con el camino recorrido, seguir compartiendo conocimientos y facilitar el acceso a las nuevas generaciones es algo que me enorgullece.

Las herramientas más valiosas que puedo destacar en mi experiencia, son pedir feedback, apelar a la creatividad, buscar soluciones desde el pensamiento lateral. Parar la pelota, analizar y gestionar mis propias emociones, pedir ayuda a las mentoras adecuadas para tener otra perspectiva y una guía confiable. Generar networking y seguir construyendo redes.

Pionera en un rubro no tradicional

- LUISA FERNANDA VALDERRAMA CASTRO

CEO, Presidente-Fundadora de la Organización Am. de Mujeres Líderes en Mantenimiento Automotriz

Como rasgo positivo de la crisis, destaco la actitud frente al reto que asume la mujer y la exigencia a sostener y mejorar su desempeño laboral enfrentando los cambios sociales, en la comunicación y tecnología. Lo negativo es el incremento de excusas para el desarrollo profesional basado en la pandemia de Covid-19.

Considero que si hay comunes denominadores atribuibles a las mujeres en el plano laboral, puede

hablarse de “la pasión”, en hacer lo que nos gusta y no lo que nos toca. Hacer lo correcto, no lo conveniente, la organización y detalle en nuestro desempeño, la humanización de las actividades y la firmeza en conservar nuestra integridad.

En lo personal, mis logros se relacionan con 41 años de experiencia en mantenimiento automotriz, auditora internacional de calidad ISO 9001 versión 2015 y en servicio posventa Automotriz. He sido re-

- MARIA PIA SARACENI

Directora de Recursos Humanos de Pfizer Argentina

Promover la flexibilidad

La pandemia se ha convertido en uno de los momentos más desafiantes para todos, cambiando la forma de relacionarnos y hacer las cosas. El hogar se ha convertido en el espacio donde todo ocurre: trabajo, estudio, descanso y cuidado de los niños y/o adultos mayores, generando un gran agotamiento mental y emocional.

Si bien esto impacta en todas las personas, por mandato social y/o tradición, las tareas domésticas y familiares continúan recayendo principalmente en las mujeres, sin considerar que se le suman las presiones del trabajo.

Desde el ámbito laboral, es fundamental promover la flexibilidad, probar nuevas formas para trabajar ágilmente y reforzar los valores de colaboración y empatía entre los empleados.

Hay dos responsabilidades fundamentales: la de cada uno y la de las empresas. A nivel individual, es necesario tomar elecciones prácticas, siendo amable con uno mismo y pedir ayuda cuando se necesita. Por su lado, las compañías deben

ofrecer esquemas de trabajo más flexibles y espacios de contención. En Pfizer implementamos distintas iniciativas como los "miércoles sin reuniones", recetarios saludables con opciones que faciliten el almuerzo, charlas de bienestar, actividades lúdicas y un servicio confidencial de orientación en asuntos familiares, laborales, financieros y legales.

Al hablar de talento, es importante pensarlo en forma inclusiva: cuáles son las características necesarias para desarrollarse, ayudar a otros y crear impacto, cualquiera sea el género. En Pfizer, creemos que las personas valen por cómo actúan y los valores que demuestran: tener el coraje de asumir nuevos desafíos, ser equitativos y valorar ser parte de un ambiente diverso, apostar por la excelencia y vivir el trabajo con alegría.

En mi caso, la realización está ligada con la felicidad, sentirme bien con lo que hago, aportar algo valioso a los demás y estar orgullosa del camino realizado. En el ámbito laboral, el saber que, con las accio-



nes que se toman, las personas se sienten valoradas, respetadas y comprometidas. En definitiva, saber que hay un impacto positivo en la gente que forma parte de la organización.

La resiliencia ha sido una herramienta fundamental en mi caso: animarse a fallar, aprender de eso y salir adelante. También convivir con las imperfecciones, tratando de ganar fortaleza a partir de ellas. A su vez, no juzgar y estar abierta a escuchar otras opiniones, crear buenos hábitos, tomar decisiones a conciencia, y buscar apoyo en una persona de confianza.

conocida como pionera en Colombia y América en el liderazgo en este rubro. He sido la primer mujer en América en obtener el certificado de aptitud profesional como técnico en mecánica automotriz Diesel.

También he sido Integrante del primer curso de Suboficiales femeninos (1983) con escalafón en transportes en el Ejército Nacional de Colombia, ocupando el cargo de régimen interno en la Sección transportes del Comando General de las FFMM. Responsable del Mantenimiento del parque automotor (1984).

Entre otros cargos, he ocupado Jefaturas y Gerencias en servicio posventa con marcas como Mercedes Benz, John Deere, Chevrolet, camiones Ford, WV y Renault. Por otra parte soy la primera y única mujer como gerente de Mantenimiento en un operador de transporte masivo y la primera y única

mujer en Sudamérica como gerente de Soporte al equipo en tierra para la Embajada de EE.UU.

En la actualidad soy fundadora y presidenta de la Organización Americana de Mujeres Líderes en Mantenimiento Automotriz WAM 21, en la cual trabajo por la inclusión de la mujer en la Industria del mantenimiento automotriz en el continente Americano, lo que me permite sentirme realizada como Mujer, profesional, amiga y realizar un liderazgo positivo dejando huella a las siguientes generaciones. Las herramientas que más me han servido para progresar en mi carrera son, la pasión, la lógica, el amor al prójimo, la integridad, el conocimiento en la gestión de mantenimiento automotriz y las relaciones incluyentes.

Entre las figuras públicas femeninas que respeto y admiro se encuentran: Marie Curie, Raye Montague, Bertha Benz, Mimi Aung.

- CONNIE DEMURU

VP Latam & Partner de RAPP

Balancear la exigencia y la `autoexigencia`

El COVID-19 transparentó y desnudó realidades que veníamos atravesando como sociedad. El rol de la mujer como hacedora incansable, multitasking perfecta, con exigencias naturales de ama de casa, docente fuera del colegio, entre otros, se manifestó con más fuerza en un contexto de incomodidad generalizada, impactada por el trabajo en casa (que difiere bastante de un día de `home office`). Para trabajar se hizo necesario en cada casa, reforzar la convivencia, la privacidad, y legitimar tiempos de descanso y placer personal. Lo positivo: permitió madurar ciertos hábitos, en casos "felices", revisar y redistribuir equitativamente tareas. Se ganó flexibilidad, pero se reformuló en exigencia desde afuera o `autoexigencia`. Se ganó en concentración y foco para encarar el trabajo, pero se perdió en intercambio valioso. Ya llegarán los tiempos de balance; aún nos queda mucho por ordenar. El balance trabajo/vida familiar, duele y cuesta para la mujer. El COVID-19 y el confinamiento nos desconfiguró, desarmando lo que habíamos logrado armar. Separar el trabajo en casa del resto de las obligaciones es un desafío casi líquido, en permanente fricción. No hay fórmulas, sino consejos, útiles. Para crecer hace falta talento, dedicación, trabajo, constancia, capacidades personales de liderazgo. Sin importar el género. Como mujeres aportamos un componente de sensibilidad, intuición, agudeza, templanza, que nos son propias y contribuyen a la empresa y equipos. Sin embargo, lamentablemente todavía ser soltera y sin hijos es una condición nefasta instalada.



RAPP 

Para mi, estar realizada es estar en balance con una misma. Tengo la suerte de haber descubierto una vocación y me motiva frente a los desafíos que propone la sociedad. Pude desarrollar una familia mientras desarrollaba mi profesión. Pude liderar equipos de trabajo y una compañía. Y también pude recorrer un camino de aprendizaje constante. ¿En qué sigo trabajando? En el balance. Seguir aprendiendo. Lograr mejores formas de integración entre vida personal y profesión.

La honestidad me ha sido muy útil y tuve la suerte de cruzarme con personas que supieron valorarla. La fortaleza, me permitió seguir adelante muchas veces en que el cielo se veía negro. y sin duda la principal herramienta fue la dedicación al trabajo. Admiro las mujeres honestas que reconocen la adversidad en el logro. Escuché hace tiempo a Isela Costantini contar sobre las cosas personales que perdió por su carrera, y eso es lo que admiro, además de su gestión, su trabajo, y carrera.

Capitalizar lo aprendido y mantener espacios de igualdad logrados

MARIELA ARCE

DIRECTORA DE MARKETING & COMUNICACIONES DE RED HAT

La pandemia puso en jaque todos los esquemas, formas de pensar y metodologías tradicionales. Como consecuencia el mundo laboral aún no para de reinventarse y evolucionar. En este sentido, la modalidad virtual, ya cambió el trabajo y con ello, la organización del balance vida laboral y personal. Según varias encuestas, uno de los aspectos más controversiales fue la sobrecarga de actividades que recayó en la mujer, al fusionar responsabilidades laborales con tareas del hogar y acompañamiento pedagógico

de sus hijos.

Por otro lado, el rasgo positivo más destacable es que la **"nueva normalidad"** nos puso en igualdad de condiciones a todos, mujeres y hombres, ya que estamos realizando el trabajo en modalidad virtual al mismo tiempo. Será clave en la post-pandemia, **capitalizar lo aprendido y mantener los espacios de igualdad lograda**. Es evidente que el trabajo virtual permanecerá y ayudará en la flexibilización laboral, optimizando el equilibrio entre responsabilidades profesionales y personales. Con

- AGUSTINA MACHICOTE

Head Growth Marketing para Rappi Argentina y Uruguay

Hoy es necesario estar presentes y acompañarse

La pandemia significó un desafío global para todas las áreas, industrias y tipos de trabajo. Previo a que se iniciara la cuarentena obligatoria, Rappi se volcó 100% al teletrabajo, lo que necesariamente implicó repensar la forma de abordarlo desde casa. Uno de los aspectos más positivos posiblemente sea que al poder permanecer más tiempo en los hogares, para muchos/as la cuarentena implicó poder compartir más tiempo con la familia. Las organizaciones deben trabajar en la comunicación e interacción con cada uno de los miembros del equipo. De esta forma, podemos conocer sus necesidades actuales y cómo brindar una ayuda en este contexto. Hoy, más que nunca, es necesario estar presentes y acompañarse, pese a la distancia. Sin dudas el equilibrio trabajo-vida personal es uno de los grandes desafíos en este periodo. En este sentido, la organización posiblemente sea una de las claves más importantes para poder establecer un balance. En mi caso, continuar con ciertos horarios definidos que se aplicaban previo a la cuarentena, me ha sido muy útil. Gracias al desarrollo de Internet y al crecimiento de los medios de comunicación es posible acceder a distintos podcast, libros y artículos que brindan consejos, técnicas y variedad de ejemplos sobre cómo organizar mejor el tiempo, principalmente cuando uno trabaja desde su casa. Esta gran



variedad de recursos e información gratuita permite seguir aprendiendo de colegas, docentes, y del propio equipo de trabajo. Es una herramienta muy poderosa para poder seguir creciendo en la carrera profesional, pero más importante aún, como persona. En este sentido, es muy importante desarrollar no solo habilidades vinculadas al negocio, sino también incorporar las relacionadas al liderazgo y trabajo en equipo. Existen muchísimas mujeres que admiro, por el rol que desempeñan o por sus logros profesionales, cualidades personales y valores. En este sentido, reconozco a figuras públicas como **Isela Constantini y Jane Fraser**, por su desempeño y logros obtenidos en el ámbito profesional.

respecto a este equilibrio, considero que no hay receta: cada familia encuentra sus propias metodologías.

Al inicio de la pandemia se vivió en muchos hogares una sobredemanda de horas de trabajo, pero de a poco, comprendimos que esto se trataba de un nuevo proceso y necesitábamos un modo sustentable para afrontarlo a largo plazo, reorganizar los tiempos, y aprender a respetar los horarios de descanso. Ante todo necesitamos flexibilidad para poder adaptarnos y bajar la exigencia.

Desde Red Hat creemos que el talento es el activo más valioso de las organizaciones. En esta línea, trabajamos a través de una cultura sustentada en un feedback abierto y colaborativo. Sabemos que en la diversidad se encuentra la innovación y se potencian los resultados. Por eso resulta vital el trabajo en equipo, sin distinción de género. La industria tecnológica siempre se ha ubicado a

la vanguardia en temas de políticas de diversidad y acompañamiento al empleado. Por eso ya teníamos incorporado desde mucho tiempo atrás, la posibilidad de trabajar bajo diferentes modalidades como home office, los horarios flexibles, y el balance entre vida personal y laboral. Muchas herramientas fueron útiles para la evolucionar en la vida laboral, por ejemplo el coaching, el mentoreo y la práctica. Creo que la clave está en tener la posibilidad de asumir desafíos con proyectos que te exijan y te saquen de tu zona de confort. Asimismo, mantenerse siempre actualizado en tendencias: la vida cambia a un ritmo sorprendente y hay que estar preparado. En mi carrera, he tenido referentes femeninos que me ayudaron y acompañaron en mi trayectoria, pero no necesariamente figuras públicas.



- NORA MOSSO

Gerente de Marketing en SanCor Salud Grupo de Medicina Privada

Tenacidad, ahora más que nunca

La pandemia de Covid-19 ha llevado la oficina al ámbito familiar. Desde siempre trabajo y familia convivieron en mi vida, solo que ahora se interrelacionan directamente en el mismo lugar, tiempo y espacio. En mi caso es más fácil hacer que ambas convivan sin dificultad porque ya todos somos adultos.

Pero ese equilibrio es muy difícil de lograr en mujeres con niños pequeños, que le suman a las tareas de la casa, el acompañamiento a la escolaridad, y la

- GLADIS GATTI

Directora del Segmento Profesional para LatAm, División Soluciones Digitales en Signify.

Focalizarse en los resultados

Hay una paradoja bastante interesante con el hecho de quedarnos en casa, ya que nos permitió potenciar atributos que las mujeres tenemos en base al "multitasking": supimos administrar y atender nuestras responsabilidades laborales sin desatender nuestro hogar, pudiendo encontrar un punto medio entre "la casa como oficina" y "la casa como espacio de familia". **Sin lugar a dudas saldremos de esto más fortalecidas, valorando aún más el contacto social, en el trabajo y las amistades; y potenciando la inteligencia emocional, que tanta importancia tiene en los resultados del negocio y el desarrollo de nuestra carrera.**

Con planificación, organización y capacidad de concentración se puede hacer un buen balance trabajo-hogar. Mayor foco en la tarea para exprimir las horas al máximo, dejando a un lado, por un tiempo, cosas que en lo inmediato no generen valor agregado a tu vida ni a tu desempeño laboral. Es todo un desafío, pero también un gran

aprendizaje para la vida.

La percepción que veo en muchas mujeres, ese sexto sentido innato de saber lo que el otro necesita, es clave para los negocios. Entender el contexto y tener una visión clara del mercado es clave. También nos ayuda ser buenas administradoras respecto al presupuesto. Desde el punto de vista laboral, ser parte del Leadership Team de Americas (USA, Canadá, LatAm) de Signify representa para mí un gran logro. Me permite aprender sobre nuevos mercados, con otra cultura de interacciones y diferentes formatos de toma de decisiones. Trabajar diariamente con personas de todo el mundo es muy motivador y a la vez acrecienta mi conocimiento y mi creatividad. Desde lo personal, haber podido tener a mi familia siempre a mi lado, apoyándome, fue un motor inigualable. No hubiese podido sin ellos.

Además, la capacidad de adaptación al cambio y mi tenacidad, son drivers de mi carrera. Mi enfoque en resultados y el acerca-



miento con mis equipos y clientes fueron de gran ayuda para crecer y responder a los desafíos. En lo personal, muchas mujeres me han inspirado, entre ellas **Michelle Obama, la escritora Virginia Woolf, Frida Kahlo, Sor Juana Inés de la Cruz y Máxima Zorreguieta**, entre otras.

simultaneidad de presiones. La situación se agrava para las mujeres solas y único sostén de familia, o cuando tienen un trabajo informal (según la ONU, el 60 % de las mujeres del mundo). En las últimas décadas fuimos creciendo en distintos ámbitos de toda disciplina. Estoy convencida que muchas, inconscientemente, hemos abonado esos terrenos y contribuido a abrir puertas para las que venían detrás. Un rasgo que me caracteriza, y es seguramente el ADN de muchas otras, es la tenacidad. Junto con la visión, son el binomio para cruzar puentes y barreras. Hace casi 200 años Louise May Alcott ya expresaba: "Has de comprender lo que sucede e instruirte para participar en la obra del mundo, porque todo afecta a los tuyos y a ti". La actividad laboral sostenida en la empresa me permitió capitalizar fortalezas como autonomía, gestión y fundamentalmente poder usar distintos lentes de observador.

Las mujeres seremos un engranaje fundamental cuando recuperemos la nueva normalidad. Imagino nuevos liderazgos y contribuciones que nos tocará afrontar como sociedad. Me ilusión es que active de modo profundo un despertar del propósito de la vida y de las mujeres como creadoras de ella. Como mujer y trabajadora de una empresa comprometida con la diversidad y el respeto, busco el camino de la igualdad de oportunidades y pongo mi empeño en crecer junto a las demás mujeres estrechando vínculos. Hoy es a través de la virtualidad, pero nos escuchamos, e interpretamos la realidad para crear una sociedad más humana a partir de la construcción de lo bueno, lo bello y lo verdadero desde el lugar donde actuamos..

- VALERIA LODERER

Directora para Argentina y Uruguay de Starbucks

El talento es ser perseverante con tus sueños

La pandemia nos presenta grandes retos como sociedad. El incremento en el trabajo remoto evidenció desafíos que muchas mujeres enfrentamos para cubrir nuestras responsabilidades personales y profesionales, lo que ha generado mayor conciencia y reconocimiento por parte de las empresas en las que trabajamos. Por otro lado, también considero que, más allá del género, este es un momento donde debemos inspirarnos y apoyarnos en conjunto para seguir adelante. Tendremos más cosas positivas que destacar como sociedad si trabajamos juntos. Una de las cuestiones más importantes para lograr un buen equilibrio trabajo-hogar, es que la compañía en donde trabajas respeta e impulse, no solo el trayecto profesional, sino también el crecimiento personal y el tiempo de esparcimiento. Parte del legado de Starbucks, y de ahí su riqueza, es que pone a lo/as partners (empleados) en primer lugar y crea una cul-

tura donde todo/as nos sentimos bienvenido/as. Esto me permitió encontrar un balance entre mis responsabilidades laborales y las que tengo que hacer día a día.,

El talento no es una cuestión de género. Es ser fiel a uno mismo y sus sueños, trabajando con constancia, dedicación y pasión, y nunca desistir de alcanzar las metas. Creo que siguiendo este camino, cuestionando los mandatos para seguir aspirando a conseguir nuevos derechos, es que podremos llegar efectivamente a la igualdad de género. Por ejemplo, hoy celebro que más del 60% de los puestos senior en Starbucks Argentina son ocupados por mujeres. El aprendizaje es constante, incluyendo las decisiones tomadas que no han alcanzado lo buscado. Sin duda me ha retroalimentado y me ha desafiado estar en una búsqueda constante de la excelencia, sabiendo que en ese camino me desafío como profesional, como líder y como mujer, permitiéndo-



me un crecimiento permanente. A lo largo de mi vida, me han inspirado muchas mujeres. Si pudiera mencionar un factor en común, es que siempre se han mantenido fieles a ellas mismas y sus sueños. Así quebraron barreras en búsqueda de sus propios anhelos. Son mujeres que saben que cuando miran hacia atrás, pueden sentirse orgullosas por el camino recorrido y sintiendo una motivación infinita por el que aún falta recorrer.

- DELIA FLORES

Delegada del Women In Business en la cumbre de Líderes de G20

Nivelar el campo de juego

Delia Flores, presidenta de Grupo Empresarial de Mujeres Argentinas (GEMA), es la única representante latinoamericana en el Women In Business. También es miembro del Caucus de Defensa Empresarial B20 (BAC), del G20 de Arabia Saudita. laboral de las mujeres y la igualdad de género. Casi la mitad de las mujeres consideró que trabajar con los chicos en la casa es complicado y afecta la productividad laboral.

La Cumbre de Líderes del Grupo de los Veinte (G20) se realizará de forma virtual el 21 y 22 de noviembre y será presidida por el rey saudí Salman bin Abdulaziz Al Saud.

Arabia Saudita, preside actualmente el G20, y la cumbre telemática se realizará bajo el lema 'Hacer realidad las oportunidades del siglo XXI para todos' y pondrá el foco del evento en proteger vidas y reactivar el crecimiento económico.

Otro de los objetivos de esta cumbre, es centrar la atención en temas como las mujeres y la protección del Medio Ambiente.

Sobre estos puntos Delia Flores, destacó los ejes sobre los que están trabajando y las recomendaciones que elaboran para el G20 en el marco del Women In Business. "Nuestro Consejo de Acción de Mujeres Empresarias ha trabajado en tres ejes desde el inicio: nivelar el campo de juego, impulsar el espíritu empresarial femenino, y ampliar las sinergias.

Estas recomendaciones se presentarán oficialmente a los líderes durante la Cumbre B20 que se realizará del 26 al 27 de octubre.

La líder argentina manifestó que "para nivelar el campo de juego es necesario evaluar y modificar las políticas nacionales de igualdad para garantizar que protegen los derechos y la igualdad de oportunidades de las mujeres.

Recomendamos a los miembros del G20 desbloquear el avance y el potencial de liderazgo total de las mujeres impulsando reformas, fomentando un entorno inclusivo, asegurando un salario justo y equitativo y fomentando nuevas formas de trabajo flexible", dice Flores.

Además, consideró que "para impulsar el espíritu empresarial femenino y promocionar el negocio femenino, es necesario eliminar las barreras de acceso



a la experiencia y las finanzas para micro, pequeñas y medianas empresas dirigidas por mujeres, así como para emprendedores informales y nuevas empresas fundadas por mujeres. Centrarse en la creación de capacidad para que todas las mujeres emprendedoras y las empresas propiedad de mujeres crezcan y amplíen sus empresas en el comercio internacional.

"El G20 debería promover la propiedad empresarial femenina y crear un entorno propicio para las empresas emergentes y las empresas fundadas por mujeres", finalizó la empresaria.

"Para nivelar el campo de juego es necesario evaluar y modificar las políticas nacionales de igualdad para garantizar que protegen los derechos y la igualdad de oportunidades de las mujeres"

86° ANIVERSARIO
1934 - 2020



HOY, MÁS QUE NUNCA, REAFIRMAMOS EL **COMPROBAMOS** DE CUIDAR TU SALUD

Bagó

En un contexto tan desafiante, en Laboratorios Bagó redoblamos nuestro compromiso y esfuerzo para seguir ofreciendo productos innovadores, y así mejorar tu calidad de vida. Para ello, nuestras 3 plantas productivas en Argentina están operativas al 100%, lo que nos permite asegurar un normal abastecimiento de productos tan esenciales como los medicamentos.

Bagó

Ética al servicio de la salud

- AGUSTINA FABBIO

Directora comercial Fruta Fresca de San Miguel

Pararse en el lugar de las soluciones, no de los problemas

Uno de los principales desafíos fue equilibrar la vida personal y profesional, como administrar la escolarización de los chicos en casa y lograr efectividad en el trabajo. La clave fue organizarse bien. En mi caso, extender un poco los horarios: comienzo a trabajar bastante más temprano y a veces termino más tarde, para dedicar un rato en el día a ayudar a mis hijos de 6 y 8 años con la escuela.

Por otro lado, me gusta mucho hacer deporte, encontrar un momento para la actividad física también es parte de mi organización semanal. La pandemia demostró a las organizaciones que se puede trabajar 100% de forma remota sin perder efectividad. Nos permitió ganar mucha flexibilidad, por lo que mi balance es positivo.

Lo negativo: perder espacios de

contacto con la gente. Ya no te cruzás a nadie en el pasillo, no almuerzas con compañeros. Esos momentos sociales los perdimos.

El mundo nos presenta un contexto muy complejo. En la medida en que se pueda, hay que pararse desde el lugar de las soluciones en lugar de hacer foco en los problemas.

Este año en plena pandemia, cambié de rol y asumí un nuevo desafío como directora comercial de Fruta Fresca, lo que me demandó aún más organización. Personalmente, me encantan los desafíos, así que disfruto de tener un día a día muy ocupado. La clave del éxito laboral es, sin duda, disfrutar de lo que uno hace. En mi caso, trabajo en áreas comerciales y negocios internacionales. Me gusta viajar, estar con clientes y cerca de los mercados. Eso le suma una dificultad adi-



cional a la dinámica familiar, pero todo es cuestión de organizarse. En un constante proceso de crecimiento, tenemos que apreciar cada paso que vamos dando. Me siento realizada cuando veo que el valor que agrega mi gestión y la de mi equipo es relevante para la compañía, cuando paso tiempo con mis hijos, cuando salgo a correr a la mañana o me preparo para mi próxima carrera.

- GABRIELA TOSCANINI

Sales Manager Sud América en Verbatim Americas

Nosotras sabemos lo que hacen nuestros hijos y cómo está el mercado

La pandemia de COVID-19 tendrá una amplia repercusión en el mercado laboral. Se profundizarán los niveles de desempleo y subempleo, así como las desigualdades de género existentes, tanto en el interior del hogar como en el ámbito laboral. Los hogares se han convertido en el espacio donde todo ocurre. La realidad es que las labores no se distribuyen equitativamente, sino que recae principalmente en las mujeres. Obviamente también existen aspectos positivos: la incorporación del teletrabajo otorga mayor autonomía a las trabajadoras, que pueden organizar horarios a su conveniencia y conciliar mejor la vida laboral y familiar. Igualmente considero que las em-

presas ahora más que nunca, deben ser comprensivas y dar a los empleados confianza para gestionar sus horas y organizar su trabajo. Creo en los puestos obtenidos por capacidad individual y no por género. No podemos negar que hombres y mujeres nos caracterizamos por llevar a cabo distintos tipos de liderazgo. Por ejemplo el liderazgo femenino tiende a una mayor empatía, un sentido colaborativo, el elogio de la perseverancia en proyectos a largo plazo, y separar el ego respecto al éxito o fracaso. Las mujeres estamos enteradas en nuestra vida laboral y familiar, y sabemos perfectamente lo que hacen nuestros hijos y cómo está el mercado. La capacidad "multitasking" es fun-



damental. Personalmente dediqué muchos años a mi capacitación y desarrollo profesional; obviamente fui consciente que en cada elección uno deja de elegir otras cosas, lo que me llevo a retrasar algunos proyectos de índole familiar. Pero haciendo un balance, estoy muy conforme con las elecciones.



- ESTELA REALE

Directora de Comunicación de Tetra Pak para América Latina

La riqueza de la diversidad

Hay varios estudios que demuestran que la cuarentena a raíz de la pandemia de COVID-19 visibilizó la desigualdad entre hombres y mujeres respecto al cuidado de los niños y la realización de las tareas del hogar y cómo esto puede dificultar de alguna manera el desempeño laboral. Si bien el teletrabajo tiene muchos aspectos muy buenos, tiene otros que no tanto, como la dificultad para desconectar, generando, sobre todo en mujeres con niños, una sobrecarga de demandas y responsabilidades. Es por ello que uno de los grandes desafíos que me parece deja la pandemia es que el "work life balance" se convierta en un hecho y deje de ser un slogan.

En lo que respecta a la presencia de mujeres en puestos gerenciales creo que si bien de a poco va creciendo, el techo de cristal es una realidad y en el top management de las compañías las mujeres seguimos siendo una minoría y se debe seguir trabajando para que esa brecha sea cada vez mas chica, hasta desaparecer.

La riqueza de los equipos está en la diversidad de los mismos, afrontar un issue desde diferentes miradas y puntos de vista es la clave para resolverlo de una manera exitosa. Las mujeres muchas veces aportamos la capacidad analítica necesaria para hacer frente a determinados temas. Además, al haber tenido siempre un rol multitasking actuamos de manera rápida y con determinación a la hora por ejemplo de una crisis.

En mi caso particular, soy parte de Tetra Pak desde hace más de 30 años. Ingresé como asistente y a través de los años fui creciendo y capacitandome hasta llegar a hoy. Siempre sentí el apoyo de Tetra Pak en todas las decisiones que he ido tomando, y además he tenido muchas oportunidades de crecimiento, algo que idealmente debería suceder en todas las compañías. Creo que aún queda mucho por hacer, es necesario de a poco ir desarraigando ciertas costumbres y sesgos en las diferentes culturas organizacionales.



- MARIANA COSTE

Gerente de Canales APUB en Vertiv.

Tareas que se visibilizan

Las mujeres vivimos todo el tiempo re-adaptándonos y tenemos que encontrar un buen balance entre la vida personal y el trabajo. La familia y su intimidad cotidiana, que antes estaba fuera de lo diario de la vida laboral pasó a integrarse a la misma. Entonces hay que re-adaptarse y acomodar los horarios entre las tareas escolares de los hijos.

Es muy usual, en este momento, que en un call se sumen los niños y escucharlos jugar o llorar y, ahí, es donde detenemos la reunión para darles prioridad. Eso hacemos en Vertiv, tratando de integrar a las familias y hacer que el home office se vuelva un espacio más amable. En cuanto a lo positivo, tiene que ver que se están visibilizando tareas y toda la demanda que las mujeres tienen por fuera del trabajo.

Las mujeres somos más detallistas. En mi experiencia, donde me han tocado diferentes composiciones en los equipos, pude observar eso. También somos multitasking, con varias situaciones en línea en un mismo momento, y podemos resolverlas muy bien y con gran nivel de atención.

Hace 25 años que estoy en la tecnología y sí, fue cambiando el concepto de realización de la mujer. Empezamos a ver que las mujeres podemos alcanzar posiciones que en un principio parecían solo de hombres. Cuando recién empecé, la mujer estaba más enfocada en lo que tenía que ver con marketing, o algunas posiciones de venta y no tanto en lo que tuviera que ver con management. Hoy en día ocupamos un lugar de importancia tanto en servicios como ingeniería, e incluso en puestos técnicos. En el último tiempo todo empezó a cambiar y eso nos dio la posibilidad de empezar a pensar qué posición de management o de dirección o posiciones regionales queríamos alcanzar. En cuanto a mis logros, han tenido que ver con la experiencia, con tantos años en el mercado, con gente que me ha enseñado mucho y que ha sido muy generosa. También por supuesto los atribuyo a mi formación y mis ganas constantes de aprender siempre de todos los niveles de la compañía.



- VICTORIA COLE

CEO de Wunderman Thompson Argentina

Cargas mal repartidas

Creo que esta pandemia nos trajo muchos aprendizajes y seguimos aprendiendo. Pero en cuanto al rol de la mujer en el ámbito laboral evidenció aún más el gap que existe en los repartos de tareas entre varones y mujeres. **La carga entre el trabajo del hogar y el de afuera del hogar (que ahora es también adentro) es 3 veces más para mujeres que para varones. El cuidado, el home schooling, las tareas de limpieza siguen recayendo más en mujeres.** También incluimos en estos datos a las niñas que al encargarse de tareas de limpieza y cuidado de hermanos menores implica una pérdida importante de escolaridad. Por eso necesitamos tomar conciencia de esto, ya que es demasiado injusto. Ni hablar del tema de la violencia hacia las mujeres que se acrecentó mucho más en esta pandemia.

Hoy hablamos de office home, la oficina (las que tenemos la suerte de poder hacer trabajo remoto)

está invadiendo totalmente el hogar, y hay realidades habitacionales muy diferentes en cada una, personas que viven solas, personas que tienen hijos pequeños. Antes salíamos de casa y un poco nuestras cabezas y corazones se dividían se desdoblaban, ahora no, y ahora somos maestras, limpiadoras, cocineras y profesionales trabajando full life. Es interesante en la encuesta con análisis de datos de Bridge the gap y BBDD de Burmeran, refleja la diferencia de percepción de la distribución de tareas en el hogar, los varones perciben que los cuidados son compartidos en un 38% mientras que el 84% de las mujeres asegura que los cuidados están en sus manos. El 45% de las personas dice que intenta llevar un equilibrio entre la vida personal y familiar pero no lo logra.

Creo que las mujeres como cualquier persona no importa su género tiene características que son propias de la persona no de su ser



+
WUNDERMAN
THOMPSON

mujer. Creo que hasta socialmente estereotipamos que la sensibilidad, la empatía, el trabajo colaborativo es más femenino y la decisión, la fuerza, la determinación, la ambición es más masculino. Creo que durante muchos años, las mujeres nos tuvimos que "masculinizar" para poder estar en posiciones estratégicas y perdimos lo que cada persona trae para aportar en esta "danza" de la diversidad y el complemento.

LAS CONSIGNAS

Las ejecutivas partícipes del presente Informe guiaron su discurso de acuerdo a seis preguntas disparadoras, este año atravesadas por la pandemia de coronavirus:

- 1- ¿Qué rasgos positivos y negativos dejará la pandemia para las mujeres en el ámbito laboral?**
- 2 -¿Cómo hacer un balance trabajo/hogar cuando la empresa está en tu casa?**
- 3 - Mucho se habla del 'talento femenino', ¿cuáles crees que son las principales características, generalmente atribuidas al género femenino, que son más necesarias para poder escalar en un trabajo corporativo?**
- 4 - Con los años ha cambiado el concepto de 'realización' en la mujer. En tu óptica personal ¿cuáles son tus logros alcanzados y los que trabajas por alcanzar para sentirte plena?**
- 5 - ¿Cuáles son las herramientas que más te han servido para progresar en tu carrera?**
- 6 - En lo personal, ¿tenés alguna figura femenina reconocible que admires o reconozcas?**

Scania adhirió a las WEP



En Octubre, Scania Argentina firmó su adhesión a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEP) implementado por ONU Mujeres junto con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para promover la igualdad de género a través del sector privado.

Adherir a estos Principios implica comprometerse con la igualdad de oportunidades para sus colaboradores y ser motores de cambio en la comunidad, así como continuar trabajando en mejorar prácticas y procesos, con el objetivo de lograr una industria del transporte más igualitaria, equitativa y humana.

Las empresas que se suman a los WEPs, ponen en práctica acciones afirmativas que aumentan el empoderamiento económico y liderazgo de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Esto no solo beneficia a las mujeres que trabajan en esas organizaciones, sino que sienta un precedente sobre buenas prácticas que las compañías pueden aplicar para garantizar la igualdad de género en el ámbito laboral.

A través de esta firma, Scania Argentina se convierte en la primera marca de camiones en adherir a los WEPs en el país, y trabajará en conjunto con el Programa Ganar-Ganar en un diagnóstico interno y un plan de acción para alcanzar sus objetivos de promoción de la diversidad e inclusión en la industria del transporte.

Los siete principios se ofrecen como orientación para que las empresas promuevan la igualdad de género

y defiendan los derechos humanos, el respeto y la no discriminación en los ámbitos de trabajo. Asimismo, sugieren promover la educación y el desarrollo profesional de las mujeres, al tiempo que se realicen prácticas de desarrollo empresarial y se promuevan estas iniciativas en el campo comunitario, liderando con el ejemplo y difundiendo los progresos realizados a favor del empoderamiento femenino



STEPHEN S. ROACH*Economista e investigador de la Universidad de Yale*

La caída del dólar recién comienza



El tornillo se sigue ajustando sobre un dólar aún sobrevaluado. El ahorro interno se está hundiendo como nunca antes y el saldo de la cuenta corriente sigue su ejemplo. La Fed, está más centrada en respaldar los mercados de acciones y bonos que en accionar contra la inflación. Con esto el dólar sólo puede ir en una dirección.

El dólar estadounidense ha entrado ahora en las primeras etapas de lo que parece ser un fuerte descenso. El tipo de cambio real efectivo (TCER) del dólar cayó un 4,3% en los cuatro meses que terminaron en agosto. La caída ha sido aún más pronunciada según lo medido por otros índices, pero el TCER es lo que más importa para el comercio, la competitividad, la inflación y la política monetaria. Sin duda, el reciente retroceso solo

sobrevaluada del mundo, con el TCER todavía un 34% por encima de su mínimo de julio de 2011. Sigo esperando que este índice amplio del dólar se desplome hasta un 35% para fines de 2021. Esto refleja tres consideraciones: el rápido deterioro de los desequilibrios macroeconómicos de EE. UU., el predominio del euro y el renminbi como alternativas viables, y el fin de ese aura especial de excepcionalismo estadouniden-

Incluso con la modesta corrección reciente, el dólar sigue siendo la divisa principal más sobrevaluada del mundo.

reverte parcialmente el aumento de casi el 7% de febrero a abril. Durante ese período, el dólar se benefició de la huida hacia la seguridad provocada por la "parada repentina" de la economía global y los mercados financieros mundiales que surgió del bloqueo del Covid-19. Incluso con la modesta corrección reciente, el dólar sigue siendo la divisa principal más

se que le ha dado al dólar una resistencia similar al teflón durante la mayor parte de la era posterior a la Segunda Guerra Mundial. El primer factor, los crecientes desequilibrios de Estados Unidos, ahora se están desarrollando en tiempo real. La confluencia de una erosión sin precedentes del ahorro interno y el déficit en cuenta corriente, es nada menos que asombrosa.

DERRAPE DEL AHORRO

La tasa de ahorro nacional neto, que mide el ahorro combinado ajustado por depreciación de las empresas, los hogares y el sector gubernamental, cayó a territorio negativo en -1% en el segundo trimestre de 2020. Eso no había sucedido desde la crisis financiera mundial de 2008-2009, cuando el ahorro nacional neto cayó en territorio negativo durante nueve trimestres consecutivos, con un promedio de -1,7% desde el segundo trimestre de 2008 al segundo trimestre de 2010.

Pero el aspecto más importante de este desarrollo fue la velocidad del colapso. La tasa de ahorro neto cayó 3.9 puntos porcentuales desde la lectura de 2.9% anterior al Covid en el primer trimestre. Esta es, con mucho, la caída más pronunciada de un cuarto del ahorro interno registrada, que se remonta a 1947.

No es ningún secreto lo que ha desencadenado este colapso sin precedentes del ahorro interno neto. El Covid-19 provocó un aumento temporal en el ahorro personal que ha sido más que superado por una expansión récord en el déficit presupuestario federal. La Ley de Ayuda, Alivio y Seguridad Económica por Coronavirus, incluyó cheques de ayuda por \$ 1,200 para la mayoría de los estadounidenses, así como una fuerte expansión de los beneficios del seguro de desempleo, los cuales elevaron la tasa de ahorro personal a un inaudito 33.7% en abril.

En ausencia de estas inyecciones únicas, la tasa de ahorro personal retrocedió rápidamente a un todavía elevado 17,8% y se prevé que caiga aún más drásticamente con la reciente expiración de las prestaciones por desempleo ampliadas.

COLAPSO DE CUENTA CORRIENTE

Esto se compensó con una ampliación anualizada de \$ 4,5 billones del déficit federal en el segundo trimestre de 2020 (sobre una base de ahorro neto), a \$ 5,7 billones, que ahogó el aumento de \$ 3,1 billones en el ahorro personal neto en el mismo período. Con la probabilidad de que el ahorro personal retroceda drásticamente en los próximos meses y el déficit presupuestario federal explotando hacia el 16% del PBI en el año fiscal actual, según la Oficina de Presupuesto del Congreso, la caída en el ahorro interno neto en el segundo trimestre de 2020 es solo un pista de lo que está por venir.

Esto provocará un colapso del déficit de cuenta corriente de Estados Unidos. Al carecer de ahorros y querer invertir y crecer, Estados Unidos debe importar ahorros excedentes del exterior y tener déficits externos masivos para atraer capital extranjero. Una vez más, esta no es una teoría económica esotérica, solo un simple análisis contable de la balanza de pagos.

La validez de este vínculo fue, de

hecho, confirmada por la reciente publicación de las estadísticas de transacciones internacionales de EE.UU. para el segundo trimestre de 2020. Como reflejo de la caída del ahorro interno, el déficit en cuenta corriente se amplió al 3,5% del PIB, el peor desde el 4,3% de déficit en el cuarto trimestre de 2008 durante la crisis financiera mundial.

el aumento explosivo del déficit presupuestario federal este año y el próximo, el colapso del ahorro interno y la implosión de la cuenta corriente deberían desarrollarse casi a la velocidad del rayo.

LA FED NO AYUDA

No son solo los desequilibrios de ahorro y cuenta corriente que están desestabilizando rápidamente el dólar lo que está presionando.

Con su nuevo enfoque la Fed está enviando un mensaje importante: es probable que las tasas de interés cero persistan durante más tiempo de lo que se pensaba.

Al igual que el colapso del ahorro, la dinámica de la cuenta corriente se desarrolla de una manera igualmente feroz. En relación con el déficit en cuenta corriente del 2,1% del PIB en el primer período de 2020, el aumento de 1,4 puntos porcentuales en el segundo trimestre fue el mayor deterioro trimestral registrado (que se remonta a 1960).

Con la tasa de ahorro interno neto probablemente a niveles récord de entre -5% y -10% de la renta nacional, espero que el déficit de cuenta corriente supere su récord anterior de 6,3% del PIB, registrado en el cuarto trimestre de 2005 por

Un cambio en la estrategia de política de la Reserva Federal es un ingrediente nuevo e importante en la combinación. Al adoptar un enfoque que ahora apunta a la inflación promedio, la Fed está enviando un mensaje importante: es probable que las tasas de interés cero persistan durante más tiempo de lo que se pensaba, independientemente de cualquier sobrepaso temporal del objetivo de estabilidad de precios del 2%. Este nuevo sesgo hacia la acomodación monetaria cierra efectivamente una opción importante, los ajustes al alza de las tasas de interés, que ha moderado durante mucho tiempo las caídas de las monedas en la mayoría de las economías. Por defecto, eso pone aún más presión sobre la caída del dólar como válvula de escape de los desequilibrios macroeconómicos que se deterioran rápidamente en Estados Unidos.

En resumen, el tornillo se está ajustando a un dólar aún sobrevaluado. El ahorro interno se está hundiendo como nunca antes y el saldo de la cuenta corriente sigue su ejemplo. No espere que la Fed, más centrada en respaldar los mercados de acciones y bonos que en apoyarse contra la inflación, salve el día. La caída del dólar apenas ha comenzado. ■



CASOS

BEN SILBERMANN

FUNDADOR Y CEO DE PINTEREST



EL COLECCIONISTA Y UN CATÁLOGO DE IDEAS

A BEN SILBERMANN SIEMPRE LE APASIONARON DOS COSAS: COLECCIONAR OBJETOS Y LA TECNOLOGÍA. FINALMENTE PUDO UNIR LAS DOS PASIONES EN UN EMPRENDIMIENTO QUE LO LLEVARÍA A SER MULTIMILLONARIO: PINTEREST. SILBERMAN NIEGA QUE SEA UNA RED SOCIAL, SINO MÁS BIEN UN CATÁLOGO DE IDEAS EN LA RED PARA APLICARLAS A LA PROPIA VIDA. EL AÑO PASADO DEBUTÓ EN LA BOLSA, LOGRANDO UNA VALUACIÓN INICIAL DE US\$ 10.000 MILLONES.



Su primera pasión fue coleccionar objetos. Por eso Ben Silbermann recuerde su infancia como una etapa tremenda mente divertida y feliz, «como un parque de atracciones permanente». Sellos, animales disecados, cómics, monedas, muñecos... No había objeto que pasara inadvertido a los ojos del pequeño Ben, que siempre tenía hueco en su bolsillo para un objeto más.

Silbermann nació en julio de 1982 en una familia de médicos en Iowa; no tenía un legado de ingeniería o desarrollo de productos. Sus padres, la Dra. Jane Wang y el Dr. Neil Silbermann, desarrollaron una práctica de oftalmología al norte de De Moines, Iowa, durante 37 años.

En el verano del 98 Silbermann hizo las maletas rumbo al Instituto Tecnológico de Massachusetts para participar en el Research Science Institute, un programa educativo con brillantes alumnos de todo el mundo. Una especie premio a la excelencia que refrendaba las expectativas depositadas en él por sus amigos y sus padres, que nunca dejaron de fomentar sus capacidades y su amor por la tecnología.

BUSCÓ SU SITIO EN GOOGLE

Un año después se graduó en la Roosevelt High School, y en 2003 obtuvo su licenciatura por la Universidad de Yale. La logró en Ciencias Políticas, pero Silbermann siempre miró de reojo a internet, una herramienta que aún navegaba en pañales pero de la que ya se atisaba todo su potencial.

Apenas egresado de Yale consiguió

un trabajo como consultor en Washington DC, adonde permaneció tres años. Sin embargo la tecnología lo atraía más que nada y pasaba mucho tiempo leyendo cuento blog especializado en cuestiones tecnológicas encontraba.

Su ambición era entrar en Google y finalmente lo consiguió. Lo contrataron para diseñar productos para el sitio, incluidos anuncios gráficos, y dijo que la compañía "apenas lo contrató", considerando su falta de experiencia en el área.

"Pensé que Google era el lugar más genial", dijo Silbermann, porque todos los que trabajaban allí eran "muy inteligentes" y estaban trabajando en cosas realmente interesantes. "Me sentí realmente afortunado de ser parte de esto", dijo.

Silberman quedó encantado, porque Google estaba haciendo cosas en las que nadie más estaba pensando, como tomar fotografías de calles y hacer Google Street View. Además, mientras trabajaba en el gigante tecnológico, estaba rodeado de personas que pensaban en grande, lo que le hizo hacer lo mismo. La cabeza de Silbermann estaba llena de ideas mientras trabajaba en Google, pero lo absorbente de su trabajo le impidió construir cosas y experimentar. Además tenía una gran contra: no era ingeniero.

PRIMEROS PASOS Y TROPIEZOS

Anhelaba inventar, pero en una atmósfera tan creativa como Google lo que forjó fue su carácter emprendedor. Y en su cabeza se instaló la idea de 'colecciónar' los sitios web que más le atraían. Alentado por su

novia de entonces decidió arriesgar. Se quitó la corbata y se remangó las mangas de la camisa. Dejó la empresa y, sin mudarse de Silicon Valley, contactó con Paul Sciarra, un antiguo compañero de campus en Yale. Juntos fundaron la startup Cold Brew Labs y se centraron en la creación de aplicaciones para iPhone.

Antes de Pinterest, se les ocurrió Tote, una aplicación de compras, que fue un verdadero desastre. El mayor problema con Tote era que las personas no lo usaban para comprar, sino más bien para encontrar cosas que les gustaban y luego se enviaban fotos para poder comprar más tarde.

Desde entonces, la aplicación se cerró, pero la forma en que la gente la usaba le sugirió a Silbermann la idea de Pinterest, una plataforma diseñada básicamente para guardar cosas para más adelante.

Sabía que para su gran proyecto faltaba otro pilar, y viajó hasta Nueva York para convencer a Evan Sharp, al que conoció a través de un amigo en común, para que se uniese a ellos. El ‘sí’ del diseñador de producto de Facebook puso la maquinaria en marcha: «Siempre me han gustado estas historias de empresarios que parece que están en el desierto, sin agua, al borde de la muerte, y sin embargo sobreviven. Pero en mi caso he sido muy afortunado al tener un equipo que es optimista sobre el futuro y que sabe que si se trabaja duro en tiempos difíciles, por lo general hay un bonito final».

IDEAS QUE ENTRAN POR LOS OJOS

El resultado fue Pinterest, un catálogo de ideas en la red, una plataforma para compartir imágenes (‘pinear’) que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, imágenes de todo tipo. Desde que lanzaran la versión beta, en marzo de 2010, han querido escapar del cliché de red social: «Las redes sociales sirven para comunicarse con los demás. En Pinterest recoges ideas para tu propia vida».

Como suele ocurrir en estos casos,

los inicios no fueron fáciles. Nada fáciles. Pero el lado más empecinado de Ben salió otra vez a relucir. Mandó mensajes a sus amigos y conocidos, que apenas se interesaron por la app. Cada nuevo fan era una bocanada de aire. Él lo sabía y por eso los cuidaba como su tesoro: se

ponía en contacto directamente con ellos para agradecérselo, enviándoles e-mails o incluso reuniéndose personalmente con ellos. A pesar de los esfuerzos, el primer año apenas alcanzaron los 10.000 usuarios. Tantearon a una compañía editorial para su venta, pero no hubo manera.

UN TANQUE COMERCIAL

Para comprender mejor el impacto comercial que tiene Pinterest para empresas en el ecosistema de social media, veamos los siguientes 10 datos sobre esta plataforma en los negocios:

- 1** El 80% de los millennials afirma que Pinterest le ayuda a encontrar productos que quiere comprar, mientras que el 71% utiliza la plataforma para buscar recomendaciones sobre qué comprar.
- 2** En líneas generales, los millennials prefieren usar Pinterest para realizar compras por encima de cualquier otra red social. De hecho, casi el 50% de ellos ha comprado algún producto con el que ha interactuado dentro de la plataforma.
- 3** El 87% de los pinners (usuarios de Pinterest) ha comprado artículos que ha visto en esta plataforma, y el 93% de ellos planea hacerlo.
- 4** Un 90% de los usuarios semanales usa Pinterest para tomar decisiones de compra, ya sea que las terminen concretando en ese mismo momento o después, de manera online u offline. Incluso, el 72% lo hace para decidir qué comprar offline.
- 5** El 55% de los pinners utiliza la plataforma especialmente para buscar productos, un comportamiento que cuatro veces mayor en comparación con otras redes sociales.
- 6** Proporcionalmente según la cantidad de usuarios, Pinterest genera un 33% más de tráfico de compra en comparación con Facebook, un 71% más que Snapchat y un 200% más que Twitter.
- 7** El 77% de los usuarios ha descubierto alguna nueva marca o producto dentro de la plataforma.
- 8** Un 78% de los usuarios afirma que el contenido publicado por las marcas es útil, mientras que más del 75% de pines fijados (publicaciones guardadas) proviene de marcas, empresas y negocios.
- 9** Las campañas digitales en Pinterest generan casi cuatro veces más ventas en comparación con las de otras plataformas.
- 10** El 96% de los pinners activos usa Pinterest para investigar y planificar eventos como bodas o viajes, por ejemplo.



Ni siquiera llegaron a sentarse en la mesa. Pero él confiaba en su innovación: «Hay una mezcla de alegría y vergüenza cuando miras tu propio producto. Solo ves las cosas que quieras mejorar», asegura al recordarlo. Silbermann no cree que Pinterest sea una red social como Facebook o Twitter, de ahí que tenga perfiles abiertos en las páginas de sus competidores.

Todo cambió cuando un famoso bloguero escribió sobre el producto, y el lanzamiento de la app para iPhone fue el trampolín definitivo. Pinterest entró en la élite tecnológica sin llamar a la puerta. Que la revista Time la incluyera en su artículo Los 50 mejores sitios web de 2011 fue solo el prólogo. El resto de capítulos se escribieron con varios millones de seguidores, premios de todo el sector, un equipo con más de 500 empleados, oficinas en tres continentes, una aplicación traducida a más de 30 idiomas...

Para el próximo lustro, Silbermann tiene en mente dos objetivos: que los consumidores visiten la web «para tener ideas en su vida diaria» y «que se puedan vender los máximos 'pins' –las imágenes o videos– posibles». Él está orgulloso de Pinterest

y disfruta de su trabajo en su oficina de San Francisco, a la que llega a las siete de la mañana y en la que trabaja hasta el anochecer. Sus empleados lo definen como un hombre de buenos modales, educado y sincero. Otra de esas cosas que, a buen se-

"Pinterest no es una red social", dice Silbermann. Realmente pensamos en ello como una utilidad en vez de un lugar para charlar con amigos y seguir a gente famosa".

guro, también le inculcó su madre, quien se conecta a diario a Pinterest y comparte sus ideas con el millón largo de seguidores que tiene.

UN "GENIO" MODESTO

Silbermann ha calificado a Pinterest como una "herramienta de descubrimiento visual", es decir, alguien puede escribir una cosa en el cuadro de búsqueda y recibir toneladas de versiones que ni siquiera sabía que existían.

El centro de recolección digital se hizo público en abril de 2019 bajo el ticker PINS con una valoración inicial de US\$ 10 mil millones, según

CNBC.

CNBC informó que el mismo día, la valoración aumentó a casi \$ 13 mil millones.

A pesar del enorme éxito de la plataforma y del patrimonio neto de Silbermann, The Guardian lo ha descrito como un "genio modesto". "Sí, quiero decir que mi vida es bastante ... emocionante, pero no sé si es convencionalmente glamorosa", dijo a The Guardian. Silbermann también ha sido descrito como un hombre de familia.

Dijo que estaba alquilando un apartamento de dos habitaciones con su esposa Divya Bhaskaran y su rutina diaria implicaba dejar a su hijo en la guardería antes de ir al trabajo.

La plataforma de Silbermann exuda la misma energía no llamativa y sin pretensiones que él hace como persona.

Los usuarios de Pinterest creen que el sitio es más sólido que otras plataformas de redes sociales porque "va mucho más allá de 'mostrar cuántos amigos tienes o cuán inteligente eres'".

Y eso parece ser intencional. "Pinterest no es una red social", dijo Silbermann a CNBC. "Realmente pen-

samos en ello como una utilidad" en vez de un lugar para charlar con amigos y seguir a gente famosa.

"... Somos una plataforma de inspiración", dijo. "No pretendemos ser una plataforma de libertad de expresión o un lugar donde todo el mundo puede publicar cualquier cosa". Ese enfoque ha permitido a Silbermann y su equipo decidir qué hacen y qué no permiten que ocurra en su sitio. Desde soñar con probar la historia que se está haciendo en Silicon Valley hasta ser uno de los nombres más importantes de esa historia, Silbermann ha tenido un gran ascenso a la cima.

EL MUNDO ES SUYO EL RIESGO ES NUESTRO



- SEGURO DE CRÉDITO
- INFORMACIÓN COMERCIAL
- MONITOREO DE CARTERA
- GESTIÓN DE COBRANZA



coface
FOR TRADE

coface.argentina@coface.com
www.coface.com.ar

SSN
SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACION

www.ssn.gob.ar

0800-666-8400

Nº de inscripción SSN: 0488

EXCLUSIVO



— 45^a edición —

El tradicional **Ranking de las 1000 Empresas Líderes** llega, con la presente entrega, a su 45^a edición anual consecutiva. Desde hace mucho tiempo, este ranking está reconocido como una referencia ineludible a la hora de consultar la realidad de las empresas del país. Este trabajo exclusivo de **Prensa Económica**, brinda el más completo y preciso cuerpo informativo sobre las compañías que más venden, en los más diversos rubros. Con más datos y servicios, este ranking ratifica su condición de ser el más amplio en su tipo y el único confiable. Hay razones concretas por las cuales este ranking es tan va-

lorado y consultado: en primer lugar por el aval que significa una trayectoria de cuatro décadas y media, profundizando fuentes de información y metodología. Otro motivo es la cantidad de información que se brinda sobre la empresa y además, el tradicional rigor de esta publicación en la obtención y tratamiento de los datos. Este ranking incluye datos de los últimos balances anuales aprobados por las empresas hasta el 30 de junio de 2020, sostiene criterios homogéneos y mantiene una gran representatividad en cuanto a la porción de la actividad económica del país presente en sus listados.

RANKING DE LAS EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN LA ARGENTINA

Las mil empresas que integran el presente ranking acumularon un total de ventas de 15 billones 176.344 millones de pesos, un monto 34% superior al de las ventas totales del último ranking anual. Por supuesto que esta cifra refleja mayormente la suba de precios registrada en el período bajo análisis, ya que en términos reales el monto total es inferior al de un año atrás, como producto de una declinación de las ventas en unidades.

Las primeras cincuenta empresas del ranking tuvieron una facturación conjunta de casi siete billones de pesos, o sea el 47% del conjunto de las mil primeras, lo cual habla de una fuerte concentración en las empresas del país.

Esta es una de las conclusiones que permite extraer el Ranking de las 1000 Empresas Líderes, el tradicional informe exclusivo de Prensa Económica, que llega así a su 45^a edición anual consecutiva. Se trata, como ya es conocido por los lectores, del trabajo más profundo, amplio y confiable en su tipo, tanto por la abundancia de sus datos como por la exactitud de los mismos y el rigor metodológico utilizado. Este verdadero clásico de Prensa Económica, conforma la radiografía más completa que pueda obtenerse de la realidad de las grandes y medianas empresas de la Argentina. Como de costumbre, este resultado fue obtenido gracias al exhaustivo trabajo del equipo de Research de la editorial, que obtuvo los datos de fuente directa y los cruzó para lograr el máximo posible de exactitud y veracidad.

Por supuesto la crisis sanitaria, con todas sus restricciones, deparó un contexto adverso para la realización del trabajo de investigación en fuente directa. De todos modos y teniendo en cuenta las circunstancias, la respuesta de las empresas fue buena. Desde ya que igualmente fue necesario acudir en muchos casos a fuentes de información alternativas pero igualmente serias y confiables.

Los datos consignados en este trabajo figuran en el último balance anual de las compañías encuestadas. Los datos, por otra parte, son actuales, puesto que pertenecen a balances anuales cerrados hasta el 30 de junio del presente año.

Una aclaración metodológica importante es que en casi todos los casos de grupos económicos, se han considerado individualmente las empresas que lo conforman. Solo se consignaron datos de grupos en casos excepcionales, cuando la información consolidada fue la única posible de obtener.

Otro dato distintivo de este trabajo es que solo toma en cuenta las ventas realizadas por las compañías en la Argentina, es decir que no se incluyen ventas de filiales

o controladas en el exterior.

En lo que se refiere a Sectores, hay un rubro que se despega claramente del resto y que mayormente ha seguido un ritmo de actividad sostenido, pese a todo, y es el rubro bancario, que en este ranking registra ventas por un monto mayor a los 2 billones de pesos.

El segundo ramo en importancia en este ranking es el aceitero y cerealero, principal responsable del ingreso de divisas en el país. En esta oportunidad, las grandes empresas del sector tuvieron un comportamiento disímil. Casi empatado con el anterior en lo que se refiere a facturación total entre las 1000 Líderes, aparece el segmento del petróleo y del gas, que mostró un estancamiento en sus ventas de acuerdo a las cifras presentadas para el presente listado.

En el listado de Cantidad de Personal, en tanto, YPF se colocó como el mayor empleador, con 43.000 empleados, seguido por Telecom Argentina con casi 27.000 empleados, mientras que Arcor marcha en tercer lugar con 21.000. A continuación, aparecen Banco Nación con 18.000, Coto con 15.000 personas y Seguritas con 11.750.

Entre las empresas que más ganaron se destacaron claramente los bancos. El Macro anotó las mayores ganancias, pero además entre las doce primeras de ese ranking se ubicaron nada menos que nueve entidades bancarias. YPF que en el ranking anterior fue la empresa que más ganó, en este ranking fue la que más perdió: 33.000 millones de pesos.

Igualmente YPF sigue siendo la compañía con mayor patrimonio el país, seguida por otra petrolera: Pan American Energy.

UBICACIÓN DE LAS DISTINTAS TABLAS DEL RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES

LAS QUE MÁS GANARON	Pág. 91
LAS DE MAYOR PATRIMONIO	Pág. 92
LISTADO POR CANTIDAD DE PERSONAL	Pág. 93
LAS 10 TOP VENTAS	Pág. 95
LAS 1000 EMPRESAS QUE MÁS VENDEN	Pág. 96
TOTAL SECTORES	Pág. 107
LISTADO POR SECTORES	Pág. 108
LISTADO POR ORDEN ALFABÉTICO	Pág. 122
SOLVENCIA DE LAS TOP 20	Pág. 128
CUADRO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL	Pág. 129
CUADRO DE EVOLUCIÓN DE VENTAS 04/10	Pág. 132

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

LAS QUE MÁS GANARON

POS.	EMPRESA	UTIL. \$ MM	POS.	EMPRESA	UTIL. \$ MM
1	BANCO MACRO	41.563,05	58	SEGUROS SURA	3.043,67
2	PAMPA ENERGIA	39.307,00	59	MOLINOS AGRO	2.948,86
3	BANCO GALICIA	35.442,33	60	BANCO INDUSTRIAL	2.743,87
4	CITIBANK	29.451,65	61	BANCO PROV. DE CORDOBA	2.726,70
5	BBVA BANCO FRANCES	27.530,41	62	ZURICH COMPAÑIA DE REASEGUROS	2.720,00
6	IRSA (INVERSIONES Y REPRESENTACIONES S.A.)	23.731,00	63	HOLCIM	2.681,84
7	BANCO SANTANDER RIO	22.539,32	64	PRUDENTIAL SEGUROS S.A.	2.653,82
8	ICBC ARGENTINA S.A.	19.444,11	65	METLIFE	2.653,58
9	BANCO PATAGONIA	18.211,72	66	CELULOSA ARGENTINA	2.231,08
10	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	18.153,26	67	MIRGOR	2.124,40
11	HSBC BANK ARGENTINA	15.670,89	68	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	2.091,41
12	BANCO CREDICOOP	14.191,90	69	ESTRELLA RETIRO	2.036,24
13	TRANSP. DE GAS DEL SUR	12.805,11	70	BANCO DE CORRIENTES	1.970,38
14	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	12.712,25	71	BANCO DE VALORES	1.946,01
15	EDESUR	12.680,53	72	CRESUD S.A.C.I.F. Y A.	1.900,00
16	FEDERACION PATRONAL	12.345,98	73	BANCO HIPOTECARIO	1.781,53
17	PREVENCION ART	12.229,15	74	BERKLEY ART	1.780,55
18	BANCO DE SAN JUAN	12.212,08	75	BERKLEY ARGENTINA	1.731,83
19	EDENOR	12.134,14	76	BANCO CMF	1.715,37
20	PAN AMERICAN ENERGY	12.082,00	77	MSU S.A.	1.696,92
21	PROVINCIA ART	11.693,56	78	INST. ENTRE RÍOS	1.541,80
22	TERNIUM (EX SIDERAR)	11.096,91	79	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	1.516,25
23	BANCO DE LA NACION ARG.	9.846,35	80	BANCO PROV. DEL CHUBUT	1.479,87
24	CAJA SEGUROS GENERALES	9.563,39	81	ZURICH ARGENTINA	1.406,89
25	NUEVO BANCO SANTA FE	9.307,71	82	COMPAÑIA MEGA	1.397,77
26	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	8.787,09	83	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	1.365,53
27	CENTRAL PUERTO	8.660,86	84	CONSULTATIO SA	1.358,23
28	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	8.342,81	85	MAPFRE RE CIA DE REASEGUROS	1.290,53
29	ASOCIART ART	8.203,54	86	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	1.249,72
30	EXPERTA ART S.A.	8.190,14	87	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	1.247,21
31	SAN CRISTOBAL	8.163,18	88	BANK OF AMERICA	1.213,99
32	SANCOR	7.866,76	89	BANCO SANTA CRUZ	1.190,52
33	GALENO ART	7.724,24	90	QUALIA SEGUROS	1.174,62
34	SEGUROS VICTORIA S.A.	6.950,04	91	SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A.	1.169,77
35	JP MORGAN CHASE BANK	6.183,82	92	LIDERAR	1.152,29
36	GRUPO ASEGUADOR LA SEGUNDA	6.060,67	93	BANCO RIOJA SOCIEDAD ANÓNIMA UNIPERSONAL	949,28
37	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	5.908,36	94	CAPEX	938,92
38	ALLIANZ ARGENTINA	5.893,31	95	BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	933,73
39	ITAU ARGENTINA	5.558,76	96	SMG SEGUROS	852,42
40	LA SEGUNDA ART	5.465,74	97	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	841,49
41	NACION SEGUROS	5.321,25	98	FORD CREDIT COMPAÑIA FINANCIERA S.A.	822,68
42	AES ARG. GENERATION	4.811,73	99	OMINT ART	822,27
43	COMPAÑIA GENERAL DE COMBUSTIBLES S.A. (CGC)	4.695,68	100	BOSTON SEGUROS	812,91
44	SWISS MEDICAL ART	4.491,98	101	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	762,33
45	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	4.411,51	102	BBVA CONSOLIDAR SEGUROS	740,42
46	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	4.225,06	103	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERM.	739,73
47	TECPETROL	4.212,97	104	LEDESMA	735,89
48	ENEL ARGENTINA S.A.	4.085,27	105	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	725,05
49	TRANSENER	4.057,52	106	METROVIAS	721,82
50	LOMA NEGRA	4.043,80	107	RCI BANQUE	711,20
51	HSBC VIDA	3.862,42	108	COOP. MUTUAL PATRONAL	653,72
52	LA MERCANTIL ANDINA	3.862,01	109	BANCO DE FORMOSA	605,65
53	BANCO SUPERVIELLE	3.776,65	110	ZURICH SANTANDER	592,05
54	NATURGY	3.609,34	111	SEGURCOOP	585,95
55	BANCO DE LA PAMPA	3.461,33	112	HOLANDO SUDAMERICANA	554,12
56	BANCO COMAFI	3.313,74	113	CARDIF SEGUROS	544,45
57	PROVINCIA SEGUROS	3.122,11	114	BHN VIDA	526,77

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

LAS DE MAYOR PATRIMONIO

POS.	EMPRESA	P. NETO EN \$ MM	POS.	EMPRESA	P. NETO EN \$ MM
1	YPF S.A.	548.099,00	56	BANCO PROV. DE CORDOBA	9.957,57
2	PAN AMERICAN ENERGY	425.645,00	57	ENEL GENERACION COSTANERA (EX CTRAL COSTANERA)	9.738,20
3	CABLEVISION	301.453,00	58	GENERACION MEDITERRANEA S.A.	9.259,01
4	TERNIUM (EX SIDERAR)	157.553,17	59	LEDESMA	8.625,26
5	PAMPA ENERGIA	144.262,00	60	MIRGOR	8.605,65
6	BANCO DE LA NACION ARG.	126.432,72	61	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	8.371,70
7	IRSA (INVERSIONES Y REPRESENTACIONES S.A.)	122.655,00	62	MOLINOS RIO DE LA PLATA	7.705,12
8	BANCO MACRO	89.806,05	63	BANCO COMAFI	7.575,44
9	BANCO GALICIA	77.911,47	64	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	7.075,27
10	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	75.573,67	65	BANCO DE LA PAMPA	6.037,61
11	BANCO SANTANDER RIO	64.302,82	66	BANCO INDUSTRIAL	5.792,03
12	BBVA BANCO FRANCES	63.748,18	67	BOLDT S.A.	4.993,51
13	EDENOR	59.150,85	68	BIOGENESIS BAGÓ S.A.	4.637,31
14	CENTRAL PUERTO	59.150,80	69	TGLT S.A.	4.433,54
15	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	53.948,06	70	CAMUZZI GAS PAMPEANA	4.245,37
16	TRANSP. DE GAS DEL SUR	48.083,47	71	CELULOSA ARGENTINA	4.231,25
17	EDESUR	48.030,92	72	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	4.063,60
18	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	42.934,15	73	BANCO DE CORRIENTES	4.047,70
19	CITIBANK	39.786,05	74	FERRUM	3.857,36
20	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	38.184,51	75	BANCO CMF	3.727,61
21	ICBC ARGENTINA S.A.	37.115,22	76	BANCO PROV. DEL CHUBUT	3.618,68
22	CONSULTATIO SA	36.378,18	77	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	3.617,45
23	BANCO PATAGONIA	33.387,28	78	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	3.538,04
24	ALUAR ALUMINIO ARG.	33.071,11	79	DIA ARGENTINA S.A.	3.490,36
25	HSBC BANK ARGENTINA	30.657,43	80	BANCO DE VALORES	3.384,44
26	GRUPO ARCOR	29.910,46	81	AGROFINA S.A	3.230,61
27	BANCO CREDICOOP	29.692,68	82	BANK OF AMERICA	3.095,24
28	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	29.395,09	83	MSU S.A.	2.876,87
29	LOMA NEGRA	29.327,60	84	EDESAL HOLDING SA	2.828,54
30	TECPETROL	29.088,42	85	RIZOBACTER ARGENTINA	2.570,32
31	MOLINOS AGRO	26.871,68	86	CORDIAL COMPAÑIA FINANCIERA SA	2.519,09
32	CRESUD S.A.C.I.F. Y A.	23.227,00	87	INVAP S.E.	2.498,97
33	BANCO DE SAN JUAN	22.682,61	88	LIAG ARGENTINA SA	2.339,07
34	AES ARG. GENERATION	22.129,55	89	BANCO SANTA CRUZ	2.315,18
35	COMPANIA GENERAL DE COMBUSTIBLES S.A. (CGC)	19.219,69	90	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	2.204,23
36	CAPEX	18.480,84	91	BANCO DE FORMOSA	2.186,20
37	BANCO SUPERVIELLE	17.437,13	92	LABORATORIOS RICHMOND SACIF	2.099,96
38	NUEVO BANCO SANTA FE	17.428,08	93	BANCO RIOJA SOCIEDAD ANONIMA UNIPERSONAL	2.074,74
39	TRANSENER	17.018,97	94	BNP PARIBAS	2.061,27
40	HOLCIM	16.109,90	95	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	1.991,53
41	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. Y F.	16.107,61	96	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERM.RCI	1.981,62
42	NATURGY	15.529,22	97	BANQUE	1.962,52
43	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	15.508,10	98	RIGOLLEAU	1.934,96
44	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	15.377,89	99	JOHN DEERE CREDIT COMPAÑIA FINANCIERA	1.875,77
45	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	14.987,75	100	COMPANIA INTRODUCTORA DE BUENOS AIRES	1.834,09
46	COMPANIA MEGA	14.106,09	101	MERCEDES-BENZ COMPAÑIA FINANCIERA	1.826,94
47	GENNEIA	13.942,00	102	ROMBO CIA. FINANCIERA	1.641,54
48	MASTELLONE HNOS.	13.625,47	103	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	1.589,56
49	BANCO DE INVERSION Y COMERCIO EXTERIOR S.A.	13.486,70	104	HAVANNA	1.574,36
50	ITAU ARGENTINA	12.784,11	105	BANCO PIANO	1.478,84
51	GRANJA TRES ARROYOS	12.284,36	106	COMPANIA FINANCIERA ARGENTINA S.A.	1.375,34
52	PLAZA LOGISTICA S.R.L.	12.190,99	107	INTEGRITY SEGUROS	1.351,72
53	JP MORGAN CHASE BANK	11.732,40	108	BANCO COLUMBIA	1.328,87
54	BANCO HIPOTECARIO	11.400,60	109	FORD CREDIT COMPANIA FINANCIERA S.A.	1.317,03
55	GRUPO CLARIN	10.473,70	110	ANGEL ESTRADA	1.309,36

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

LISTADO POR CANTIDAD DE PERSONAL (A LA FECHA DEL BALANCE)

POS.	EMPRESA	EMPLEADOS	POS.	EMPRESA	EMPLEADOS	POS.	EMPRESA	EMPLEADOS
1	YPF S.A.	43.000	55	CARGILL S.A.C.I.	3.100	109	CITIBANK	979
2	TELECOM ARGENTINA S.A.	26.958	56	MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A	3.000	110	CURT. FONSECA	962
3	GRUPO ARCOR	20.000	57	FORD ARGENTINA S.C.A.	2.969	111	BENITO ROGGIO TRANSPORTE S.A.	959
4	BANCO DE LA NACION ARG.	18.361	58	ACINDAR	2.875	112	ARTE RADITELVISIVO ARG. S.A.	953
5	SECURITAS ARGENTINA S.A.	11.755	59	RENAULT ARGENTINA	2.824	113	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	952
6	SWISS MEDICAL GROUP	11.300	60	BANCO PROV. DE CORDOBA	2.726	114	CANTERAS CERRO NEGRO	951
7	PAMPA ENERGIA	11.000	61	ACEITERA GRAL. DEHEZA	2.685	115	GADOR	940
8	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	10.407	62	MERCEDES-BENZ	2.500	116	BANCO PIANO	929
9	CABLEVISION	10.097	63	SISTEMAS GLOBALES S.A.	2.414	117	BANCO DE LA PAMPA	923
10	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	9.853	64	FATE NEUMATICOS	2.329	118	SUIZO ARGENTINA S.A	909
11	BANCO SANTANDER RIO	9.010	65	ALUAR ALUMINIO ARG.	2.320	119	UNIMACO S.A. (GRUPO BERCOMAT)	901
12	BANCO MACRO	7.935	66	ASOC. DE COOPERAT. ARG.	2.317	120	BANCO COLUMBIA	898
13	CENCOSUD	7.295	67	GENERAL MOTORS	2.148	121	NACION SEGUROS	897
14	MERCADO LIBRE SA	7.239	68	FCA AUTOMOVILES ARG. S.A. (EX FIAT)	2.136	122	ZARA ARGENTINA SA	882
15	LEDESMMA	7.236	69	CAJA SEGUROS GENERALES	2.116	123	PUIG	850
16	GARBARINO S.A.C.I. E.I.	6.500	70	SERV. COMPASS DE ARG. S.A.	2.054	124	BANCO DE CORRIENTES	833
17	BBVA BANCO FRANCES	6.082	71	ARTE GRAFICO EDITORIAL ARG. S.A.	2.046	125	ALICORP	823
18	GRUPO NEWSAN	6.000	72	BANCO HIPOTECARIO	2.005	126	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	818
19	OSDE	5.783	73	CENTRAL DE RESTAURANTES	2.000	127	BANCO PROV. DEL CHUBUT	796
20	CERVECERIA Y MALT. QUILMES	5.414	74	NUEVO BANCO SANTA FE	2.000	128	LABORATORIO INTERN. ARGENTINO S.A.	780
21	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	5.335	75	PAN AMERICAN ENERGY	2.000	129	LILIANA S.R.L.	780
22	TOYOTA ARGENTINA S.A.	5.300	76	MAKRO SUP. MAYORIST.	1.951	130	ORACLE ARGENTINA S.A.	753
23	BANCO CREDICOOP	5.214	77	MAYCAR S.A.	1.900	131	HSBC VIDA	750
24	SOC. ITALIANA DE BENEFICENCIA	5.060	78	BUNGE ARGENTINA S.A.	1.881	132	SAN CRISTOBAL	750
25	CITYTECH S.A.	4.981	79	FERRUM	1.751	133	SYNGENTA AGRO S.A.	740
26	ROVELLA CARRANZA S.A.	4.786	80	AUTOSERVICIO MAYORISTA DIARCO	1.700	134	PB LEINER ARG.	733
27	SANCOR COOP. DE SEGUROS LTDA	4.735	81	ITAU ARGENTINA	1.681	135	ALLIANCE ONE TOBACCO ARG.	723
28	FRAVEGA	4.655	82	BGH	1.600	136	LATINA DE GESTION HOTELERA	716
29	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	4.637	83	AMERICAN EXPRESS	1.526	137	BRIGHTSTAR ARGENTINA	713
30	OPERADORA DE ESTACIONES DE SS. S.A.	4.536	84	OROPLATA S.A (GOLDCORP)	1.487	138	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	707
31	FARMACITY	4.500	85	METROGAS	1.485	139	IND. JOHN DEERE	700
32	PECOM SERVICIOS ENERGIA S.A.	4.399	86	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	1.418	140	BANCO INDUSTRIAL	685
33	EDENOR	4.314	87	BANCO COMAFI	1.382	141	OBE SEGUROS LA BUENOS AIRES S.A.	678
34	EMERSON ARGENTINA S.A.	4.290	88	INVAP S.E.	1.375	142	ESTRELLA PATAGONICA S.A.	676
35	HSBC BANK ARGENTINA	4.139	89	CETROGAR S.A.	1.280	143	PERNOD RICARD ARG S.A DE R. LTDA.	675
36	MOLINOS RIO DE LA PLATA	4.007	90	BAYER ARG.	1.278	144	LA MERIDIONAL	669
37	GRANJA TRES ARROYOS	3.950	91	BOLLAND Y CIA.	1.257	145	PROVINCIA ART	669
38	BANCO SUPERVILLE	3.835	92	METALSA S.A	1.252	146	BIOGENESIS BAGÓ S.A.	668
39	SABIC INNOVATIVE PLASTICS	3.795	93	EDESUR	1.243	147	AMERICA TV S.A.	665
40	DIA ARGENTINA S.A.	3.789	94	SIEMENS	1.224	148	SCHNEIDER ARGENTINA SA	650
41	AEGIS ARGENTINA S.A.	3.720	95	GALENO ART	1.220	149	CELULOSA ARGENTINA	628
42	ICBC ARGENTINA S.A.	3.632	96	DROGUERIA DEL SUD	1.202	150	FEDERACION PATRONAL	618
43	TARJETA NARANJA S.A.	3.600	97	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	1.200	151	BANCO DE FORMOSA	604
44	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. Y F.	3.500	98	BELGRANO CARGAS Y LOG. S.A	1.192	152	YPF GAS S.A.	577
45	MONSANTO ARG.	3.492	99	GEFCO ARGENTINA	1.185	153	PROVINCIA SEGUROS	569
46	MASTELLONE HNOS.	3.480	100	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	1.150	154	LA CAMPAGNOLA	565
47	BAYTON S.A.	3.464	101	SCANIA ARGENTINA	1.103	155	DYCASA	552
48	LOMA NEGRA	3.455	102	TRANSP. DE GAS DEL SUR	1.100	156	PREVENCION ART	549
49	ASTRA EVANGELISTA S.A	3.427	103	CARSA	1.096	157	UNIPAR INDUPA SAIC	536
50	HEWLETT PACKARD	3.400	104	HOLCIM	1.080	158	ASOCIART ART	533
51	BANCO PATAGONIA	3.365	105	RIBEIRO S.A.C.I.F.I.A.	1.058	159	MINERA TRITON ARGENTINA	529
52	CERRO VANGUARDIA	3.298	106	MOLFINO HERMANOS	1.037	160	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	523
53	GRUPO GESTAM ARGENTINA S.A.	3.126	107	RIGOLLEAU	1.035	161	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	522
54	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	3.103	108	CAMUZZI GAS PAMPEANA	1.011	162	MEDANITO	521

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

LISTADO POR CANTIDAD DE PERSONAL (A LA FECHA DEL BALANCE)

POS.	EMPRESA	EMPLEADOS	POS.	EMPRESA	EMPLEADOS	POS.	EMPRESA	EMPLEADOS
163	CHEVRON ARGENTINA	520	187	ANGEL ESTRADA	362	211	INTERBANKING S.A.	219
164	EGGER SAU (EX MASISA ARG.)	500	188	BST BANCO DE SERV. Y TRANSACCIONES	355	212	LIAG ARGENTINA SA	206
165	MANFREY COOP. LTDA	500	189	3M ARGENTINA	354	213	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	205
166	BANCO DE SAN JUAN	497	190	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	339	214	ENAP SIPETROL ARGENTINA S.A.	200
167	METLIFE	495	191	BANCO DE INVERSION Y COM. EXT. S.A.	335	215	INSTITUTO MASSONE S.A.	193
168	CORDIAL COMPAÑIA FINANCIERA SA	488	192	SAINT GOBAIN ARGENTINA S.A.	333	216	BANCO MARIVA	191
169	NATURGY	482	193	NCR ARGENTINA S.R.L.	329	217	PHILIPS ARGENTINA	180
170	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	476	194	GENNEIA	321	218	SHELL ARGENTINA	179
171	EMPRESA DIST DE ENERGIA SUR SA	471	195	ANSELMO L. MORVILLO SA	316	219	COMPANIA MEGA	174
172	TECPETROL	470	196	SAVANT PHARMA	316	220	OLEODUCTOS DEL VALLE S.A.	174
173	TETRA PACK	467	197	LITORAL GAS	315	221	JP MORGAN CHASE BANK	171
174	KALCIYAN TECNOLOGIA DEL VIDRIO S.A.	452	198	GREIF ARGENTINA S.A.	301	222	YARA ARGENTINA S.A.	162
175	PINTURERIAS REX S.A.	447	199	YPF ENERGIA ELECTRICA	299	223	BANCO CMF	158
176	LARTIRIGOYEN Y CIA SA.	446	200	ADECCO ARGENTINA	296	224	INTEGRITY SEGUROS	152
177	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	425	201	PROFERTIL	293	225	CARDIF SEGUROS	152
178	RENOVA	419	202	AUSTRALTEX S.A.	288	226	ALFAVINIL S.A.	148
179	AGUAS CORDOBESAS S.A.	418	203	BANCO SANTA CRUZ	275	227	BBVA CONSOLIDAR SEGUROS	140
180	TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS S.A.	415	204	MASTELLONE SAN LUIS	274	228	HENKEL ARGENTINA S.A.	140
181	ENSIGN ARGENTINA S.A.	410	205	ELECTRIFICADORA DEL VALLE S.A.	266	229	SUCESION DE ANTONIO MORENO SA	137
182	HENDEL HOGAR S.A.	410	206	BANCO DE VALORES	251	230	AUTOMOTORES RUSSONIELLO S.A.	131
183	REFINERIA DEL NORTE S.A.	401	207	MEXICHEM ARGENTINA	251	231	BOMBAS GRUNDFOS DE ARGENTINA	116
184	PAPEL MISIONERO	395	208	SOGEFI FILTRATION ARG. S.A.	250	232	OILTANKING EBYTEM S.A.	111
185	PLA S.A.	379	209	FRANCE ARGENTINE COSMETIC S.A.	230	233	LABORATORIOS FERRING SA.	106
186	LABORATORIOS RICHMOND SACIF	368	210	SINERGIUM BIOTECH	230	234	INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	101

Con
la fuerza
del viento

Parque Eólico Aluar



GANAN LOS BANCOS

El tradicional Ranking de las 1000 Empresas Líderes llega, con ésta, a su 45^a edición anual consecutiva, marcando una continuidad que le otorga el estatus de verdadero indicador de la economía argentina, mientras sigue creciendo en amplitud y calidad. Desde hace mucho tiempo este trabajo está consolidado como una herramienta de ubicación y análisis insustituible para conocer la realidad de las empresas argentinas, cubriendo 52 rubros de actividad y poniendo bajo la lupa al millar de compañías que más facturan en el país.

El análisis del listado de Ventas y Utilidades, permite comprobar que YPF continúa siendo por mucho la compañía individual que más factura en el país, mientras que Banco Nación sigue afianzada en el segundo puesto. Los resultados fueron diversos en cambio entre estas dos compañías: mientras YPF registró una abultada pérdida, Banco Nación pudo exigir buen nivel de ganancias.

En el tercer lugar tampoco hubo variantes, ya que Toyota Argentina sigue afirmada en este podio, como la empresa industrial más importante del país, a pesar de que la industria automotriz ha venido floja en ventas locales, pero la compañía japonesa ha establecido una base de producción para exportaciones en la región muy interesante en la Argentina.

En cuarto y quinto puesto también se repitieron los nombres, ya que Telecom Argentina y Pan American Energy lograron conservar sus respectivas posiciones.

En el sexto puesto aparece Cofco Argentina, el gigante chino de la comercialización de cereales y oleaginosos, que creció vertiginosamente en el medio local, sobre todo después de la adquisición de Nidera. También Aceitera General Deheza mostró un notable repunte, logrando ingresar la compañía cordobesa de los Urquía en el "top ten" del ranking de ventas.

También Banco Galicia tuvo una excelente actuación, desplazando por primera vez a Banco Provincia, como segundo banco del país y primero de la banca privada. Justamente el Provincia es el que completa este año el cuadro de honor de los diez primeros en ventas.

En 2018 Shell se desprendió del negocio del llamado downstream petrolero –estaciones de servicio- en favor de la empresa Raizen, conformada en un 50% por Shell y otro 50% por la brasileña Cosan, líder en ese país en azúcar y biocombustibles. Pues bien, en el presente listado Raizen aparece por primera vez, colocándose en el undécimo lugar.

El sector de retail exhibió, en términos generales, una evolución regular, con ventas estancadas en la mayoría de los casos y de descenso en términos reales, como se corresponde con un período de declinación del consumo.

En el rubro comercial cabe destacar que sigue la trepada de Mercado Libre. La plataforma de ventas y financiamiento on line subió del puesto 30º al 21º, perfilándose como una compañía destinada a seguir subiendo hacia los lugares preponderantes del ranking.

Entre las empresas alimenticias, Arcor mantiene su claro liderazgo, con su actuación no solo en el mercado interno sino también con exportaciones mundiales e implantación regional. La compañía originaria de Arroyito enfrentó dificultades financieras, con motivo de las devaluaciones que hicieron gravosa su deuda en pesos. También por la caída del consumo. Sin embargo ha logrado recuperarse y hacer interesantes colocaciones en el mercado de capitales local.

En el sector de la minería, continuó liderando Oroplata, conocida como Minera Argentina Gold. El segundo lugar fue para Minera Andina del Sol, ex Argentina Gold., mientras que la tercera en facturación fue Cerro Vanguardia.

Mastellone Hermanos sigue siendo la líder del sector lácteo, pero si bien sus ventas aumentaron, continuó exhibiendo pérdidas en su balance. Sin duda se le hace muy difícil volver a la rentabilidad a la tradicional empresa –hoy en propiedad compartida con Arcor- debido a la pesada carga financiera y también por la crisis del sector lácteo.

LAS TOP 10 EN VENTAS

POS.	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
1	YPF S.A.	678.595,00
2	BANCO DE LA NACION ARG.	321.950,43
3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00
4	TELECOM ARGENTINA S.A.	237.024,00
5	PAN AMERICAN ENERGY	201.897,00
6	COFCO INTERNATIONAL ARGENTINA S.A	201.494,70
7	ACEITERA GRAL. DEHEZA	185.265,00
8	BANCO GALICIA	177.725,38
9	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	176.387,38
10	BUNGE ARGENTINA S.A.	169.676,50

RANKING EXCLUSIVO

← **1000 EMPRESAS LÍDERES**

POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
1	1	YPF S.A.	PETRÓLEO Y GAS	678.595,00	(33.379,00)	53	115	BANCO CIUDAD	BANCOS	62.050,00	
2	2	BANCO DE LA NACION ARG.	BANCOS	321.950,43	9.846,35	54	55	ICBC ARGENTINA S.A.	BANCOS	60.360,36	19.444,11
3	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	AUTOMOTRIZ	245.000,00		55	67	METROGAS	SERV. DE GAS	60.269,33	
4	4	TELECOM ARGENTINA S.A.	SERV. DE TELECOM.	237.024,00		56	50	TELEFONICA DE ARGENTINA S.A.	SERV. DE TELECOM.	60.135,00	
5	5	PAN AMERICAN ENERGY	PETRÓLEO Y GAS	201.897,00	12.082,00	57	76	DROGUERIA DEL SUD	DROGUERÍA	58.955,00	
6	-	COFCO INTERNATIONAL ARGENTINA S.A.	ACEIT. Y CEREAL.	201.494,70		58	53	MONSANTO ARG.	SEMILLERA	58.409,80	
7	38	ACEITERA GRAL. DEHEZA	ACEIT. Y CEREAL.	185.265,00		59	62	MASTELLONE HNOS.	LÁCTEOS	57.919,38	(50,53)
8	23	BANCO GALICIA	BANCOS	177.725,38	35.442,33	60	43	MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A	ACEIT. Y CEREAL.	56.800,00	
9	10	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	BANCOS	176.387,38	8.342,81	61	66	BANCO SUPERVIELLE	BANCOS	55.864,84	3.776,65
10	12	BUNGE ARGENTINA S.A.	ACEIT. Y CEREAL.	169.676,50		62	45	PBBPOLISUR	QUÍM. Y PETROQ.	54.510,17	
11	-	RAIZEN ARGENTINA S.A.	PETRÓLEO Y GAS	168.444,00		63	33	GENERAL MOTORS	AUTOMOTRIZ	53.333,00	
12	11	BANCO SANTANDER RIO	BANCOS	160.730,08	22.539,32	64	56	ACINDAR	SIDERÚRGICA	53.172,13	
13	15	CENCOSUD	SUPERMERCADOS	157.770,00		65	79	BANCO PROV. DE CORDOBA	BANCOS	52.439,55	2.726,70
14	9	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	AUTOMOTRIZ	153.147,00		66	42	RENAULT ARGENTINA	AUTOMOTRIZ	51.593,00	
15	21	TELÉFONICA MÓVILES ARGENTINA	SERV. DE TELECOM.	152.791,00		67	160	TRAFIGURA S.A.	SERV. FINANCIEROS	50.814,00	
16	19	BANCO MACRO	BANCOS	149.445,58	41.563,05	68	83	ALUAR ALUMINIO ARG.	IND. DEL ALUMINIO	50.656,00	(1.425,02)
17	7	VICENTÍN	ACEIT. Y CEREAL.	144.376,00		69	52	DIRECT TV	TELEVISIÓN	50.600,00	
18	24	OLEAGINOSA MORENO HNOS	ACEIT. Y CEREAL.	144.090,27		70	-	EMPRESA PROV. DE ENERGIA DE CORDOBA	SERV. DE ELECTRIC.	50.598,26	
19	6	CARGILL S.A.C.I.	ACEIT. Y CEREAL.	140.030,00		71	47	GRUPO NEWSAN	ELECTRÓNICA	50.390,03	
20	14	OSDE	SERV. MÉDICOS	138.090,16		72	85	CITIBANK	BANCOS	49.039,54	29.451,65
21	30	MERCADO LIBRE SA	COMERCIAL	137.526,25		73	63	TRANSP. DE GAS DEL SUR	SERV. DE GAS	48.330,57	12.805,11
22	27	ASOC. DE COOPERAT. ARG.	ACEIT. Y CEREAL.	136.738,24		74	48	CAJA DE JUBILACIONES DE CÓRDOBA	SEGUROS DE RETIRO	47.495,00	
23	13	GRUPO ARCOR	ALIMENTICIA	134.710,18	(144,09)	75	-	GALENO ARGENTINA	SERV. MÉDICOS	46.299,00	
24	32	ADM ARGENTINA	ACEIT. Y CEREAL.	132.708,00		76	196	OROPLATA S.A (GOLDCORP)	MINERÍA	44.000,00	
25	22	BBVA BANCO FRANCES	BANCOS	112.461,00	27.530,41	77	88	PROSEGUR S.A.	SERV. DE SEGURIDAD	43.478,00	
26	31	PAMPA ENERGIA	SERV. DE ELECTRIC.	110.080,00	39.307,00	78	59	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	ART. LIMP. Y COSM.	43.290,00	
27	-	IEASA (INTEGRACIÓN ENERGÉTICA)	SERV. DE ELECTRIC.	110.000,00		79	78	LOMA NEGRA	MAT. CONSTRUCCIÓN	43.200,00	4.043,80
28	20	TERNIUM (EX SIDERAR)	SIDERÚRGICA	107.154,00	11.096,91	80	73	IATEC	MAQ. Y EQUIPOS	41.625,00	
29	18	CLARO ARGENTINA	SERV. DE TELECOM.	102.624,00		81	81	FARMACY	COMERCIAL	41.138,00	
30	25	SWISS MEDICAL GROUP	SERV. MÉDICOS	96.182,00		82	99	MINERA ANDINA DEL SOL (EX ARG. GOLD)	MINERÍA	37.960,00	
31	46	AEROLINEAS ARGENTINA S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	95.839,00		83	127	SYNGENTA AGRO S.A.	SEMILLERA	37.892,00	
32	34	CABLEVISION	SERV. DE TELECOM.	94.532,00		84	75	TARJETA NARANJA S.A.	TARJ. DE CRÉDITO	37.373,00	
33	-	CORPORACIÓN AMÉRICA AIRPORTS	TRANSP. Y LOGÍSTICA	93.518,00		85	148	MOLFINO HERMANOS	LÁCTEOS	37.366,00	
34	41	MOLINOS AGRO	ACEIT. Y CEREAL.	92.098,00	2.948,86	86	72	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	TRANSP. Y LOGÍSTICA	37.247,00	5.908,36
35	29	EDENOR	SERV. DE ELECTRIC.	89.994,00	12.134,14	87	57	MERCEDES-BENZ	IND. AUTOMOTRIZ	37.209,00	
36	60	BANCO CREDICOOP	BANCOS	80.254,84	14.191,90	88	40	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	AUTOMOTRIZ	36.573,00	
37	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	AUTOMOTRIZ	80.000,00		89	135	CENTRAL PUERTO	SERV. DE ELECTRIC.	36.000,00	8.660,86
38	51	HSBC BANK ARGENTINA	BANCOS	77.176,81	15.670,89	90	-	SWIFT ARGENTINA	IND. FRIGORÍFICA	35.745,01	
39	39	SIDERCA	SIDERÚRGICA	76.000,00		91	65	TOTAL AUSTRAL	PETRÓLEO Y GAS	35.597,00	
40	28	CERVEcería Y MALT. QUILMES	BEBIDAS	71.429,00		92	68	FEDERACION PATRONAL	SEGUROS	35.029,62	12.345,98
41	36	WALMART	SUPERMERCADOS	70.000,00		93	92	EMBOTELLADORA DEL ATLANTICO S.A.	BEBIDAS	34.800,00	
42	294	IRSA (INVERSIONES Y REPRES. S.A.)	DESARR. INMOBIL.	69.767,00	23.731,00	94	644	CNHI CAPITAL	SERV. FINANCIEROS	34.150,00	
43	64	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	BANCOS	65.712,40	12.712,25	95	77	RAFAEL G ALBANESI	SERV. DE GAS	34.014,00	
44	44	EDESUR	SERV. DE ELECTRIC.	65.000,00	12.680,53	96	141	ASTRA EVANGELISTA S.A	ING. Y CONSTRUCCIÓN	32.959,10	
45	-	DISTRILEC	SERV. DE ELECTRIC.	65.000,00		97	96	MOLINOS RIO DE LA PLATA	ALIMENTICIA	32.743,00	(1.006,40)
46	416	EMPRESA DIST DE ENERGIA SUR SA	SERV. DE ELECTRIC.	64.870,00		98	80	GARBARINO S.A.C.I. E.I.	COMERCIAL	32.646,00	
47	74	TECPETROL	PETRÓLEO Y GAS	64.513,00	4.212,97	99	101	NATURGY	SERV. DE GAS	32.599,60	3.609,34
48	69	BANCO PATAGONIA	BANCOS	64.375,46	18.211,72	100	104	AYSA	SERV. DE AGUAS CORR.	31.790,00	
49	26	FCA AUTOMOVILES ARG. S.A. (EX FIAT)	AUTOMOTRIZ	64.359,90	(3.875,70)	101	111	HALLIBURTON ARGENTINA S.R.L.	SERV. PETROLEROS	31.634,00	
50	58	DIA ARGENTINA S.A.	SUPERMERCADOS	64.163,04		102	70	AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO	SERVICIOS	31.617,00	
51	54	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	SUPERMERCADOS	63.209,00	1.247,21	103	82	WINTERSHALL ENERGIA S.A.	PETRÓLEO Y GAS	31.534,00	
52	49	SUIZO ARGENTINA S.A.	DROGUERÍA	63.166,92		104	140	KIMBERLY CLARK ARGENTINA	HIGIENE Y COSM.	31.531,00	

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

POR FACTURACIÓN (EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
105	-	COMP. GRAL. DE COMBUSTIBLES S.A. (CGC)	PETRÓLEO Y GAS	30.880,00	4.695,68	143	134	PETROQUÍMICA CUYO	QUÍM. Y PETROQ.	23.128,00	
106	109	CAMUZZI GAS PAMPEANA	SERV. DE GAS	30.295,00	(4.283,35)	144	119	CERRO VANGUARDIA	MINERÍA	22.977,00	
107	163	PECOM SERVICIOS ENERGIA S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	30.287,00		145	199	DOW AGROSCIENCES ARG SRL	SEMILLERA	22.921,00	
108	97	BANCO HIPOTECARIO	BANCOS	29.690,09	1.781,53	146	-	MASSALIN PARTICULARES S.R.L.	TABACALERAS	22.900,00	
109	87	FRAVEGA	COMERCIAL	29.500,00		147	165	AUTOSERVICIO MAYORISTA DIARCO	SUPERMERCADOS	22.880,13	
110	221	CHS DE ARGENTINA	AGROPECUARIAS	29.468,00		148	146	CAMIÑ S.A.	SERV. FINANCIEROS	22.823,12	
111	123	NUEVO BANCO SANTA FE	BANCOS	28.985,55	9.307,71	149	173	BANCO COMAFI	BANCOS	22.775,79	3.313,74
112	91	MAKRO SUP. MAYORIST.	SUPERMERCADOS	28.883,00		150	183	WEATHERFORD INT. DE ARGENTINA	SERV. PETROLEROS	22.480,00	
113	108	PRISMA MEDIOS DE PAG S.A.	SERV. FINANCIEROS	28.790,00		151	164	CAMUZZI GAS DEL SUR S.A.	SERV. DE GAS	22.438,00	
114	-	CCU ARGENTINA	BEBIDAS	28.751,00		152	84	CAJA SEGUROS GENERALES	SEGUROS	22.265,66	9.563,39
115	112	CORREO OFICIAL DE LA REP. ARG. S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	28.239,00		153	218	AMAGGI ARG.	ACEIT. Y CEREAL.	22.204,00	
116	260	SANCOR	LÁCTEOS	28.223,08	7.866,76	154	131	COCA-COLA FEMSA	BEBIDAS	22.200,00	
117	126	GRANJA TRES ARROYOS	ALIMENTICIA	27.365,03	(800,31)	155	121	NISSAN ARGENTINA S.A.	AUTOMOTRIZ	22.021,00	
118	98	IND. JOHN DEERE	MAQ. AGRÍCOLA	27.183,94		156	202	AGRICULTORES FEDERADOS ARG.	ACEIT. Y CEREAL.	22.000,00	
119	-	NESTLÉ ARGENTINA S.A.	LÁCTEOS	27.000,00		157	95	PROVINCIA ART	SEGUROS	21.618,55	11.693,56
120	114	MONROE AMERICANA S.A.	LOGÍSTICA	26.700,00		158	128	SAN ANTONIO INTERN.	SERV. PETROLEROS	21.163,00	
121	106	UNIPAR INDUPA SAIC	QUÍM. Y PETROQ.	26.574,87		159	198	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	BANCOS	21.106,43	8.787,09
122	105	SINOPEC ARGENTINA	PETRÓLEO Y GAS	26.500,00		160	209	MATRIXCONSUMO	SUPERMERCADOS	21.026,00	
123	122	BAYER ARG.	QUÍM. Y PETROQ.	26.282,81		161	124	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	AUTOMOTRIZ	20.745,00	
124	132	MONDELEZ	ALIMENTICIA	25.700,00		162	187	RENOVA	BIOCOMBUSTIBLES	20.020,00	
125	156	FALABELLA	COMERCIAL	25.644,00		163	258	BANCO DE INVERSIÓN Y COM. EXT. S.A.	BANCOS	20.016,67	378,74
126	103	LEDESMA	AZUCARERA	25.600,89	735,89	164	129	SCANIA ARGENTINA	AUTOMOTRIZ	19.800,00	
127	118	BAGLEY ARGENTINA	ALIMENTICIA	25.446,00		165	174	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	ART. LIMP. Y COSM.	19.718,56	
128	107	GRUPO CLARÍN	IND. EDIT. Y DE MEDIOS	25.429,00	(1.459,10)	166	170	VISTA OIL & GAS	PETRÓLEO Y GAS	19.704,00	
129	155	MAYCAR S.A.	COMERCIAL	25.297,13		167	179	TETRA PACK	ENVASES	19.547,09	
130	143	GADOR	LABORATORIOS	25.276,00		168	-	ARAUCO ARGENTINA S.A.	IND. MADERERA	19.546,00	
131	120	PROFERTIL	AGROQUÍMICOS	24.933,33		169	194	SISTEMAS GLOBALES S.A.	INFORMÁTICA	19.476,00	
132	117	COMPANÍAS ASOC. PETROLERAS S.A.	PETRÓLEO Y GAS	24.807,00		170	150	SERV Y PR P/BEB REFREC	bebidas	19.304,00	
133	139	ITAU ARGENTINA	BANCOS	24.710,39	5.558,76	171	184	NUTRIEM	AGROQUÍMICOS	19.229,00	
134	113	BRITISH AMERICAN TOBACCO ARG.	TABACALERAS	24.293,00		172	152	HOLCIM	ING. Y CONSTRUCCIÓN	19.143,43	2.681,84
135	86	SANCOR COOP. DE SEGUROS LTDA	SEGUROS	24.151,00		173	224	ADECO AGROPECUARIA	AGROPECUARIAS	18.827,00	
136	157	ASFAT ARG.	QUÍM. Y PETROQ.	23.964,00		174	250	BANCO DE LA PAMPA	BANCOS	18.570,81	3.461,33
137	102	DANONE ARGENTINA	ALIMENTICIA	23.937,00		175	-	DESTILERÍA ARGENTINA DE PETRÓLEO S.A.	PETRÓLEO Y GAS	18.554,17	
138	89	PREVENCION ART	SEGUROS	23.907,44	12.229,15	176	195	ACCENTURE S.R.L.	CONSULTORÍA	18.521,00	
139	-	TECHINT COMPANÍA TÉCNICA INT. S.A.C.I.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	23.794,00		177	182	PEÑAFLOR	bebidas	18.407,00	
140	180	BENITO ROGGIO E HIJOS	ING. Y CONSTRUCCIÓN	23.398,00		178	172	ROEMMERS	LABORATORIOS	18.385,00	
141	110	PLUSPETROL	PETRÓLEO Y GAS	23.288,00		179	628	PFIZER	LABORATORIOS	18.214,00	
142	149	SOC. ITALIANA DE BENEFICENCIA	SERV. MÉDICOS	23.185,00		180	186	CARTOCOR	CELULOSA Y PAPEL	18.130,00	

Exporta con la tranquilidad que solo el Seguro de Crédito te brinda

InSur
Partner of Atradius

www.segurosinsur.com.ar

RANKING EXCLUSIVO

← **1000 EMPRESAS LÍDERES**

POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
181	238	SALTA REFRESCOS S.A.	BEBIDAS	18.067,00		233	158	MAPFRE ARGENTINA	SEGUROS	13.102,00	
182	142	BANCO INDUSTRIAL	BANCOS	18.056,41	2.743,87	234	281	EXPERTA ART S.A.	SEGUROS	13.061,67	8.190,14
183	168	COMPAÑIA MEGA	QUÍM. Y PETROQ.	18.044,41	1.397,77	235	247	ODS	HOLDING	13.000,00	
184	166	CLIBA INGENIERIA URBANA S.A.	SERV. LIMPIEZA	18.043,00		236	201	BANCO DE SAN JUAN	BANCOS	12.937,41	12.212,08
185	-	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	SERV. DE GAS	17.792,00	4.225,06	237	188	ARTE GRAFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A.IND. EDIT. Y DE MEDIOS	SERV. DE ELECTRIC.	12.888,00	
186	-	GRUPO CMPC	CELULOSA Y PAPEL	17.773,00		238	284	GRUPO CODERE	JUEGO	12.800,00	
187	137	CEMENTOS AVELLANEDA SA	MAT. CONSTRUCCIÓN	17.692,69		239	285	ENEL GEN. COSTANERA (EX CTRAL. COST.)	SERV. DE ELECTRIC.	12.779,69	
188	-	ARCOS DORADOS	COMERCIAL	17.493,50		240	153	JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	ING.Y CONSTRUCCIÓN	12.756,00	
189	-	LOS GROBO AGROPECUARIA S.A.	AGROPECUARIAS	17.402,04		241	-	GALENO ART	SEGUROS	12.676,29	7.724,24
190	-	LIBERTAD S.A.	COMERCIAL	17.346,35		242	175	ALLIANZ SEGUROS	SEGUROS	12.562,00	
191	181	YAMANA GOLD INC.	MINERÍA	17.303,23		243	159	LA MERCANTIL ANDINA	SEGUROS	12.387,94	3.862,01
192	169	LABORATORIOS ELEA	LABORATORIOS	17.300,00		244	305	ALLIANZ ARGENTINA	SEGUROS	12.386,91	5.893,31
193	215	ADIDAS ARGENTINA S.A.	CALZADO	17.107,00		245	216	ESTAB. LAS MARIAS	AGROPECUARIAS	12.107,90	
194	151	ENEL ARGENTINA S.A.	SERV. ELECTRICOS	17.025,98	4.085,27	246	248	TECSAN	SERV. LIMPIEZA	12.100,00	
195	-	NACION SEGUROS	SEGUROS	16.977,08	5.321,25	247	267	INGREDION ARGENTINA S.A.	ALIMENTICIA	11.901,00	
196	-	VESTAS ARGENTINA S.A.	IND. ELÉCTRICA	16.900,00		248	231	YPF GAS S.A.	SERV. DE GAS	11.859,77	
197	147	NIKE ARGENTINA	CALZADO	16.660,00		249	398	L'OREAL ARGENTINA	ART. LIMP. Y COSM.	11.857,00	
198	235	PETROQUÍMICA COMODORO RIVADAVIA	QUÍM. Y PETROQ.	16.648,12	1.365,53	250	193	SULLAIR	MAQ. Y EQUIPOS	11.771,00	
199	145	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	BANCOS	16.618,13	4.411,51	251	-	NATURA COSMETICOS	ART. LIMP. Y COSM.	11.722,00	
200	154	GRUPO ASEGUADOR LA SEGUNDA	SEGUROS	16.574,45	6.060,67	252	338	SHELL ARGENTINA	PETRÓLEO Y GAS	11.706,00	
201	178	REFINERIA DEL NORTE S.A.	PETRÓLEO Y GAS	16.561,00		253	222	FRIGORIFICO GORINA SAIC	IND. FRIGORÍFICA	11.573,82	
202	261	LABORATORIOS BAGÓ	LABORATORIOS	16.378,00		254	167	PEPSICO DE ARG.	BEBIDAS	11.547,00	
203	233	YPF ENERGIA ELECTRICA	SERV. DE ELECTRIC.	16.113,92		255	286	PROVINCIA SEGUROS	SEGUROS	11.540,34	3.122,11
204	219	DISTRIB. DE GAS DEL CENTRO	SERV. DE GAS	15.951,00		256	293	SAINT GOBAIN ARGENTINA S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	11.500,00	
205	217	BAKER HUGHES ARGENTINA	SERV. PETROLEROS	15.645,00		257	177	BANCO DE CORRIENTES	BANCOS	11.226,41	1.970,38
206	-	LITORAL GAS	SERV. DE GAS	15.609,00		258	242	DLS ARGENTINA	SERV. PETROLEROS	11.191,00	
207	-	TIBSA	INVERSORA	15.609,00		259	-	ENAP SIPETROL ARGENTINA S.A.	PETRÓLEO Y GAS	11.036,46	
208	390	GERDAU	IND. SIDERÚRGICA	15.569,00		260	263	MEDICUS S.A.	SERV. MÉDICOS	11.035,12	
209	-	JP MORGAN CHASE BANK	BANCOS	15.415,86	6.183,82	261	254	GENERACION MEDITERRANEA S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	11.007,00	(1.137,86)
210	433	QUICKFOOD	IND. FRIGORÍFICA	15.300,00		262	230	LONDON SUPPLY GROUP S.A.	COMERCIAL	11.006,29	
211	-	LARTIRIGOYEN Y CIA SA.	AGROPECUARIAS	15.269,06		263	191	BIOTOSCANA	LABORATORIOS	10.997,84	
212	265	LABORATORIOS ROCHE	LABORATORIOS	15.096,00		264	306	ZURICH ARGENTINA	SEGUROS	10.967,36	1.406,89
213	136	MINERA SANTA CRUZ	MINERÍA	14.934,00		265	259	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	BANCOS	10.935,97	1.516,25
214	343	SAN CRISTOBAL	SEGUROS	14.884,13	8.163,18	266	300	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. Y F.	FRUTÍCOLA	10.852,00	(362,74)
215	892	GENERAL ELECTRIC	ELECTRODOMÉSTICOS	14.856,00		267	318	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	BANCOS	10.841,07	2.091,41
216	204	SEGUROS VICTORIA S.A.	SEGUROS	14.834,22	6.950,04	268	223	MC CAIN	ALIMENTICIA	10.700,00	
217	-	AES ARG. GENERATION	SERV. DE ELECTRIC.	14.778,00	4.811,73	269	271	BGH	ELECTRODOMÉSTICOS	10.616,24	
218	321	NOVARTIS ARGENTINA	LABORATORIOS	14.600,00		270	251	GRUPO BIMBO	ALIMENTICIA	10.604,00	
219	-	CELULOSA ARGENTINA	CELULOSA Y PAPEL	14.595,44	2.231,08	271	298	SECURITAS ARGENTINA S.A.	SERV. DE SEGURIDAD	10.436,00	
220	-	EMPRESA DIST. DE ELECT. DE MENDOZA S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	14.356,00		272	190	SAP ARGENTINA S.A.	INFORMÁTICA	10.358,00	
221	257	ALBANESI S.A.	GAS Y ELECTRICIDAD	14.199,00		273	-	SURA SEGUROS	SEGUROS	10.341,00	
222	237	SC JOHNSON & SON	ART. LIMP. Y COSM.	14.069,00		274	325	ZURICH SEGUROS	SEGUROS	10.336,00	
223	228	SIEMENS	TECNOLOGÍA	14.000,00		275	-	SANOFIG AVVENTIS ARGENTINA	LABORATORIOS	10.300,00	
224	211	ACERBRAG S.A.	SIDERÚRGICA	13.815,00		276	396	MERCK, SHARP & DOHME (MSD)	LABORATORIOS	10.300,00	
225	207	CAPEX	SERV. DE ELECTRIC.	13.711,00	938,92	277	290	FMC QUIMICA	QUÍM. Y PETROQ.	10.203,00	
226	234	BRIGHTSTAR ARGENTINA	ELECTRÓNICA	13.701,03		278	-	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	DESARR. INMOBIL.	10.169,00	18.153,26
227	-	NAVIOS SOUTH AMERICAN	TRANSP. Y LOGÍSTICA	13.696,00		279	-	SEGUROS SURA	SEGUROS	10.093,99	3.043,67
228	337	ENERGÍA DE ENTRE RÍOS S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	13.529,70		280	308	ALPAGARGATAS S.A.I.C.	IND. TEXTIL	10.090,00	
229	262	GENNEIA	SERV. DE ELECTRIC.	13.502,00	(1.101,00)	281	328	FATE NEUMATICOS	NEUMÁTICOS	10.089,00	
230	213	GOOGLE	SERV. DE INTERNET	13.500,00		282	189	LABORATORIOS CASASCO	LABORATORIOS	10.048,00	
231	229	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	SERV. DE GAS	13.318,00	1.249,72	283	333	OSPECON - CONSTRUIR SALUD	SEGUROS	10.000,00	
232	252	AVON	ART. LIM. Y COSM.	13.300,00		284	-	TRANSCLOR S.A.	IND. ELECTROQUÍMICA	10.000,00	

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

POR FACTURACIÓN (EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
285	197	LA NACIÓN	MEDIOS	10.000,00		323	315	SURFIT KAPPA ARGENTINA	ENVASES	8.438,00	
286	422	ASOCIART ART	SEGUROS	9.988,78	8.203,54	324	299	TUBOSCOPE VETCO	METALÚRGICA	8.420,00	
287	203	COMPAÑÍA BERNAL SA	IND. FRIGORÍFICA	9.922,12		325	346	CASINO PUERTO MADERO	JUEGO	8.400,00	
288	273	LA SEGUNDA ART	SEGUROS	9.907,98	5.465,74	326	236	ENERGIA SAN JUAN	SERV. DE ELECTRIC.	8.200,00	
289	270	IMAGEN SATELITAL	TELEVISIÓN	9.833,00		327	311	LA MERIDIONAL	SEGUROS	8.139,00	
290	-	TRANSENER	SERV. DE ELECTRIC.	9.810,00	4.057,52	328	372	TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A.	TELEVISIÓN	8.130,00	
291	358	FRESENIUS MEDICAL CARE	SERV. MÉDICOS	9.753,00		329	295	NOVO NORDISK PHARMA ARG.	LABORATORIOS	8.100,00	
292	316	DABRA S.A.	COMERCIAL	9.745,77		330	244	LA CAMPAGNOLA	ALIMENTICIA	8.040,00	
293	313	SCHNEIDER ARGENTINA SA	MAQ. Y EQUIPOS	9.705,65		331	287	SWISS MEDICAL ART	SEGUROS	8.024,80	4.491,98
294	-	EXXON MOBIL BUSINESS SUPPORT	CONSULTORÍA	9.600,00		332	923	FRATELLI BRANCA DEST.	BEBIDAS	8.019,00	
295	999	PIRELLI NEUMÁTICO SAIC	NEUMÁTICOS	9.600,00		333	-	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	ART. LIM. Y COSM.	7.987,00	
296	365	CETROGAR S.A.	COMERCIAL	9.589,20		334	-	FIDEICOMISO PROCREAR (B. HIPOTECARIO)	SERV. FINANCIEROS	7.920,00	
297	255	PILAGA S.A.	ALIMENTICIA	9.394,00		335	342	COLCAR	COMERCIAL	7.904,00	
298	-	HUAWEI	ELECTRÓNICA	9.338,00		336	675	ABBOT LABORATORIES ARGENTINA S.A.	LABORATORIOS	7.820,00	
299	-	NORDEX WINDPOWER S.A.	IND. ELÉCTRICA	9.321,00		337	324	MINA PIQUITAS INC.	MINERÍA	7.800,00	
300	-	DINOSAURIO S.A.	COMERCIAL	9.310,00		338	467	CENTURY LINK	TECNOLOGÍA	7.789,00	
301	351	FECOVITA	BEBIDAS	9.295,20		339	352	CENTRAL TERMICA DOCK SUD	SERV. DE ELECTRIC.	7.742,00	
302	329	BOLLAND Y CIA.	SERV. PETROLEROS	9.194,00		340	269	TELMEK ARG. S.A.	SERV. DE TELECOM.	7.704,00	
303	378	MILKAUT S.A.	ALIMENTICIA	9.098,00		341	373	AGUAS DANONE DE ARGENTINA	BEBIDAS	7.703,00	
304	383	HELMERICH & PAYNE ARG. DRILLING	SERV. PETROLEROS	9.097,00		342	579	AXIONLOG	TRANSP. Y LOGÍSTICA	7.622,82	
305	322	SUCESIÓN DE ANTONIO MORENO SA	ACEIT. Y CEREAL.	9.046,64		343	302	ZURICH COMPAÑÍA DE REASEGUROS	SEGUROS	7.621,94	2.720,00
306	253	ZARA ARGENTINA SA	COMERCIAL	9.037,00		344	341	DOW QUÍMICA	QUÍM. Y PETROQ.	7.579,43	
307	291	GRUPO ROVELLA CARRANZA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	8.975,78		345	-	CALFRAC WELL SERVICES S.A.	SERV. PETROLEROS	7.565,00	
308	361	AGUAS BONAERENSES SA	SERV. DE AGUAS CORR.	8.900,00		346	414	C.A. BOCA JUNIORS	CLUBES	7.500,00	
309	212	COLGATE PALMOLIVE ARG.	ART. LIMP. Y COSM.	8.900,00		347	335	INVAP S.E.	TECNOLOGÍA	7.461,04	271,63
310	277	QBE SEGUROS LA BUENOS AIRES S.A.	SEGUROS	8.877,00		348	386	DESPEGAR.COM.AR S.A.	HOTELERÍA Y TUR.	7.445,00	
311	364	AMERICAN EXPRESS	SERV. FINANCIEROS	8.807,00		349	331	ALICORP	ART. LIMP. Y COSM.	7.429,00	
312	-	GASNOR S.A.	PETRÓLEO Y GAS	8.748,00		350	-	BANCO COLUMBIA	BANCOS	7.427,09	300,87
313	986	GASCART S.A.	SERV. FINANCIEROS	8.748,00		351	389	HOSPITAL ALEMÁN ASOCIACION CIVIL	SERV. MÉDICOS	7.394,58	
314	288	UNIFARMA S.A.	LABORATORIOS	8.743,31		352	349	BANCO PROV. DEL CHUBUT	BANCOS	7.370,33	1.479,87
315	367	AIR LIQUIDE	GASES INDUSTRIALES	8.692,00		353	536	BANCO PIANO	BANCOS	7.303,33	329,40
316	304	SERVICIO ELECTRÓNICO DE PAGO	SERVICIOS	8.665,00		354	661	NALCO ARGENTINA S.R.L.	QUÍM. Y PETROQ.	7.200,00	
317	278	ANTARES NAVIERA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	8.633,00		355	454	MAPFRE RE CIA DE REASEGUROS	SEGUROS	7.160,93	1.290,53
318	-	INTERBARIES	COMERCIAL	8.600,00		356	381	CEPAS ARGENTINAS	BEBIDAS	7.123,00	
319	339	TGLT S.A.	DESARR. INMOBIL.	8.595,00	(2.236,96)	357	347	DROGUERIA ROS FAR S.A.	DROGUERÍA	7.114,52	
320	-	TELEVISIÓN FEDERAL	TELEVISIÓN	8.529,00		358	406	METALSA S.A	AUTOPARTES	7.094,48	
321	256	RADIO VICTORIA TCL	IND. ELECTRÓNICA	8.469,00		359	323	BENITO ROGGIO TRANSPORTE S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	7.088,00	
322	353	ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A.	TELEVISIÓN	8.452,00		360	292	RANDSTAD	CONSULTORÍA	7.050,00	

Aseguramos tu cobranza

Seguros de Crédito y Caución



InSur
Partner of Atradius

www.segurosinsur.com.ar

Nº de licencia en SSN
12793

Atención al asegurado
0800-666-9400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/sic

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGURIDAD DE LA NACIÓN

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

**POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)**

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
361	-	INGENIO TABACAL	TABACALERAS	7.016,00		413	-	ZURICH INTERNATIONAL LIFE	SEGUROS	5.817,97	(3.766,82)
362	515	SEABOARD ENERGIAS REN. Y ALIM. SRL	ALIMENTICIA	7.000,00		414	498	ASOCIACIÓN HOSPITAL BRITÁNICO	SERV. MÉDICOS	5.780,00	
363	356	BIOCERES S.A.	BIOTECNOLOGÍA	6.968,00		415	-	BANCO DE VALORES	BANCOS	5.708,92	1.946,01
364	-	LONDON SUPPLY S.A.C.I.F.I.	COMERCIAL	6.953,70		416	-	AGCO ARGENTINA	MAQ. AGRÍCOLA	5.701,00	
365	-	FRIMETAL S.A.	MAQ. Y EQUIPOS	6.923,58		417	345	TOYOTA BOSHOKU ARGENTINA SRL	AUTOPARTES	5.653,00	
366	-	AZUL NATURAL BEEF SA	IND. FRIGORÍFICA	6.858,00		418	445	ARGENOVA S.A.	PESQUERA	5.632,00	
367	418	SALENTEIN	BEBIDAS	6.822,00		419	-	SERV. COMPASS DE ARG. S.A.	SERVICIOS	5.622,00	
368	355	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	SEMILLERA	6.817,58	762,33	420	-	MERCK S.A.	LABORATORIOS	5.622,00	
369	404	EXTERRAN ARGENTINA	SERV. PETROLEROS	6.812,00		421	-	JOHNSON & JOHNSON	HIG. Y COSMÉTICA	5.600,00	
370	301	METALMECANICA S.A.	METALÚRGICA	6.800,00		422	405	BRASKEM ARGENTINA	QUÍM. Y PETRO.	5.583,00	
371	495	TOTAL ESPECIALIDADES ARG S.A.	PETRÓLEO Y GAS	6.741,00		423	429	MAZZA HNOS. S.A.C.	SERVICIOS	5.556,78	
372	580	BOEHRINGER INGELHEIM	LABORATORIOS	6.664,00		424	391	CONSTR. ELECTROMECÁNICA DEL OESTE	ING. Y CONSTRUCCIÓN	5.523,62	
373	474	RIZOBACTER ARGENTINA	TECNOL. AGRARIA	6.628,00	369,36	425	453	VASA S.A.	VIDRIOS Y CRISTALES	5.500,00	
374	332	BLACK BAMBOO ENTERPRISES	IND. FRIGORÍFICA	6.600,00		426	455	BALIARDA	LABORATORIOS	5.499,00	
375	439	TERMOANDES	SERV. DE ELECTRIC.	6.600,00		427	727	MANFREY COOP. LTDA	LÁCTEOS	5.488,09	
376	371	FERRERO ARGENTINA	ALIMENTICIA	6.500,00		428	327	ELI LILLY INTERAMERICA	LABORATORIOS	5.480,65	
377	-	AUSA	CONCESIONARIA VIAL	6.400,00		429	446	PHILIPS ARGENTINA	ELECTRODOMÉSTICOS	5.472,38	
378	-	JANSSEN CILAG	LABORATORIOS	6.400,00		430	-	MIRGOR	AUTOPARTES	5.467,00	2.124,40
379	393	PUMA SPORTS ARGENTINA SA	CALZADO	6.398,88		431	283	SUDACIA	INVERSORA	5.420,00	
380	366	BANCO DE FORMOSA	BANCOS	6.397,33	605,65	432	401	RIBEIRO S.A.C.I.F.A.I.	COMERCIAL	5.413,00	
381	539	SKF ARGENTINA S.A.	AUTOPARTES	6.377,00		433	-	GRUPO PLASTAR	IND. DEL PLÁSTICO	5.400,00	
382	380	EDESAL HOLDING SA	SERV. DE ELECTRIC.	6.372,47	406,79	434	413	GRUPO SALINI/IMPREGILO	ING. Y CONSTRUCCIÓN	5.394,00	
383	-	YARA ARGENTINA S.A.	AGROQUÍMICOS	6.367,79		435	438	TERMINAL ZÁRATE S.A.	SERV. PORTUARIOS	5.329,00	
384	489	BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	BIOTECNOLOGÍA	6.352,99	933,73	436	-	AUBASA	CONCESIONARIA VIAL	5.300,00	
385	583	BANCO CMF	BANCOS	6.334,70	1.715,37	437	266	TERMINAL 4 S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	5.300,00	
386	370	GENZYME DE ARGENTINA S.A.	DROGUERÍA	6.300,00		438	-	ZUCAMOR	ENVASES	5.292,00	
387	-	LOGISTICA LA SERENISIMA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	6.280,00		439	491	MILICIC	MINERÍA	5.286,00	
388	-	CLEAR PETROLEUM SA	SERV. PETROLEROS	6.258,00		440	314	BELGRANO CARGAS Y LOG. S.A	TRANSP. Y LOGÍSTICA	5.285,60	
389	-	CLOROX	HIG. Y COSMÉTICA	6.239,00		441	506	LA ESTRELLA S.A. CIA. DE SEG. DE RETIRO	SEGUROS	5.273,00	
390	477	ARCHER DLS LTD. SA	SERV. PETROLEROS	6.230,00		442	-	CIA. TSB S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	5.268,00	
391	400	CASINO DE ROSARIO	JUEGO	6.200,00		443	312	CENTRAL TÉRMICA BARRAGAN	SERV. ELECTRICOS	5.256,00	
392	-	PRYSMIAN ENERGÍA CABLES Y SISTEMAS IND. ELÉCTRICA		6.200,00		444	408	CHUBB	SEGUROS	5.242,30	70,77
393	384	SIDEKO AMERICANA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	6.184,50		445	431	PETROBRAS OPERACIONES	PETRÓLEO Y GAS	5.239,00	
394	369	INTERNATIONAL HEALTH SERVICES	SERV. MÉDICOS	6.155,00		446	471	UNIMACO S.A. (GRUPO BERCOMAT)	MAT. CONSTRUCCIÓN	5.220,46	
395	395	TERMINALES RIO DE LA PLATA S.A.	SERV. PORTUARIOS	6.136,00		447	522	ABBVIE S.A.	LABORATORIOS	5.220,00	
396	303	CHEVRON ARGENTINA	PETRÓLEO Y GAS	6.100,00		448	359	BANCO SANTA CRUZ	BANCOS	5.136,34	1.190,52
397	-	GESTAMP BAIRRES	AUTOPARTES	6.100,00		449	461	CMR	TARJ. DE CRÉDITO	5.134,00	
398	232	ARAUCARIA ENERGY S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	6.100,00		450	611	SOC MILITAR SEG DE VIDA	SEGUROS	5.118,00	
399	436	CARSA	COMERCIAL	6.092,29	(1.093,82)	451	336	PRAXAIR ARGENTINA	QUÍM. Y PETRO.	5.100,00	
400	419	METROVIAS	TRANSP. Y LOGÍSTICA	6.054,00	721,82	452	511	CORDIAL COMPAÑIA FINANCIERA SA	SERV. FINANCIEROS	5.090,30	(241,78)
401	423	RAYEN CURA	ENVASES	6.043,00		453	544	COMPANY REGIONAL DE LACTEOS ARG.	ALIMENTICIA	5.045,00	
402	388	TADICOR S.A.	SUPERMERCADOS	6.040,00		454	-	OLEODUCTOS DEL VALLE S.A.	SERV. PETROLEROS	5.039,02	
403	432	SERVICIOS ESPECIALES SAN ANTONIO S.A.	SERV. PETROLEROS	6.031,00		455	443	REFIPAMPA	PETRÓLEO Y GAS	5.020,00	
404	558	SUMMIT AGRO	AGROQUÍMICOS	6.021,00		456	-	PIONEER ARGENTINA S.R.L.	ELECTRÓNICA	5.013,00	
405	330	VINISA FUEGUINA SRL	QUÍM. Y PETROQ.	6.019,00		457	481	PANALPINA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	5.005,00	
406	420	COMPÀNIA FINANCIERA ARGENTINA S.A.	SERV. FINANCIEROS	6.013,01	(71,29)	458	368	3M ARGENTINA	ADHESIVOS	5.000,00	
407	465	DYCASA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	6.008,00	(13,80)	459	459	FABRICA AUSTRAL DE PROD. ELECT. S.A.	ELECTRÓNICA	5.000,00	
408	350	MSU S.A.	AGROPECUARIAS	5.988,00	1.696,92	460	434	CANTERAS CERRO NEGRO	MAT. CONSTRUCCIÓN	4.979,96	
409	409	ADECCO ARGENTINA	CONSULTORÍA	5.897,00	(93,27)	461	-	PETROLERA EL TREBOL S.A.	PETRÓLEO Y GAS	4.950,00	
410	437	PETRONAS E&P ARGENTINA S.A.	ENERGÍA	5.870,00		462	440	TRIVIUM PACKAGIN ARGENTINA S.A.	ENVASES	4.931,00	
411	-	MINERA DEL ALTIPLANO S.A.	MINERÍA	5.832,00		463	-	TELE RED IMAGEN S.A.	TELEVISIÓN	4.923,00	
412	310	LORENZATI RUETSCH Y CIA	IND. DEL MANÍ	5.822,00		464	572	NSS (IPLAN)	SERV. DE TELECOM.	4.916,00	

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

POR FACTURACIÓN (EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
465	757	ARLA FOODS INGREDIENTS	ALIMENTICIA	4.900,00		503	602	ELECTRIFICADORA DEL VALLE S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	4.413,00	
466	457	NOKIA SIEMENS AND NETWORKS	ELECTRÓNICA	4.900,00		504	493	LIAG ARGENTINA SA	AGROPECUARIAS	4.406,46	282,59
467	289	MASTERFOODS ARGENTINA LTD.	AGROPECUARIAS	4.896,00		505	399	DANISCO ARGENTINA S.A.	ALIMENTICIA	4.400,00	
468	475	FCA S.A. DE AHORRO PARA FINES D.	SERV. FINANCIEROS	4.870,00		506	486	EGGER SAU (EX MASISA ARG.)	IND. DE LA MADERA	4.400,00	
469	509	NUTRICIA BAGO	ALIMENTICIA	4.843,30		507	-	KASDORF	LÁCTEOS	4.400,00	
470	425	PAPEL MISIONERO	CELULOSA Y PAPEL	4.814,00		508	-	ROBERT BOSCH ARGENTINA INDUSTRIAL	AUTOPARTES	4.400,00	
471	639	ATENTO	CONTACT CENTER	4.800,00		509	620	WFS	TECNOLOGÍA	4.400,00	
472	554	CABOT ARGENTINA S.A.I.C.	QUÍM. Y PETROQ.	4.800,00		510	524	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	BANCOS	4.373,87	841,49
473	866	APR ENERGY S.R.L.	ENERGÍA	4.775,30		511	545	AESA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	4.300,00	
474	472	SHANGHAI ELECTRIC POWER CONST.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	4.734,22		512	-	MAHLE ARGENTINA	AUTOPARTES	4.293,00	
475	512	INVESTI FARMA S.A	LABORATORIOS	4.723,00		513	530	SONDA ARGENTINA S.A.	INFORMÁTICA	4.254,51	
476	362	MINERA AGUILAR	MINERÍA	4.719,00		514	442	INTEROCÉAN TRANSPORTATION INC.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	4.254,00	
477	430	ELECTROFUEGUINA	ELECTRÓNICA	4.700,00		515	542	AUSTRALTEX S.A.	TEXTIL	4.250,00	
478	-	NCR ARGENTINA S.R.L.	INFORMÁTICA	4.700,00		516	543	ENEL GENERACIÓN EL CHOCON S.A.	SERV. ELECTRICOS	4.246,30	
479	482	CLARIANT (EX AQUISA)	QUÍM. Y PETROQ.	4.700,00		517	-	HIDROINVEST	IND. ELECTROQUÍMICA	4.246,30	
480	555	TRANSBA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	4.676,00		518	-	JOHNSON MATTHEY ARGENTINA S.A.	VARIOS	4.246,00	
481	397	COMPÀNIA ARGENTINA DE LEVADURAS	ALIMENTICIA	4.650,00		519	428	AMPACET SOUTH AMERICA SRL	IND. PLÁSTICO	4.213,18	
482	502	SALES DE JUJUY	MINERÍA	4.644,00		520	681	BEIERSDORF	ART. LIMP. Y COSM.	4.186,00	
483	484	FCA COMPAÑIA FINANCIERA S.A	SERV. FINANCIEROS	4.620,51	260,18	521	-	TUBHIER	MAT. CONSTRUCCIÓN	4.175,00	
484	724	QUINTANA WELLPRO	SERV. PETROLEROS	4.600,00		522	319	ACE AM. INS. COMP.(REASEG. CHUBB)	SEGUROS	4.151,00	
485	-	FRESENIUS	METALÚRGICA	4.569,00		523	534	DUPONT ARGENTINA S.R.L	INDUSTRIAS VARIAS	4.134,00	
486	550	VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES	SERV. FINANCIEROS	4.561,00		524	-	RAVAGO	IND. DEL PLÁSTICO	4.112,00	
487	376	SHERWIN WILLIAMS ARGENTINA	MAT. CONSTRUCCIÓN	4.560,00		525	614	STRATTON ARGENTINA S.A.	CALL CENTER	4.106,43	
488	507	FERRUM	MAT. CONSTRUCCIÓN	4.558,00	(73,32)	526	503	ASTRAZENECA	LABORATORIOS	4.100,00	
489	-	EDELAR S.A.	SERV. ELECTRICOS	4.558,00		527	363	PLAN ÓVALO S.A.	SERV. FINANCIEROS	4.100,00	
490	751	INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	QUÍM. Y PETROQ.	4.550,00		528	538	COPPEL S.A.	ELECTRODOMÉSTICOS	4.095,00	
491	-	BACKFIN S.A.	SERV. FINANCIEROS	4.542,31		529	537	ESTRELLA PATAGONICA S.A.	PESQUERA	4.074,00	
492	540	BERKLEY SEGUROS	SEGUROS	4.528,00		530	-	MINERA TRITON ARGENTINA	MINERÍA	4.051,00	
493	571	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO P/F. DET.	SERV. FINANCIEROS	4.523,09	739,73	531	560	PEDIDOSYA	DELIVERY	4.021,00	
494	532	INSTITUTO MASSONE S.A.	LABORATORIOS	4.515,95		532	-	WHIRPOOL ARGENTINA S.R.L.	ELECTRODOMÉSTICOS	4.020,00	
495	463	RIGOLLEAU	VIDRIOS Y CRISTALES	4.514,00	(295,80)	533	529	MURCHISON	TRANSP. Y LOGÍSTICA	4.000,00	
496	464	CHEEK S.A (CHEEKY)	INDUMENTARIA	4.500,00		534	516	IVAX ARGENTINA S.A.	LABORATORIOS	3.998,00	
497	791	GRUPO CITROMAX	BEBIDAS	4.500,00		535	450	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	BANCOS	3.989,01	(69,24)
498	585	BANCO MARIVA	BANCOS	4.488,40	463,36	536	377	ROMBO CIA. FINANCIERA	SERV. FINANCIEROS	3.963,92	354,59
499	385	VITOPEL	IND. DEL PLÁSTICO	4.468,00		537	607	GALICIA SEGUROS	SEGUROS	3.925,65	491,37
500	-	ORBIS	SEGUROS	4.466,19	409,17	538	568	CITYTECH S.A.	SERVICIOS	3.922,00	
501	518	ALBANESE ENERGÍA S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	4.466,00		539	510	HEWLETT PACKARD	INFORMÁTICA	3.920,00	
502	426	HOSPITAL PRIV. CTR. MEDICO DE CBA S.A. SERV. MÉDICOS	SERV. DE ELECTRIC.	4.454,72		540	659	AGUAS SANTAFESINAS	SERV. DE AGUAS CORR.	3.919,35	

Seguros de Crédito
a la Exportación



InSur
Partner of Atradius

www.segurosinsur.com.ar

NP de inscripción en SENI
(2790)

Asociación a la Seguridad
(5800-636-9400)

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/sen

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

RANKING EXCLUSIVO

← **1000 EMPRESAS LÍDERES**

POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
541	-	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	ART. LIMP. Y COSM.	3.918,00		593	573	GRUPO TASA	LOGÍSTICA	3.500,00	
542	485	VESTIDITOS S.A.	INDUMENTARIA	3.912,79		594	682	PUIG	ART. LIMP. Y COSM.	3.500,00	
543	535	ROYAL CANIN ARGENTINA SA	NUTRICIÓN ANIMAL	3.908,00		595	670	SINERGIUM BIOTECH	LABORATORIOS	3.500,00	
544	677	GRUPO CATENA (LA RURAL/ESCORIHUELA)	BEBIDAS	3.900,00		596	514	FLOWSERVE	MAQ. Y EQUIPOS	3.484,00	
545	647	SUPERIOR ENERGY SERVICES S.A.	SERV. PETROLEROS	3.900,00		597	-	BS. AS. CONTAINER TERMINAL	SERV. PORTUARIOS	3.483,00	
546	660	VICUNHA ARGENTINA	TEXTIL	3.900,00		598	508	TOREDO S.A.	IND. DEL CUERO	3.480,00	
547	606	LABORATORIOS RICHMOND SACIF	LABORATORIOS	3.895,00	125,57	599	-	CONSULTATIO SA	SERV. FINANCIEROS	3.478,55	1.358,23
548	626	TERMINALES MARITIMAS PATAG. S.A	SERV. PORTUARIOS	3.893,00		600	705	BODEGAS CHANDON	BEVIDAS	3.467,13	
549	551	DELL AMERICA LATINA CORP.	INFORMÁTICA	3.888,00		601	748	CONSORCIO GRAL PUERTO DE BA. BCA.	SERV. PORTUARIOS	3.437,00	
550	-	PAREXKLAKOL	MAT. CONSTRUCCIÓN	3.851,00		602	-	PGI ARGENTINA S.A.	TEXTIL	3.431,39	
551	492	TRANSFARMACO SOCIEDAD ANÓNIMA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	3.832,00		603	557	BLACK & DECKER ARGENTINA	HERRAM. ELECTRICAS	3.424,56	
552	-	HP INC	INFORMÁTICA	3.832,00		604	-	PERNOD RICARD ARG S.A. DE RESP LTDA.	BEVIDAS	3.415,53	
553	479	METLIFE SEGUROS SA	SEGUROS	3.823,18		605	547	FABRICA ARGENTINA DE AVIONES SA	INDUSTRIA AEREA	3.404,15	
554	587	MEDANITO	PETRÓLEO Y GAS	3.813,00	(6.716,86)	606	449	LAS BLONDAS S.A. (RAPSDIA)	TEXTIL	3.400,00	
555	525	ALLIANZ RE ARGENTINA	SEGUROS	3.800,00		607	685	HOLANDA SUDAMERICANA	SEGUROS	3.365,76	554,12
556	581	CENTRALES DE LA COSTA ATLÁNTICA S.A.	SERV. ELECTRICOS	3.800,00		608	-	LABORATORIO INTERNACIONAL ARG. S.A.	LABORATORIOS	3.365,00	
557	-	ORACLE ARGENTINA S.A.	INFORMÁTICA	3.800,00		609	-	TSA CAMBIO S.A.	SERV. FINANCIEROS	3.358,71	
558	605	COTEC Sud	CONSULTORÍA	3.800,00		610	441	APEX AMÉRICA	CALL CENTER	3.355,11	
559	638	DHL EXPRESS	TRANSP. Y LOGÍSTICA	3.795,00		611	584	MASTELLONE SAN LUIS	LÁCTEOS	3.354,55	
560	452	SEALED AIR ARGENTINA	IND. DEL PLÁSTICO	3.788,91		612	612	DESCARTABLES CAROMAR	ART. LIMP. Y COSM.	3.352,86	
561	698	COMPUMUNDO	COMERCIAL	3.772,00		613	591	BEMIS AR. S.A. (EX AMERICAN PLAST S.A.)	IND. DEL PLÁSTICO	3.350,00	
562	649	GOLDEN PEANUT AND TREE NUTS S.A.	ALIMENTICIA	3.764,90		614	-	CAMINOS DE LAS SIERRAS	CONCESSIONARIA VIAL	3.350,00	
563	412	SIGNIFY (EX PHILIPS LIGHTING ARG. S.A.)	IND. ELÉCTRICA	3.744,25		615	-	JOHNSON & JOHNSON MEDICAL	EQUIP. MÉDICO	3.350,00	
564	-	SMG SEGUROS	SEGUROS	3.723,60	852,42	616	683	Y-GEN ELECTRICA II S.A.U	SERV. ELECTRICOS	3.344,42	
565	-	DESEL SUR	AGROPECUARIAS	3.720,00		617	635	BST BANCO DE SERV. Y TRANSACCIONES	BANCOS	3.334,76	114,16
566	407	INMOBAL NUTRER S.A.	ALIMENTICIA	3.707,00		618	654	CENTRAL DE RESTAURANTES	SERV. GASTRONÓM.	3.332,00	
567	648	METLIFE	SEGUROS	3.704,59	2.653,58	619	-	SIKA	MAT. CONSTRUCCIÓN	3.309,00	
568	456	CAMERON ARGENTINA SAIC	MAQ. Y EQUIPOS	3.700,00		620	-	RURALCO SOLUCIONES S.A.	AGROQUÍMICOS	3.300,00	
569	483	PRUDENTIAL SEGUROS S.A.	SEGUROS	3.699,53	2.653,82	621	596	ERNESTO RGUEZ E H. (LACTEOS VACCALIN)	IND. LÁCTEOS	3.280,00	
570	-	INDUSTRIASLEAR	AUTOPARTES	3.687,00		622	-	DISTRICUYO	SERV. DE ELECTRIC.	3.270,00	
571	541	INF A S.A.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	3.687,00		623	-	EXXONMOBIL EXPLORATION ARG. S.R.L.	PETRÓLEO Y GAS	3.250,00	
572	707	INTERBANKING S.A.	SERV. FINANCIEROS	3.675,39		624	601	VERIFONE ARGENTINA SA	SERV. DE PAGO	3.213,00	
573	497	VIA BARILOCHE S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	3.668,76		625	-	ALIMENTOS DE SOJA	ALIMENTICIA	3.200,00	
574	636	PREVENCIÓN SALUD	SERV. MÉDICOS	3.663,00		626	567	NORDELTA S.A.	DESARR. INMOBIL.	3.191,89	
575	595	DIAPERUM	SERV. MÉDICOS	3.662,00		627	604	CET SA	HOT. Y TURISMO	3.168,00	
576	527	HOYT'S GENERAL CINEMA DE ARGENTINA	ENTRETENIMIENTO	3.659,00		628	674	LILIANA S.R.L.	ELECTRODOMÉSTICOS	3.167,12	
577	627	TOYOTA COMPAÑÍA FINANCIERA	SERV. FINANCIEROS	3.656,58	385,45	629	603	CPS COMUNICACIONES S.A.	SERV. DE TELECOM.	3.144,68	
578	666	CRESUD S.A.C.I.F. Y A.	AGROPECUARIAS	3.654,00	1.900,00	630	392	HAVANNA	ALIMENTICIA	3.140,00	133,07
579	566	CONARCO	MAQ. Y EQUIPOS	3.650,00		631	624	FAURECIA ARGENTINA S.A.	AUTOPARTES	3.128,00	
580	402	ZF SACHS ARGENTINA S.A.	AUTOPARTES	3.650,00		632	478	AGUAS CORDOBESAS S.A.	SERV. DE AGUAS CORR.	3.105,00	
581	552	RÍO URUGUAY	SEGUROS	3.645,80	159,83	633	696	CURT. FONSECA	IND. DEL CUERO	3.100,00	
582	-	UADE	EDUCACIÓN	3.613,00		634	725	TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS S.A.	BEVIDAS	3.100,00	
583	618	DURLOCK S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	3.601,00		635	476	PINTURERÍAS REX S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	3.095,94	
584	-	ADT SECUTIRY SERVICES S.A.	SERV. DE SEGURIDAD	3.600,00		636	559	PAOLINI HNO. S.A.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	3.076,59	
585	394	ESTRELLA RETIRO	SEGUROS	3.599,62	2.036,24	637	488	SOUTH-NET TURISMO S.A.	HOT. Y TURISMO	3.074,49	
586	-	GEFCO ARGENTINA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	3.591,00		638	-	ZURICH SANTANDER	SEGUROS	3.071,59	592,05
587	686	PETROLEOS SUDAMERICANOS S.A.	PETRÓLEO Y GAS	3.586,28		639	-	AMGEN	BIOTECNOLOGÍA	3.065,00	
588	505	NEUMÁTICOS GOODYEAR	NEUMÁTICOS	3.550,00		640	662	ARSAT	SERV. DE TELECOM.	3.059,24	
589	480	SAMSUNG ELECTRONIS ARGENTINA S.A.	ELECTRÓNICA	3.550,00		641	668	SAF ARGENTINA S.A.	ALIMENTICIA	3.048,27	
590	-	FRIC ROT SAIC	AUTOPARTES	3.525,00		642	622	OILTANKING EBITEM S.A.	SERV. PETROLEROS	3.031,44	
591	553	G4S SOLUCIONES DE SEGURIDAD S.A.	SEGURIDAD	3.514,00		643	494	CARRIER S.R.L	ELECTRODOMÉSTICOS	3.007,00	
592	520	ECO DE LOS ANDES S.A.	BEVIDAS	3.508,90		644	608	BBVA CONSOLIDAR SEGUROS	SEGUROS	3.003,08	740,42

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

POR FACTURACIÓN (EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
645	655	GATE GOURMET	SERVICIOS	3.000,00		683	-	SCRAPSERVICE S.A.	METALÚRGICA	2.700,00	
646	637	STENFAR	CELULOSA Y PAPEL	3.000,00		684	-	INDUNOR S.A.	EXTRACTOS	2.700,00	
647	-	MERCEDES-BENZ COMPAÑIA FINANCIERA	SERV. FINANCIEROS	2.972,41	457,90	685	499	ICBA	SERV. MÉDICOS	2.700,00	
648	615	HELPORTE S.A. (CONSOLIDADO)	ING. Y CONSTRUCCIÓN	2.934,00		686	-	PARANÁ	SEGUROS	2.691,04	139,45
649	-	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	BANCOS	2.932,59	725,05	687	90	AGROFINA S.A.	AGROQUÍMICOS	2.687,82	(719,82)
650	435	COMPANY INTRODUCTORA DE BS AS	ALIMENTICIA	2.922,00	119,35	688	672	GEOPARK LIMITED	PETRÓLEO Y GAS	2.684,00	
651	-	YAMAHA ARGENTINA	MOTOCICLETAS	2.921,00		689	837	STATUS AGER	SEMILLERA	2.678,00	
652	676	ROCA ARGENTINA S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.909,00		690	995	JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	SERV. FINANCIEROS	2.675,98	413,59
653	-	UCA	EDUCACIÓN	2.900,00		691	656	LATER CER S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.667,95	
654	721	B-GAMING S.A.	TECNOLOGÍA	2.899,00		692	-	KRONEN INTERNACIONAL S.A.	ELECTRODOMÉSTICOS	2.653,00	
655	663	COMPANY NAVIERA HORAMAR	SERV. PORTUARIOS	2.898,33		693	574	ALGODONERA ACONCAGUA	ALGODONERA	2.650,00	
656	578	CONUAR	IND. NUCLEAR	2.896,00		694	531	BNP PARIBAS	BANCOS	2.649,38	348,46
657	-	CHERY SOCMA	AUTOMOTRIZ	2.884,04		695	562	BERKLEY ARGENTINA	SEGUROS	2.642,22	1.731,83
658	740	GESTAM ARGENTINA S.A.	SERV. DE LIMPIEZA	2.882,97		696	651	PUNTO SUR	SEGUROS	2.633,00	
659	834	AUSTIN POWDER ARG.	COMERCIAL	2.850,00		697	731	LOTERÍA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	JUEGO	2.632,00	
660	564	EMERSON ARGENTINA S.A.	TECNOLOGÍA	2.842,00		698	680	TOMÁS HNOS & CIA S.A.	AGROPECUARIAS	2.632,00	
661	-	COOP. MUTUAL PATRONAL	SEGUROS	2.837,46	653,72	699	673	COOP. DE TABACALEROS DE JUJUY	TABACALERAS	2.624,60	
662	613	ROGIRO ACEROS	SIDERÚRGICA	2.830,00		700	-	RCI BANQUE	SERV. FINANCIEROS	2.616,82	711,20
663	-	EPSON	INFORMÁTICA	2.827,00		701	755	PFIZER - ELEA CONSORCIO DE COOP.	LABORATORIOS	2.600,00	
664	-	CP RENOVABLES	SERV. ELECTRICOS	2.826,00		702	714	CATALENTE ARGENTINA SAIC	DROGUERÍA	2.584,00	
665	657	BOLDIT S.A.	TECNOLOGÍA	2.819,00	106,19	703	800	FLENI	SERV. MÉDICOS	2.584,00	
666	690	TUBOS ARGENTINOS S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.813,00		704	563	GREIF ARGENTINA S.A.	ENVASES	2.583,45	
667	548	JULERIAQUE S.A.	ART. LIMP. Y COSM.	2.806,03		705	744	NORTE	SEGUROS	2.569,60	463,84
668	-	CORVEN MOTORS ARGENTINA	AUTOPARTES	2.804,02		706	853	SEIDOR CONSULTING SA	CONSULTORÍA	2.565,81	
669	652	PHILIP MORRIS LATIN AM. SERVICES S.R.L.	TABACALERAS	2.800,00		707	774	VIAL AGRO	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.557,89	
670	-	BANCO SAENZ	BANCOS	2.792,22	1,07	708	-	BANCO RIOJA S. A. UNIPERSONAL	BANCOS	2.534,61	949,28
671	-	CENTRAL TERMICA ROCAS S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	2.787,00		709	549	TEL 3 S.A.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	2.532,00	
672	528	RUTA SUR TRUCKS S.A.	CONCESIONARIA VIAL	2.779,13		710	732	SOLALBAN ENERGIA S.A.	IND. ELÉCTRICA	2.531,30	
673	640	INST. ENTRE RÍOS	SEGUROS	2.765,62	1.541,80	711	713	COSTER PACKAGING	ENVASES	2.531,00	
674	718	HENKEL ARGENTINA S.A.	ADHESIVOS	2.759,00		712	700	PB LEINER ARG.	ALIMENTICIA	2.522,00	
675	811	ASTORI ESTRUCTURAS S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.757,56		713	-	BANDEX	IND. DEL PLÁSTICO	2.518,59	
676	-	ALLIANCE ONE TOBACCO ARG.	TABACALERAS	2.755,22		714	-	FERROEXPRESO PAMPEANO S.A.C	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.504,00	
677	-	BRENNITAG ARGENTINA S.A.	QUÍM. Y PETROQ.	2.750,00		715	777	IGT ARGENTINA	MAQ. PARA JUEGOS	2.500,00	
678	789	DHL GLOBAL FORWARDING	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.749,00		716	710	ALEA Y CIA S.A.	CEREALERA	2.494,08	
679	759	GRUPO LA REDENCION	AGROPECUARIAS	2.744,00		717	689	LONDON FREE ZONE S.A.	COMERCIAL	2.454,16	
680	658	OILSTONE ENERGIA	ENERGÍA	2.729,00		718	616	SIEMENS HEALTHCARE SA	SERVICIOS	2.452,00	
681	619	ESSEN ALUMINIOS S.A.	ART. P. EL HOGAR	2.723,97		719	754	TRIUNFO COOP. DE SEG. LTDA	SEGUROS	2.450,32	(1.019,71)
682	688	CLAAS	SEMILLERA	2.719,00		720	-	LENOVO	ELECTRÓNICA	2.445,00	

Pólizas a la medida de tus negocios

Seguros de Crédito y Caución





www.segurosinsur.com.ar

Inf. de Invención en 888-0780

Asistencia al asegurado 0800-100-0100

Organismo de control

www.jurisdiccion.gob.ar/cse

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

RANKING EXCLUSIVO

← **1000 EMPRESAS LÍDERES**

POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
721	487	SIMPLOT ARGENTINA	ALIMENTICIA	2.440,34		773	592	CENTRAL TÉRMICA PIEDRA BUENA	SERV. DE ELECTRIC.	2.195,00	
722	734	LIDERAR	SEGUROS	2.432,60	1.152,29	774	737	OMINT ART	SEGUROS	2.191,59	822,27
723	833	LABORATORIOS POEN SACIF E I	LABORATORIOS	2.430,00		775	738	KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.184,28	
724	632	TERMINAL 6	SERV. PORTUARIOS	2.419,00		776	781	MANN + HUMMEL	AUTOPARTES	2.181,00	
725	772	TRADING SUR SA	COMERCIAL	2.417,39		777	799	LABORATORIO LKM S.A.	LABORATORIOS	2.170,00	
726	-	BIOETANOL RIO CUARTO S.A.	BIOCOMBUSTIBLES	2.411,00		778	722	SES S.A.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	2.168,61	
727	746	ILVA S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.401,73		779	847	WINNERS PRODUCTOS DEPORTIVOS S.A.	COMERCIAL	2.166,52	
728	646	AEGIS ARGENTINA S.A.	PUBLICIDAD	2.400,00		780	-	VESUVIO	TEXTIL	2.165,26	
729	-	ENSIGN ARGENTINA S.A.	SERV. PETROLEROS	2.400,00		781	843	CMC DI RAVENNA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	2.162,30	
730	-	ENVASES TIMPLANTE SAU	ENVASES	2.400,00		782	742	MAZALOSA S.A.	TEXTIL	2.161,75	
731	915	GRUPO BYMA	SERV. FINANCIEROS	2.395,00		783	729	PILKINGTON AUTOMOTIVE	AUTOPARTES	2.151,00	
732	741	PLA S.A.	MAQ. Y EQUIPOS	2.386,57		784	-	LOS CIPRESES	SERVICIOS	2.140,00	
733	526	JOCKEY CLUB A.C.	ENTRETENIMIENTO	2.366,00		785	745	CORVEN S.A.C.I.F	AUTOPARTES	2.139,05	
734	852	BOSTON SEGUROS	SEGUROS	2.342,72	812,91	786	-	TRADELOG S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.126,87	
735	761	BANCO BICA S.A.	BANCOS	2.323,83	138,79	787	-	DIAGNOSTICO MAIPU POR IMÁGENES S.A.	SERV. MÉDICOS	2.109,00	
736	752	BODEGA NORTON S.A.	BEBIDAS	2.321,00		788	-	VEOLIA SERV. Y GESTIÓN DE ENERGIA ARG.	SERV. DE ELECTRIC.	2.100,00	
737	598	ROCH SA	PETRÓLEO Y GAS	2.317,76	(311,08)	789	691	CASINO PUERTO SANTA FE	JUEGO	2.100,00	
738	867	SABIC INNOVATIVE PLASTICS	IND. DEL PLÁSTICO	2.316,00		790	762	NEC ARGENTINA S.A.	INFORMÁTICA	2.097,00	
739	859	CAMBIO ESTELAR	SERV. FINANCIEROS	2.313,51		791	-	MANULI PACKAGING ARGENTINA S.A.	IND. DEL PLÁSTICO	2.089,00	
740	795	FIRMENICH	ALIMENTICIA	2.311,00		792	-	ATOS ARGENTINA SA	TECNOLOGÍA	2.084,00	
741	797	EXPRESO GENERAL SARMIENTO	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.310,36		793	374	JUST INTERNATIONAL LATAM SA	HIG. Y COSMÉTICA	2.080,00	
742	937	MEXICHEM ARGENTINA	IND. METALÚRGICA	2.308,00		794	-	DIGITAL FUEGUINA	ELECTRÓNICA	2.066,00	
743	569	CARRIER FUEGUINA S.A.	ELECTRODOMÉSTICOS	2.301,00		795	812	GLEBA SA	FITOSANITARIOS	2.066,00	
744	-	GAS MERIDIONAL	SERV. DE GAS	2.300,00		796	623	RESINAS CONCORDIA	MAQ. Y EQUIPOS	2.060,00	
745	767	DIVERSEY ARGENTINA	HIG. Y COSMÉTICA	2.278,00		797	776	QUALIA SEGUROS	SEGUROS	2.050,00	1.174,62
746	768	BUREAU VERITAS	SERVICIOS	2.274,00		798	868	IRB REASEGUROS	SEGUROS	2.048,00	
747	671	ESTABLECIMIENTO EL ALBARDÓN S.A.	BIOCOMBUSTIBLES	2.266,53		799	796	HOERBIGER S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	2.027,97	
748	565	RACING CLUB ASOCIACIÓN CIVIL	CLUBES	2.265,00		800	829	LAWTER ARGENTINA	QUÍM. Y PETROQ.	2.019,00	
749	878	KIA ARGENTINA S.A.	AUTOMOTRIZ	2.264,20		801	720	SPIRAX SARCO	SERVICIOS	2.008,98	
750	-	SHERATON HOTEL DE ARGENTINA	HOT. Y TURISMO	2.256,00		802	896	ANGEL ESTRADA	IND. EDIT. Y DE MEDIOS	2.001,00	87,43
751	815	HELPORT S.A. (INDIVIDUAL)	ING. Y CONSTRUCCIÓN	2.255,00		803	818	CIENNA COMMUNICATIONS	SERV. CORPORATIVOS	2.000,00	
752	-	KUEHNE + NAGEL	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.254,00		804	-	DAYCO	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.000,00	
753	825	LUFTHANSA	TANSP. Y LOGÍSTICA	2.251,00		805	665	ANIXTER	CABLES Y ALAMBRES	2.000,00	
754	521	TERMINAL PUERTO ROSARIO	SERV. PORTUARIOS	2.250,00		806	821	SOCORRO MEDICO PRIVADO S.A.	SERV. MÉDICOS	1.999,75	
755	-	AON RISK CONSOLIDADO	SEGUROS	2.244,00		807	-	HENRY HIRSCHEN Y CIA. S.A.	QUÍM. Y PETROQ.	1.997,08	
756	-	ZUCAMOR CUYO S.A.	PAPEL Y CARTÓN	2.241,00		808	778	ALUFLEX S.A.	IND. DEL PLÁSTICO	1.997,00	
757	788	SOGEFI SUSP. ARG. (EX ALLEVARD REJNA)	AUTOPARTES	2.236,00		809	792	ROSARIO BIOENERGY S.A.	BIOCUMBUSTIBLES	1.994,96	
758	645	NOVA ARGENTIA	LABORATORIOS	2.224,00		810	417	INTEGRITY SEGUROS	SEGUROS	1.994,87	278,79
759	-	HDI SEGUROS S.A.	SEGUROS	2.219,72	399,63	811	928	CIRCULO DE INVERSORES S.A.	SERV. FINANCIEROS	1.986,00	
760	893	BERTOTTO BOGLIONE	IND. METALÚRGICA	2.217,00		812	-	COMP. REG.DE ACEROS FORJ. MERC. S.A.	SIDERÚRGICA	1.981,09	
761	629	BECTON DICKINSON ARGENTINA	INSTR. MÉDICO	2.214,00		813	775	UABL S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.956,00	
762	911	CARTASUR CARDS SA	TARJ. DE CRÉDITO	2.200,00		814	709	OUTOKUMPU FORTINOX S.A.	SIDERÚRGICA	1.948,00	
763	760	CHEVRON BUSINESS SUPPORT	SERV. CORPORATIVOS	2.200,00		815	-	AMÉRICA TV S.A.	TELEVISIÓN	1.944,00	
764	769	COTEMINAS ARGENTINA S.A.	TEXTIL	2.200,00		816	793	GRUPO COMSA	SERV. DE LIMPIEZA	1.939,71	
765	857	DISPROFARMA	DROGUERÍA	2.200,00		817	863	FORD CREDIT COMPAÑIA FINANCIERA S.A.	SERV. FINANCIEROS	1.934,97	822,68
766	862	LEURU S.A.	TEXTIL	2.200,00		818	913	STIHL	MAQ. Y EQUIPOS	1.931,00	
767	816	OWENS ILLINOIS ARGENTINA S.A.	ENVASES	2.200,00		819	826	ALFAVINIL S.A.	IND. DEL PLÁSTICO	1.929,43	
768	687	REFRACTARIOS ARGENTINOS	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.200,00		820	-	AT&T	SERV. DE TELECOM.	1.926,00	
769	-	SCHENKER ARGENTINA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	2.200,00		821	739	NACIÓN REASEGUROS	SEGUROS	1.920,00	
770	-	EXPLORA S.A.	BIOCUMBUSTIBLES	2.200,00		822	-	SAVANT PHARMA	LABORATORIOS	1.918,00	(97,57)
771	664	PPG INDUSTRIES ARGENTINA S.R.L.	MAT. CONSTRUCCIÓN	2.200,00		823	-	UNIONBAT S.A.	AUTOPARTES	1.911,20	
772	593	ORGANIZACIÓN VERAZ	INFORMES COM.	2.199,00		824	824	TELEARTE S.A.	TELEVISIÓN	1.896,00	

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

POR FACTURACIÓN (EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
825	886	INNOVATE PHARMA S.A.	LABORATORIOS	1.892,54		863	-	CAUSER S.A	IND. CAUCHO	1.724,32	
826	650	BACS BANCO DE CRE. Y SECURITIZACIÓN	BANCOS	1.889,67	203,46	864	712	SÁENZ BRIONES Y COMPAÑÍA	BEBIDAS	1.724,00	
827	594	HSBC VIDA	SEGUROS	1.881,90	3.862,42	865	887	NEXCO S.A.	ALIMENTICIA	1.714,44	
828	850	MAXINTA S.A.	SERV. FINANCIEROS	1.880,30		866	-	BFOOT SRL (DAFITI ARGENTINA)	COMERCIAL	1.710,00	
829	822	TELCOM VENTURES DE ARGENTINA	TELEVISIÓN	1.878,44		867	841	GRUPO LIMPIOLUX	SERV. DE LIMPIEZA	1.709,80	
830	807	ORAZUL ENERGY GENERATING	ENERGÍA	1.874,00		868	899	COMPÀNIA LA ISLEÑA SRL	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.700,21	
831	805	LANXESS	QUÍM. Y PETROQ.	1.869,00		869	-	SIEGWERK	CELULOSA Y PAPEL	1.700,00	
832	728	PROMEDON S.A.	SERV. MÉDICOS	1.859,79		870	903	BEDTIME	COLCHONES	1.700,00	
833	703	BATERIAS MOURA (EX BATERIAS AR. S.A.)	BATERIAS	1.856,00		871	901	CAMPARI	BEBIDAS	1.697,00	
834	872	CARUSO CIA. ARG. DE SEGUROS S.A.	SEGUROS	1.851,72	272,77	872	-	PAMPA BIO S.A.	BIOCOMBUSTIBLES	1.686,96	
835	570	ROFINA SAICF	LOGÍSTICA	1.850,00		873	943	AGUAS DE CORRIENTES SA	SERV. DE AGUAS CORR.	1.659,00	
836	-	DECAVIAL S.A.I.C.A.C.	MAT. CONSTRUCCIÓN	1.825,63		874	-	BANK OF AMERICA	BANCOS	1.658,43	1.213,99
837	-	SOENERGY	SERV. DE ELECTRIC.	1.820,00		875	-	SGS ARGENTINA S.A.	CERTIFICACIONES	1.641,04	
838	701	TECH DATA ARGENTINA S.A.	INFORMÁTICA	1.814,00		876	-	CHEMINOVA AGRO DE ARGENTINA	FITOSANITARIOS	1.632,00	
839	839	GPAT CIA. FINANCIERA	SERV. FINANCIEROS	1.808,34	145,58	877	-	Y-GEN ELECTRICA S.A.U	SERV. DE ELECTRIC.	1.628,77	
840	918	BONAFIDE	ALIMENTICIA	1.800,00		878	931	GRUPO SAN JOSÉ	ING. Y CONSTRUCCIÓN	1.627,86	
841	790	FACEBOOK	SERV. DE TELECOM.	1.800,00		879	954	OVOBRAND S.A.	ALIMENTICIA	1.627,51	
842	694	FOOD SERVICE	SERV. CORPORATIVOS	1.800,00		880	944	LABIN ARGENTINA	SERV. FINANCIEROS	1.625,85	
843	-	MOBIL ARGENTINA	PETRÓLEO Y GAS	1.800,00		881	888	SANTANA TEXTIL CHACO S.A.	TEXTIL	1.621,97	
844	-	PROM TV S.A.	TELEVISIÓN	1.800,00		882	-	ID SUPPLY CHAIN S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.608,41	
845	879	INTERVET ARGENTINA	PROD. VETERINARIOS	1.800,00		883	925	GRUPO CONTROL UNION	CERTIFICACIONES	1.605,12	
846	-	GRUPO ASSA S.A.	TECNOLOGÍA	1.800,00		884	920	BOMBAS GRUNDFOS DE ARGENTINA	SERV. PORTUARIOS	1.601,67	
847	-	SAN ARAWA	PESQUERA	1.800,00		885	490	YPF TECNOLOGIA SA	TECNOLOGÍA	1.601,56	
848	883	EXCON SA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.800,00		886	582	TECNOSUR	MAQ. Y EQUIPOS	1.601,00	
849	765	AXA ASSISTANCE ARGENTINA	SEGUROS	1.799,66		887	858	HYUNDAI MOTORS ARG.	AUTOMOTRIZ	1.600,00	
850	798	INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	ELECTRÓNICA	1.787,15		888	-	SEGURIDAD ARGENTINA S.A.	SERV. DE SEGURIDAD	1.600,00	
851	743	WESTERN UNION	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.772,00		889	-	BOSTON SCIENTIFIC	SERV. MÉDICOS	1.600,00	
852	706	ANSELMO L. MORVILLO SA	IND. GRÁFICA	1.763,19		890	716	SANOFI PASTER	LABORATORIOS	1.600,00	
853	780	PSA FINANCE ARG. COM. FINANCIERA S.A.	SERV. FINANCIEROS	1.756,72	274,36	891	-	LA LEY S.A. EDITORA E IMPRESORA	IND. EDIT. Y DE MEDIOS	1.593,00	
854	692	SOL Naciente	SEGUROS	1.756,01	206,72	892	-	WORLDLINE ARGENTINA SA	SERV. FINANCIEROS	1.589,00	
855	771	BERKLEY ART	SEGUROS	1.752,97	1.780,55	893	-	GASODUCTO PACIFICO	SERV. DE GAS	1.582,00	
856	844	LATINA DE GESTIÓN HOTELERA	SERVICIOS	1.750,00		894	856	GLOBE METALES S.R.L.	FERROALEACIONES	1.581,58	
857	-	DERIVADOS VÍNICOS	ENERGÍA	1.749,00		895	719	PROF SEGUROS	SEGUROS	1.569,51	145,32
858	-	INSTITUTO GAMMA S.A.	SERV. MÉDICOS	1.746,30		896	-	MADELENA ENERGY	ENERGÍA	1.566,00	
859	-	GARANTIZAR S.G.R.	SERV. FINANCIEROS	1.746,00		897	773	NUEVO PLAZA HOTEL MENDOZA S.A.	HOTELEIRÍA Y TURISMO	1.559,00	
860	-	ORICA ARGENTINA S.A.I.C.	EXPLOSIVOS	1.733,00		898	941	SOLUCIONES MULTIMEDIA S.A.	SERVICIOS	1.555,54	
861	-	MAPRIMED S.A.	LABORATORIOS	1.728,00		899	-	HIERROS LIDER S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	1.551,79	
862	860	CBRE ARGENTINA S.A.	SERV. INMOBILIARIOS	1.726,00		900	917	ETERNIT ARGENTINA S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	1.549,00	

**Protegemos tus
cuentas por cobrar**

Seguros de Crédito y Caución



InSur
Partner of Atradius

www.segurosinsur.com.ar

Nº de inscripción en SSN:
12792

Asistencia al asegurado:
0800-655-3400

Organismo de control:

www.argentina.gob.ar/san

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

RANKING EXCLUSIVO

← **1000 EMPRESAS LÍDERES**

POR FACTURACIÓN
(EN MILLONES DE PESOS)

POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM	POS. 20/19	POS. 19/18	EMPRESA	RUBRO	VENTAS \$MM	UTIL. \$MM
901	-	AMCOR PET PACKAGING ARG.	ENVASES	1.547,00		951	902	ATM SEGUROS	SEGUROS	1.379,94	463,69
902	-	STARR COMPANY	SEGUROS	1.541,05	1,90	952	938	ARMETAL AUTOPARTES S.A.	AUTOPARTES	1.377,00	
903	641	UNITEC BIO S.A.	BIOCOMBUSTIBLES	1.541,00		953	-	BANCO VOII S.A.	BANCOS	1.365,94	149,43
904	840	ASSURANT ARG.	SEGUROS	1.539,56	457,57	954	848	MARTINA DI TRENTO	INDUMENTARIA	1.365,00	
905	877	THE CHEMOURS COMPANY	QUÍM. Y PETROQ.	1.535,00		955	806	OPPFILM ARGENTINA	IND. DEL PLÁSTICO	1.363,00	
906	845	APERAM	SIDERÚRGICA	1.530,42		956	-	LABORATORIO CUENCA S.A.	LABORATORIOS	1.361,00	
907	910	FRANCE ARGENTINE COSMETIC S.A.	HIGIENE Y COSMÉTICA	1.527,99		957	-	BALANZ CAPITAL VALORES SAU	SERV. FINANCIEROS	1.360,73	
908	810	CH2M HILL ARGENTINA S.A.	ING. Y CONSTRUCCIÓN	1.507,36		958	-	ESCUDO	SEGUROS	1.353,09	(51,85)
909	-	LABORATORIOS FERRING SA.	LABORATORIOS	1.506,15		959	991	FAURECIA SISTEMAS DE ESCAPE ARG. S.A.	AUTOPARTES	1.352,00	
910	905	CONCESSIONARIA VIAL CRUZ DEL SUR SA	CONCESSIONARIA VIAL	1.504,33		960	617	BANCO COINAG S.A.	BANCOS	1.351,01	129,58
911	-	LINDAL ARGENTINA	IND. DEL PLÁSTICO	1.502,00		961	-	AUTOVIA DEL MAR	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.349,00	
912	933	GRAMON MILLET S.A.	LABORATORIOS	1.502,00		962	912	ARCHROMA ARGENTINA S.A.	QUÍM. Y PETROQ.	1.347,00	
913	948	ANDINA EMPAQUES	ENVASES	1.500,00		963	-	SOGEFI FILTRATION ARG. S.A.	AUTOPARTES	1.345,00	
914	869	CABELMA S.A.	IND. DEL PLÁSTICO	1.500,00		964	952	FAMAR FUEGUINA	AUTOPARTES	1.344,00	
915	758	INDRA SI S.A.	TECNOLOGÍA	1.499,42		965	-	SOLS S.A.	DROGUERÍA	1.342,06	
916	-	LÉQUIPE MONTEUR	IND. DEL PLÁSTICO	1.498,00		966	934	NORAUTO ARGENTINA S.A.	AUTOPARTES	1.340,00	
917	-	HCA FOUR SEASONS	HOTELERÍA Y TURISMO	1.492,00		967	-	NAVIERA DEL SUD S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.335,00	
918	735	IVANAR SA	MAT. CONSTRUCCIÓN	1.489,99		968	782	TRANSPIA S.A.	SERV. DE ELECTRIC.	1.332,00	
919	838	PERSEVERANCIA	SEGUROS	1.482,53	524,81	969	784	GRUPO GIF	DESARR. INMOBIL.	1.327,46	
920	764	CARGO SERVICIOS IND. S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.477,00		970	-	ASOCIACIÓN CIVIL MATER DEI	SERV. MÉDICOS	1.324,00	
921	-	SEGURCOOP	SEGUROS	1.451,36	585,95	971	-	EUROFARMA ARGENTINA S.A.	LABORATORIOS	1.321,00	
922	-	ALLERGAN PROD. FARMACEUTICOS	LABORATORIOS	1.450,00		972	-	FEDESUR	BEBIDAS	1.312,00	
923	-	RAYMOS	LABORATORIOS	1.450,00		973	576	GREENWIND	SERV. DE ELECTRIC.	1.308,00	
924	-	DIRANSA SRAL	QUÍM. Y PETROQ.	1.447,77		974	-	CARDIF SEGUROS	SEGUROS	1.305,51	544,45
925	951	SAVINO DEL BENE ARGENTINA S.A.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.445,00		975	835	INGENIO RÍO GRANDE SACAA E I	AZUCARERA	1.302,80	
926	950	GEMABIOTECH S.A.U.	BIOTECNOLOGÍA	1.444,51		976	968	ENVASES DEL PLATA S.A.	ENVASES	1.300,00	
927	-	CRISTACOL S.A.	SERV. DE TELECOM.	1.444,48		977	964	LEXMARK ARGENTINA S.A.	TECNOLOGÍA	1.300,00	
928	885	WEWORK ARGENTINA S.R.L.	SERV. INMOBILIARIOS	1.444,14		978	-	YUSEN LOGISTICS SA	LOGÍSTICA	1.300,00	
929	945	CELA S.A.	JUEGO	1.444,00		979	-	BINGOS MAGIC CBA	JUEGO	1.300,00	
930	-	SCOR	SEGUROS	1.440,19		980	-	JETSMART AIRLINES SA	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.300,00	
931	-	PLAZA LOGÍSTICA S.R.L.	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.439,06	338,08	981	-	DHL EXEL SUPPLY	TRANSP. Y LOGÍSTICA	1.300,00	
932	-	GASODUCTO GASANDES ARGENTINA S.A.	SERV. DE GAS	1.436,00		982	978	CAR SECURITY	SEGURIDAD	1.300,00	
933	733	FORMAR S.A.	SIDERÚRGICA	1.435,00		983	-	SE.M.I.S.A	TEXTIL	1.298,73	
934	-	AUTOMOTORES RUSSONIELLO S.A.	COMERCIAL	1.433,33		984	-	EXPRO ARGENTINA S.R.L.	SERV. PETROLEROS	1.297,89	
935	643	POSSEHL ERZKONTOR	COMERCIAL	1.430,00		985	783	MAPEI ARGENTINA S.A.	MAT. CONSTRUCCIÓN	1.297,00	
936	785	AUTOVIA BS AS A LOS ANDES S.A.	CONCESSIONARIA VIAL	1.429,00		986	770	GAS Y PETROLEO DEL NEUQUEN S.A.	PETRÓLEO Y GAS	1.295,00	
937	-	HENDEL HOGAR S.A.	COMERCIAL	1.407,96		987	-	SUPERVILLE SEGUROS	SEGUROS	1.286,71	126,30
938	873	CROWN POINT ENERGÍA S.A.	PETRÓLEO Y GAS	1.402,00		988	711	MEDALLIA S.A.	INFORMÁTICA	1.276,11	
939	813	ARIMEX IMPORTADORA SA	COMERCIAL	1.400,00		989	939	BHN VIDA	SEGUROS	1.275,24	526,77
940	895	CAT TECHNOLOGIES ARGENTINA SA	SERVICIOS	1.400,00		990	-	IMPSA	ING. Y CONSTRUCCIÓN	1.263,00	
941	865	CLUB ESTUDIANTES DE LA PLATA S. C.	SERVICIOS	1.400,00		991	-	BAYTON S.A.	SERV. CORPORATIVOS	1.260,78	0,75
942	-	VALVULAS DE PRECISIÓN ARGENTINA	ING.Y CONSTRUCCIÓN	1.400,00		992	802	TELECOM ARGENTINA USA, INC.	SERV. DE TELECOM.	1.257,00	
943	-	PROMETEON TYRE GROUP DE ARG. S.R.L.	NEUMÁTICOS	1.400,00		993	-	BINARIA VIDA	SEGUROS	1.255,83	135,16
944	961	CENTRO CARD S.A.	SERV. FINANCIEROS	1.400,00		994	-	EUROP ASSISTANCE ARGENTINA	SEGUROS	1.251,00	
945	-	SISTEMA DE URGENCIAS DEL ROSAFE	SERV. DE SEGURIDAD	1.399,67		995	766	SERVIER	DROGUERÍA	1.247,00	
946	-	VASILE Y CÍA SACI	IND. ELÉCTRICA	1.395,77		996	-	SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A.	SEGUROS	1.241,45	1.169,77
947	924	TYROLIT ARGENTINA S.A.	MAQ. Y EQUIPOS	1.394,00		997	831	VALID	SERV. DE PAGO	1.238,00	
948	-	LEDVANCE S.A.	COMERCIAL	1.391,51		998	849	HORIZONTE	SEGUROS	1.235,43	359,30
949	906	SMG VIDA	SEGUROS	1.386,00		999	-	VIRGINIA SURETY	SEGUROS	1.232,78	155,02
950	750	PLUSCARGO ARGENTINA S.A.	LOGÍSTICA	1.385,26		1000	-	CSL BEHRING S.A.	DROGUERÍA	1.232,34	

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

TOTAL DE VENTAS POR SECTORES EN \$MM

SECTOR	VENTAS	SECTOR	VENTAS	SECTOR	VENTAS	SECTOR	VENTAS
BANCOS	2.009.222,40	SERVICIOS	73.363,30	IND. MADERERA	19.546,00	IND. PLASTICO	4.213,18
ACEIT. Y CEREAL.	1.456.527,35	AGROQUÍMICOS	62.538,94	HOTELERÍA Y TURISMO	18.994,49	INDUSTRIAS VARIAS	4.134,00
PETRÓLEO Y GAS	1.420.562,68	TABACALERAS	62.388,82	ENERGÍA	18.563,30	DELIVERY	4.021,00
SERV. DE ELECTRICIDAD	803.778,78	INFORMÁTICA	62.242,62	BIOTECNOLOGÍA	17.830,51	NUTRICIÓN ANIMAL	3.908,00
AUTOMOTRIZ	753.320,13	SERV. DE SEGURIDAD	60.513,67	IND. SIDERÚRGICA	15.569,00	FITOSANITARIOS	3.698,00
SERV. DE TELECOM.	577.825,40	CELULOSA Y PAPEL	60.012,44	IND. ELECTROQUÍMICA	14.246,30	HERRAM. ELECTRICAS	3.424,56
SEGUROS	533.679,19	ENVASES	58.312,55	GAS Y ELECTRICIDAD	14.199,00	INDUSTRIA AEREA	3.404,15
COMERCIAL	449.053,34	IND. DEL ALUMINIO	50.656,00	SERV. DE INTERNET	13.500,00	EQUIP. MÉDICO	3.350,00
SUPERMERCADOS	433.971,18	TECNOLOGÍA	50.495,02	HOLDING	13.000,00	SERV. GASTRONÓMICOS	3.332,00
ALIMENTICIA	399.173,97	ELECTRODOMÉSTICOS	50.187,74	PESQUERA	11.506,00	IND. LÁCTEOS	3.280,00
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	388.075,98	SERV. DE AGUAS CORR.	49.373,35	FRUTÍCOLA	10.852,00	CERTIFICACIONES	3.246,15
SERV. MÉDICOS	371.576,43	HIGIENE Y COSMÉTICA	49.255,99	IND. TEXTIL	10.090,00	SERV. INMOBILIARIOS	3.170,14
TELEVISIÓN	335.009,44	SEGUROS DE RETIRO	47.495,00	VIDRIOS Y CRISTALES	10.014,00	MOTOCICLETAS	2.921,00
SERV. DE GAS	307.794,27	CONSULTORÍA	47.433,81	MEDIOS	10.000,00	IND. NUCLEAR	2.896,00
BEBIDAS	292.412,76	TARJ. DE CRÉDITO	44.707,00	INDUMENTARIA	9.777,79	ART. P. EL HOGAR	2.723,97
LABORATORIOS	263.315,43	IND. EDITORIAL Y DE MEDIOS	41.911,00	CLUBES	9.765,00	EXTRACTOS	2.700,00
SIDERÚRGICA	259.865,65	SERV. ELECTRICOS	41.056,70	GASES INDUSTRIALES	8.692,00	ALGODONERA	2.650,00
QUÍM. Y PETROQ.	257.851,65	CALZADO	40.165,88	IND. ELECTRÓNICA	8.469,00	MAQ. PARA JUEGOS	2.500,00
SERV. FINANCIEROS	248.567,13	IND. ELÉCTRICA	40.092,32	ADHESIVOS	7.759,00	CEREALERA	2.494,08
INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN	177.784,38	IND. DEL PLÁSTICO	37.831,92	CALL CENTER	7.461,54	PUBLICIDAD	2.400,00
SERV. PETROLEROS	173.568,36	INDUSTRIA AUTOMOTRIZ	37.209,00	SERV. CORPORATIVOS	7.260,78	TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	2.251,00
MINERÍA	169.506,23	JUEGO	34.876,00	TECNOL. AGRARIA	6.628,00	PAPEL Y CARTÓN	2.241,00
LÁCTEOS	163.751,10	LOGÍSTICA	34.735,26	IND. DEL CUERO	6.580,00	INSTR. MÉDICO	2.214,00
ART. LIMPIEZA Y COSMÉTICA	156.035,44	MAQ. AGRÍCOLA	32.884,94	SERV. DE LIMPIEZA	6.532,48	INFORMES COMERCIALES	2.199,00
DROGUERÍA	144.141,84	BIOCOMBUSTIBLES	32.120,45	EDUCACIÓN	6.513,00	CABLES Y ALAMBRES	2.000,00
MAT. CONSTRUCCIÓN	139.589,98	SERV. PORTUARIOS	31.446,99	ENTRETENIMIENTO	6.025,00	BATERIAS	1.856,00
SEMILLERA	131.437,38	SERV. LIMPIEZA	30.143,00	IND. DEL MANÍ	5.822,00	PROD. VETERINARIOS	1.800,00
AGROPECUARIAS	121.114,47	AZUCARERA	26.903,69	SEGURIDAD	4.814,00	IND. GRÁFICA	1.763,19
DESARR. INMOBIL.	93.050,35	TEXTIL	26.629,10	CONTACT CENTER	4.800,00	EXPLOSIVOS	1.733,00
MAQ. Y EQUIPOS	90.231,80	NEUMÁTICOS	24.639,00	IND. METALÚRGICA	4.525,00	IND. CAUCHO	1.724,32
IND. FRIGORÍFICA	85.998,96	METALÚRGICA	22.489,00	SERV. DE PAGO	4.451,00	COLCHONES	1.700,00
ELECTRÓNICA	79.133,22	INVERSORA	21.029,00	IND. DE LA MADERA	4.400,00	FERROALEACIONES	1.581,58
AUTOPARTES	73.054,75	CONCESSIONARIA VIAL	20.762,47	VARIOS	4.246,00	TOTAL GENERAL	15.176.344,92

• Seguros de Crédito

• Seguros de Caución



InSur
Partner of Atradius

www.segurosinsur.com.ar

Nº de licencia en SSN
(2018)
Atención al asegurado
0800-655-3400
Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn
 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE
SEGURIDAD DE LA NACIÓN

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM																																																																																																																																																																																							
ACEIT. Y CEREALES																																																																																																																																																																																												
6	COFCO INTERNATIONAL ARGENTINA S.A.	201.494,70	362	SEABOARD ENERGIAS RENOVABLES Y ALIMENTOS SRL	7.000,00																																																																																																																																																																																							
7	ACEITERA GRAL. DEHEZA	185.265,00	376	FERRERO ARGENTINA	6.500,00																																																																																																																																																																																							
10	BUNGE ARGENTINA S.A.	169.676,50	453	COMPAÑIA REGIONAL DE LACTEOS ARGENTINA	5.045,00																																																																																																																																																																																							
17	VICENTÍN	144.376,00	465	ARLA FOODS INGREDIENTS	4.900,00																																																																																																																																																																																							
18	OLEAGINOSA MORENO HNOS	144.090,27	469	NUTRICIA BAGO	4.843,30																																																																																																																																																																																							
19	CARGILL S.A.C.I.	140.030,00	481	COMPAÑIA ARGENTINA DE LEVADURAS	4.650,00																																																																																																																																																																																							
22	ASOC. DE COOPERAT. ARG.	136.738,24	505	DANISCO ARGENTINA S.A.	4.400,00																																																																																																																																																																																							
24	ADM ARGENTINA	132.708,00	562	GOLDEN PEANUT AND TREE NUTS S.A.	3.764,90																																																																																																																																																																																							
34	MOLINOS AGRO	92.098,00	566	INMOBAL NUTRER S.A.	3.707,00																																																																																																																																																																																							
60	MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A	56.800,00	625	ALIMENTOS DE SOJA	3.200,00																																																																																																																																																																																							
153	AMAGGI ARG.	22.204,00	630	HAVANNA	3.140,00																																																																																																																																																																																							
156	AGRICULTORES FEDERADOS ARG.	22.000,00	641	SAF ARGENTINA S.A.	3.048,27																																																																																																																																																																																							
305	SUCESION DE ANTONIO MORENO SA	9.046,64	650	COMPAÑIA INTRODUCTORA DE BUENOS AIRES	2.922,00																																																																																																																																																																																							
ADHESIVOS																																																																																																																																																																																												
458	3M ARGENTINA	5.000,00	712	PB LEINER ARG.	2.522,00																																																																																																																																																																																							
674	HENKEL ARGENTINA S.A.	2.759,00	721	SIMPLOT ARGENTINA	2.440,34																																																																																																																																																																																							
AGROPECUARIAS																																																																																																																																																																																												
110	CHS DE ARGENTINA	29.468,00	740	FIRMENICH	2.311,00																																																																																																																																																																																							
173	ADECO AGROPECUARIA	18.827,00	840	BONAFIDE	1.800,00																																																																																																																																																																																							
189	LOS GROBO AGROPECUARIA S.A.	17.402,04	865	NEXCO S.A.	1.714,44																																																																																																																																																																																							
211	LARTIRIGOYEN Y CIA SA.	15.269,06	879	OVOBRAND S.A.	1.627,51																																																																																																																																																																																							
245	ESTAB. LAS MARIAS	12.107,90	ART. LIMPIEZA Y COSMÉTICA																																																																																																																																																																																									
408	MSU S.A.	5.988,00	78	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	43.290,00	467	MASTERFOODS ARGENTINA LTD.	4.896,00	165	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	19.718,56	504	LIAG ARGENTINA SA	4.406,46	222	SC JOHNSON & SON	14.069,00	565	DESDELSUR	3.720,00	232	AVON	13.300,00	578	CRESUD S.A.C.I.F.Y.A.	3.654,00	249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00	679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00
78	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	43.290,00																																																																																																																																																																																										
467	MASTERFOODS ARGENTINA LTD.	4.896,00	165	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	19.718,56	504	LIAG ARGENTINA SA	4.406,46	222	SC JOHNSON & SON	14.069,00	565	DESDELSUR	3.720,00	232	AVON	13.300,00	578	CRESUD S.A.C.I.F.Y.A.	3.654,00	249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00	679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00						
165	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	19.718,56																																																																																																																																																																																										
504	LIAG ARGENTINA SA	4.406,46	222	SC JOHNSON & SON	14.069,00	565	DESDELSUR	3.720,00	232	AVON	13.300,00	578	CRESUD S.A.C.I.F.Y.A.	3.654,00	249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00	679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00												
222	SC JOHNSON & SON	14.069,00																																																																																																																																																																																										
565	DESDELSUR	3.720,00	232	AVON	13.300,00	578	CRESUD S.A.C.I.F.Y.A.	3.654,00	249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00	679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																		
232	AVON	13.300,00																																																																																																																																																																																										
578	CRESUD S.A.C.I.F.Y.A.	3.654,00	249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00	679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																								
249	L'OREAL ARGENTINA	11.857,00																																																																																																																																																																																										
679	GRUPO LA REDENCION	2.744,00	251	NATURA COSMETICOS	11.722,00	698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																														
251	NATURA COSMETICOS	11.722,00																																																																																																																																																																																										
698	TOMAS HNOS & CIA S.A.	2.632,00	309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00	AGROQUÍMICOS						131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																				
309	COLGATE PALMOLIVE ARG.	8.900,00																																																																																																																																																																																										
AGROQUÍMICOS																																																																																																																																																																																												
131	PROFERTIL	24.933,33	333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00	171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																
333	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	7.987,00																																																																																																																																																																																										
171	NUTRIEM	19.229,00	349	ALICORP	7.429,00	383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																						
349	ALICORP	7.429,00																																																																																																																																																																																										
383	YARA ARGENTINA S.A.	6.367,79	520	BEIERSDORF	4.186,00	404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																												
520	BEIERSDORF	4.186,00																																																																																																																																																																																										
404	SUMMIT AGRO	6.021,00	541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00	620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																		
541	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	3.918,00																																																																																																																																																																																										
620	RURALCO SOLUCIONES S.A.	3.300,00	594	PUIG	3.500,00	687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																								
594	PUIG	3.500,00																																																																																																																																																																																										
687	AGROFINA S.A.	2.687,82	612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86	ALIMENTICIA						23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																														
612	DESCARTABLES CAROMAR	3.352,86																																																																																																																																																																																										
ALIMENTICIA																																																																																																																																																																																												
23	GRUPO ARCOR	134.710,18	667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03	97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ						117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																										
667	JULERIAQUE S.A.	2.806,03																																																																																																																																																																																										
97	MOLINOS RIO DE LA PLATA	32.743,00	AUTOMOTRIZ																																																																																																																																																																																									
117	GRANJA TRES ARROYOS	27.365,03	3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00	124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																									
3	TOYOTA ARGENTINA S.A.	245.000,00																																																																																																																																																																																										
124	MONDELEZ	25.700,00	14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00	127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																															
14	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	153.147,00																																																																																																																																																																																										
127	BAGLEY ARGENTINA	25.446,00	37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00	137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																					
37	FORD ARGENTINA S.C.A.	80.000,00																																																																																																																																																																																										
137	DANONE ARGENTINA	23.937,00	49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90	247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																											
49	FCA AUTOMOBILES ARGENTINA S.A. (EX FIAT)	64.359,90																																																																																																																																																																																										
247	INGREDION ARGENTINA S.A.	11.901,00	63	GENERAL MOTORS	53.333,00	268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																	
63	GENERAL MOTORS	53.333,00																																																																																																																																																																																										
268	MC CAIN	10.700,00	66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00	270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																							
66	RENAULT ARGENTINA	51.593,00																																																																																																																																																																																										
270	GRUPO BIMBO	10.604,00	87	MERCEDES-BENZ	37.209,00	297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																													
87	MERCEDES-BENZ	37.209,00																																																																																																																																																																																										
297	PILAGA S.A.	9.394,00	88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00	303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																			
88	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	36.573,00																																																																																																																																																																																										
303	MILKAUT S.A.	9.098,00	155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00	330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																									
155	NISSAN ARGENTINA S.A.	22.021,00																																																																																																																																																																																										
330	LA CAMPAGNOLA	8.040,00	161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00				164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																															
161	HONDA MOTOR DE ARGENTINA SA	20.745,00																																																																																																																																																																																										
			164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00				657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																																					
164	SCANIA ARGENTINA	19.800,00																																																																																																																																																																																										
			657	CHERY SOCMA	2.884,04				749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																																											
657	CHERY SOCMA	2.884,04																																																																																																																																																																																										
			749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20				887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																																																	
749	KIA ARGENTINA S.A.	2.264,20																																																																																																																																																																																										
			887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																																																							
887	HYUNDAI MOTORS ARG.	1.600,00																																																																																																																																																																																										

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
AUTOPARTES		
358	METALSA S.A.	7.094,48
381	SKF ARGENTINA S.A.	6.377,00
397	GESTAMP BAIRÉS	6.100,00
417	TOYOTA BOSHOKU ARGENTINA SRL	5.653,00
430	MIRGOR	5.467,00
508	ROBERT BOSCH ARGENTINA INDUSTRIAL	4.400,00
512	MAHLE ARGENTINA	4.293,00
570	INDUSTRIASLEAR	3.687,00
580	ZF SACHS ARGENTINA S.A.	3.650,00
590	FRIC ROT SAIC	3.525,00
631	FAURECIA ARGENTINA S.A.	3.128,00
668	CORVEN MOTORS ARGENTINA	2.804,02
757	SOGEFI SUSPENSION ARGENTINA (EX ALLEVARD REJNA)	2.236,00
776	MANN + HUMMEL	2.181,00
783	PILKINGTON AUTOMOTIVE	2.151,00
785	CORVEN S.A.C.I.F	2.139,05
823	UNIONBAT S.A.	1.911,20
952	ARMETAL AUTOPARTES S.A.	1.377,00
959	FAURECIA SISTEMAS DE ESCAPE ARGENTINA S.A.	1.352,00
963	SOGEFI FILTRATION ARG. S.A	1.345,00
964	FAMAR FUEGUINA	1.344,00
966	NORAUTO ARGENTINA S.A.	1.340,00

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
AZUCARERA		
126	LEDESMA	25.600,89
975	INGENIO RÍO GRANDE SACAA E.I.	1.302,80
BANCOS		
2	BANCO DE LA NACION ARG.	321.950,43
8	BANCO GALICIA	177.725,38
9	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	176.387,38
12	BANCO SANTANDER RIO	160.730,08
16	BANCO MACRO	149.445,58
25	BBVA BANCO FRANCES	112.461,00
36	BANCO CREDICOOP	80.254,84
38	HSBC BANK ARGENTINA	77.176,81
43	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	65.712,40
48	BANCO PATAGONIA	64.375,46
53	BANCO CIUDAD	62.050,00
54	ICBC ARGENTINA S.A.	60.360,36
61	BANCO SUPERVIELLE	55.864,84
65	BANCO PROV. DE CORDOBA	52.439,55
72	CITIBANK	49.039,54
108	BANCO HIPOTECARIO	29.690,09
111	NUEVO BANCO SANTA FE	28.985,55
133	ITAU ARGENTINA	24.710,39
149	BANCO COMAFI	22.775,79
159	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	21.106,43
163	BANCO DE INVERSION Y COMERCIO EXTERIOR S.A.	20.016,67
174	BANCO DE LA PAMPA	18.570,81
182	BANCO INDUSTRIAL	18.056,41
199	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	16.618,13
209	JP MORGAN CHASE BANK	15.415,86

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
236	BANCO DE SAN JUAN	12.937,41
257	BANCO DE CORRIENTES	11.226,41
265	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	10.935,97
267	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	10.841,07
350	BANCO COLUMBIA	7.427,09
352	BANCO PROV. DEL CHUBUT	7.370,33
353	BANCO PIANO	7.303,33
380	BANCO DE FORMOSA	6.397,33
385	BANCO CMF	6.334,70
415	BANCO DE VALORES	5.708,92
448	BANCO SANTA CRUZ	5.136,34
498	BANCO MARIVA	4.488,40
510	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	4.373,87
535	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	3.989,01
617	BST BANCO DE SERVICIOS Y TRANSACCIONES	3.334,76
649	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	2.932,59
670	BANCO SAENZ	2.792,22
694	BNP PARIBAS	2.649,38
708	BANCO RIOJA SOCIEDAD ANÓNIMA UNIPERSONAL	2.534,61
735	BANCO BICA S.A.	2.323,83
826	BACS BANCO DE CREDITO Y SECURITIZACION	1.889,67
874	BANK OF AMERICA	1.658,43
953	BANCO VOII S.A.	1.365,94
960	BANCO COINAG S.A.	1.351,01

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
BEBIDAS		
40	CERVECERIA Y MALT. QUILMES	71.429,00
93	EMBOTELLADORA DEL ATLANTICO S.A.	34.800,00
114	CCU ARGENTINA	28.751,00
154	COCA-COLA FEMSA	22.200,00
170	SERV Y PR P/BEB REFREC	19.304,00
177	PEÑAFLOR	18.407,00
181	SALTA REFRESCOS S.A.	18.067,00
254	PEPSICO DE ARG.	11.547,00
301	FECOVITA	9.295,20
332	FRATELLI BRANCA DEST.	8.019,00
341	AGUAS DANONE DE ARGENTINA	7.703,00
356	CEPAS ARGENTINAS	7.123,00
367	SALENTEIN	6.822,00
497	GRUPO CITROMAX	4.500,00
544	GRUPO CATENA (LA RURAL/ESCORIHUELA)	3.900,00
592	ECO DE LOS ANDES S.A.	3.508,90
600	BODEGAS CHANDON	3.467,13
604	PERNOD RICARD ARG S.A DE RESP LTDA.	3.415,53
634	TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS S.A.	3.100,00
736	BODEGA NORTON S.A.	2.321,00
864	SÁENZ BRIONES Y COMPAÑIA	1.724,00
871	CAMPARI	1.697,00
972	FEDESUR	1.312,00

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
162	RENOVA	20.020,00
726	BIOETANOL RIO CUARTO S.A.	2.411,00
747	ESTABLECIMIENTO EL ALBARDÓN S.A.	2.266,53

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM			
BIOCOMBUSTIBLES (CONT.)								
770	EXPLORA S.A.	2.200,00	335	COLCAR	7.904,00			
809	ROSARIO BIOENERGY S.A.	1.994,96	364	LONDON SUPPLY S.A.C.I.F.I.	6.953,70			
872	PAMPA BIO S.A.	1.686,96	399	CARSA	6.092,29			
903	UNITEC BIO S.A.	1.541,00	432	RIBEIRO S.A.C.I.F.I.	5.413,00			
BIOTECNOLOGÍA								
363	BIOCERES S.A.	6.968,00	561	COMPUMUNDO	3.772,00			
384	BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	6.352,99	659	AUSTIN POWDER ARG.	2.850,00			
639	AMGEN	3.065,00	717	LONDON FREE ZONE S.A	2.454,16			
926	GEMABIOTECH S.A.U.	1.444,51	725	TRADING SUR SA	2.417,39			
CALL CENTER								
525	STRATTON ARGENTINA S.A.	4.106,43	779	WINNERS PRODUCTOS DEPORTIVOS S.A.	2.166,52			
610	APEX AMÉRICA	3.355,11	866	BFOOT SRL (DAFITI ARGENTINA)	1.710,00			
CALZADO								
193	ADIDAS ARGENTINA S.A.	17.107,00	934	AUTOMOTORES RUSSONIELLO S.A.	1.433,33			
197	NIKE ARGENTINA	16.660,00	935	POSSEHL ERZKONTOR	1.430,00			
379	PUMA SPORTS ARGENTINA SA	6.398,88	937	HENDEL HOGAR S.A.	1.407,96			
CELULOSA Y PAPEL								
180	CARTOCOR	18.130,00	939	ARIMEX IMPORTADORA SA	1.400,00			
186	GRUPO CMPC	17.773,00	948	LEDVANCE S.A.	1.391,51			
219	CELULOSA ARGENTINA	14.595,44	CONCESIONARIA VIAL					
470	PAPEL MISIONERO	4.814,00	377	AUSA	6.400,00			
646	STENFAR	3.000,00	436	AUBASA	5.300,00			
869	SIEGWERTK	1.700,00	614	CAMINOS DE LAS SIERRAS	3.350,00			
CERTIFICACIONES								
875	SGS ARGENTINA S.A.	1.641,04	672	RUTA SUR TRUCKS S.A.	2.779,13			
883	GRUPO CONTROL UNION	1.605,12	910	CONCESIONARIA VIAL CRUZ DEL SUR SA	1.504,33			
CLUBES								
346	C.A. BOCA JUNIORS	7.500,00	936	AUTOVIA BS AS A LOS ANDES S.A.	1.429,00			
748	RACING CLUB ASOCIACIÓN CIVIL	2.265,00	CONSULTORÍA					
941	CLUB ESTUDIANTES DE LA PLATA SOCIEDAD CIVIL	1.400,00	176	ACCENTURE S.R.L.	18.521,00			
COMERCIAL			294	EXXON MOBIL BUSINESS SUPPORT	9.600,00			
21	MERCADO LIBRE SA	137.526,25	360	RANDSTAD	7.050,00			
81	FARMACITY	41.138,00	409	ADECCO ARGENTINA	5.897,00			
98	GARBARINO S.A.C.I. E.I.	32.646,00	558	COTECSDUD	3.800,00			
109	FRAVEGA	29.500,00	706	SEIDOR CONSULTING SA	2.565,81			
125	FALABELLA	25.644,00	DELIVERY					
129	MAYCAR S.A.	25.297,13	531	PEDIDOSYA	4.021,00			
188	ARCOS DORADOS	17.493,50	DESARR. INMOBIL.					
190	LIBERTAD S.A.	17.346,35	42	IRSA (INVERSIONES Y REPRESENTACIONES S.A.)	69.767,00			
202	LABORATORIOS BAGÓ	16.378,00	278	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	10.169,00			
262	LONDON SUPPLY GROUP S.A.	11.006,29	319	TGLT S.A.	8.595,00			
292	DABRA S.A.	9.745,77	626	NORDELTA S.A.	3.191,89			
296	CETROGAR S.A.	9.589,20	969	GRUPO GIF	1.327,46			
300	DINOSAURIO S.A.	9.310,00	DROGUERÍA					
306	ZARA ARGENTINA SA	9.037,00	52	SUIZO ARGENTINA S.A.	63.166,92			
318	INTERBAIRES	8.600,00	57	DROGUERIA DEL SUD	58.955,00			
			357	DROGUERIA ROS FAR S.A.	7.114,52			
			386	GENZYME DE ARGENTINA S.A.	6.300,00			
			702	CATALENT ARGENTINA SAIC	2.584,00			
			765	DISPROFARMA	2.200,00			
			965	SOLS S.A.	1.342,06			
			995	SERVIER	1.247,00			
			1000	CSL BEHRING S.A.	1.232,34			

CEO Outlook 2020:

Edición especial COVID-19

+1.200

CEOs a
nivel mundial

365

CEOs
América Latina

50

CEOs
Argentina

Representando a más
de 50 países de los
5 continentes y
pertenecientes a 11
industrias clave.



Herramientas digitales



está de acuerdo en continuar
aprovechando y capitalizando
el uso de sus herramientas
de comunicación y
colaboración digital.

Espacio destinado a oficinas



sostiene que
reducirá el espacio
de las oficinas.

Talento



considera que
incrementará el número
de empleados en los
próximos tres años.



Aspectos ESG, diversidad
e inclusión, reputación y
propósito también
integran la agenda de los
directivos consultados.

**¡Descubrí el
informe completo!**



Podemos ayudarte.

- › kpmg.com.ar
- › contactenos@kpmg.com.ar

Seguinos en:

- › KPMG Argentina 



RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM			
EDUCACIÓN								
582	UADE	3.613,00	315	AIR LIQUIDE	8.692,00			
653	UCA	2.900,00	GASES INDUSTRIALES					
ELECTRODOMÉSTICOS								
215	GENERAL ELECTRIC	14.856,00	104	KIMBERLY CLARK ARGENTINA	31.531,00			
269	BGH	10.616,24	389	CLOROX	6.239,00			
429	PHILIPS ARGENTINA	5.472,38	421	JOHNSON & JOHNSON	5.600,00			
528	COPPEL S.A.	4.095,00	745	DIVERSEY ARGENTINA	2.278,00			
532	WHIRPOOL ARGENTINA S.R.L.	4.020,00	793	JUST INTERNATIONAL LATAM SA	2.080,00			
628	LILIANA S.R.L.	3.167,12	907	FRANCE ARGENTINE COSMETIC S.A.	1.527,99			
643	CARRIER S.R.L	3.007,00	HIGIENE Y COSMÉTICA					
692	KRONEN INTERNACIONAL S.A.	2.653,00	HOTELERÍA Y TURISMO					
743	CARRIER FUEGUINA S.A.	2.301,00	348	DESPEGAR.COM.AR S.A.	7.445,00			
ELECTRÓNICA								
71	GRUPO NEWSAN	50.390,03	423	MAZZA HNOS. S.A.C.	5.546,78			
226	BRIGHTSTAR ARGENTINA	13.701,03	627	CET SA	3.168,00			
298	HUAWEI	9.338,00	637	SOUTH-NET TURISMO S.A.	3.074,49			
456	PIONEER ARGENTINA S.R.L.	5.013,00	750	SHERATON HOTEL DE ARGENTINA	2.256,00			
459	FABRICA AUSTRAL DE PRODUCTOS ELECTRICOS S.A.	5.000,00	856	LATINA DE GESTION HOTELERA	1.750,00			
466	NOKIA SIEMENS AND NETWORKS	4.900,00	897	NUEVO PLAZA HOTEL MENDOZA S.A.	1.559,00			
477	ELECTROFUEGUINA	4.700,00	917	HCA FOUR SEASONS	1.492,00			
589	SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A.	3.550,00	IND. DE LA MADERA					
720	LENOVO	2.445,00	168	ARAUCO ARGENTINA S.A.	19.546,00			
794	DIGITAL FUEGUINA	2.066,00	506	EGGER SAU (EX MASISA ARG.)	4.400,00			
850	INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	1.787,15	IND. DEL ALUMINIO					
ENTRETENIMIENTO								
576	HOYTS GENERAL CINEMA DE ARGENTINA	3.659,00	68	ALUAR ALUMINIO ARG.	50.656,00			
733	JOCKEY CLUB A.C.	2.366,00	IND. DEL PLÁSTICO					
ENVASES								
167	TETRA PACK	19.547,09	433	GRUPO PLASTAR	5.400,00			
323	SMURFIT KAPPA ARGENTINA	8.438,00	499	VITOPEL	4.468,00			
401	RAYEN CURA	6.043,00	519	AMPACET SOUTH AMERICA SRL	4.213,18			
438	ZUCAMOR	5.292,00	524	RAVAGO	4.112,00			
462	TRIVIUM PACKAGING ARGENTINA S.A.	4.931,00	560	SEALED AIR ARGENTINA	3.788,91			
704	GREIF ARGENTINA S.A.	2.583,45	613	BEMIS ARGENTINA S.A. (EX AMERICAN PLAST S.A.)	3.350,00			
711	COSTER PACKAGING	2.531,00	713	BANDEX	2.518,59			
730	ENVASES TIMPLANTE SAU	2.400,00	738	SABIC INNOVATIVE PLASTICS	2.316,00			
767	OWENS ILLINOIS ARGENTINA S.A.	2.200,00	791	MANULI PACKAGING ARGENTINA S.A	2.089,00			
901	AMCOR PET PACKAGING ARG.	1.547,00	808	ALUFLEX S.A.	1.997,00			
913	ANDINA EMPAQUES	1.500,00	819	ALFAVINIL S.A.	1.929,43			
976	ENVASES DEL PLATA S.A	1.300,00	911	LINDAL ARGENTINA	1.502,00			
FITOSANITARIOS								
795	GLEBA SA	2.066,00	914	CABELMA S.A.	1.500,00			
876	CHEMINOVA AGRO DE ARGENTINA	1.632,00	916	LÉQUIPE MONTEUR	1.498,00			
FRUTÍCOLA								
266	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. Y F.	10.852,00	955	OPPFILM ARGENTINA	1.363,00			
IND. EDITORIAL Y DE MEDIOS								
128	GRUPO CLARÍN	25.429,00	237	ARTE GRAFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A.	12.888,00			
285	LA NACION	10.050,00	802	ANGEL ESTRADA	2.001,00			
891	LA LEY S.A. EDITORA E IMPRESORA	1.593,00						

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM			
IND. ELÉCTRICA								
196	VESTAS ARGENTINA S.A.	16.900,00	96	ASTRA EVANGELISTA S.A	32.959,10			
299	NORDEX WINDPOWER S.A.	9.321,00	139	TECHINT COMPAÑIA TÉCNICA INTERNACIONAL S.A.C.I.	23.794,00			
392	PRYSMIAN ENERGÍA CABLES Y SISTEMAS	6.200,00	140	BENITO ROGGIO E HIJOS	23.398,00			
563	SIGNIFY (EX PHILIPS LIGHTING ARGENTINA S.A.)	3.744,25	172	HOLCIM	19.143,43			
710	SOLALBAN ENERGIA S.A	2.531,30	240	JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	12.756,00			
946	VASILE Y CIA SACI	1.395,77	307	GRUPO ROVELLA CARRANZA	8.975,78			
IND. ELECTROQUÍMICA								
284	TRANSCLOR S.A.	10.000,00	393	SIDECO AMERICANA	6.184,50			
517	HIDROINVEST	4.246,30	407	DYCASA	6.008,00			
IND. FRIGORÍFICA								
90	SWIFT ARGENTINA	35.745,01	424	CONSTR. ELECTROMECÁNICA DEL OESTE	5.523,62			
210	QUICKFOOD	15.300,00	434	GRUPO SALINI/IMPREGILO	5.394,00			
253	FRIGORIFICO GORINA SAIC	11.573,82	474	SHANGHAI ELECTRIC POWER CONSTRUCTION	4.734,22			
287	COMPAÑÍA BERNAL SA	9.922,12	511	AESA	4.300,00			
366	AZUL NATURAL BEEF SA	6.858,00	571	INFAS A.S.A.	3.687,00			
374	BLACK BAMBOO ENTERPRISES	6.600,00	636	PAOLINI HNOS. S.A.	3.076,59			
IND. GRÁFICA								
852	ANSELMO L. MORVILLO SA	1.763,19	648	HELPART S.A. (CONSOLIDADO)	2.934,00			
IND. NUCLEAR								
656	CONUAR	2.896,00	709	TEL 3 S.A.	2.532,00			
INDUMENTARIA								
496	CHEEK S.A (CHEEKY)	4.500,00	751	HELPART S.A. (INDIVIDUAL)	2.255,00			
542	VESTIDITOS S.A.	3.912,79	778	SES S.A.	2.168,61			
954	MARTINA DI TRENTO	1.365,00	781	CMC DI RAVENNA	2.162,30			
INDUSTRIA AEREA								
605	FABRICA ARGENTINA DE AVIONES SA	3.404,15	878	GRUPO SAN JOSÉ	1.627,86			
INFORMÁTICA								
169	SISTEMAS GLOBALES S.A.	19.476,00	908	CH2M HILL ARGENTINA SOCIEDAD ANÓNIMA	1.507,36			
272	SAP ARGENTINA S.A.	10.358,00	942	VALVULAS DE PRECISIÓN ARGENTINA	1.400,00			
478	NCR ARGENTINA S.R.L.	4.700,00	990	IMPSA	1.263,00			
513	SONDA ARGENTINA S.A.	4.254,51	JUEGO					
539	HEWLETT PACKARD	3.920,00	238	GRUPO CODERE	12.800,00			
549	DELL AMERICA LATINA CORP.	3.888,00	325	CASINO PUERTO MADERO	8.400,00			
552	HP INC	3.832,00	391	CASINO DE ROSARIO	6.200,00			
557	ORACLE ARGENTINA S.A.	3.800,00	697	LOTERÍA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	2.632,00			
663	EPSON	2.827,00	789	CASINO PUERTO SANTA FE	2.100,00			
790	NEC ARGENTINA S.A.	2.097,00	929	CELA S.A.	1.444,00			
838	TECH DATA ARGENTINA S.A.	1.814,00	979	BINGOS MAGIC CBA	1.300,00			
988	MEDALLIA S.A.	1.276,11	LABORATORIOS					
INFORMES COMERCIALES								
746	BUREAU VERITAS	2.274,00	130	GADOR	25.276,00			
772	ORGANIZACIÓN VERAZ	2.199,00	178	ROEMMERS	18.385,00			
			179	PFIZER	18.214,00			
			192	LABORATORIOS ELEA	17.300,00			
			202	LABORATORIOS BAGÓ	16.378,00			
			212	LABORATORIOS ROCHE	15.096,00			
			218	NOVARTIS ARGENTINA	14.600,00			
			263	BIOTOSCANA	10.997,84			
			275	SANOFI AVENTIS ARGENTINA	10.300,00			
			276	MERCK, SHARP & DOHME (MSD)	10.300,00			
			282	LABORATORIOS CASASCO	10.048,00			
			314	UNIFARMA S.A.	8.743,31			
			329	NOVO NORDISK PHARMA ARG.	8.100,00			
			336	ABBOT LABORATORIES ARGENTINA S.A.	7.820,00			
			372	BOEHRINGER INGELHEIM	6.664,00			
			378	JANSSEN CILAG	6.400,00			
			420	MERCK S.A.	5.622,00			

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
426	BALIARDA	5.499,00	732	PLA S.A.	2.386,57
428	ELI LILLY INTERAMERICA	5.480,65	796	RESINAS CONCORDIA	2.060,00
447	ABBVIE S.A.	5.220,00	818	STIHL	1.931,00
475	INVESTI FARMA S.A.	4.723,00	886	TECNOSUR	1.601,00
494	INSTITUTO MASSONE S.A.	4.515,95	947	TYROLIT ARGENTINA S.A.	1.394,00
526	ASTRAZENECA	4.100,00			
534	IVAX ARGENTINA S.A.	3.998,00			
547	LABORATORIOS RICHMOND SACIF	3.895,00			
595	SINERGIUM BIOTECH	3.500,00			
608	LABORATORIO INTERNACIONAL ARGENTINO S.A.	3.365,00			
701	PFIZER - ELEA CONSORCIO DE COOPERACIÓN	2.600,00			
723	LABORATORIOS POEN SACIFE I	2.430,00			
758	NOVA ARGENTIA	2.224,00			
777	LABORATORIO LKM S.A.	2.170,00			
822	SAVANT PHARMA	1.918,00			
825	INNOVATE PHARMA S.A.	1.892,54			
861	MAPRIMED S.A.	1.728,00			
890	SANOFI PASTEUR	1.600,00			
909	LABORATORIOS FERRING SA.	1.506,15			
912	GRAMON MILLET S.A.	1.502,00			
922	ALLERGAN PRODUCTOS FARMACEUTICOS	1.450,00			
923	RAYMOS	1.450,00			
956	LABORATORIO CUENCA S.A.	1.361,00			
971	EUROFARMA ARGENTINA S.A.	1.321,00			
LÁCTEOS					
59	MASTELLONE HNOS.	57.919,38			
85	MOLFINO HERMANOS	37.366,00			
116	SANCOR	28.223,08			
119	NESTLÉ ARGENTINA S.A.	27.000,00			
427	MANFREY COOP. LTDA	5.488,09			
507	KASDORF	4.400,00			
611	MASTELLONE SAN LUIS	3.354,55			
621	ERNESTO RODRIGUEZ E HIJOS (LACTEOS VACCALIN)	3.280,00			
LOGÍSTICA					
120	MONROE AMERICANA S.A.	26.700,00			
593	GRUPO TASA	3.500,00			
835	ROFINA SAICF	1.850,00			
950	PLUSCARGO ARGENTINA S.A.	1.385,26			
978	YUSEN LOGISTICS SA	1.300,00			
MAQ. AGRÍCOLA					
118	IND. JOHN DEERE	27.183,94			
416	AGCO ARGENTINA	5.701,00			
MAQ. Y EQUIPOS					
80	IATEC	41.625,00			
250	SULLAIR	11.771,00			
293	SCHNEIDER ARGENTINA SA	9.705,65			
365	FRIMETAL S.A.	6.923,58			
568	CAMERON ARGENTINA SAIC	3.700,00			
579	CONARCO	3.650,00			
596	FLOWSERVE	3.484,00			
MAT. CONSTRUCCIÓN					
79	LOMA NEGRA	43.200,00			
187	CEMENTOS AVELLANEDA SA	17.692,69			
256	SAINT GOBAIN ARGENTINA S.A.	11.500,00			
446	UNIMACO S.A. (GRUPO BERCOMAT)	5.220,46			
460	CANTERAS CERRO NEGRO	4.979,96			
487	SHERWIN WILLIAMS ARGENTINA	4.560,00			
488	FERRUM	4.558,00			
521	TURHIER	4.175,00			
550	PAREXKLAUKOL	3.851,00			
583	DURLOCK S.A.	3.601,00			
619	SIKA	3.309,00			
635	PINTURERÍAS REX S.A.	3.095,94			
652	ROCA ARGENTINA S.A.	2.909,00			
666	TUBOS ARGENTINOS S.A.	2.813,00			
675	ASTORI ESTRUCTURAS S.A.	2.757,56			
691	LATER CER S.A.	2.667,95			
727	ILVA S.A.	2.401,73			
768	REFRACTARIOS ARGENTINOS	2.200,00			
771	PPG INDUSTRIES ARGENTINA S.R.L.	2.200,00			
775	KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	2.184,28			
804	DAYCO	2.000,00			
836	DECAVIAL S.A.I.C.A.C.	1.825,63			
899	HIERROS LIDER S.A.	1.551,79			
900	ETERNIT ARGENTINA S.A.	1.549,00			
918	IVANAR SA	1.489,99			
985	MAPEI ARGENTINA S.A	1.297,00			
METALÚRGICA					
324	TUBOSCOPE VETCO	8.420,00			
370	METALMECANICA S.A.	6.800,00			
485	FRESENIUS	4.569,00			
683	SCRAPSERVICE S.A.	2.700,00			
742	MEXICHEM ARGENTINA	2.308,00			
760	BEERTOTTO BOGLIONE	2.217,00			
MINERÍA					
76	OROPLATA S.A (GOLDCORP)	44.000,00			
82	MINERA ANDINA DEL SOL (EX ARGENTINA GOLD)	37.960,00			
144	CERRO VANGUARDIA	22.977,00			
191	YAMANA GOLD INC.	17.303,23			
213	MINERA SANTA CRUZ	14.934,00			
337	MINA PIRQUITAS INC.	7.800,00			
411	MINERA DEL ALTIPLANO S.A.	5.832,00			
439	MILICIC	5.286,00			
476	MINERA AGUILAR	4.719,00			
482	SALES DE JUJUY	4.644,00			
530	MINERA TRITON ARGENTINA	4.051,00			

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
NEUMÁTICOS		
281	FATE NEUMATICOS	10.089,00
295	PIRELLI NEUMÁTICO SAIC	9.600,00
588	NEUMATICOS GOODYEAR	3.550,00
943	PROMETEON TYRE GROUP DE ARGENTINA S.R.L	1.400,00
NUTRICIÓN ANIMAL		
543	ROYAL CANIN ARGENTINA SA	3.908,00
PESQUERA		
418	ARGENOVA S.A.	5.632,00
529	ESTRELLA PATAGONICA S.A.	4.074,00
847	SAN ARAWA	1.800,00
PETRÓLEO Y GAS		
1	YPF S.A.	678.595,00
5	PAN AMERICAN ENERGY	201.897,00
11	RAIZEN ARGENTINA S.A.	168.444,00
47	TECPETROL	64.513,00
91	TOTAL AUSTRAL	35.597,00
103	WINTERSHALL ENERGIA S.A.	31.534,00
105	COMPAÑIA GENERAL DE COMBUSTIBLES S.A. (CGC)	30.880,00
122	SINOPEC ARGENTINA	26.500,00
132	COMPANÍAS ASOCIADAS PETROLERAS S.A	24.807,00
141	PLUSPETROL	23.288,00
166	VISTA OIL & GAS	19.704,00
175	DESTILERÍA ARGENTINA DE PETRÓLEO S.A.	18.554,17
201	REFINERIA DEL NORTE S.A.	16.561,00
252	SHELL ARGENTINA	11.706,00
259	ENAP SIPETROL ARGENTINA S.A.	11.036,46
312	GASNOR S.A.	8.748,00
371	TOTAL ESPECIALIDADES ARG S.A.	6.741,00
396	CHEVRON ARGENTINA	6.100,00
410	PETRONAS ARGENTINAS	5.870,00
445	PETROBRAS OPERACIONES	5.239,00
455	REFIPAMPA	5.020,00
461	PETROLERA EL TREBOL S.A.	4.950,00
554	MEDANITO	3.813,00
587	PETROLEOS SUDAMERICANOS S.A.	3.586,28
623	EXXONMOBIL EXPLORATION ARGENTINA S.R.L	3.250,00
688	GEOPARK LIMITED	2.684,00
737	ROCH SA	2.317,76
843	MOBIL ARGENTINA	1.800,00
938	CROWN POINT ENERGÍA S.A.	1.402,00
986	GAS Y PETROLEO DEL NEUQUEN S.A.	1.295,00
QUÍMICA Y PETROQUÍMICA		
62	PBBPOLISUR	54.510,17
121	UNIPAR INDUPA SAIC	26.574,87
123	BAYER ARG.	26.282,81
136	BASF ARG.	23.964,00
143	PETROQUIMICA CUYO	23.128,00
183	COMPAÑIA MEGA	18.044,41
198	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	16.648,12

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
277	FMC QUIMICA	10.203,00
344	DOW QUÍMICA	7.579,43
354	NALCO ARGENTINA S.R.L	7.200,00
405	VINISA FUEGUINA SRL	6.019,00
422	BRASKEM ARGENTINA	5.583,00
451	PRAXAIR ARGENTINA	5.100,00
472	CABOT ARGENTINA S.A.I.C.	4.800,00
479	CLARIANT (EX AQUISA)	4.700,00
490	INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	4.550,00
677	BRENTAG ARGENTINA S.A.	2.750,00
800	LAWTER ARGENTINA	2.019,00
807	HENRY HIRSCHEN Y CIA. S.A.	1.997,08
831	LANXESS	1.869,00
905	THE CHEMOURS COMPANY	1.535,00
924	DIRANSA SRAL	1.447,77
962	ARCHROMA ARGENTINA S.A.	1.347,00
SEGUROS		
92	FEDERACION PATRONAL	35.029,62
135	SANCOR COOP. DE SEGUROS LTDA	24.151,00
138	PREVENCION ART	23.907,44
152	CAJA SEGUROS GENERALES	22.265,66
157	PROVINCIA ART	21.618,55
195	NACION SEGUROS	16.977,08
200	GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA	16.574,45
214	SAN CRISTOBAL	14.884,13
216	SEGUROS VICTORIA S.A.	14.834,22
233	MAPFRE ARGENTINA	13.102,00
234	EXPERTA ART S.A.	13.061,67
241	GALENO ART	12.676,29
242	ALLIANZ SEGUROS	12.562,00
243	LA MERCANTIL ANDINA	12.387,94
244	ALLIANZ ARGENTINA	12.386,91
255	PROVINCIA SEGUROS	11.540,34
264	ZURICH ARGENTINA	10.967,36
273	SURA SEGUROS	10.341,00
274	ZURICH SEGUROS	10.336,00
279	SEGUROS SURA	10.093,99
283	OSPECON - CONSTRUIR SALUD	10.000,00
286	ASOCIArt ART	9.988,78
288	LA SEGUNDA ART	9.907,98
310	QBE SEGUROS LA BUENOS AIRES S.A.	8.877,00
327	LA MERIDIONAL	8.139,00
331	SWISS MEDICAL ART	8.024,80
343	ZURICH COMPAÑIA DE REASEGUROS	7.621,94
355	MAPFRE RE CIA DE REASEGUROS	7.160,93
413	ZURICH INTERNATIONAL LIFE	5.817,97
441	LA ESTRELLA S.A. CIA. DE SEG. DE RETIRO	5.273,00
444	CHUBB	5.242,30
450	SOC MILITAR SEG DE VIDA	5.118,00
492	BERKLEY SEGUROS	4.528,00
500	ORBIS	4.466,19
522	ACE AMERICAN INSURANCE COMP. (REASEGUR. CHUBB)	4.151,00
537	GALICIA SEGUROS	3.925,65

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
553	METLIFE SEGUROS SA	3.823,18	682	CLAAS	2.719,00
555	ALLIANZ RE ARGENTINA	3.800,00	689	SATUS AGER	2.678,00
564	SMG SEGUROS	3.723,60			
567	METLIFE	3.704,59			
569	PRUDENTIAL SEGUROS S.A.	3.699,53			
581	RÍO URUGUAY	3.645,80			
585	ESTRELLA RETIRO	3.599,62			
607	HOLANDO SUDAMERICANA	3.365,76			
638	ZURICH SANTANDER	3.071,59			
644	BBVA CONSOLIDAR SEGUROS	3.003,08			
661	COOP. MUTUAL PATRONAL	2.837,46			
673	INST. ENTRE RÍOS	2.765,62			
686	PARANÁ	2.691,04			
695	BERKLEY ARGENTINA	2.642,22			
696	PUNTO SUR	2.633,00			
705	NORTE	2.569,60			
719	TRIUNFO COOP. DE SEG. LTDA	2.450,32			
722	LIDERAR	2.432,60			
734	BOSTON SEGUROS	2.342,72			
755	AON RISK CONSOLIDADO	2.244,00			
759	HDI SEGUROS S.A.	2.219,72			
774	OMINT ART	2.191,59			
797	QUALIA SEGUROS	2.050,00			
798	IRB REASEGUROS	2.048,00			
810	INTEGRITY SEGUROS	1.994,87			
821	NACIÓN REASEGUROS	1.920,00			
827	HSBC VIDA	1.881,90			
834	CARUSO CIA. ARG. DE SEGUROS S.A.	1.851,72			
849	AXA ASSISTANCE ARGENTINA	1.799,66			
854	SOL NACIENTE	1.756,01			
855	BERKLEY ART	1.752,97			
895	PROF SEGUROS	1.569,51			
902	STARR COMPANY	1.541,05			
904	ASSURANT ARG.	1.539,56			
919	PERSEVERANCIA	1.482,53			
921	SEGURCOOP	1.451,36			
930	SCOR	1.440,19			
949	SMG VIDA	1.386,00			
951	ATM SEGUROS	1.379,94			
958	ESCUDO	1.353,09			
974	CARDIF SEGUROS	1.305,51			
987	SUPERVIELLE SEGUROS	1.286,71			
989	BHN VIDA	1.275,24			
993	BINARIA VIDA	1.255,83			
994	EUROP ASSISTANCE ARGENTINA	1.251,00			
996	SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A.	1.241,45			
998	HORIZONTE	1.235,43			
999	VIRGINIA SURETY	1.232,78			
	SEMIERRA				
58	MONSANTO ARG.	58.409,80			
83	SYNGENTA AGRO S.A.	37.892,00			
145	DOW AGROSCIENCES ARG SRL	22.921,00			
368	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	6.817,58			
	SERVICIOS CORPORATIVOS				
763	CHEVRON BUSINESS SUPPORT	2.200,00			
803	CIENNA COMMUNICATIONS	2.000,00			
842	FOOD SERVICE	1.800,00			
991	BAYTON S.A.	1.260,78			
	SERVICIO DE AGUAS CORRIENTES				
100	AYSA	31.790,00			
308	AGUAS BONAERENSES SA	8.900,00			
540	AGUAS SANTAFESINAS	3.919,35			
632	AGUAS CORDOBESAS S.A.	3.105,00			
873	AGUAS DE CORRIENTES SA	1.659,00			
	SERVICIO DE ELECTRICIDAD				
26	PAMPA ENERGIA	110.080,00			
27	IEASA (INTEGRACIÓN ENERGÉTICA)	110.000,00			
35	EDENOR	89.994,00			
44	EDESUR	65.000,00			
45	DISTRILEC	65.000,00			
46	EMPRESA DIST DE ENERGIA SUR SA	64.870,00			
70	EMPRESA PROVINCIAL DE ENERGIA DE CORDOBA	50.598,26			
89	CENTRAL PUERTO	36.000,00			
107	PECOM SERVICIOS ENERGIA S.A.	30.287,00			
203	YPF ENERGIA ELECTRICA	16.113,92			
217	AES ARG. GENERATION	14.778,00			
220	EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECT. DE MENDOZA S.A.	14.356,00			
225	CAPEX	13.711,00			
228	ENERGIA DE ENTRE RÍOS S.A.	13.529,70			
229	GENNEIA	13.502,00			
239	ENEL GENERACION COSTANERA (EX CENTRAL COSTANERA)	12.779,69			
261	GENERACION MEDITERRANEA S.A.	11.007,00			
290	TRANSENER	9.810,00			
326	ENERGIA SAN JUAN	8.200,00			
339	CENTRAL TERMICA DOCK SUD	7.742,00			
375	TERMOANDES	6.600,00			
382	EDESAH HOLDING SA	6.372,47			
398	ARAUCARIA ENERGY S.A.	6.100,00			
501	ALBANESE ENERGIA S.A.	4.466,00			
503	ELECTRIFICADORA DEL VALLE S.A.	4.413,00			
622	DISTRICUYO	3.270,00			
671	CENTRAL TERMICA ROCAS S.A.	2.787,00			
773	CENTRAL TÉRMICA PIEDRA BUENA	2.195,00			
788	VEOLIA SERVICIO Y GESTIÓN DE ENERGIA ARGENTINA	2.100,00			
799	HOERBIGER S.A.	2.027,97			
837	SOENERGY	1.820,00			
877	Y-GEN ELECTRICA S.A.U	1.628,77			
968	TRANSPA S.A.	1.332,00			
973	GREENWIND	1.308,00			
194	ENEL ARGENTINA S.A.	17.025,98			
443	CENTRAL TÉRMICA BARRAGAN	5.256,00			
489	EDELAR S.A.	4.558,00			

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

Una exportación no tradicional que nos enorgullece de por vida...

Cármen Díaz



Miles de hogares en todo el mundo reciben con alegría el nacimiento de pequeños italianos, americanos, españoles, canadienses, brasileños, japoneses, turcos, suizos, ingleses, mexicanos, franceses, venezolanos, austriacos, israelíes, chilenos, iraquíes, coreanos...

Primer productor mundial de Gonadotrofinas humanas.



Massone

Especialista en medicina reproductiva.

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM

POS 20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM			
SERVICIO DE ELECTRICIDAD (CONT.)								
516	ENEL GENERACIÓN EL CHOCON S.A.	4.246,30	927	CRISTACOL S.A.	1.444,48			
556	CENTRALES DE LA COSTA ATLÁNTICA S.A.	3.800,00	992	TELECOM ARGENTINA USA, INC.	1.257,00			
616	Y-GEN ELECTRICA II S.A.U	3.344,42	SERVICIOS FINANCIEROS					
664	CP RENOVABLES	2.826,00	67	TRAFIGURA S.A.	50.814,00			
SERVICIO DE GAS								
55	METROGAS	60.269,33	84	TARJETA NARANJA S.A.	37.373,00			
73	TRANSP. DE GAS DEL SUR	48.330,57	94	CNHI CAPITAL	34.150,00			
95	RAFAEL G ALBANESE	34.014,00	113	PRISMA MEDIOS DE PAG S.A.	28.790,00			
99	NATURGY	32.599,60	148	CAMÍN S.A.	22.823,12			
106	CAMUZZI GAS PAMPEANA	30.295,00	311	AMERICAN EXPRESS	8.807,00			
151	CAMUZZI GAS DEL SUR S.A.	22.438,00	313	GASCART S.A.	8.748,00			
185	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	17.792,00	316	SERVICIO ELECTRÓNICO DE PAGO (PAGO FÁCIL)	8.665,00			
204	DISTRIB. DE GAS DEL CENTRO	15.951,00	334	FIDEICOMISO PROCREAR (BANCO HIPOTECARIO)	7.920,00			
206	LITORAL GAS	15.609,00	406	COMPÀNIA FINANCIERA ARGENTINA S.A.	6.013,01			
231	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	13.318,00	449	CMR	5.354,00			
248	YPF GAS S.A.	11.859,77	452	CORDIAL COMPÀNIA FINANCIERA SA	5.090,30			
744	GAS MERIDIONAL	2.300,00	468	FCA S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS	4.870,00			
893	GASODUCTO PACIFICO	1.582,00	483	FCA COMPÀNIA FINANCIERA S.A.	4.620,51			
932	GASODUCTO GASANDES ARGENTINA S.A.	1.436,00	486	VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES	4.561,00			
SERVICIO DE INTERNET								
230	GOOGLE	13.500,00	491	BACKFIN S.A.	4.542,31			
SERVICIO DE LIMPIEZA								
658	GESTAM ARGENTINA S.A.	2.882,97	493	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS	4.523,09			
816	GRUPO COMSA	1.939,71	527	PLAN ÓVALO S.A.	4.100,00			
867	GRUPO LIMPIOLUX	1.709,80	536	ROMBO CIA. FINANCIERA	3.963,92			
SERVICIO DE PAGO								
624	VERIFONE ARGENTINA SA	3.213,00	572	INTERBANKING S.A.	3.675,39			
997	VALID	1.238,00	577	TOYOTA COMPÀNIA FINANCIERA	3.656,58			
SERVICIO DE SEGURIDAD								
77	PROSEGUR S.A.	43.478,00	599	CONSULTATIO SA	3.478,55			
271	SECURITAS ARGENTINA S.A.	10.436,00	609	TSA CAMBIO S.A.	3.358,71			
584	ADT SECUTRY SERVICES S.A.	3.600,00	647	MERCEDES-BENZ COMPÀNIA FINANCIERA	2.972,41			
591	G4S SOLUCIONES DE SEGURIDAD S.A.	3.514,00	690	JOHN DEERE CREDIT COMPÀNIA FINANCIERA	2.675,98			
888	SEGURIDAD ARGENTINA S.A.	1.600,00	700	RCI BANQUE	2.616,82			
945	SISTEMA DE URGENCIAS DEL ROSAFE	1.399,67	731	GRUPO BYMA	2.395,00			
982	CAR SECURITY	1.300,00	739	CAMBIO ESTELAR	2.313,51			
SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES								
4	TELECOM ARGENTINA S.A.	237.024,00	762	CARTASUR CARDS SA	2.200,00			
15	TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA	152.791,00	811	CIRCULO DE INVERSORES S.A.	1.986,00			
29	CLARO ARGENTINA	102.624,00	817	FORD CREDIT COMPÀNIA FINANCIERA S.A.	1.934,97			
56	TELEFONICA DE ARGENTINA S.A.	60.135,00	828	MAXINTA S.A.	1.880,30			
340	TELMEX ARG. S.A.	7.704,00	839	GPAT CIA. FINANCIERA	1.808,34			
464	NSS (IPLAN)	4.916,00	853	PSA FINANCE ARGENTINA COMPÀNIA FINANCIERA S.A.	1.756,72			
629	CPS COMUNICACIONES S.A.	3.144,68	859	GARANTIZAR S.G.R.	1.746,00			
640	ARSAT	3.059,24	880	LABIN ARGENTINA	1.625,85			
820	AT&T	1.926,00	892	WORLDLINE ARGENTINA SA	1.589,00			
841	FACEBOOK	1.800,00	944	CENTRO CARD S.A.	1.400,00			
SERVICIOS INMOBILIARIOS								
862	CBRE ARGENTINA S.A.	1.726,00	957	BALANZ CAPITAL VALORES SAU	1.360,73			
928	WEWORK ARGENTINA S.R.L.	1.444,14	SERVICIO LIMPIEZA					
184	CLIBA INGENIERIA URBANA S.A.	18.043,00	246	TECSAN	12.100,00			
246								

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES POR SECTORES - EN \$MM

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
SERVICIOS MÉDICOS		
20	OSDE	138.090,16
30	SWISS MEDICAL GROUP	96.182,00
75	GALENO ARGENTINA	46.299,00
142	SOC. ITALIANA DE BENEFICENCIA	23.185,00
260	MEDICUS S.A.	11.035,12
291	FRESENIUS MEDICAL CARE	9.753,00
351	HOSPITAL ALEMÁN ASOCIACIÓN CIVIL	7.394,58
394	INTERNATIONAL HEALTH SERVICES	6.155,00
414	ASOCIACIÓN HOSPITAL BRITÁNICO	5.780,00
502	HOSPITAL PRIVADO CENTRO MÉDICO DE CORDOBA S.A.	4.454,72
574	PREVENCIÓN SALUD	3.663,00
575	DIAVERUM	3.662,00
685	ICBA	2.700,00
703	FLENI	2.584,00
787	DIAGNÓSTICO MAIPÚ POR IMÁGENES S.A.	2.109,00
806	SOCORRO MÉDICO PRIVADO S.A.	1.999,75
858	INSTITUTO GAMMA S.A.	1.746,30
970	ASOCIACIÓN CIVIL MATER DEI	1.324,00
SERVICIOS PETROLEROS		
101	HALLIBURTON ARGENTINA S.R.L.	31.634,00
150	WEATHERFORD INTERNAT. DE ARGENTINA	22.480,00
158	SAN ANTONIO INTERN.	21.163,00
205	BAKER HUGHES ARGENTINA	15.645,00
258	DLS ARGENTINA	11.191,00
302	BOLLAND Y CIA.	9.194,00
304	HELMERICH & PAYNE ARG. DRILLING	9.097,00
345	CALFRAC WELL SERVICES S.A.	7.565,00
369	EXTERRAN ARGENTINA	6.812,00
388	CLEAR PETROLEUM SA	6.258,00
390	ARCHER DLS LTD. SA	6.230,00
403	SERVICIOS ESPECIALES SAN ANTONIO S.A.	6.031,00
454	OLEODUCTOS DEL VALLE S.A.	5.039,02
484	QUINTANA WELLPRO	4.600,00
545	SUPERIOR ENERGY SERVICES S.A.	3.900,00
642	OILTANKING EBYTEM S.A.	3.031,44
729	ENSIGN ARGENTINA S.A.	2.400,00
984	EXPRO ARGENTINA S.R.L.	1.297,89
SERVICIOS PORTUARIOS		
395	TERMINALES RÍO DE LA PLATA S.A.	6.136,00
435	TERMINAL ZÁRATE S.A.	5.329,00
548	TERMINALES MARÍTIMAS PATAGONICAS S.A.	3.893,00
597	BS. AS. CONTAINER TERMINAL	3.483,00
601	CONSORCIO GENERAL PUERTO DE BAHÍA BLANCA	3.437,00
655	COMPAÑÍA NAVIERA HORAMAR	2.898,33
724	TERMINAL 6	2.419,00
754	TERMINAL PUERTO ROSARIO	2.250,00
884	BOMBAS GRUNDFOS DE ARGENTINA	1.601,67
SERVICIOS		
102	AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO	31.617,00
419	SERV. COMPASS DE ARG. S.A.	5.622,00

POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
SERVICIOS		
538	CITYTECH S.A.	3.922,00
645	GATE GOURMET	3.000,00
784	LOS CIPRESSES	2.140,00
801	SPIRAX SARCO	2.008,98
898	SOLUCIONES MULTIMEDIA S.A.	1.555,54
940	CAT TECHNOLOGIES ARGENTINA SA	1.400,00
SIDERÚRGICA		
28	TERNIUM (EX SIDERAR)	107.154,00
39	SIDERCA	76.000,00
64	ACINDAR	53.172,13
208	GERDAU	15.569,00
224	ACERBRAG S.A.	13.815,00
662	ROGIRO ACEROS	2.830,00
812	COMP. REGIONAL DE ACEROS FORJADOS MERCEDES S.A.	1.981,09
814	OUTOKUMPU FORTINOX S.A.	1.948,00
906	APERAM	1.530,42
933	FORMAR S.A.	1.435,00
SUPERMERCADOS		
13	CENCOSUD	157.770,00
41	WALMART	70.000,00
50	DIA ARGENTINA S.A.	64.163,04
51	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	63.209,00
112	MAKRO SUP. MAYORIST.	28.883,00
147	AUTOSERVICIO MAYORISTA DIARCO	22.880,13
160	MAXICONSUMO	21.026,00
402	TADICOR S.A.	6.040,00
TABACALERAS		
134	BRITISH AMERICAN TOBACCO ARGENTINA	24.293,00
146	MASSALIN PARTICULARES S.R.L.	22.900,00
361	INGENIO TABACAL	7.016,00
669	PHILIP MORRIS LATIN AMERICAN SERVICES S.R.L.	2.800,00
676	ALLIANCE ONE TOBACCO ARG.	2.755,22
699	COOP. DE TABACALEROS DE JUJUY	2.624,60
TECNOLOGÍA MÉDICA		
718	SIEMENS HEALTHCARE SA	2.452,00
832	PROMEDON S.A.	1.859,79
889	BOSTON SCIENTIFIC	1.600,00
TECNOLOGÍA		
223	SIEMENS	14.000,00
338	CENTURY LINK	7.789,00
347	INVAP S.E.	7.461,04
509	WFS	4.400,00
654	B-GAMING S.A.	2.899,00
660	EMERSON ARGENTINA S.A.	2.842,00
665	BOLDT S.A.	2.819,00
792	ATOS ARGENTINA SA	2.084,00
846	GRUPO ASSA S.A.	1.800,00
885	YPF TECNOLOGIA SA	1.601,56

RANKING EXCLUSIVO**← 1000 EMPRESAS LÍDERES**
**RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
POR SECTORES - EN \$MM**

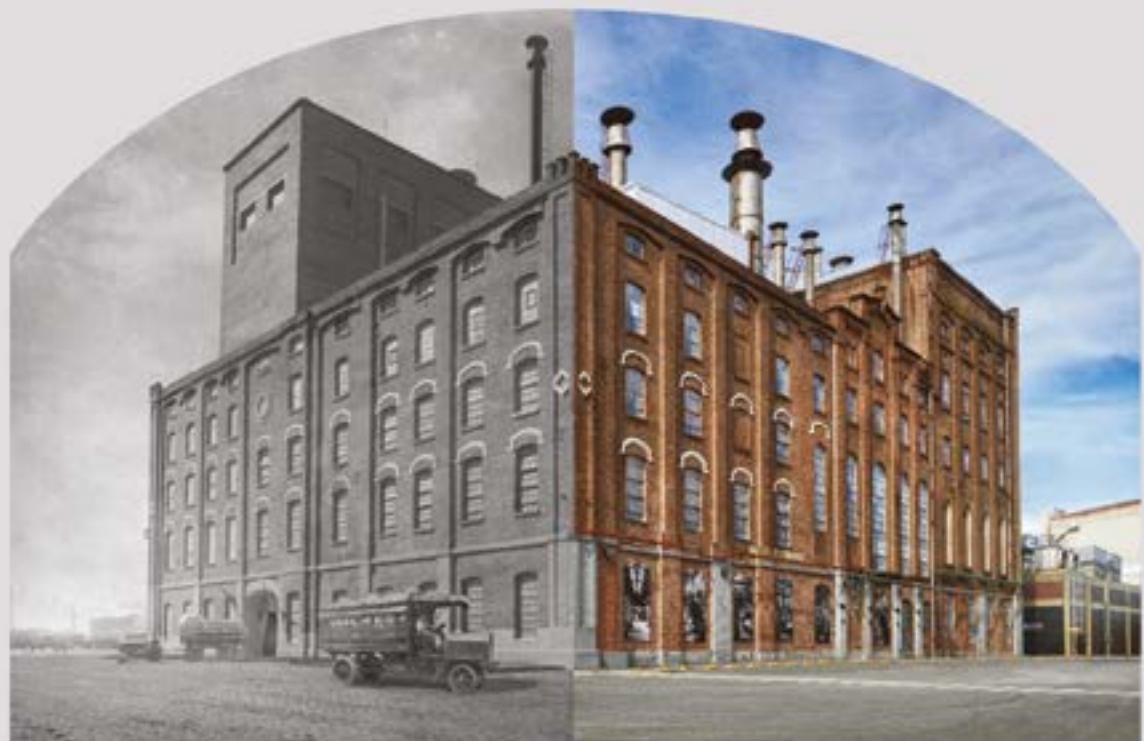
POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM	POS.20/19	EMPRESA	VENTAS EN \$MM
TECNOLOGÍA (CONT.)					
915	INDRA SI S.A.	1.499,42	359	BENITO ROGGIO TRANSPORTE S.A.	7.088,00
977	LEXMARK ARGENTINA S.A.	1.300,00	387	LOGISTICA LA SERENISIMA	6.280,00
TELEVISIÓN					
32	CABLEVISION	94.532,00	400	METROVIAS	6.054,00
69	DIRECT TV	50.600,00	437	TERMINAL 4 S.A.	5.300,00
289	IMAGEN SATELITAL	9.833,00	440	BELGRANO CARGAS Y LOG. S.A	5.285,60
320	TELÉVISIÓN FEDERAL	8.529,00	442	CIA. TSB S.A.	5.268,00
322	ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A.	8.452,00	457	PANALPINA	5.005,00
328	TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A.	8.130,00	480	TRANSBA	4.676,00
463	TELE RED IMAGEN S.A.	4.923,00	514	INTEROCEAN TRANSPORTATION INC.	4.254,00
815	AMÉRICA TV S.A.	1.944,00	533	MURCHISON	4.000,00
824	TELEARTE S.A.	1.896,00	551	TRANSFARMACO SOCIEDAD ANÓNIMA	3.832,00
829	TELCOM VENTURES DE ARGENTINA	1.878,44	559	DHL EXPRESS	3.795,00
844	PROM TV S.A.	1.800,00	573	VIA BARILOCHE S.A.	3.668,76
TEXTIL					
280	ALPARGATAS SAIC	10.090,00	586	GEFCO ARGENTINA	3.591,00
515	AUSTRALTEX S.A.	4.250,00	678	DHL GLOBAL FORWARDING	2.749,00
546	VICUNHA ARGENTINA	3.900,00	707	VIAL AGRO	2.557,89
602	PGI ARGENTINA S.A.	3.431,39	714	FERROEXPRESO PAMPEANO S.A.C	2.504,00
606	LAS BLONDAS S.A. (RAPSDIA)	3.400,00	741	EXPRESO GENERAL SARMIENTO	2.310,36
764	COTEMINAS ARGENTINA S.A.	2.200,00	752	KUEHNE + NAGEL	2.254,00
766	LEURU S.A.	2.200,00	753	LUFTHANSA	2.251,00
780	VESUVIO	2.165,26	769	SCHENKER ARGENTINA	2.200,00
782	MAZALOSA S.A.	2.161,75	786	TRADELOG S.A.	2.126,87
881	SANTANA TEXTIL CHACO S.A.	1.621,97	813	UABL S.A.	1.956,00
983	SE.MI.S.A	1.298,73	848	EXCON SA	1.800,00
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA					
31	AEROLINEAS ARGENTINA S.A.	95.839,00	851	WESTERN UNION	1.772,00
33	CORPORACIÓN AMÉRICA AIRPORTS	93.518,00	868	COMPÀNIA LA ISLEÑA SRL	1.700,21
86	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	37.247,00	882	ID SUPPLY CHAIN S.A.	1.608,41
115	CORREO OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA S.A.	28.239,00	920	CARGO SERVICIOS IND. S.A.	1.477,00
227	NAVIOS SOUTH AMERICAN	13.696,00	925	SAVINO DEL BENE ARGENTINA S.A	1.445,00
317	ANTARES NAVIERA	8.633,00	931	PLAZA LOGÍSTICA S.R.L	1.439,06
342	AXIONLOG	7.622,82	961	AUTOVIA DEL MAR	1.349,00
VIDRIOS Y CRISTALES					
425	VASA S.A.	5.500,00	967	NAVIERA DEL SUD S.A.	1.335,00
495	RIGOLLEAU	4.514,00	980	JETSMART AIRLINES SA	1.300,00

Especial Diciembre**Ranking Total de Prestigio Empresario**

La mayor y más representativa encuesta sobre reputación corporativa.

PRENSA ECONÓMICA

130 AÑOS
ORGULLOSOS DE DÓNDE VENIMOS.



CAMBIÓ TODO
PERO NO CAMBIÓ NADA



RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
ÍNDICE ALFABÉTICO

EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.
3M ARGENTINA	458	ANSELMO L. MORVILLO SA	852	BANCO CIUDAD	53	BERTOTTO BOGLIONE	866
A		ANTARES NAVIERA	317	BANCO CMF	385	BFOOT SRL (DAFITI ARGENTINA)	654
ABBOT LABORATORIES ARGENTINA S.A.	336	AON RISK CONSOLIDADO	755	BANCO COINAG S.A.	960	B-GAMING S.A.	269
ABBVIE S.A.	447	APERAM	906	BANCO COLUMBIA	350	BGH	989
ACCENTURE S.R.L.	176	APEX AMÉRICA	610	BANCO COMAFI	149	BHN VIDA	993
ACE AM. INSURANCE COMP. (R. CHUBB)	522	APR ENERGY S.R.L.	473	BANCO CREDICOOP	36	BINARIA VIDA	979
ACEITERA GRAL. DEHEZA	7	ARAUCARIA ENERGY S.A.	398	BANCO DE CORRIENTES	257	BINGOS MAGIC CBA	363
ACERBRAG S.A.	224	ARAUCA ARGENTINA S.A.	168	BANCO DE FORMOSA	380	BIOCERES S.A.	726
ACINDAR	64	ARCHROMA ARGENTINA S.A.	962	BANCO DE INVERSIÓN Y COMERCIO	163	BIOETANOL RIO CUARTO S.A.	384
ADECCO ARGENTINA	409	ARCOS DORADOS	188	EXTERIOR S.A.	43	BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	263
ADECO AGROPECUARIA	173	ARGENOVIA S.A.	418	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	2	BIOTOSCANA	603
ADIDAS ARGENTINA S.A.	193	ARIMEX IMPORTADORA SA	939	BANCO DE LA NACION ARG.	174	BLACK & DECKER ARGENTINA	374
ADM ARGENTINA	24	ARLA FOODS INGREDIENTS	465	BANCO DE LA PAMPA	236	BLACK BAMBOO ENTERPRISES	694
ADT SECURITY SERVICES S.A.	584	ARMETAL AUTOPARTES S.A.	952	BANCO DE SAN JUAN	535	BNP PARIBAS	736
AEGIS ARGENTINA S.A.	728	ARSAT	640	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	415	BODEGA NORTON S.A.	600
AEROLINEAS ARGENTINA S.A.	31	ARTE GRAFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A.	237	BANCO DE VALORES	8	BODEGAS CHANDON	372
AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	86	ARTE RADIODIVISION ARGENTINO S.A.	322	BANCO GALICIA	108	BOEHRINGER INGELHEIM	665
AES ARG. GENERATION	217	ASOC. DE COOPERAT. ARG.	22	BANCO HIPOTECARIO	182	BOLDT S.A.	302
AESA	511	ASOCIACIÓN CIVIL MATER DEI	970	BANCO INDUSTRIAL	16	BOLLAND Y CIA.	884
AGCO ARGENTINA	416	ASOCIACIÓN HOSPITAL BRITÁNICO	414	BANCO MACRO	498	BOMBAS GRUNDFOS DE ARGENTINA	840
AGRICULTORES FEDERADOS ARG.	156	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	368	BANCO MARIVA	510	BONAFIDE	889
AGROFINA S.A.	687	ASOCIART ART	286	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	48	BOSTON SCIENTIFIC	734
AGUAS BONAERENSES SA	308	ASSURANT ARG.	904	BANCO PATAGONIA	353	BOSTON SEGUROS	422
AGUAS CORDOBESAS S.A.	632	ASTORI ESTRUCTURAS S.A.	675	BANCO PIANO	65	BRASKEM ARGENTINA	677
AGUAS DANONE DE ARGENTINA	341	ASTRA EVANGELISTA S.A.	96	BANCO PROV. DE CORDOBA	352	BRENTAG ARGENTINA S.A.	226
AGUAS DE CORRIENTES SA	873	ASTRAZENECA	526	BANCO PROV. DEL CHUBUT	267	BRIGHTSTAR ARGENTINA	134
AGUAS SANTAFESINAS	540	AT&T	820	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	649	BRITISH AMERICAN TOBACCO ARGENTINA	597
AIR LIQUIDE	315	ATENTO	471	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	9	BS. AS. CONTAINER TERMINAL	617
ALBANESE ENERGÍA S.A.	501	ATM SEGUROS	951	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	708	BST BANCO DE SERV. Y TRANSACCIONES	10
ALBANESE S.A.	221	ATOS ARGENTINA SA	792	BANCO RIOJA S. A. UNIPERSONAL	670	BUNGE ARGENTINA S.A.	746
ALEA Y CIA S.A.	716	AUBASA	436	BANCO SAENZ	448	BUREAU VERITAS	C
ALFAVINIL S.A.	819	AUSA	377	BANCO SANTA CRUZ	12	C.A. BOCA JUNIORS	346
ALGODONERA ACONCAGUA	693	AUSTIN POWDER ARG.	659	BANCO SANTANDER RIO	159	CABELMA S.A.	914
ALICORP	349	AUTRALTEX S.A.	515	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	61	CABLEVISION	32
ALIMENTOS DE SOJA	625	AUTOMOTORES RUSSONIELLO S.A.	934	BANCO SUPERVIELLE	953	CABOT ARGENTINA S.A.I.C.	472
ALLERGAN PROD. FARMACEUTICOS	922	AUTOMÓVIL CLUB ARGENTINO	102	BANCO VOII S.A.	713	CAJA DE JUBILACIONES DE CÓRDOBA	74
ALLIANCE ONE TOBACCO ARG.	676	AUTOSERVICIO MAYORISTA DIARCO	147	BANDEX	874	CAJA SEGUROS GENERALES	152
ALLIANZ ARGENTINA	244	AUTOVIA BS AS A LOS ANDES S.A.	936	BANK OF AMERICA	136	CALFRAC WELL SERVICES S.A.	345
ALLIANZ RE ARGENTINA	555	AUTOVIA DEL MAR	961	BASF ARG.	833	CAMBIO ESTELAR	739
ALLIANZ SEGUROS	242	AVON	232	BATERIAS MOURA (EX BAT. ARG. S.A.)	123	CAMERON ARGENTINA SAIC	568
ALPAGATAS S.A.I.C.	280	AXA ASSISTANCE ARGENTINA	849	BAYER ARG.	991	CAMIN S.A.	148
ALUAR ALUMINIO ARG.	68	AXIONLOG	342	BAYTON S.A.	25	CAMINOS DE LAS SIERRAS	614
ALUFLEX S.A.	808	AYSA	100	BBVA BANCO FRANCES	644	CAMPARI	871
AMAGGI ARG.	153	AZUL NATURAL BEEF SA	366	BBVA CONSOLIDAR SEGUROS	761	CAMUZZI GAS DEL SUR S.A.	151
AMCOR PET PACKAGING ARG.	901	BACKFIN S.A.	491	BECTON DICKINSON ARGENTINA	870	CAMUZZI GAS PAMEPEANA	106
AMÉRICA TV S.A.	815	BACS BANCO DE CRED. Y SECURITIZACION	826	BEDTIME	520	CANTERAS CERRO NEGRO	460
AMERICAN EXPRESS	311	BAGLEY ARGENTINA	127	BEIERSDORF	440	CAPEX	225
AMGEN	639	BAKER HUGHES ARGENTINA	205	BELGRANO CARGAS Y LOG. S.A.	613	CAR SECURITY	982
AMPACET SOUTH AMERICA SRL	519	BALANZ CAPITAL VALORES SAU	957	BEMIS ARG. S.A. (EX AM. PLAST S.A.)	140	CARDIF SEGUROS	974
ANDINA EMPAQUES	913	BALIARDA	426	BENITO ROGGIO E HIJOS	359	CARGILL S.A.C.I.	19
ANGEL ESTRADA	802	BANCO BICA S.A.	735	BENITO ROGGIO TRANSPORTE S.A.	695	CARGO SERVICIOS IND. S.A.	920
ANIXTER	805	BERKLEY ART	492	BERKLEY ARGENTINA	855	CARRIER FUEGUINA S.A.	743
		BERKLEY SEGUROS	760	BERKLEY ART	492	CARRIER S.R.L.	643

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES ÍNDICE ALFABÉTICO

EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.
CARSA	399	COFCO INTERNATIONAL ARGENTINA S.A.	6	DHL GLOBAL FORWARDING	678	ESTRELLA RETIRO	585
CARTASUR CARDS SA	762	COLCAR	335	DIA ARGENTINA S.A.	50	ETERNIT ARGENTINA S.A.	900
CARTOCOR	180	COLGATE PALMOLIVE ARG.	309	DIAGNOSTICO MAIPU POR IMÁGENES S.A.	787	EUROFARMA ARGENTINA S.A.	971
CARUSO CIA. ARG. DE SEGUROS S.A.	834	COMPANÍA ARGENTINA DE LEVADURAS	481	DIAPERUM	575	EURO ASSISTANCE ARGENTINA	994
CASINO DE ROSARIO	391	COMPANÍA BERNAL SA	287	DIGITAL FUEGUINA	794	EXCON SA	848
CASINO PUERTO MADERO	325	COMPANÍA FINANCIERA ARGENTINA S.A.	406	DINOSAURIOS S.A.	300	EXPERTA ART S.A.	234
CASINO PUERTO SANTA FE	789	COMPANÍA GRAL. DE COMBUST. S.A. (CGC)	105	DIRANSA SRAL	924	EXPLORA S.A.	770
CAT TECHNOLOGIES ARGENTINA SA	940	COMPANÍA INTRODUCTORA DE BS. AS.	650	DIRECT TV	69	EXPRESO GENERAL SARMIENTO	741
CATALENT ARGENTINA SAIC	702	COMPANÍA LA ISLEÑA SRL	868	DISPROFARMA	765	EXPRO ARGENTINA S.R.L.	984
CAUSER S.A.	863	COMPANÍA MEGA	183	DISTRIB. DE GAS DEL CENTRO	204	EXTERRAN ARGENTINA	369
CBRE ARGENTINA S.A.	862	COMPANÍA NAVIERA HORAMAR	655	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	231	EXXON MOBIL BUSINESS SUPPORT	294
CCU ARGENTINA	114	COMP. REG. DE ACEROS F. MERCEDES S.A.	812	DISTRILEC	45	EXXONMOBIL EXPLORATION ARG. S.R.L.	623
CELA S.A.	929	COMPANÍA REGIONAL DE LACTEOS ARG.	453	DISTROCUYO	622	F	
CELULOSA ARGENTINA	219	COMPANÍAS ASOCIADAS PETROLERAS S.A.	132	DIVERSEY ARGENTINA	745	FABRICA ARGENTINA DE AVIONES SA	605
CEMENTOS AVELLANEDA SA	187	COMPUMUNDO	561	DLS ARGENTINA	258	FABRICA AUSTRAL DE PROD. ELECT. S.A.	459
CENCOSUD	13	CONARCO	579	DOW AGROSCIENCES ARG SRL	145	FACEBOOK	841
CENTRAL DE RESTAURANTES	618	CONCESIONARIA VIAL CRUZ DEL SUR SA	910	DOW QUÍMICA	344	FALABELLA	125
CENTRAL PUERTO	89	CONSORCIO GENERAL PUERTO DE BA. BCA	601	DROGUERIA DEL SUD	57	FAMAR FUEGUINA	964
CENTRAL TÉRMICA BARRAGAN	443	CONSTR. ELECTROMECÁNICA DEL OESTE	424	DROGUERIA ROS FAR S.A.	357	FARMACITY	81
CENTRAL TERMICA DOCK SUD	339	CONSULTATIO SA	599	DUPONT ARGENTINA S.R.L	523	FATE NEUMATICOS	281
CENTRAL TÉRMICA PIEDRA BUENA	773	CONUAR	656	DURLOCK S.A.	583	FAURECIA ARGENTINA S.A.	631
CENTRAL TERMICA ROCAS S.A.	671	COOP. DE TABACALEROS DE JUJUY	699	DYCASA	407	FAURECIA SISTEMAS DE ESCAPE ARG. S.A.	959
CENTRALES DE LA C. ATLÁNTICA S.A.	556	COOP. MUTUAL PATRONAL	661	E		FCA AUTOMOVILES ARG. S.A. (EX FIAT)	49
CENTRO CARD S.A.	944	COPPEL S.A.	528	ECO DE LOS ANDES S.A.	592	FCA COMPAÑIA FINANCIERA S.A.	483
CENTURY LINK	338	CORDIAL COMPAÑIA FINANCIERA SA	452	EDELAR S.A.	489	FCA S.A. DE AHORRO PARA FINES DET.	468
CEPAS ARGENTINAS	356	CORPORACIÓN AMÉRICA AIRPORTS	33	EDENOR	35	FECOVITA	301
CERRO VANGUARDIA	144	CORREO OFICIAL DE LA REP. ARG. S.A.	115	EDESAL HOLDING SA	382	FEDERACION PATRONAL	92
CERVECERIA Y MALT. QUILMES	40	CORVEN MOTORS ARGENTINA	668	EDESUR	44	FEDESUR	972
CET SA	627	CORVEN S.A.C.I.F	785	EGGER SAU (EX MASISA ARG.)	506	FERRERO ARGENTINA	376
CETROGAR S.A.	296	COSTER PACKAGING	711	ELECTRIFICADORA DEL VALLE S.A.	503	FERROEXPRESO PAMEANO S.A.C	714
CH2M HILL ARGENTINA S. A.	908	COTECSDU	558	ELECTROFUEGUINA	477	FERRUM	488
CHEEK S.A (CHEEKY)	496	COTEMINAS ARGENTINA S.A.	764	ELI LILLY INTERAMERICA	428	FIDEICOMISO PROCREAR (BANCO HIPOT.)	334
CHEMINOVA AGRO DE ARGENTINA	876	CP RENOVABLES	664	EMBOTELLADORA DEL ATLANTICO S.A.	93	FIRMENICH	740
CHERY SOCMA	657	CPS COMUNICACIONES S.A.	629	EMERSON ARGENTINA S.A.	660	FLENI	703
CHEVRON ARGENTINA	396	CRESUD S.A.C.I.F Y A.	578	EMPRESA DIST DE ENERGIA SUR SA	46	FLOWSERVE	596
CHEVRON BUSINESS SUPPORT	763	CRISTACOL S.A.	927	EMPRESA DIST. DE ELECT. DE MENDOZA S.A.	220	FMC QUIMICA	277
CHS DE ARGENTINA	110	CROWN POINT ENERGÍA S.A.	938	EMPRESA PROV. DE ENERGIA DE CORDOBA	70	FOOD SERVICE	842
CHUBB	444	CSL BEHRING S.A.	1000	ENAP SIPETROL ARGENTINA S.A.	259	FORD ARGENTINA S.C.A.	37
CIA. TSB S.A.	442	CURT. FONSECA	633	ENEL ARGENTINA S.A.	194	FORD CREDIT COMPAÑIA FINANCIERA S.A.	817
CIENNA COMMUNICATIONS	803			ENEL GEN. COSTANERA (EX CTRAL. COST.)	239	FORMAR S.A.	933
CIRCULO DE INVERSORES S.A.	811	D		ENEL GENERACIÓN EL CHOCON S.A.	516	FRANCE ARGENTINE COSMETIC S.A.	907
CITIBANK	72	DABRA S.A.	292	ENERGIA DE ENTRE RIÓS S.A.	228	FRATELLI BRANCA DEST.	332
CITYTECH S.A.	538	DANISCO ARGENTINA S.A.	505	ENERGIA SAN JUAN	326	FRAVEGA	109
CLAAS	682	DANONE ARGENTINA	137	ENSIGN ARGENTINA S.A.	729	FRESENIUS	485
CLARIANT (EX AQUISA)	479	DAYCO	804	ENVASES DEL PLATA S.A.	976	FRESENIUS MEDICAL CARE	291
CLARO ARGENTINA	29	DECAVIAL S.A.I.C.A.C.	836	ENVASES TIMPLANTE SAU	730	FRIC ROT SAIC	590
CLEAR PETROLEUM SA	388	DELL AMERICA LATINA CORP.	549	EPSON	663	FRIGORIFICO GORINA SAIC	253
CLIBA INGENIERIA URBANA S.A	184	DERIVADOS VÍNICOS	857	ERNESTO RGUEZ. E H. (LACTEOS VACCALIN)	621	FRIMETAL S.A.	365
CLOROX	389	DESCARTABLES CAROMAR	612	ESCUDO	958	G	
CLUB ESTUDIANTES DE LA PLATA S. C.	941	DESDELSUR	565	ESSEN ALUMINIOS S.A.	681	G4S SOLUCIONES DE SEGURIDAD S.A.	591
CMC DI RAVENNA	781	DESPEGAR.COM.AR S.A.	348	ESTAB. LAS MARIAS	245	GADOR	130
CMR	449	DESTILERIA ARGENTINA DE PETRÓLEO S.A.	175	ESTABLECIMIENTO EL ALBARDÓN S.A.	747	GALENO ARGENTINA	75
CNH CAPITAL	94	DHL EXEL SUPPLY	981	ESTRELLA PATAGONICA S.A.	529		
COCA-COLA FEMSA	154	DHL EXPRESS	559				

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
ÍNDICE ALFABÉTICO

EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.
GALENO ART	241	H	101	INTEGRITY SEGUROS	810	LABORATORIOS ROCHE	547
GALICIA SEGUROS	537			INTERBAIRES	318	LANXESS	212
GARANTIZAR S.G.R.	859			INTERBANKING S.A.	572	LARTIRIGOYEN Y CIA SA.	831
GARBARINO S.A.C.I. E.I.	98			INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	490	LAS BLONDAS S.A. (RAPSDIA)	211
GAS MERIDIONAL	744			INTERNATIONAL HEALTH SERVICES	394	LATER CER S.A.	606
GAS Y PETROLEO DEL NEUQUEN S.A.	986			INTEROCEAN TRANSPORTATION INC.	514	LATINA DE GESTION HOTELERA	691
GASCART S.A.	313			INTERVET ARGENTINA	845	LAWTER ARGENTINA	856
GASNOR S.A.	312			INVAP S.E.	347	LEDESMA	800
GASODUCTO GASANDES ARG. S.A.	932			INVESTI FARMA S.A	475	LEDVANCE S.A.	126
GASODUCTO PACIFICO	893			IRB REASEGUROS	798	LENOVO	948
GATE GOURMET	645			IRSA (INV. Y REPRESENTACIONES S.A.)	42	LÉQUIPE MONTEUR	720
GEFCO ARGENTINA	586	I	172	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	278	LEURU S.A.	916
GEMABIOTECH S.A.U.	926			ITAU ARGENTINA	133	LEXMARK ARGENTINA S.A.	766
GENERACION MEDITERRANEA S.A.	261			IVANAR SA	918	LIAG ARGENTINA SA	977
GENERAL ELECTRIC	215			IVAX ARGENTINA S.A.	534	LIBERTAD S.A.	504
GENERAL MOTORS	63			JANSSEN CILAG	378	LIDERAR	190
GENNEIA	229			JETSMART AIRLINES SA	980	LILIANA S.R.L.	722
GENZYME DE ARGENTINA S.A.	386			JOCKEY CLUB A.C.	733	LINDAL ARGENTINA	628
GEOPARK LIMITED	688			JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	690	LITORAL GAS	911
GERDAU	208			JOHNSON & JOHNSON	421	LOGISTICA LA SERENISIMA	206
GESTAM ARGENTINA S.A.	658			JOHNSON & JOHNSON MEDICAL	615	LOMA NEGRA	387
GESTAMP BAIRAS	397	J	382	JOHNSON MATHEY ARGENTINA S.A.	518	LONDON FREE ZONE S.A	79
GLEBA SA	795			JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	240	LONDON SUPPLY GROUP S.A.	717
GLOBE METALES S.R.L.	894			JP MORGAN CHASE BANK	209	LONDON SUPPLY S.A.C.I.F.I.	262
GOLDEN PEANUT AND TREE NUTS S.A.	562			JULERIAQUE S.A.	667	L'OREAL ARGENTINA	364
GOOGLE	230			JUST INTERNATIONAL LATAM SA	793	LORENZATI RUETSCH Y CIA	249
GPAT CIA. FINANCIERA	839			KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	378	LOS CIPRESES	412
GRAMON MILLET S.A.	912			KASDORF	980	LOS GROBO AGROPECUARIA S.A.	784
GRANJA TRES ARROYOS	117			KIA ARGENTINA S.A.	733	LOTERÍA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	189
GREENWIND	973			KIMBERLY CLARK ARGENTINA	690	LUFTHANSA	697
GREIF ARGENTINA S.A.	704			KRONEN INTERNACIONAL S.A.	421	M	330
GRUPO ARCOR	23	I	80	KUEHNE + NAGEL	615	MADELENA ENERGY	
GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA	200			ILVA S.A.	727	MAHLE ARGENTINA	
GRUPO ASSA S.A.	846			IMAGEN SATELITAL	289	MAKRO SUP. MAYORIST.	
GRUPO BIMBO	270			IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	51	MANFREY COOP. LTDA	
GRUPO BYMA	731			IMPSA	990	MANN + HUMMEL	
GRUPO CATENA (LA RURAL/ESCORIHUELA)	544			IND. JOHN DEERE	118	MANULI PACKAGING ARGENTINA S.A	
GRUPO CITROMAX	497			INDRA SI S.A.	915	MAPEI ARGENTINA S.A	
GRUPO CLARÍN	128			INDUNOR S.A.	684	MAPFRE ARGENTINA	
GRUPO CMPC	186			INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	850	MAPFRE RE CIA DE REASEGUROS	
GRUPO CODERE	238			INDUSTRIASLEAR	570	MAPRIMED S.A.	
GRUPO COMSA	816	J	330	INFRA S.A.	571	MARTINA DI TRENTO	777
GRUPO CONTROL UNION	883			INGENIO RÍO GRANDE SACAA E I	975	MASSALIN PARTICULARES S.R.L.	202
GRUPO GIF	969			INGENIO TABACAL	361	MASTELLONE HNOS.	282
GRUPO LA REDENCION	679			INGREDION ARGENTINA S.A.	247	MASTELLONE SAN LUIS	192
GRUPO LIMPIOLUX	867			INMOBAL NUTRER S.A.	566	MASTERFOODS ARGENTINA LTD.	909
GRUPO NEWSAN	71			INNOVATE PHARMA S.A.	825	MAXICONSUMO	723
GRUPO PLASTAR	433			INST. ENTRE RÍOS	673	MAXINTA S.A.	547
GRUPO ROVELLA CARRANZA	307			INSTITUTO GAMMA S.A.	858	MAYCAR S.A.	212
GRUPO SALINI/IMPREGILO	434			INSTITUTO MASSONE S.A.	494	MAZALOSA S.A.	831
GRUPO SAN JOSÉ	878			INTERBAIRES	318	MAZZA HNOS. S.A.C.	211
GRUPO TASA	593			INTERBANKING S.A.	572	MC CAIN	606
				INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	490	MEDALLIA S.A.	691
				INTEROCEAN TRANSPORTATION INC.	514		
				INTERVET ARGENTINA	845		
				INVAP S.E.	347		
				INVESTI FARMA S.A	475		
				IRB REASEGUROS	798		
				IRSA (INV. Y REPRESENTACIONES S.A.)	42		
				IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	278		
				ITAU ARGENTINA	133		
				IVANAR SA	918		
				IVAX ARGENTINA S.A.	534		
				JANSSEN CILAG	378		
				JETSMART AIRLINES SA	980		
				JOCKEY CLUB A.C.	733		
				JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	690		
				JOHNSON & JOHNSON	421		
				JOHNSON & JOHNSON MEDICAL	615		
				JOHNSON MATHEY ARGENTINA S.A.	518		
				JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	240		
				KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	378		
				KASDORF	980		
				KIA ARGENTINA S.A.	733		
				KIMBERLY CLARK ARGENTINA	690		
				KRONEN INTERNACIONAL S.A.	421		
				KUEHNE + NAGEL	615		
				ILVA S.A.	727		
				IMAGEN SATELITAL	289		
				IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	51		
				IMPSA	990		
				IND. JOHN DEERE	118		
				INDRA SI S.A.	915		
				INDUNOR S.A.	684		
				INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	850		
				INDUSTRIASLEAR	570		
				INFRA S.A.	571		
				INGENIO RÍO GRANDE SACAA E I	975		
				INGENIO TABACAL	361		
				INGREDION ARGENTINA S.A.	247		
				INMOBAL NUTRER S.A.	566		
				INNOVATE PHARMA S.A.	825		
				INST. ENTRE RÍOS	673		
				INSTITUTO GAMMA S.A.	858		
				INSTITUTO MASSONE S.A.	494		
				INTERBAIRES	318		
				INTERBANKING S.A.	572		
				INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	490		
				INTEROCEAN TRANSPORTATION INC.	514		
				INTERVET ARGENTINA	845		
				INVAP S.E.	347		
				INVESTI FARMA S.A	475		
				IRB REASEGUROS	798		
				IRSA (INV. Y REPRESENTACIONES S.A.)	42		
				IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	278		
				ITAU ARGENTINA	133		
				IVANAR SA	918		
				IVAX ARGENTINA S.A.	534		
				JANSSEN CILAG	378		
				JETSMART AIRLINES SA	980		
				JOCKEY CLUB A.C.	733		
				JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	690		
				JOHNSON & JOHNSON	421		
				JOHNSON & JOHNSON MEDICAL	615		
				JOHNSON MATHEY ARGENTINA S.A.	518		
				JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	240		
				KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	378		
				KASDORF	980		
				KIA ARGENTINA S.A.	733		
				KIMBERLY CLARK ARGENTINA	690		
				KRONEN INTERNACIONAL S.A.	421		
				KUEHNE + NAGEL	615		
				ILVA S.A.	727		
				IMAGEN SATELITAL	289		
				IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	51		
				IMPSA	990		
				IND. JOHN DEERE	118		
				INDRA SI S.A.	915		
				INDUNOR S.A.	684		
				INDUSTRIAS SICA S.A.I.C.	850		
				INDUSTRIASLEAR	570		
				INFRA S.A.	571		
				INGENIO RÍO GRANDE SACAA E I	975		
				INGENIO TABACAL	361		
				INGREDION ARGENTINA S.A.	247		
				INMOBAL NUTRER S.A.	566		
				INNOVATE PHARMA S.A.	825		
				INST. ENTRE RÍOS	673		
				INSTITUTO GAMMA S.A.	858		
				INSTITUTO MASSONE S.A.	494		
				INTERBAIRES	318		
				INTERBANKING S.A.	572		
				INTERNAT, FLAVORS & FRAGRANCES	490		
				INTEROCEAN TRANSPORTATION INC.	514		
				INTERVET ARGENTINA	845		
				INVAP S.E.	347		
				INVESTI FARMA S.A	475		
				IRB REASEGUROS	798		
				IRSA (INV. Y REPRESENTACIONES S.A.)	42		
				IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	278		
				ITAU ARGENTINA	133		
				IVANAR SA	918		
				IVAX ARGENTINA S.A.	534		
				JANSSEN CILAG	378		
				JETSMART AIRLINES SA	980		
				JOCKEY CLUB A.C.	733		
				JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	690		
				JOHNSON & JOHNSON	421		
				JOHNSON & JOHNSON MEDICAL	615		
				JOHNSON MATHEY ARGENTINA S.A.	518		
				JOSE CARTELLONE CONSTRUC.	240		
				KALCIYAN TECNOLOGÍA DEL VIDRIO S.A.	378		
				KASDORF	980		
				KIA ARGENTINA S.A.	733		
				KIMBERLY CLARK ARGENTINA	690		
				KRONEN INTERNACIONAL S.A.	421		
				KUEHNE + NAGEL	615		
				ILVA S.A.	727		
				IMAGEN SATELITAL	289		
				IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	51		
				IMPSA	990		
				IND. JOHN DEERE	118		
				INDRA SI S.A.	915		
				INDUNOR S.A.	684		



Construcción Nuevo Horno Float
Los Cardales

Sep 18 – May 20

RANKING EXCLUSIVO

← 1000 EMPRESAS LÍDERES

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES
ÍNDICE ALFABÉTICO

EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.
MEDANITO	856	NOVA ARGENTINA	758	PETROQUIMICA CUYO	143	RCI BANQUE	700
MEDICUS S.A.	800	NOVARTIS ARGENTINA	218	PFIZER	179	RECKITT BENCKISER ARGENTINA S.A.	541
MERCADO LIBRE SA	126	NOVO NORDISK PHARMA ARG.	329	PFIZER - ELEA CONSORCIO DE COOP.	701	REFINERIA DEL NORTE S.A.	201
MERCEDES-BENZ	948	NSS (PLAN)	464	PGI ARGENTINA S.A.	602	REFIPAMPA	455
MERCEDES-BENZ COMP. FINANCIERA	720	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	199	PHILIP MORRIS LATIN AMER. SERV. S.R.L.	669	REFRACTARIOS ARGENTINOS	768
MERCK S.A.	916	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	265	PHILIPS ARGENTINA	429	RENAULT ARGENTINA	66
MERCK, SHARP & DOHME (MSD)	766	NUEVO BANCO SANTA FE	111	PILAGA S.A.	297	RENOVA	162
METALMECANICA S.A.	977	NUEVO PLAZA HOTEL MENDOZA S.A.	897	PILKINGTON AUTOMOTIVE	783	RESINAS CONCORDIA	796
METALSA S.A	504	NUTRICIA BAGO	469	PINTURERIAS REX S.A.	635	RIBEIRO S.A.C.I.F.A.I.	432
METLIFE	190	NUTRIEM	171	PIONEER ARGENTINA S.R.L.	456	RIGOLLEAU	495
METLIFE SEGUROS SA	722	O		PIRELLI NEUMÁTICO SAIC	295	RÍO URUGUAY	581
METROGAS	628	ODS	235	PLA S.A.	732	RIZOBACTER ARGENTINA	373
METROVIAS	911	OILSTONE ENERGIA	680	PLAN ÓVALO S.A.	527	ROBERT BOSCH ARGENTINA INDUSTRIAL	508
MEXICHEM ARGENTINA	206	OILTANKING EBYTEM S.A.	642	PLAZA LOGÍSTICA S.R.L.	931	ROCA ARGENTINA S.A.	652
MILICIC	387	OLEAGINOSA MORENO HNOS	18	PLUSCARGO ARGENTINA S.A.	950	ROCH SA	737
MILKAUT S.A.	79	OLEODUCTOS DEL VALLE S.A	454	PLUSPETROL	141	ROEMMERS	178
MINA PIRQUITAS INC.	717	OMINT ART	774	POSSEHL ERZKONTOR	935	ROFINA SAICF	835
MINERA AGUILAR	262	OPPFILM ARGENTINA	955	PPG INDUSTRIES ARGENTINA S.R.L.	771	ROGIRO ACEROS	662
MINERA ANDINA DEL SOL (EX ARG. GOLD)	364	ORACLE ARGENTINA S.A.	557	PRAXAIR ARGENTINA	451	ROMBO CIA. FINANCIERA	536
MINERA DEL ALTIPLANO S.A.	249	ORAZUL ENERGY GENERATING	830	PREVENCIÓN ART	138	ROSARIO BIOENERGY S.A.	809
MINERA SANTA CRUZ	412	ORBIS	500	PREVENCIÓN SALUD	574	ROYAL CANIN ARGENTINA SA	543
MINERA TRITON ARGENTINA	784	ORGANIZACIÓN VERAZ	772	PRISMA MEDIOS DE PAG S.A.	113	RURALCO SOLUCIONES S.A.	620
MIRGOR	189	ORICA ARGENTINA S.A.I.C.	860	PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.R.L.	165	RUTA SUR TRUCKS S.A.	672
MOBIL ARGENTINA	697	OROPLATA S.A. (GOLDCORP)	76	PROF SEGUROS	895	S	
MOLFINO HERMANOS	753	OSDE	20	PROFERTIL	131	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I.Y F.	266
MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.A		OSPECON - CONSTRUIR SALUD	283	PROMEDON S.A.	832	SABIC INNOVATIVE PLASTICS	738
MOLINOS AGRO		OUTOKUMPУ FORTINOX S.A.	814	PROMETEON TYRE GROUP DE ARG. S.R.L.	943	SÁENZ BRIONES Y COMPAÑIA	864
MOLINOS RIO DE LA PLATA		OVOPROGRAM S.A.	879	PROSEGUR S.A.	77	SAF ARGENTINA S.A.	641
MONDELEZ		OWENS ILLINOIS ARGENTINA S.A.	767	PROVINCIA ART	157	SAINT GOBAIN ARGENTINA S.A.	256
MONROE AMERICANA S.A.		P		PROVINCIA SEGUROS	255	SALENTEIN	367
MONSANTO ARG.		PAMPA BIO S.A.	872	PRUDENTIAL SEGUROS S.A.	569	SALES DE JUJUY	482
MSU S.A.		PAMPA ENERGIA	26	PRYSMIAN ENERGÍA CABLES Y SISTEMAS	392	SALTA REFRESCOS S.A.	181
MURCHISON		PAN AMERICAN ENERGY	5	PSA FINANCE ARG. COMP. FINANCIERA S.A.	853	SAMSUNG ELECTRONIS ARG, S.A.	589
N		PANALPINA	457	PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	88	SAN ANTONIO INTERN.	158
NACIÓN REASEGUROS	821	PAOLINI HNOS. S.A.	636	PUIG	594	SAN ARAWA	847
NACION SEGUROS	195	PAPEL MISIONERO	470	PUMA SPORTS ARGENTINA SA	379	SAN CRISTOBAL	214
NALCO ARGENTINA S.R.L.	354	PARANÁ	686	PUNTO SUR	696	SANCOR	116
NATURA COSMETICOS	251	PAREXKLAKOL	550	Q		SANCOR COOP. DE SEGUROS LTDA	135
NATURGY	99	PB LEINER ARG.	712	QBE SEGUROS LA BUENOS AIRES S.A.	310	SANOFI AVENTIS ARGENTINA	275
NAVIERA DEL SUD S.A.	967	PBBPOLISUR	62	QUALIA SEGUROS	797	SANOFI PASTEUR	890
NAVIOS SOUTH AMERICAN	227	PECOM SERVICIOS ENERGIA S.A.	107	QUICKFOOD	210	SANTANA TEXTIL CHACO S.A.	881
NCR ARGENTINA S.R.L.	478	PEDIDOSYA	531	QUINTANA WELLPRO	484	SAP ARGENTINA S.A.	272
NEC ARGENTINA S.A.	790	PEÑAFLOR	177	R		SATUS AGER	689
NESTLÉ ARGENTINA S.A.	119	PEPSICO DE ARG.	254	RACING CLUB ASOCIACIÓN CIVIL	748	SAVANT PHARMA	822
NEUMÁTICOS GOODYEAR	588	PERNOD RICARD ARG. S.A. DE R. LTD.A.	604	RADIO VICTORIA TCL	321	SAVINO DEL BENE ARGENTINA S.A.	925
NEXCO S.A.	865	PERSEVERANCIA	919	RAFAEL G ALBANESI	95	SC JOHNSON & SON	222
NIKE ARGENTINA	197	PETROBRAS OPERACIONES	445	RAIZEN ARGENTINA S.A.	11	SCANIA ARGENTINA	164
NISSAN ARGENTINA S.A.	155	PETROLEOS SUDAMERICANOS S.A.	587	RANDSTAD	360	SCHENKER ARGENTINA	769
NOKIA SIEMENS AND NETWORKS	466	PETROLERA EL TREBOL S.A.	461	RAVAGO	524	SCHNEIDER ARGENTINA SA	293
NORAUTO ARGENTINA S.A.	966	PETRONAS ERP ARGENTINA S.A.	410	RAYEN CURA	401	SCOR	930
NORDELTA S.A.	626	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	198	RAYMOS	923	SCRAPSERVICE S.A.	683
NORDEX WINDPOWER S.A.	299	O		SE.M.I.S.A		SEABOARD ENERGIAS REN. Y ALIM. SRL	362
NORTE	705	P					

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS LÍDERES ÍNDICE ALFABÉTICO

EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.	EMPRESA	POS.
SEALED AIR ARGENTINA	560	STARR COMPANY	902	TIBSA	207	VESTIDITOS S.A.	542
SECURITAS ARGENTINA S.A.	271	STENFAR	646	TOMÁS HNOS & CIA S.A.	698	VESUVIO	780
SEGURCOOP	921	STIHL	818	TOREDO S.A.	598	VIA BARILOCHE S.A.	573
SEGURIDAD ARGENTINA S.A.	888	STRATTON ARGENTINA S.A.	525	TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A.	328	VIAL AGRO	707
SEGUROS SURA	279	SUCESION DE ANTONIO MORENO SA	305	TOTAL AUSTRAL	91	VICENTÍN	17
SEGUROS VICTORIA S.A.	216	SUDACIA	431	TOTAL ESPECIALIDADES ARG S.A.	371	VICUNHA ARGENTINA	546
SEIDOR CONSULTING SA	706	SUIZO ARGENTINA S.A.	52	TOYOTA ARGENTINA S.A.	3	VINISA FUEGUINA SRL	405
SERV Y PR P/BEB REFREC	170	SULLAIR	250	TOYOTA BOSHOKU ARGENTINA SRL	417	VIRGINIA SURETY	999
SERV. COMPASS DE ARG. S.A.	419	SUMMIT AGRO	404	TOYOTA COMPAÑIA FINANCIERA	577	VISTA OIL & GAS	166
SERVICIO ELECTRÓNICO DE PAGO	316	SUPERIOR ENERGY SERVICES S.A.	545	TRADELOG S.A.	786	VITOPEL	499
SERVICIOS ES. SAN ANTONIO S.A.	403	SUPERVILLE SEGUROS	987	TRADING SUR SA	725	VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A.	14
SERVIER	995	SURA SEGUROS	273	TRAFIGURA S.A.	67	VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES	486
SES S.A.	778	SWIFT ARGENTINA	90	TRANSBA	480	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO P/F.D.	493
SGS ARGENTINA S.A.	875	SWISS MEDICAL ART	331	TRANSCLOR S.A.	284		
SHANGHAI ELECTRIC POWER CONST.	474	SWISS MEDICAL GROUP	30	TRANSENER	290		
SHELL ARGENTINA	252	SYNGENTA AGRO S.A.	83	TRANSFARMACO SOCIEDAD ANÓNIMA	551	W	
SHERATON HOTEL DE ARGENTINA	750			TRANS.P. DE GAS DEL NORTE	185	WALMART	41
SHERWIN WILLIAMS ARGENTINA	487			TRANS.P. DE GAS DEL SUR	73	WEATHERFORD INTERNAT. DE ARGENTINA	150
SIDECO AMERICANA	393	TADICOR S.A.	402	TRANS.PA S.A.	968	WESTERN UNION	851
SIDERCA	39	TAKEDA/NYCOMED + PROFACOS	333	TRIUNFO COOP. DE SEG. LTDA	719	WEWORK ARGENTINA S.R.L.	928
SIEGWERK	869	TARJETA NARANJA S.A.	84	TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS S.A.	634	WFS	509
SIEMENS	223	TECH DATA ARGENTINA S.A.	838	TRIVIUM PACKAGIN ARGENTINA S.A.	462	WHIRPOOL ARGENTINA S.R.L.	532
SIEMENS HEALTHCARE SA	718	TECHINT COMPAÑIA TÉCNICA INT. S.A.C.I.	139	TSA CAMBIO S.A.	609	WINNERS PRODUCTOS DEPORTIVOS S.A.	779
SIGNIFY (EX PHILIPS LIGHTING ARG. S.A.)	563	TECNOSUR	886	TUBHIER	521	WINTERSHALL ENERGIA S.A.	103
SIKA	619	TECPETROL	47	TUBOS ARGENTINOS S.A.	666	WORLDLINE ARGENTINA SA	892
SIMPLOT ARGENTINA	721	TECSAN	246	TUBOSCOPE VETCO	324		
SINERGIUM BIOTECH	595	TEL 3 S.A.	709	TYROLIT ARGENTINA S.A.	947	Y	
SINOPEC ARGENTINA	122	TELCOM VENTURES DE ARGENTINA	829			YAMAHA ARGENTINA	651
SISTEMA DE URGENCIAS DEL ROSAFE	945	TELE RED IMAGEN S.A.	463			YAMANA GOLD INC.	191
SISTEMAS GLOBALES S.A.	169	TELEARTE S.A.	824	U		YARA ARGENTINA S.A.	383
SKF ARGENTINA S.A.	381	TELECOM ARGENTINA S.A.	4	UABL S.A.	813	Y-GEN ELECTRICA II S.A.U	616
SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A.	996	TELECOM ARGENTINA USA, INC.	992	UADE	582	Y-GEN ELECTRICA S.A.U	877
SMG SEGUROS	564	TELEFONICA DE ARGENTINA S.A.	56	UCA	653	YPF ENERGIA ELECTRICA	203
SMG VIDA	949	TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA	15	UNIFARMA S.A.	314	YPF GAS S.A.	248
SMURFIT KAPPA ARGENTINA	323	TELEVISIÓN FEDERAL	320	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	78	YPF S.A.	1
SOC MILITAR SEG DE VIDA	450	TELMEX ARG. S.A.	340	UNIMACO S.A. (GRUPO BERCOMAT)	446	YPF TECNOLOGIA SA	885
SOC. ITALIANA DE BENEFICENCIA	142	TERMINAL 4 S.A.	437	UNIONBAT S.A.	823	YUSEN LOGISTICS SA	978
SOCORRO MEDICO PRIVADO S.A.	806	TERMINAL 6	724	UNIPAR INDUPA SAIC	121		
SOENERGY	837	TERMINAL PUERTO ROSARIO	754	UNITEC BIO S.A.	903	Z	
SOGEFI FILTRATION ARG. S.A	963	TERMINAL ZARATE S.A.	435			ZARA ARGENTINA SA	306
SOGEFI SUSP ARG. (EX ALLEVARD REJNA)	757	TERMINALES MARITIMAS PATAG. S.A	548	V		ZF SACHS ARGENTINA S.A.	580
SOL NACIENTE	854	TERMINALES RIO DE LA PLATA S.A.	395	VALID	997	ZUCAMOR	438
SOLALBAN ENERGIA S.A	710	TERMOANDES	375	VALVULAS DE PRECISIÓN ARGENTINA	942	ZUCAMOR CUYO S.A.	756
SOLS S.A.	965	TERNIUM (EX SIDERAR)	28	VASA S.A.	425	ZURICH ARGENTINA	264
SOLUCIONES MULTIMEDIA S.A.	898	TETRA PACK	167	VASILE Y CÍA SACI	946	ZURICH COMPAÑIA DE REASEGUROS	343
SONDA ARGENTINA S.A.	513	TGLT S.A.	319	VEOLIA SERV.Y GESTIÓN DE ENERGIA ARG.	788	ZURICH INTERNATIONAL LIFE	413
SOUTH-NET TURISMO S.A.	637	THE CHEMOURS COMPANY	905	VERIFONE ARGENTINA SA	624	ZURICH SANTANDER	638
SPIRAX SARCO	801			VESTAS ARGENTINA S.A.	196	ZURICH SEGUROS	274

LA SITUACIÓN PATRIMONIAL

La evolución de las ventas de una empresa no constituye una variable suficiente a la hora de medir, con precisión, la situación económico-financiera y la salud de sus negocios. Existen, por cierto, otras alternativas, tal vez menos perceptibles en el análisis superficial, pero no por ello menos importantes, que convenientemente evaluadas, hacen posible un análisis mucho más fino y preciso. Es por esos que, para alcanzar dicho objetivo, Prensa Económica recopila un cúmulo de información adicional, que permitirá a los lectores tener una verdadera radiografía de cada una de las empresas analizadas en el presente ranking.

Si bien la alta inflación distorsiona y dificulta en muchos casos las comparaciones entre las principales variables que definen la situación económica y financiera de las compañías, no por ello es menos valioso el análisis histórico de la evolución de las empresas que más facturan en el país.

El Cuadro de Situación Patrimonial es sumamente rico en datos comparativos. El ordenamiento de las empresas es realizado de acuerdo a la cifra correspondiente de su Patrimonio. Además de ese rubro, figuran por supuesto el Pasivo y el Patrimonio Neto de cada compañía.

Como es sabido, tanto el Patrimonio Neto como el Índice de Solvencia constituyen indicadores clave acerca de la situación de una empresa. Dicho Índice de Solvencia, se obtiene mediante la relación entre el activo sobre el Pasivo de una determinada firma. Este índice es, en tal sentido, directamente proporcional, ya que, cuanto más elevado sea el resultado de dicha relación, tanto mayor será la solvencia atribuida a la sociedad evaluada.

Otra herramienta clave para el análisis es el Índice de Endeudamiento que presenta cada empresa. Se trata, como es sabido, de una relación entre el Pasivo sobre el Activo. Muestra esencialmente el porcentaje del Activo que implican los compromisos que afronta determinada compañía. La proporcionalidad es también directa, ya que cuanto mayor sea el valor resultante, más grande será entonces el endeudamiento relativo.

Los lectores interesados en profundizar todavía más en el análisis, encontrarán sumamente interesantes los datos proporcionados por los índices de Rentabilidad y Rotación. El primero de ellos establece la relación entre las Utilidades y el Activo, mientras que el segundo se obtiene relacionando Ventas sobre Activo. También se proporciona el indicador de Margen, que se logra mediante el cociente de Utilidades sobre Ventas.

Otro dato de mucha utilidad que se agrega a este completo cuadro de situación es la cantidad de personal que se emplea en cada compañía y, finalmente también, el mes de cierre de balance anual.

SOLVENCIA DE LAS TOP 20

NOMBRE	ÍNDICE DE SOLVENCIA
TERNIUM (EX SIDERAR)	8,77
BANK OF AMERICA	7,61
BOLDT S.A.	6,55
MOLINOS AGRO	5,82
CONSULTATIO SA	3,83
COMPAÑÍA INTRODUCTORA DE BUENOS AIRES	3,66
TRANSP. DE GAS DEL NORTE	3,18
JP MORGAN CHASE BANK	3,16
COMPAÑÍA MEGA	2,97
HOLCIM	2,96
BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	2,77
DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	2,71
FERRUM	2,56
NATURGY	2,43
TRANSENER	2,28
PAN AMERICAN ENERGY	2,23
ANGEL ESTRADA	2,18
HAVANNA	2,12
CABLEVISION	2,12
PLAZA LOGÍSTICA S.R.L.	2,12

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

SITUACIÓN PATRIMONIAL A LA FECHA DEL CIERRE

POS.	NOMBRE	ACTIVO EN \$MM	PASIVO EN \$MM	PATRIMONIO EN \$MM	ÍNDICE DE SOLVENCIA	ENDEUD. (PAS./ACT.)	RENTAB. (UTIL./ACT.)	ÍNDICE DE ROTACIÓN	MARGEN (UTIL./VTAS.)	PERSONAL	FECHA DE CIERRE
1	YPF S.A.	1.573.289,00	1.025.190,00	548.099,00	1,53	0,65	-0,02	0,43	-0,05	43000	31/12/2019
2	PAN AMERICAN ENERGY	773.109,00	347.464,00	425.645,00	2,23	0,45	0,02	0,26	0,06	2000	31/12/2019
3	CABLEVISION	569.663,00	268.410,00	301.453,00	2,12	0,47	-0,01	0,42	-0,02	10097	31/12/2019
4	TERNIUM (EX SIDERAR)	177.824,36	20.271,19	157.553,17	8,77	0,11	0,06	0,60	0,10	-	31/12/2019
5	PAMPA ENERGIA	340.428,00	196.166,00	144.262,00	1,74	0,58	0,12	0,32	0,36	11000	31/12/2019
6	BANCO DE LA NACION ARG.	1.331.281,08	1.204.848,36	126.432,72	1,10	0,91	0,01	0,24	0,03	18361	31/12/2019
7	IRSA (INV. Y REPRESENTACIONES S.A.)	627.199,00	504.544,00	122.655,00	1,24	0,80	0,04	0,11	0,34		30/06/2020
8	BANCO MACRO	425.324,14	335.518,10	89.806,05	1,27	0,79	0,10	0,35	0,28	7935	31/12/2019
9	BANCO GALICIA	596.094,39	518.182,92	77.911,47	1,15	0,87	0,06	0,30	0,20	-	31/12/2019
10	IRSA PROPIEDADES COMERCIALES	144.502,91	68.929,24	75.573,67	2,10	0,48	0,13	0,07	1,79	-	30/06/2020
11	BANCO SANTANDER RIO	621.084,33	556.781,50	64.302,82	1,12	0,90	0,04	0,26	0,14	9010	31/12/2019
12	BBVA BANCO FRANCES	431.476,48	367.728,31	63.748,18	1,17	0,85	0,06	0,26	0,24	6082	31/12/2019
13	EDENOR	119.472,61	60.321,76	59.150,85	1,98	0,50	0,10	0,75	0,13	4314	31/12/2019
14	CENTRAL PUERTO	118.795,98	59.645,18	59.150,80	1,99	0,50	0,07	0,30	0,24	-	31/12/2019
15	BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES	547.804,69	493.856,63	53.948,06	1,11	0,90	0,02	0,32	0,05	10407	31/12/2019
16	TRANSP. DE GAS DEL SUR	95.601,33	47.517,86	48.083,47	2,01	0,50	0,13	0,51	0,26	1100	31/12/2019
17	EDESUR	104.291,66	56.260,74	48.030,92	1,85	0,54	0,12	0,62	0,20	1243	31/12/2019
18	TRANSP. DE GAS DEL NORTE	62.638,47	19.704,32	42.934,15	3,18	0,31	0,07	0,28	0,24	522	31/12/2019
19	CITIBANK	187.181,87	147.395,83	39.786,05	1,27	0,79	0,16	0,26	0,60	979	31/12/2019
20	AEROPUERTOS ARGENTINA 2000	81.921,39	43.736,88	38.184,51	1,87	0,53	0,07	0,45	0,16	1418	31/12/2019
21	ICBC ARGENTINA S.A.	224.501,61	187.386,40	37.115,22	1,20	0,83	0,09	0,27	0,32	3632	31/12/2019
22	CONSULTATIO SA	49.223,62	12.845,44	36.378,18	3,83	0,26	0,03	0,07	0,39	-	31/12/2019
23	BANCO PATAGONIA	188.176,22	154.788,94	33.387,28	1,22	0,82	0,10	0,34	0,28	3365	31/12/2019
24	ALUAR ALUMINIO ARG.	78.452,70	45.381,59	33.071,11	1,73	0,58	-0,02	0,65	-0,03	2320	30/06/2020
25	HSBC BANK ARGENTINA	299.358,40	268.700,97	30.657,43	1,11	0,90	0,05	0,26	0,20	4139	31/12/2019
26	GRUPO ARCOR	111.074,15	81.163,69	29.910,46	1,37	0,73	0,00	1,21	0,00	20000	31/12/2019
27	BANCO CREDICOOP	232.241,27	202.548,59	29.692,68	1,15	0,87	0,06	0,35	0,18	5214	31/12/2019
28	BANCO DE LA CIUDAD DE B.A.	249.717,40	220.322,30	29.395,09	1,13	0,88	0,05	0,26	0,19	3103	31/12/2019
29	LOMA NEGRA	59.077,80	29.750,20	29.327,60	1,99	0,50	0,07	0,73	0,09	3455	31/12/2019
30	TECPETROL	122.504,92	93.416,50	29.088,42	1,31	0,76	0,03	0,53	0,07	470	31/12/2019
31	MOLINOS AGRO	32.449,56	5.577,88	26.871,68	5,82	0,17	0,09	2,84	0,03	-	31/03/2020
32	CRESUD S.A.C.I.F.Y A.	68.780,00	45.553,00	23.227,00	1,51	0,66	0,03	0,05	0,52	-	30/06/2020
33	BANCO DE SAN JUAN	58.477,46	35.794,85	22.682,61	1,63	0,61	0,21	0,22	0,94	497	31/12/2019
34	AES ARG. GENERATION	54.266,34	32.136,79	22.129,55	1,69	0,59	0,09	0,27	0,33	-	31/12/2019
35	COMP. GRAL. DE COMBUSTIBLES S.A. (CGC)	55.700,29	36.480,60	19.219,69	1,53	0,65	0,08	0,55	0,15	-	31/12/2019
36	CAPEX	49.821,41	31.340,57	18.480,84	1,59	0,63	0,02	0,28	0,07	-	30/04/2020
37	BANCO SUPERVILLE	138.034,44	120.597,31	17.437,13	1,14	0,87	0,03	0,40	0,07	3835	31/12/2019
38	NUEVO BANCO SANTA FE	93.537,17	76.109,10	17.428,08	1,23	0,81	0,10	0,31	0,32	2000	31/12/2019
39	TRANSENER	30.295,80	13.276,83	17.018,97	2,28	0,44	0,13	0,32	0,41	-	31/12/2019
40	HOLCIM	24.317,42	8.207,52	16.109,90	2,96	0,34	0,11	0,79	0,14	1080	31/12/2019
41	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. Y F.	39.483,73	23.376,12	16.107,61	1,69	0,59	-0,01	0,27	-0,03	3500	31/12/2019
42	NATURGY	26.351,91	10.822,69	15.529,22	2,43	0,41	0,14	1,24	0,11	482	31/12/2019
43	PETROQUIMICA COMODORO RIVADAVIA	40.975,49	25.467,38	15.508,10	1,61	0,62	0,03	0,41	0,08	476	31/12/2019
44	IMP. Y EXP. DE LA PATAGONIA	34.547,03	19.169,13	15.377,89	1,80	0,55	0,04	1,83	0,02	9853	30/06/2020
45	BANCO SANTIAGO DEL ESTERO S.A.	60.152,73	45.164,98	14.987,75	1,33	0,75	0,15	0,35	0,42	707	31/12/2019
46	COMPAÑIA MEGA	21.256,77	7.150,68	14.106,09	2,97	0,34	0,07	0,85	0,08	174	31/12/2019
47	GENNEIA	67.812,00	53.870,00	13.942,00	1,26	0,79	-0,02	0,20	-0,08	321	31/12/2019
48	MASTELLONE HNOS.	37.286,03	23.660,56	13.625,47	1,58	0,63	0,00	1,55	0,00	3480	31/12/2019
49	BANCO DE INVERSION Y COM. EXT. S.A.	73.081,68	59.594,98	13.486,70	1,23	0,82	0,01	0,27	0,02	335	31/12/2019
50	ITAU ARGENTINA	80.362,23	67.578,12	12.784,11	1,19	0,84	0,07	0,31	0,22	1681	31/12/2019
51	GRANJA TRES ARROYOS	29.182,52	16.898,16	12.284,36	1,73	0,58	-0,03	0,94	-0,03	3950	31/12/2019
52	PLAZA LOGÍSTICA S.R.L.	23.088,89	10.897,90	12.190,99	2,12	0,47	0,01	0,06	0,23	43	31/12/2019

SITUACIÓN PATRIMONIAL
A LA FECHA DEL CIERRE

POS.	NOMBRE	ACTIVO EN \$MM	PASIVO EN \$MM	PATRIMONIO EN \$MM	ÍNDICE DE SOLVENCIA	ENDEUD. (PAS./ACT.)	RENTAB. (UTIL./ACT.)	ÍNDICE DE ROTACIÓN	MARGEN (UTIL./VTAS.)	PERSONAL	FECHA DE CIERRE
53	JP MORGAN CHASE BANK	17.168,89	5.436,49	11.732,40	3,16	0,32	0,36	0,90	0,40	171	31/12/2019
54	BANCO HIPOTECARIO	82.996,93	71.596,33	11.400,60	1,16	0,86	0,02	0,36	0,06	2005	31/12/2019
55	GRUPO CLARIN	20.510,48	10.036,78	10.473,70	2,04	0,49	-0,07	1,24	-0,06	-	31/12/2019
56	BANCO PROV. DE CORDOBA	138.098,78	128.141,21	9.957,57	1,08	0,93	0,02	0,38	0,05	2726	31/12/2019
57	ENEL GEN. COSTANERA (EX CTRAL. COST.)	22.343,24	12.605,04	9.738,20	1,77	0,56	-	0,57	-	-	31/12/2019
58	GENERACION MEDITERRANEA S.A.	48.205,20	38.946,19	9.259,01	1,24	0,81	-0,02	0,23	-0,10	-	31/12/2019
59	LEDESMA	27.158,30	18.533,04	8.625,26	1,47	0,68	0,03	0,94	0,03	7236	31/05/2020
60	MIRGOR	26.589,96	17.984,32	8.605,65	1,48	0,68	0,08	0,21	0,39	-	31/12/2019
61	DISTRIBUIDORA DE GAS CUYANA	13.264,17	4.892,48	8.371,70	2,71	0,37	0,09	1,00	0,09	-	31/12/2019
62	MOLINOS RIO DE LA PLATA	26.132,47	18.427,36	7.705,12	1,42	0,71	-0,04	1,25	-0,03	4007	31/12/2019
63	BANCO COMAFI	61.202,99	53.627,55	7.575,44	1,14	0,88	0,05	0,37	0,15	1382	31/12/2019
64	NUEVO BANCO DE ENTRE RIOS	44.136,84	37.061,57	7.075,27	1,19	0,84	0,10	0,38	0,27	952	31/12/2019
65	BANCO DE LA PAMPA	48.225,30	42.187,69	6.037,61	1,14	0,87	0,07	0,39	0,19	923	31/12/2019
66	BANCO INDUSTRIAL	40.917,94	35.125,90	5.792,03	1,16	0,86	0,07	0,44	0,15	685	31/12/2019
67	BOLDT S.A.	5.892,73	899,22	4.993,51	6,55	0,15	0,02	0,48	0,04	-	31/10/2019
68	BIOGÉNESIS BAGÓ S.A.	7.261,96	2.624,65	4.637,31	2,77	0,36	0,13	0,87	0,15	668	31/12/2019
69	TGLT S.A.	14.731,60	10.298,06	4.433,54	1,43	0,70	-0,15	0,58	-0,26	-	31/12/2019
70	CAMUZZI GAS PAMPEANA	23.731,19	19.485,82	4.245,37	1,22	0,82	-0,18	1,28	-0,14	1011	31/12/2019
71	CELULOSA ARGENTINA	22.339,43	18.108,18	4.231,25	1,23	0,81	0,10	0,65	0,15	628	31/05/2020
72	BANCO PROV. DEL NEUQUEN	33.852,60	29.789,00	4.063,60	1,14	0,88	0,06	0,32	0,19	1150	31/12/2019
73	BANCO DE CORRIENTES	26.765,78	22.718,08	4.047,70	1,18	0,85	0,07	0,42	0,18	833	31/12/2019
74	FERRUM	6.335,72	2.478,36	3.857,36	2,56	0,39	-0,01	0,72	-0,02	1751	30/06/2020
75	BANCO CMF	16.999,04	13.271,43	3.727,61	1,28	0,78	0,10	0,37	0,27	158	31/12/2019
76	BANCO PROV. DEL CHUBUT	28.788,00	25.169,32	3.618,68	1,14	0,87	0,05	0,26	0,20	796	31/12/2019
77	ASOCIADOS DON MARIO S.A.	11.447,52	7.830,06	3.617,45	1,46	0,68	0,07	0,60	0,11	523	31/12/2019
78	NUEVO BANCO DEL CHACO S.A.	25.929,35	22.391,31	3.538,04	1,16	0,86	0,06	0,42	0,14	-	31/12/2019
79	DIA ARGENTINA S.A.	17.386,87	13.896,51	3.490,36	1,25	0,80	-	3,69	-	3789	31/12/2019
80	BANCO DE VALORES	33.102,35	29.717,91	3.384,44	1,11	0,90	0,06	0,17	0,34	251	31/12/2019
81	AGROFINA S.A	15.245,56	12.014,96	3.230,61	1,27	0,79	-0,05	0,18	-0,27	-	30/06/2020
82	BANK OF AMERICA	3.563,27	468,03	3.095,24	7,61	0,13	0,34	0,47	0,73	-	31/12/2019
83	MSU S.A.	62.397,24	59.520,37	2.876,87	1,05	0,95	0,03	0,10	0,28	-	31/12/2019
84	EDESAL HOLDING SA	6.679,24	3.850,70	2.828,54	1,73	0,58	0,06	0,95	0,06	-	31/12/2019
85	RIZOBACTER ARGENTINA	14.044,59	11.474,27	2.570,32	1,22	0,82	0,03	0,47	0,06	-	30/06/2020
86	CORDIAL COMPAÑIA FINANCIERA SA	7.934,80	5.415,70	2.519,09	1,47	0,68	-0,03	0,64	-0,05	488	31/12/2019
87	INVAP S.E.	10.070,57	7.571,61	2.498,97	1,33	0,75	0,03	0,74	0,04	1375	30/06/2019
88	LIAG ARGENTINA SA	6.397,35	4.058,27	2.339,07	1,58	0,63	0,04	0,69	0,06	206	30/06/2020
89	BANCO SANTA CRUZ	12.262,25	9.947,07	2.315,18	1,23	0,81	0,10	0,42	0,23	275	31/12/2019
90	BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS	5.143,74	2.939,51	2.204,23	1,75	0,57	-0,01	0,78	-0,02	205	31/12/2019
91	BANCO DE FORMOSA	20.736,25	18.550,05	2.186,20	1,12	0,89	0,03	0,31	0,09	604	31/12/2019
92	LABORATORIOS RICHMOND SACIF	5.134,62	3.034,66	2.099,96	1,69	0,59	0,02	0,76	0,03	368	31/12/2019
93	BANCO RIOJA S. A. U.	8.581,88	6.507,15	2.074,74	1,32	0,76	0,11	0,30	0,37	-	31/12/2019
94	BNP PARIBAS	4.078,26	2.016,99	2.061,27	2,02	0,49	0,09	0,65	0,13	69	31/12/2019
95	BANCO PROV. TIERRA FUEGO	17.916,32	15.924,79	1.991,53	1,13	0,89	0,04	0,16	0,25	339	31/12/2019
96	VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO P/ F. D.	8.921,83	6.940,21	1.981,62	1,29	0,78	0,08	0,51	0,16	50	31/12/2019
97	RCI BANQUE	7.397,18	5.434,67	1.962,52	1,36	0,73	0,10	0,35	0,27	22	31/12/2019
98	RIGOLLEAU	5.286,13	3.351,17	1.934,96	1,58	0,63	-0,06	0,85	-0,07	1035	30/11/2019
99	JOHN DEERE CREDIT COMP. FINANCIERA	28.662,03	26.786,26	1.875,77	1,07	0,93	0,01	0,09	0,15	-	31/12/2019
100	COMPANIA INTRODUCTORA DE BS. AS.	2.524,22	690,13	1.834,09	3,66	0,27	0,05	1,16	0,04	-	30/06/2020
101	MERCEDES-BENZ COMPANIA FINANCIERA	6.450,76	4.623,82	1.826,94	1,40	0,72	0,07	0,46	0,15	-	31/12/2019
102	ROMBO CIA. FINANCIERA	7.931,36	6.289,82	1.641,54	1,26	0,79	0,04	0,50	0,09	38	31/12/2019
103	BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO	13.273,94	11.684,38	1.589,56	1,14	0,88	0,06	0,33	0,19	425	31/12/2019
104	HAVANNA	2.975,79	1.401,43	1.574,36	2,12	0,47	0,04	1,06	0,04	-	31/12/2019

EMPRESAS QUE MÁS VENDEN EN ARGENTINA

SITUACIÓN PATRIMONIAL A LA FECHA DEL CIERRE

POS.	NOMBRE	ACTIVO EN \$MM	PASIVO EN \$MM	PATRIMONIO EN \$MM	ÍNDICE DE SOLVENCIA	ENDEUD. (PAS./ACT.)	RENTAB. (UTIL./ACT.)	ÍNDICE DE ROTACIÓN	MARGEN (UTIL./VTAS.)	PERSONAL	FECHA DE CIERRE
105	BANCO PIANO	17.860,32	16.381,48	1.478,84	1,09	0,92	0,02	0,41	0,05	929	31/12/2019
106	COMPAÑÍA FINANCIERA ARGENTINA S.A.	8.855,75	7.480,41	1.375,34	1,18	0,84	-0,01	0,68	-0,01	-	31/12/2019
107	INTEGRITY SEGUROS	3.887,24	2.535,52	1.351,72	1,53	0,65	0,07	0,51	0,14	152	30/06/2020
108	BANCO COLUMBIA	16.049,83	14.720,96	1.328,87	1,09	0,92	0,02	0,46	0,04	898	31/12/2019
109	FORD CREDIT COMPAÑÍA FINANCIERA S.A.	4.584,01	3.266,98	1.317,03	1,40	0,71	0,18	0,42	0,43	-	31/12/2019
110	ANGEL ESTRADA	2.419,77	1.110,41	1.309,36	2,18	0,46	0,04	0,83	0,04	362	30/06/2020
111	BANCO MARIVA	13.677,31	12.511,24	1.166,07	1,09	0,91	0,03	0,33	0,10	191	31/12/2019
112	PSA FINANCE ARG. COMP. FINANCIERA S.A.	3.555,00	2.411,66	1.143,35	1,47	0,68	0,08	0,49	0,16	26	31/12/2019
113	TOYOTA COMPAÑÍA FINANCIERA	7.905,29	6.825,02	1.080,27	1,16	0,86	0,05	0,46	0,11	58	31/12/2019
114	FCA COMPAÑÍA FINANCIERA S.A.	9.751,07	8.722,58	1.028,50	1,12	0,89	0,03	0,47	0,06	38	31/12/2019
115	DYCASA	3.156,01	2.211,87	944,14	1,43	0,70	0,00	1,90	0,00	552	31/12/2019
116	GPAT CIA. FINANCIERA	4.133,15	3.247,09	886,05	1,27	0,79	0,04	0,44	0,08	68	31/12/2019
117	METROVIAS	4.092,20	3.212,98	879,22	1,27	0,79	0,18	1,48	0,12	-	31/12/2019
118	SAVANT PHARMA	2.099,42	1.293,97	805,45	1,62	0,62	-0,05	0,91	0,05	316	31/12/2019
119	BACS BANCO DE CRED. Y SECURITIZACION	5.924,10	5.194,94	729,15	1,14	0,88	0,03	0,32	0,11	-	31/12/2019
120	ADECCO ARGENTINA	2.168,14	1.590,70	577,44	1,36	0,73	-0,04	2,72	-0,02	296	30/04/2020
121	BANCO VOI S.A.	2.711,16	2.162,25	548,91	1,25	0,80	0,06	0,50	0,11	-	31/12/2019
122	BANCO SAENZ	5.335,31	4.804,97	530,35	1,11	0,90	0,00	0,52	0,00	97	31/12/2019
123	CARSA	6.932,97	6.418,82	514,16	1,08	0,93	-0,16	0,88	-0,18	1096	30/08/2019
124	BST BANCO DE SERVI. Y TRANSACCIONES	10.400,69	9.894,86	505,84	1,05	0,95	0,01	0,32	0,03	355	31/12/2019
125	BANCO BICA S.A.	5.399,94	4.894,53	505,41	1,10	0,91	0,03	0,43	0,06	-	31/12/2019
126	ROCH SA	3.029,90	2.585,72	444,17	1,17	0,85	-0,10	0,76	-0,13	67	31/12/2019
127	BANCO COINAG S.A.	3.648,51	3.331,98	316,53	1,09	0,91	0,04	0,37	0,10	-	31/12/2019
128	BAYTON S.A.	269,38	190,81	78,58	1,41	0,71	0,00	4,68	0,00	3464	31/12/2019
129	MEDANITO	7.065,61	11.351,41	(4.285,80)	0,62	1,61	-0,95	0,54	-1,76	521	31/12/2019



HOY SOMOS MÁS

Nuestra energía está llegando a más de dos millones de usuarios, desde Buenos Aires hasta Tierra del Fuego. Millones de usuarios que usan esa energía y la transforman en algo mejor.

LAS PRIMERAS EN LOS 5 AÑOS

Através del cuadro desplegado en estas páginas, puede apreciarse la evolución de las ventas de las empresas más importantes del país, considerando el período comprendido entre los años 2015 y 2020.

Para la elaboración de la presente muestra se tomaron en cuenta las empresas que exhibieron la mayor facturación promedio durante el período mencionado. Se consigna la cifra de Ventas de cada una de esas empresas en los cinco años y también se proporciona el total de las mismas para cada compañía, así como el promedio de las ventas de cada una en el quinquenio y la variación porcentual de sus ventas entre puntas, es decir entre el primero y último año considerado.

Cabe aclarar que para salvar el inconveniente que provoca la inflación para la comparación de las cifras a través de los años, se adoptó el criterio de convertir

todos los montos de ventas en pesos a dólares, tomando la cotización del 31 de diciembre en el MULC de cada uno de estos años. Este criterio es consistente con el hecho de que la gran mayoría de los balances cierra en dicha fecha. De este modo, este es el único cuadro del presente ranking que presenta cifras en dólares, ya que al cubrir un período extenso, de un lustro, se ha entendido que esta conversión proporciona una idea más clara de la evolución de la facturación de las compañías a través del tiempo.

De esta forma se preserva la utilidad de este interesante cuadro, que permite comprobar los cambios que se han ido produciendo en el mapa de las empresas a través de este período, que tuvo cambiantes condiciones en la actividad económica, así como también con modificaciones en la realidad del mundo empresario.

CUADRO DE EVOLUCIÓN DE VENTAS 15/2020
EN U\$S MILLONES (ORDENADO POR PROMEDIO)

EMPRESA	19/20	18/19	17/18	16/17	15/16	TOTAL	15/20 PROMEDIO	VAR. 15/20 %
YPF S.A.	11.330,69	11.560,42	13.999,25	13.049,69	11.739,55	61.679,60	12.335,92	-3,48%
TELECOM ARGENTINA S.A.	3.957,66	4.244,03	5.680,20	3.306,83	3.044,81	20.233,53	4.046,71	29,98%
CARGILL S.A.C.I.	2.338,12	3.384,32	2.949,97	2.971,12	2.584,58	14.228,12	2.845,62	-9,54%
BUNGE ARGENTINA S.A.	2.833,14	2.296,82	2.468,39	2.836,58	1.926,07	12.361,00	2.472,20	47,09%
ACEITERA GRAL. DEHEZA	3.093,42	1.265,57	2.272,19	2.794,83	2.466,16	11.892,17	2.378,43	25,43%
GRUPO ARCOR	2.249,29	2.271,32	2.596,38	2.348,58	2.071,70	11.537,28	2.307,46	8,57%
ASOC. DE COOPERAT. ARG.	2.283,16	1.574,80	1.371,66	2.263,35	2.514,80	10.007,57	2.001,51	-9,20%
TERNIUM (EX SIDERAR)	1.789,18	1.959,10	2.049,98	1.736,89	1.771,85	9.306,80	1.861,36	0,99%
CENCOSUD	2.634,33	2.114,35	1.500,40	1.338,01	954,89	8.541,98	1.708,40	175,88%
TELEFONICA DE ARGENTINA S.A.	1.004,09	1.041,62	3.710,65	1.314,78	1.194,58	8.265,73	1.653,15	-15,95%
CERVECERIA Y MALT. QUILMES	1.192,67	1.514,62	1.758,59	1.457,08	1.433,91	7.356,87	1.471,37	-16,82%
PSA PEUGEOT CITROEN ARGENTINA	610,67	1.249,36	1.985,36	1.588,39	1.241,80	6.675,58	1.335,12	-50,82%
RENAULT ARGENTINA	861,46	1.170,03	1.653,82	1.450,87	1.080,60	6.216,77	1.243,35	-20,28%
MOLINOS RIO DE LA PLATA	546,72	566,84	659,39	2.440,12	1.927,82	6.140,90	1.228,18	-71,64%
UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	722,83	949,89	1.180,12	1.515,53	1.413,53	5.781,89	1.156,38	-48,86%
EDENOR	1.502,65	1.484,19	1.305,70	812,36	279,73	5.384,64	1.076,93	437,18%
MASTELLONE HNOS.	967,10	908,04	1.188,27	1.100,81	1.058,65	5.222,86	1.044,57	-8,65%
SIDERCA	1.268,99	1.261,17	943,75	689,65	812,03	4.975,59	995,12	56,27%
DROGUERIA DEL SUD	984,39	730,48	1.158,96	1.015,18	873,76	4.762,76	952,55	12,66%
ACINDAR	887,83	967,32	842,51	733,91	862,46	4.294,04	858,81	2,94%
EDESUR	1.085,32	1.169,18	1.065,26	853,14	98,42	4.271,32	854,26	1002,75%
SANCOR COOP. DE SEGUROS LTDA	403,26	634,78	841,69	1.226,96	745	3.851,68	770,34	-45,87%
ALUAR ALUMINIO ARG.	845,82	637,90	783,15	692,98	713,05	3.672,91	734,58	18,62%
LOMA NEGRA	721,32	711,06	858,71	613,32	546,91	3.451,32	690,26	31,89%
METROGAS	1.006,33	867,90	134,48	314,47	347,92	2.671,11	534,22	189,24%
AGRICULTORES FEDERADOS ARG.	367,34	252,18	465,33	449,19	379,82	1.913,86	382,77	-3,29%
NATURGY	544,32	540,03	349,88	291,16	150,38	1.875,77	375,15	261,97%
SIEMENS	233,76	213,58	280,71	284,10	306,24	1.318,39	263,68	-23,67%

Las personas que toman las decisiones más importantes están en Very Important People ¿Quiere conocerlas?

¿Le gustaría contactar a los potenciales clientes que más le interesan? ¿Conocer a quienes manejan las empresas más importantes del mercado? ¿Saber con certeza quienes son los funcionarios en áreas críticas? ¿Contactarse con líderes de opinión y periodistas? ¿Quiere llegar a las personas que toman decisiones? Con Very Important People (www.vip.com.ar) podrá hacerlo.

Le ofrecemos una herramienta de consulta efectiva que se actualiza permanentemente para ventas, marketing, comunicación o prensa.

Las compañías más importantes ya nos utilizan.



**Very
Important
People®**

Very Important People® =
Publicación + Software + Web + Help Desk

E-mail: info@vip.com.ar
www.vip.com.ar

EN ITALIA, UNA DESCONOCIDA CON HISTORIA



- Italia posee un asombroso porcentaje del mejor arte mundial, admirado por viajeros de todo el mundo. Sardegna (Cerdeña) posee un verdadero yacimiento de masivas construcciones prehistóricas que se mantienen casi inalteradas a través de los milenios: los nuraghi



MUCHOS VIAJEROS SON, SI DE ITALIA SE TRATA, COMO UN DISCO RAYADO QUE REPITE HASTA EL HASTÍO EL MISMO COMPÁS (EN ESTE CASO, ITINERARIO): ROMA, FLORENCIA, VENECIA Y EL PUEBLITO DE LOS ABUELOS...

Las edificaciones de la civilización sarda sobreviven casi intactas desde la prehistoria y no se asemejan a nada visto antes en la península.

Ir al supermercado -en cuarentena- es el solo viaje posible. Un viaje sin reservas, se paga al final, las valijas son bolsas reciclables y la tracción es a sangre - ida y vuelta a pie - ¡nada de tren, barco o avión! Se paga al contado e, inflación mediana, nos devuelve a nuestra casa cada vez con menos "equipaje" pero habiendo gastado más en "derechos de aduana"... En estos "micro-viajes" barriales las góndolas son estanterías y no sus homónimas venecianas, que surcan románticos canales en la ciudad lagunar. Hay que apelar a la imaginación para sentirse acunados por un oleaje suave con reposidores y remarcadores de precios cual gondoleros...

UN VIAJE IMAGINARIO

Dejemos volar la imaginación y emprendamos un viaje, pertrechados de guantes de látex, barbijo y escudo transparente, desde la cola que lleva a la caja. Imaginemos que ya pasamos el pre-embarque y presentemos en "migraciones" la tarjeta de débito y el DNI que serán nuestro "pasaporte". Sigamos delirando y nos encontraremos en Italia... Esta fantasía la motivó un reducido trozo de queso: solíamos elegir parmesano para rallar, pero bajamos un cambio en nuestras pretensiones y ahora usamos su primo lejano, el sardo, más barato pero no tanto... Fue precisamente esa anémica porción de queso que definió el destino de nuestro viaje imaginario: la isla de Sardegna, Cerdeña para nosotros. Después de Sicilia, es una de las dos mayores de Italia e integra el exclusivo "club" de las grandes islas del Mediterráneo: Córcega, Malta, Creta, Corfú y Chipre.

Sardegna es severa, orgullosa, áspera, personalísima y difiere de la Italia conocida. Tan distinta es, que si un sardo se embarca en el ferry para una travesía de toda una noche hacia Génova, se despide de parientes y

amigos con un lacónico "voy al continente". Entre los adjetivos que captan la esencia de la isla en el Mar Tirreno, dejamos el más emblemático para el final. Sardegna es "prehistórica". Una recorrida, que se nos grabará en retinas y alma, nos llevará a sitios arqueológicos ya existentes cuando Roma no estaba siquiera en pañales. Las edificaciones de la civilización sarda sobreviven casi intactas desde la prehistoria y no se asemejan a nada visto antes en la península.

SÓLO EN SARDEGNA: LOS "NURAGHI"

Sardegna es el único lugar del mundo en el que se levantan los "nuraghi" (pron. "nuragui" en castellano). Un nuraghe es una maciza torre en forma de tronco de cono, construida con enormes bloques de piedra encastrados, a veces solitaria en el paisaje y otras en impactantes conjuntos intercomunicados que forman ciudades fortificadas. Los nuraghi se angostan hacia la cúspide y alcanzan una altura de 22 metros. En sus potentes muros se abre un único acceso angosto y de forma trapezoidal. El techo, también de piedra, es un "tholos" de origen griego, que forma una cúpula cada vez más aguda hasta cerrarse completamente. Hay más de 7.000 nuraghi en Sardegna que se remontan a las Edades del Bronce y del Hierro. Con finalidades defensivas, eran también viviendas, almacenes de víveres y corrales para animales. Estas adustas torres silenciosas conviven con otra Sardegna, fatua y bulliciosa especialmente en verano, donde billonarios como el Aga Khan han levantado centros vacacionales para el "jet-set" en la norteña Costa Smeralda (Costa Esmeralda), cuyo nombre se inspira en la tonalidad de las aguas transparentes. Allí están las lujosas mansiones de "famosos" como Gianni Agnelli, otrora CEO de Fiat, del ex primer ministro

IDA Y VUELTA

— EN ITALIA, UNA DESCONOCIDA CON HISTORIA

y magnate Silvio Berlusconi, actores, actrices, jeques, pudientes turistas, poderosos empresarios y popes de la moda.

TIERRA DE CONQUISTA

A lo largo de su milenaria historia, Sardegna sufrió repetidas dominaciones. Abrieron el desfile los antiguos fenicios en el Siglo IX a.C., desalojados luego por los cartaginenses, a su vez echados por los colonos griegos de Sicilia. Luego fue el turno de los romanos y luego de los bizantinos, pisanos y genoveses, a su vez desplazados por catalanes y aragoneses un siglo antes del descubrimiento de América. De tal Babel nació el idioma local, el sardo, hoy lengua oficial de la isla. En las zonas costeras y en las ciudades todos hablan italiano, pero en las más aisladas no es extraño encontrarse con gente que habla tan sólo en sardo. En dos regiones de la isla subsisten dialectos locales, parecido al genovés uno y cercano al antiguo catalán el otro. Así, no nos sorprenderá encontrarnos con una toponomía tan castiza como Iglesias, Cabras, Porto Torres, Mandas, Flumendosa, Palau, Siniscola, Escalaplano y Palmas. Otra particularidad del sardo es que muchas palabras terminan en "s", como en español y que la vocal "u" aparece con más frecuencia que en otros idiomas: Gennargentu. Quartu, Calagianus, Jerzu, Nieddu, Mannu, Sulcis, Sarrabus, Monte Ferru...

La arquitectura prehistórica de la isla incluye las "tumbas de los gigantes", sepulturas ceremoniales colectivas de piedra de hasta 28 metros de largo. El Museo Nacional de Arqueología de Cagliari -cabeza de la isla- cuenta con una valiosa colección de estatuillas de bronce que representan a hombres, mujeres, animales y guerreros.

EN AUTO POR LA ISLA

En el interior de la isla, que recomendamos recorrer en auto, se alternan pequeños valles, mesetas y planicies con serranías y montañas. El monte



- En la tarda prehistoria se desarrolló en Sardegna (Cerdeña) la cultura "nurágica" cuyas imponentes construcciones podemos visitar hoy. Pocas experiencias son más intensas que ingresar a gigantescos troncos de cono de piedras encastadas testigos de miles de años

más alto es La Marmora, en la cadena del Gennargentu, que roza los 1.830 metros. De forma casi rectangular, la isla tiene 2.400 km de costas donde abundan playas de aguas transparentes, ensenadas y caletas, muchas sólo alcanzables desde el mar. Al sur se encuentra otra isla bastante extensa: Sant'Antioco. Los pinares bordean playas de aguas mansas, cristalinas y templadas, ideales para un veraneo en familia, con una excelente oferta hotelera de costo accesible. Otra zona muy atractiva se encuentra en el extremo norte, en la región de Gallura. Su centro principal es Santa Teresa di Galura, destino veraniego favorito de la clase media y medio-alta. A corta distancia -hacia el Este- se extiende la Costa Smeralda, espléndida, lujosa y exclusiva, con epicentro en Porto Cervo. A la rusticidad del interior de Sardegna se contrapone el lujo rutilante de esta costa, en cuyos puertos recalcan los mayores yates y veleros del mundo. Para los rioplatenses, la comparación obligada es con Punta del Este, pero la Costa Smeralda tiene ese no sé qué del lujo llevado a su máxima expresión y un refinamiento que la hacen realmente única.



- Las "Cinque Terre", inicialmente pueblos de pescadores, son hoy espléndidas metas turísticas. Hay que visitarlas todas y elegir la favorita para uno. Decisión difícil: Monterosso, Vernazza, Corniglia, Manarola y Riomaggiore son cinco joyas. Las visitamos en Liuria tras dejar at

NOTAS DE ENOGASTRONOMÍA SARDA

No podemos dejar atrás Sardegna sin mencionar su rica gastronomía. Además de sus apreciados quesos vacunos, caprinos y ovinos, la dieta local incluye variedades de pan y excelentes vinos. Es justamente famoso el pan "carasau", en discos del tamaño de una pizza grande, de masa hojaldra tan fina que parece una oblea, liviana y crocante, que se disuelve en la boca. Un plato tradicional no precisa mayores explicaciones entre nosotros: las "impanadas" de carne... Los "mallorredus" (o "maccaroni cravaos") en lengua sarda, son el plato más tradicional: pequeños ñoquis de sémola de grano duro amasada con agua y sin huevo, que se preparan un día y se comen el siguiente. El secreto reside en una salsa a base de trocitos de salchicha, cebolla, tomates frescos pelados, hojas de albahaca, azafrán, queso de oveja rallado, aceite de oliva, sal, pimienta y un diente de ajo que se retira antes de servir. Entre los postres tradicionales, nos inclinamos por las "pabassinas" de Cagliari, pequeños conos horneados con pasas, nueces, almendras, harina blanca, cáscara de naranja, semillas de anís, nuez moscada y mosto de uva blanca.

Sardegna produce varios excelentes vinos. El mejor, a nuestro entender, es el Cannonau. Excelente asimismo el Embarcador, también tinto, y los blancos Malvasia y Vermentino. Con un buen "espresso", se recomienda un fuerte licor casero de la familia del "limoncello", pero que reemplaza el limón con el fruto de un arbusto local, el mirto, del cual deriva su nombre.

CÓRCEGA, GÉNOVA Y LA RIVIERA LIGURE

Quienes visitan Sardegna regresan a tierra firme tras visitar la isla francesa de Córcega. Frecuentes ferries las conectan

- Playas de arenas que pueden llegar a ser rosadas, se enfrentan a las aguas del Mar Tirreno. Según la hora, asumen tonalidades increíbles en una gama que va del azul claro al verde esmeralda...

a través de un estrecho de no más de 20 km de ancho, conocido como Bocche di Bonifacio (Bocas de Bonifacio). Un consejo para quienes se marean: tomar Dramamina o similar al menos una hora antes de embarcar. El oleaje y las corrientes son intensos y permanentes y aun barcos de discreto tamaño se zarandean, rolan y cabecean a ritmo endemoniado. En nuestra experiencia, sólo hay dos brazos de mar en los que el barco se ha movido tanto o más que allí: entre Tierra del Fuego y la Antártida, en el Pasaje de Drake, y en el estrecho que separa Tasmania de Melbourne, en Australia. No sólo por Napoleón, sino por recorrer y admirar su territorio áspero y salvaje, Córcega es una etapa recomendable. De allí uno puede embarcarse hacia puertos franceses o italianos.

Para no regresar a la Argentina sin haber visitado una hermosa ciudad y región italianas, lo mejor será recorrer la espléndida Génova, patria de Cristóforo Colombo, ("españolizado" como Cristóbal Colón) con el afán de "apropiárselo". Merece algunos días la región de la Riviera Ligure con sus pintorescos, multicolores pueblos de pescadores encaramados en las laderas de las montañas costeras, conocidos como "Cinque Terre", la maravillosa Portofino y San Remo, sede del Festival de la Canción

● Declaradas "Patrimonio de la Humanidad" por UNESCO, las "Cinque Terre" (Cinco Tierras) están en la provincia de La Spezia. Son cinco pequeños centros costeros entre el Mar Ligure y las montañas que llegan casi hasta las playas, en el noroeste de Italia.



- ¿Fortalezas, viviendas, depósitos, almacenes, silos, corrales? Todo eso fueron los nuraghi, en una tierra rústica y bravía que se disputaron invasores de diversos orígenes, incluyendo a catalanes y aragoneses

Italiana. Quienes aman la salsa local por excelencia - el "pesto"- no deben privarse de visitar Albinga, donde se cultiva la que definen como la mejor albahaca de Italia y, acaso, del mundo... De vuelta en Buenos Aires, no estará de más llegar hasta La Boca para constatar que los pescadores "zeneizi" (de Zena = de Génova, en dialecto) que se asentaron allí, trajeron consigo los vivos colores de su tierra de origen. Claro, las aguas del Ria-chuelo no son cristalinas y fragantes como las del Mar Ligure - ¡pero nada es perfecto! ■





Meteorología, idiomas y más...

El Sr. Canoso mira televisión para entretenerte, informarse, practicar idiomas y reflexionar sobre el mundo

El Sr. Canoso mira los noticieros de CNN y BBC para pulir su inglés y el de RAI para hacer lo propio con italiano. De la "caja boba" -hoy pantalla plana boba y "smart" a la vez- se puede aprender mucho. En los noticieros se usan neologismos y, al no haber subtítulos, uno debe esforzarse por comprender lo que hablan periodistas y conductores a gran velocidad y con pronunciaciones muy diferentes. Estos noticieros tienen algo en común. Todos reseñan el estado del tiempo en el mundo entero. La meteorología muestra un mundo sin fronteras, donde lo que une o separa a los países se basa en factores meramente climáticos. De pronto desaparece la Cordillera de los Andes y la Argentina y Chile son hermanados por torrenciales lluvias. Inesperadamente la "terra gaúcha" del sur de Brasil, el Nordeste de Argentina y buena parte de Uruguay y Paraguay comparten una grave sequía. Una intensa nevada desdibuja las fronteras de Francia, Suiza e Italia bajo copiosas nevadas y así... Vecinos antagonistas, como India y Pakistán, sufren una misma tempestad y tanto Cuba como la Florida padecen el efecto devastador de un mismo huracán... Nuestra mamá común, la Naturaleza,

borra fronteras y diferencias, lo nivela todo y muestra un mundo sujeto a sus caprichos y excesos. Los meteorólogos no se detienen en detalles menores, como los países creados por el hombre. Ellos se focalizan en el clima y su poder sobre el hombre mismo. Así nuestro amigo se entera de que el mismo día de febrero en que aquí sudamos la gota gorda con 40°C de temperatura, 90% de humedad y un sol que raja las piedras, en Ottawa -Canadá- tiritan con -25°C bajo cero y resbalan sobre lajas de hielo, impulsados por un arrachado viento polar que dificulta mantenerse erguidos. Esta homogénea, democrática dependencia de los avatares del

por avalanchas de barro. Uno simpatiza con ellos pero, si el desastre ocurre más allá de nuestras fronteras, es "ajeno" porque no nos afecta directamente. Las fronteras pretenden ser mágicas y capaces de discriminar entre "ellos" y "nosotros". Nos hacen olvidar que -en un momento dado- lo que haya ocurrido "allá" podrá afectarnos "acá". Las fronteras niegan una realidad: estamos todos en el mismo barco que, si choca con un iceberg, se hunde. No sólo el casino, los bares y restaurantes, el teatro, el gimnasio, el spa, la sala de máquinas y la bodega, sino la piscina, las cabinas, las cocinas y el mismo puente de mando... Se hunde todo, de proa a popa...

La Naturaleza, borra fronteras y diferencias, lo nivela todo y muestra un mundo sujeto a sus caprichos y excesos.

clima contrasta con el resto del noticiero, protagonizado por el ser humano que, con pasmosa frecuencia, agrede la Naturaleza y parece ignorar que, a su vez, ésta puede reaccionar y los humanos convertirse en sus víctimas en el momento menos pensado.

Los meteorólogos se ocupan del clima y sus colegas de las mesas de noticias se focalizan en los hechos que protagonizan los hombres (y las mujeres... para ser políticamente correctos). En este segmento hay fronteras que delimitan países e intereses. Uno puede simpatizar con la India, inundada por los aguaceros de los monzones, o con los habitantes de ciudades arrasadas por un terremoto o con países afectados

El Planeta Tierra es un barco lleno de pasajeros. Si no lo cuidamos, cuando se vaya a pique nos hundiremos todos y -en alta mar- saber nadar no nos va a ser de gran ayuda. Nuestro amigo dirigió la mirada hacia la copa de los árboles, mientras revolvía la sacarina en su café tomado en la vereda... Pensó que el COVID-19, con su dramática estela de víctimas, debería al menos servir para despertarnos y vivir más de acuerdo con el mundo que muestran los meteorólogos: un mundo integrado, capaz de enfrentar los avatares de la Naturaleza solidariamente y no dividido y enemistado por los caprichos de los humanos y por fronteras, cuya nimiedad demuestra una y otra vez la misma Naturaleza. ■



Pensado para tu negocio

Diseñado para hacerlo crecer

IG GLOBAL

S o f t w a r e d e G e s t i ó n

ERP • MRP • SCM • CRM • RRHH • BI • COMEX

Nuestra solución está pensada bajo un diseño global y modular, posibilitando la progresiva escalabilidad e integrándose a los procesos internos de cada organización.

Contá con toda la potencia de herramientas IT de última generación, bajo la misma plataforma de gestión organizacional.



Classic • Online • Mobile



www.igglobal.net

BASE GLOBAL S.A.

www.baseglobal.com.ar

**Cuidarse
es cuidar al otro.**

#ArgentinaUnida

Hoy más que nunca,
queremos que más gente se cuide.



Existen prestaciones obligatorias de cobertura médica asistencial, infórmese de los términos y alcances del Programa Médico Obligatorio en la siguiente dirección de Internet: www.buenosaires.gob.ar. La Superintendencia de Salud tiene habilitado un servicio telefónico gratuito para recibir desde cualquier punto del país consultas, reclamos o denuncias sobre irregularidades de la operadora de traspasos. El mismo se encuentra habilitado de lunes a viernes de 10 a 17 hrs, llamando al 0800-222-SALUD (72583) - www.ssalud.gob.ar - R.N.O.S. 4-0080-0; R.N.E.M.P. (Prov) 1408.